
ETIKA BERBAHASA DALAM TRANSAKSI JUAL BELI

Dra. Rostina, M.Hum

Universitas IBBI Medan

rostina.saragih1@gmail.com

Abstrak

Bahasa digunakan sebagai alat untuk berkomunikasi dan berfungsi untuk menjalin hubungan, memelihara, serta menjalin keakraban antara penuturnya. Bahasa yang ada di pasar sangat beragam dalam penggunaannya, hal tersebut dikarenakan penutur yang heterogen dan memiliki latar belakang sosial dan kebiasaan yang berbeda. Keberadaan masyarakat yang memiliki bahasa yang beragam membuat bangsa ini kaya akan keragaman bahasa yang digunakan. Keragaman bahasa biasanya dipengaruhi oleh penggunaan dari penutur dan mitra tutur. Pemakaian suatu bahasa terjadi dalam masyarakat tutur. Menurut Fishman (dalam Chaer dan Leoni, 2010:36), masyarakat tutur merupakan masyarakat yang setidaknya mengenal satu variasi bahasa dan norma yang sesuai penggunaannya. Bahasa dan penggunaannya di dalam masyarakat tidak diamati secara individu, tetapi dihubungkan dengan suatu kegiatan yang ada di dalam masyarakat tersebut. Oleh karena itu, masyarakat dan bahasa merupakan satu kesatuan yang berhubungan erat dan saling membutuhkan satu sama lain. Tanpa bahasa, komunikasi antara seorang individu dengan individu lainnya tidak akan berlangsung dengan baik.

Keyword : Etika, berbahasa, jual beli.

I. PENDAHULUAN

Penggunaan suatu bahasa memiliki dua aspek yang mendasar yakni aspek bentuk dan makna. Jika kita perhatikan, hubungan antara bentuk dan makna menunjukkan perbedaan dalam pengungkapannya antara yang satu dengan pengungkapan yang lain. Perbedaan dalam bentuk dan maknanya akan memengaruhi bentuk ujaran yang digunakan oleh suatu masyarakat. Penggunaan bahasa seringkali terjadi di dalam aktivitas masyarakat untuk melakukan tukar informasi atau memperoleh keuntungan dalam interaksi tersebut. Tempat yang biasanya seringkali terjadi proses interaksi adalah pasar. Pasar identik dengan

proses transaksi jual beli secara langsung antara pedagang dan pembeli. Bahasa dalam interaksi yang digunakan di dalam pasar sangat menggambarkan komunikasi yang terjadi dalam percakapan sehari-hari.

Pemakaian bahasa yang digunakan saat berkomunikasi seringkali ditandai dengan munculnya bahasa yang khas terhadap sekelompok pengguna bahasa. Pemakaian bahasa memiliki tingkatan yang sesuai dengan konteks dalam percakapan tersebut. Pemakaian bahasa yang ada di pasar seringkali dapat dilihat melalui bahasa yang digunakan dari segi penutur berdasarkan dialek sosial dan sosiolek. Dalam sosiolek dapat dikaji perbedaan pemakaian variasi bahasa atau ragam bahasa yang berdasarkan status, golongan, dan kelas sosial. Hal itu dapat menunjukkan faktor yang memengaruhi pemakaian bahasa yang ada di pasar.

Bahasa yang ada di pasar sangat beragam, karena pasar merupakan tempat bertemunya pedagang dan pembeli dari berbagai usia, jenis kelamin, etnis, pekerjaan, pendidikan, dan sebagainya. Di samping itu, pemakaian bahasa juga dipengaruhi oleh faktor-faktor situasional, yakni siapa yang berbicara, dengan bahasa apa, kepada siapa, kapan, di mana, dan mengenai masalah apa yang dibicarakan, seperti yang dirumuskan Fishman (Suwito, 1983:3) *who speak, what language to whom and when*. Pada dasarnya komunikasi antara pedagang dan pembeli tidak mengalami kesulitan dalam bertransaksi. Hal ini dikarenakan sebagian besar interaksi antara pedagang dan pembeli pada umumnya ditandai menggunakan ragam akrab atau ragam intim, yakni variasi bahasa yang digunakan oleh penutur yang hubungannya sudah akrab, seperti anggota keluarga, atau antarteman yang memang sudah akrab. Selain itu ditandai dengan penggunaan bahasa yang tidak lengkap, pendek-pendek, dan artikulasi yang seringkali tidak jelas.

Kemampuan berbahasa pada pedagang saat peristiwa transaksi penjualan terjadi biasanya diperoleh melalui pembelajaran ataupun karena faktor lingkungan dan kebersamaan, dengan demikian komunikasi antara pedagang dan pembeli sama-sama bisa memahami bahasa masing-masing. Selain itu, lamanya seseorang mendiami suatu wilayah untuk dijadikan tempat tinggal juga memengaruhi pemakaian bahasa.

II. LITERATURE REVIEW

Bahasa sebagai objek di dalam sosiolinguistik tidak dilihat atau didekati sebagai bahasa, melainkan dilihat dan didekati sebagai sarana interaksi atau komunikasi yang ada di dalam masyarakat (Chaer dan Agustina: 2010:3). Setiap bidang ilmu pasti memiliki kegunaan dalam kehidupan setiap manusia. Dalam kegunaannya sosiolinguistik memberikan pengetahuan bagaimana cara manusia menggunakan

suatu bahasa dalam aspek atau segi sosial tertentu. Pertama-tama pengetahuan sosiolinguistik dapat dimanfaatkan dalam berkomunikasi atau berinteraksi.

Dalam sosiolinguistik akan memberikan suatu pedoman bagaimana cara kita dalam berkomunikasi dengan menunjukkan bahasa, ragam bahasa, yang kita gunakan saat berkomunikasi dengan orang tertentu (Chaer dan Agustina: 2010: 7). Dalam kajian sosiolinguistik akan memberikan suatu pengetahuan mengenai bagaimana caranya dalam mempelajari pemakaian bahasa yang berkaitan dengan masyarakat. Pemakaian bahasa sangat berhubungan dengan tingkah laku masyarakat dalam memilih bentuk atau bahasa yang digunakan dalam berkomunikasi. Sosiolinguistik memandang bahasa sebagai bagian dari masyarakat dan kebudayaan tertentu, sedangkan yang dimaksud dengan pemakaian bahasa adalah bentuk interaksi sosial yang terjadi dalam situasi konkret. Dengan demikian, dalam sosiolinguistik bahasa tidak dilihat secara internal, namun dilihat sebagai sarana komunikasi yang ada di dalam masyarakat. Dalam kehidupan sehari-hari yang salah satunya ada di pasar tidak akan lepas dengan percakapan-percakapan orang sekitar. Percakapan yang biasanya dilakukan di pasar sangat beragam, terkadang melakukan percakapan dengan orang yang tidak dikenal atau sudah lama dikenal dengan tujuan yang berbedabeda dan penggunaan ragam bahasa yang berbeda. Lingkungan sosial masyarakat antara satu dengan yang lain dalam bahasa pasti berbeda. Adanya kelompok-kelompok sosial yang menyebabkan suatu bahasa yang digunakan sangat beragam. Keragaman bahasa timbul sebagai kebutuhan penutur yang memilih bahasa yang dipakai agar sesuai dengan situasi konteks sosialnya. Oleh karena itu, ragam bahasa timbul bukan karena kaidah kebahasaan, namun disebabkan oleh kaidah-kaidah sosial yang beraneka ragam.

Menurut Sumarsono (2014:72-76) menyatakan bahwa hubungan antara bahasa dan etnik merupakan hubungan yang sederhana yang bersifat kebiasaan yang ditanda dengan sosial antarkelompok, dengan bahasa sebagai ciri pengenal utama. Suatu masyarakat yang beraneka bahasa atau masyarakat multilingual mempunyai beberapa bahasa yang dipakai. Hal tersebut terjadi karena beberapa etnik yang membentuk masyarakat, sehingga dari segi etnik bisa dikatakan sebagai masyarakat yang majemuk.

III. RESEARCH QUESTIONS

Dalam penelitian ini, adapun rumusan masalah yang akan dibahas adalah: Bagaimana cara kita dalam berkomunikasi dengan menunjukkan bahasa, ragam bahasa, yang kita gunakan saat berkomunikasi dengan orang tertentu.

IV. METODE PENELITIAN

A. Metode Penelitian

Metode dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif, yaitu penelitian yang menyajikan kajian serta analisis data secara langsung yang berhubungan antara peneliti dengan informan yang telah terkumpul dalam sumber data yang terpilih serta dianalisis berdasarkan data yang diperoleh. Metode deskriptif kualitatif dalam penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan pemakaian bahasa yang digunakan oleh pedagang dalam transaksi penjualan, pembelian dan faktor-faktor yang memengaruhinya.

B. Sumber Data

Sumber data yang diperoleh dalam penelitian ini yakni bahasa lisan yang digunakan pedagang kepada pembeli saat berkomunikasi dalam transaksi penjualan dan pembelian. Pemilihan tuturan pedagang sebagai sumber data didasarkan pada hasil pengamatan yang kemudian ditemukan fakta pada pemakaian bahasa pedagang dalam transaksi penjualan dan pembelian.

C. Metode Pengumpulan

Data Dalam pengumpulan data menggunakan metode simak. Metode simak diterapkan pada proses meneliti dan menyimak pemakaian bahasa pedagang di pasar Kedinding Surya. Dalam proses menyimak teknik yang digunakan adalah teknik simak bebas libat cakap. Teknik simak bebas libat cakap adalah teknik yang dilakukan dengan menyimak penggunaan bahasa tanpa ikut berpartisipasi dalam proses tuturan (Kesuma, 2007: 44). Dalam teknik ini, peneliti tidak terlibat secara langsung dalam menentukan pembentukan dan pemunculan calon data kecuali sebagai pemerhati terhadap calon data yang terbentuk dan muncul dari peristiwa kebahasaan (Sudaryanto, 1993:4). Penyimakan terhadap tuturan lisan pedagang melalui teknik rekam. Teknik rekam merupakan teknik penjarangan data yang dilakukan dengan cara merekam penggunaan bahasa pedagang kepada pembeli saat berinteraksi dengan menggunakan alat perekam yang berupa handphone. Selain itu, penelitian ini menggunakan metode cakap. Metode cakap yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik cakap bertemu muka. Teknik cakap bertemu muka yakni bertemu langsung dengan informan untuk mendapatkan data yang sesuai untuk menunjang kelengkapan penelitian ini. Penelitian ini juga menggunakan teknik catat guna mencatat informasi-informasi penting untuk kelengkapan data penelitian.

D. Metode Analisis Data

Menurut (Sudaryanto, 1993: 6) analisis data merupakan upaya yang dilakukan oleh peneliti untuk menangani masalah yang terkandung dalam data. Untuk

menganalisis penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif, yakni penelitian yang menyajikan kajian dan analisis data secara langsung yang berhubungan antara peneliti dengan informan yang terkumpul dari sumber data yang terpilih serta dianalisis berdasarkan data yang sudah ditemukan. Tahapan dalam penelitian ini yakni mentranskrip data dari bentuk rekaman ke bentuk catatan tulis yang berupa data rekaman percakapan pedagang kepada pembeli. Analisis data dilakukan dengan mendeskripsikan pemakaian bahasa yang digunakan pedagang kepada pembeli dengan menggunakan teori dari Dell Hymes yaitu delapan komponen yang diakronimkan menjadi SPEAKING.

V. DISCUSSION

Faktor-faktor yang Memengaruhi Pemakaian Bahasa Pedagang dalam Transaksi Penjualan dan pembelian

1. Faktor Usia, pada setiap individu dalam menggunakan bahasa memiliki pengaruh yang bisa menjadi faktor terjadinya keanekaragaman berbahasa di lingkungan masyarakat. Di pasar tentu saja banyak berbagai macam usia yang melakukan kegiatan jual beli. Usia memiliki peranan penting dalam menentukan keragaman berbahasa pada seseorang. Berdasarkan usia, pedagang yang menggunakan bahasa dalam komunikasinya dengan pembeli yang berpengaruh terhadap sapaan yang digunakan oleh pedagang kepada pembeli saat transaksi penjualan berlangsung
2. Faktor Jenis Kelamin, Pemakaian bahasa yang digunakan oleh seseorang yang berjenis kelamin laki-laki dan berjenis kelamin perempuan pastinya akan mengalami perbedaan. Hal tersebut terjadi dimana pedagang laki-laki akan lebih leluasa berkomunikasi dengan pembeli yang berjenis kelamin laki-laki, begitu pula sebaliknya, pedagang perempuan juga akan leluasa bila berkomunikasi dengan pembeli yang berjenis kelamin perempuan. Situasi tersebut dapat dilihat dari cara pedagang menawarkan barang dagangannya kepada pembeli. Pembeli yang berjenis kelamin laki-laki lebih jarang melakukan kegiatan tawar-menawar kepada pedagang. Proses pemakaian bahasa saat melakukan tawar-menawar lebih dominan dilakukan oleh pembeli yang berjenis kelamin perempuan. Selain itu, pasar Kedinding Surya cenderung lebih dikunjungi oleh pembeli yang berjenis kelamin perempuan, sehingga dalam transaksi penjualan yang

lebih dominan dalam kegiatan tawar-menawar yakni perempuan daripada laki-laki.

3. Faktor Saling Menghormati, Faktor yang dapat memengaruhi pemakaian bahasa pada pedagang salah satunya yakni faktor saling menghormati antara pedagang dan pembeli. Dalam sebuah komunikasi bentuk penghormatan ditentukan oleh siapa mitra tuturnya. Biasanya bentuk penghormatan ditujukan kepada orang yang lebih tua dan orang yang tidak saling mengenal. Bentuk penghormatan pada umumnya diikuti dengan pemakaian bahasa seperti merujuk kepada bahasa yang lebih halus.
4. Faktor Keakraban, Pemakaian bahasa oleh pedagang yang terjadi saat transaksi penjualan juga dipengaruhi oleh faktor hubungan keakraban sehingga terdapat keanekaragaman berbahasa. Penutur akan menggunakan bahasa yang lebih leluasa dalam berkomunikasi kepada mitra tutur yang sudah dikenal dan mempunyai hubungan lebih dari sekedar pernah bertemu. Seperti yang terjadi antara pedagang dan pembeli, pedagang akan memiliki pelanggan tetap yang setiap harinya mengunjungi stan kios atau stan los bedak pedagang kemudian menjalin suatu hubungan pertemanan, sehingga terjadi bentuk-bentuk keakraban saat peristiwa transaksi penjualan berlangsung seperti kata-kata yang kasar dengan intonasi yang keras menjadikan hal biasa dan tidak menimbulkan perselisihan antara pedagang dan pembeli.

VI. CONCLUSIONS

Dalam situasi transaksi penjualan antara pedagang dan pembeli di pasar, pemakaian bahasa campuran berpengaruh untuk pedagang menarik perhatian pembeli. Pedagang dalam situasi transaksi penjualan, kemampuan multilingual yang dimiliki oleh pedagang saat berkomunikasi dengan pembeli sangat berperan penting akan terjadinya percampuran bahasa yang satu dengan bahasa yang lain. Faktor-faktor seperti usia, jenis kelamin, saling menghormati, maupun keakraban memengaruhi pemakaian bahasa pedagang saat situasi transaksi penjualan yang menimbulkan keragaman berbahasa.

Masalah yang dibahas dalam penelitian ini baru mencakup tentang pemakaian bahasa pedagang yang terjadi khususnya pada proses transaksi penjualan dan pembelian . Pada proses pemakaian bahasa yang digunakan oleh pedagang muncul hal lain yang tidak kalah menarik yakni masalah interferensi bahasa atau alih kode dan campur kode yang terjadi. Diharapkan untuk penelitian selanjutnya

dapat memberikan atau menambahkan beberapa sub topik yang dapat dieksplorasi lebih lanjut dan menemukan hal baru pada gejala bahasa. Semoga penelitian ini dapat memberikan referensi serta manfaat bagi pembaca dan peneliti selanjutnya.

REFERENCES

Aslinda dan Leni Syafyahya. 2010. Pengantar Sociolinguistik. Cet. Kedua. Bandung: Refika Aditama.

Chaer, Abdul dan Leonie Agustina. 2010. Sociolinguistik : Perkenalan Awal. Cet. Kedua. Jakarta: PT Rineka Cipta.

Fitria, Nur Lailatul. (2016). "Penggunaan Bahasa Antara Pedagang dan Pembeli di Pasar Tradisional Wonorejo Kabupaten Pasuruan: Kajian Sociolinguistik". Skripsi. Surabaya: Departemen Sastra Indonesia Fakultas Ilmu Budaya Universitas Airlangga.

Huzaimah, Siti. (2016). "Penggunaan Ragam Bahasa pada Pedagang di Kabupaten Bangkalan: Kajian Sociolinguistik". Skripsi. Surabaya: Departemen Sastra Indonesia Fakultas Ilmu Budaya Universitas Airlangga

Novalia. Ade. 2011. "Pemakaian Bahasa pada Keluarga Perkawinan Campuran Jawa-Madura di Kampung Kalisari Kelurahan Kalisari Kec. Mulyorejo: Suatu Kajian Sociolinguistik". Skripsi. Surabaya: Universitas Airlangga.

Pawitra, Adrian. 2009. Kamus Lengkap Bahasa Madura Indonesia. Jakarta. Dian Rakyat.

Purwadi. 2003. Kamus Bahasa Jawa-Indonesia: Untuk Guru dan Siswa Sekolah Dasar. Surabaya: Surabaya Intellectual Club.

Rahardi, R. Kunjana. 2001. Sociolinguistik, Kode dan Alih Kode. Yogyakarta. Pustaka Pelajar (Anggota IKAPI)