

WACANA TAWAR-MENAWAR DALAM JUAL-BELI PAKAIAN

DI PASAR BERINGHARJO YOGYAKARTA:

SUATU TINJAUAN PRAGMATIK

Skripsi

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat

Memperoleh Gelar Sarjana Pendidikan

Program Studi Pendidikan Bahasa, Sastra Indonesia, dan Daerah



Oleh:

Christina Rinawati

Nim: 94 1224 020

Nirm: 940051120401120019

PROGRAM STUDI PENDIDIKAN BAHASA, SAstra INDONESIA, DAN DAERAH

JURUSAN PENDIDIKAN BAHASA DAN SENI

FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN

UNIVERSITAS SANATA DHARMA

YOGYAKARTA

2000

Skripsi

**WACANA TAWAR-MENAWAR DALAM JUAL-BELI PAKAIAN
DI PASAR BERINGHARJO YOGYAKARTA:
SUATU TINJAUAN PRAGMATIK**

Oleh:

Christina Rinawati

NIM: 94 1224 020

NIRM: 94 005 1120401120019

Telah disetujui oleh

Pembimbing



Dr. A.M Slamet Soewandi

Tanggal 20 September 2000

Skripsi

**WACANA TAWAR-MENAWAR DALAM JUAL-BELI PAKAIAN
DI PASAR BERINGHARJO YOGYAKARTA:
SUATU TINJAUAN PRAGMATIK**

Dipersiapkan dan ditulis oleh:

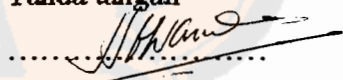

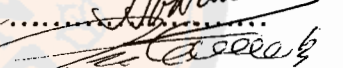


Christina Rinawati

NIM: 94 1224 020

NIRM: 94 0051120401120019

Telah dipertahankan di depan Panitia Penguji
pada tanggal 23 September 2000
dan dinyatakan memenuhi syarat

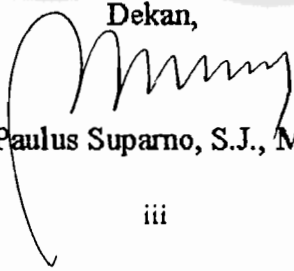
SUSUNAN PANITIA PENGUJI

	Nama Lengkap	Tanda tangan
Ketua	: Dr. A. M. Slamet Soewandi	
Sekretaris	: Drs. P. Hariyanto	
Anggota	: 1. Dr. A. M. Slamet Soewandi	
	2. Dr. I. Praptomo Baryadi, M. Hum.	
	3. Drs. P. Hariyanto	

Yogyakarta, 26 October 2000.

Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan
Universitas Sanata Dharma
Yogyakarta

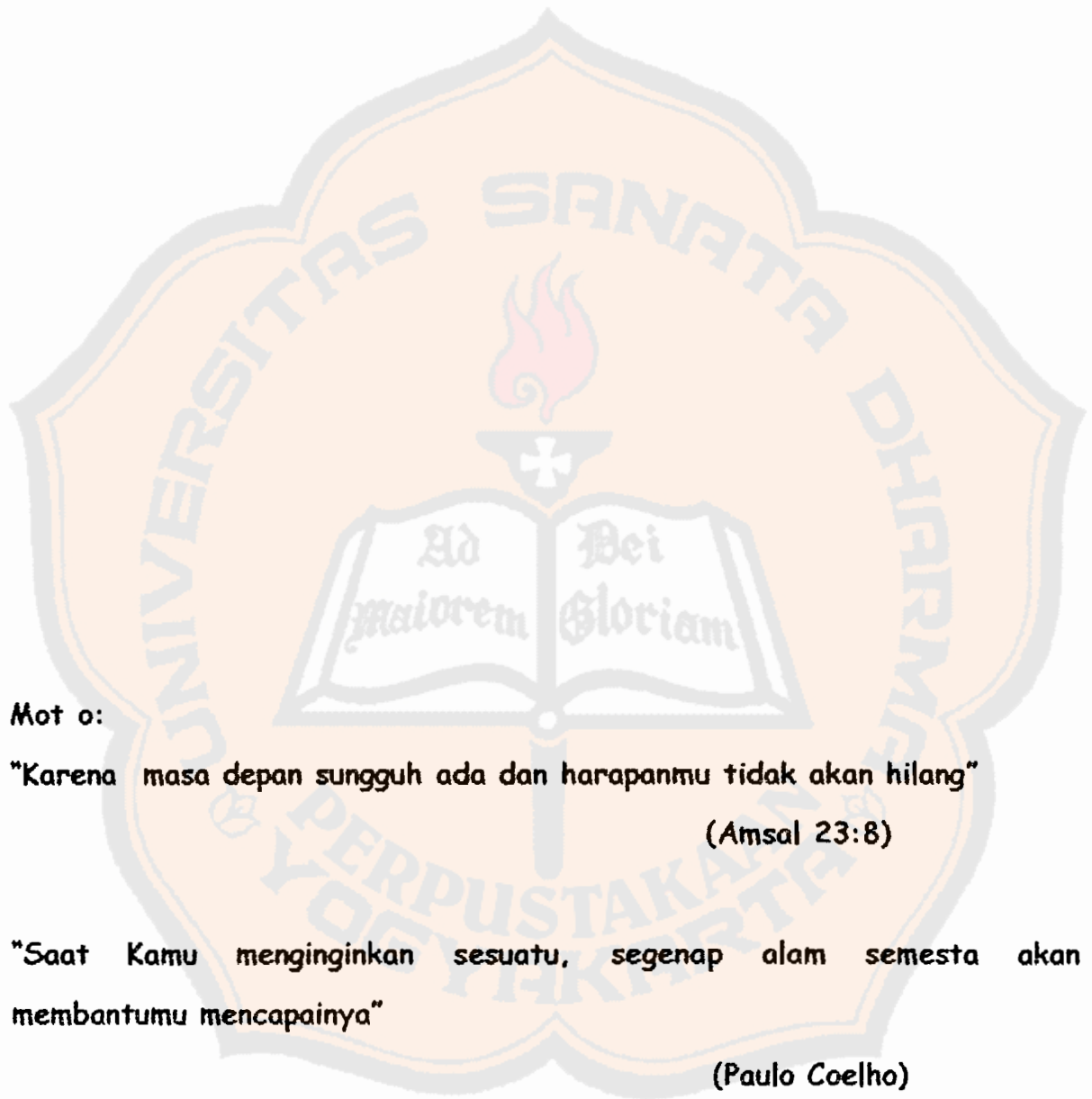
Dekan,


Dr. Paulus Suparno, S.J., M.S.T.



Kupersembahkan skripsi ini:

Kepada Dia yang menanggung segala perkaraku, kedua orang tuaku terkasih Fransiskus Sugiyanto dan Yustina Gomawati, adik-adikku Ivan dan Mei, Topo, keponakanku "Iya", serta seseorang yang nantinya akan menjadi pendamping hidupku.



Mot o:

"Karena masa depan sungguh ada dan harapanmu tidak akan hilang"
(Amsal 23:8)

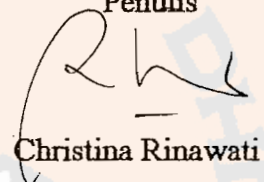
"Saat Kamu menginginkan sesuatu, segenap alam semesta akan
membantumu mencapainya"
(Paulo Coelho)

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang saya buat ini tidak memuat karya atau bagian karya orang lain, kecuali yang telah disebutkan dalam kutipan dan daftar pustaka sebagaimana layaknya karya ilmiah.

Yogyakarta, 12 September 2000

Penulis



Christina Rinawati

ABSTRAK

Rinawati, Christina. 2000. *Wacana Tawar-menawar dalam Jual-beli Pakaian di Pasar Beringharjo: Suatu Tinjauan Pragmatik*. Skripsi Sarjana Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan. Program Studi Pendidikan Bahasa, Sastra Indonesia, dan Daerah. Yogyakarta: Universitas Sanata Dharma.

Penelitian ini membahas wacana tawar-menawar (selanjutnya disingkat WTM) dalam jual-beli pakaian di pasar Beringharjo Yogyakarta secara pragmatik. Topik ini dipilih dengan alasan sebagai berikut. Pertama, WTM merupakan sarana masyarakat untuk memenuhi kebutuhan pakaian dengan harga murah. Kedua, wacana tersebut merupakan salah satu bentuk penggunaan bahasa dalam komunikasi sehari-hari yang merupakan realisasi nyata dari fungsi interaksional bahasa. Ketiga, berkaitan dengan pengajaran bahasa, wacana tersebut dapat digunakan sebagai contoh konkret penggunaan bahasa dalam komunikasi sehari-hari. Tinjauan pragmatik dipilih karena WTM dalam penelitian ini dikaji dari segi penggunaan bahasa dalam komunikasi.

Masalah-masalah yang dipecahkan dalam penelitian ini ialah (1) bagaimanakah struktur WTM dalam jual-beli pakaian di pasar Beringharjo Yogyakarta?, (2) tindak tutur apa saja yang terdapat dalam WTM dalam jual-beli pakaian di pasar Beringharjo Yogyakarta?, dan (3) bagaimanakah penerapan prinsip-prinsip percakapan dalam WTM dalam jual-beli pakaian di pasar Beringharjo Yogyakarta? Teori-teori yang digunakan untuk memecahkan masalah-masalah itu ialah teori mengenai wacana, register, dan pragmatik yang mencakup teori tentang tindak tutur dan implikatur percakapan.

Penelitian ini menggunakan tiga tahap, yaitu (1) tahap pengumpulan data, (2) tahap analisis data, dan (3) tahap penyajian hasil analisis. Data dikumpulkan dengan menggunakan metode simak dengan teknik rekam dan catat. Metode kontekstual digunakan untuk menganalisis data. Metode informal digunakan untuk memaparkan hasil analisis data.

Populasi penelitian ini adalah keseluruhan tuturan penjual dan pembeli di pasar Beringharjo Yogyakarta saat tawar-menawar. Sampel penelitian ini adalah tuturan penjual

PLAGIAT MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

dan pembeli saat tawar-menawar yang terjadi selama bulan Mei sampai dengan bulan Juli 1999.

Temuan dalam penelitian ini adalah (1) struktur WTM yang terdiri dari tiga bagian yaitu (a) bagian pembuka, (b) bagian isi, dan (c) bagian penutup; (2) tindak tutur yang terdapat dalam WTM adalah (a) tindak lokusi, (b) tindak ilokusi, dan (c) tindak perlokusi. Tindak tutur yang sering digunakan adalah tindak tutur ilokusi dan perlokusi. Melalui tindak tutur tersebut penjual dan pembeli saling menyatakan keluhan, meminta, menawar, membujuk, dan meyakinkan satu sama lain; (3) terjadi pelanggaran terhadap pelaksanaan prinsip-prinsip percakapan yang meliputi prinsip kerja-sama (PK) dan prinsip sopan santun (PS). Maksim yang tidak dilanggar pada PK adalah maksim kualitas dan pada PS maksim simpati. Terdapat sedikitnya enam alasan terjadinya pelanggaran maksim-maksim dalam PK dan PS, yaitu: (a) penjual menginginkan keuntungan yang besar, (b) pembeli menginginkan pakaian dengan harga murah, (c) penjual mengeluh kepada pembeli, (d) pembeli menunjukkan sikap tidak percaya kepada penjual, (e) penjual membujuk pembeli, dan (f) penjual meminta pembeli menaikkan harga tawarannya.

Penelitian terhadap WTM ini dapat ditindaklanjuti dengan penelitian terhadap fenomena pragmatik yang lain yaitu deiksis dan praanggapan agar analisis secara pragmatik menjadi lebih lengkap. WTM dapat juga diteliti secara struktural untuk mengetahui pilihan kata, bentuk bahasa, gaya bahasa, cara penyampaian isi wacana berdasar jenis kalimat, dan hubungan antarsatuan klausa dan kalimat.

Hasil dari penelitian terhadap WTM ini dapat dimanfaatkan oleh guru bahasa sebagai bahan pembelajaran bahasa Indonesia karena sesuai dengan pendekatan komunikatif yang terdapat dalam kurikulum 1994.

ABSTRACT

Rinawati, Christina. 2000. *Bargaining Discourse in Clothes Trade in Beringharjo Market Yogyakarta: A Pragmatic Approach*. Thesis S-1 PBSID FKIP. Yogyakarta: Sanata Dharma University

This research reviewed the bargaining discourse (henceforth abbreviated into BD) in clothes trade in Beringharjo market Yogyakarta in pragmatic approach. There are some reasons in choosing this topic. Firstly, BD is a public means to meet the need of clothes at the low price. Secondly, the discourse is one form of language used in daily communication as a significant realization of language interactional function. Third, related to the language instruction, the discourse can be used as a concrete example of language use in daily communication. Pragmatic approach is chosen since BD in this research is examined from the language use point of view in communication.

The issues solved in this research are (1) What the BD structure in the clothes trade in Beringharjo market Yogyakarta is; (2) What the speech acts by BD in clothes trade in Beringharjo market Yogyakarta are; (3) How the conversation principles applied on BD by clothes trade in Beringharjo market Yogyakarta are. The theories used to solve the issues are theory of discourse and pragmatics including theories of speech acts and conversation implicature.

This study used three stages, namely: (1) data collection stage, (2) data analysis stage and (3) analysis results presentation stage. The data were collected by using observation method by recording and writing down. The contextual method was used to analyze the data. The informal method is used to describe the data analysis results.

Population of this study are the entire speeches of sellers and buyers in the Beringharjo market Yogyakarta while bargaining the price. The samples are speeches of seller and buyer in the bargaining session occurring from May to July 1999.

PLAGIAT MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

The findings of the study are as follows: (1) structure of BD consists of three parts, there are (a) introduction, (b) content and (c) closing; (2) speech acts in BD are (a) locutionary acts, (b) ilocutionary acts, and (c) perlocutionary acts. Conversation speech acts commonly are used ilocutionary and perlocutionary speech acts. Through the speech acts buyer and seller conceive the complaints, demand, bargain, persuade and convince each other; (3) There are violations over the implementation of conversation principles covering cooperative principle (CP) and politeness principles (PP). The not violated maxim at CP is quality maxim and at PP is sympathy. There are at least six reasons for the maxim violations to happen at CP and PP, namely: (a) the seller wants a large profit, (b) the buyer wants clothes at a lower price, (c) the seller complains over the buyer, (d) the buyer shows the feeling of not believing on the seller, (e) the seller persuades the buyer, and (f) the seller asks the buyer to increase the bargain price.

The study on BD can be followed up by a study on other pragmatic phenomenas, namely deixis and presupposition so that the pragmatic analysis will be more complete. BD can be studied structurally to know the words choice, language form, language style, the way of asserting the discourse content according to the sentence type, and interclause and inter-sentence relationship.

The result of this study on BD can be useful for language teacher as the subject material of Indonesia language since it is appropriate with the communicative approach in the 1994 Curriculum.

KATA PENGANTAR

Pujian, hormat, dan kemuliaan bagi DIA yang selalu setia menganugerahkan kasih, rahmat dan perlindunganNya bagi penulis sehingga akhirnya dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul *“Wacana Tawar-menawar dalam Jual-beli Pakaiian di Pasar Beringharjo Yogyakarta: Suatu Tinjauan Pragmatik.”*

Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Pendidikan Program Studi Pendidikan Bahasa, Sastra Indonesia, dan Daerah pada Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Sanata Dharma.

Dalam menyelesaikan skripsi ini penulis mendapat banyak bantuan dari berbagai pihak baik secara langsung maupun tidak langsung, oleh karena itu penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. A.M. Slamet Soewandi selaku dosen pembimbing, Ketua Jurusan Pendidikan Bahasa dan Seni, sekaligus Ketua Program Studi Pendidikan Bahasa, Sastra Indonesia, dan Daerah yang telah membimbing penulis dengan penuh kesabaran dan ketelitian dari awal hingga akhir penulisan skripsi ini;
2. Dr. Paul Suparno, S.J.,M.S.T., selaku Dekan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan yang telah memberikan kesempatan dan berbagai kemudahan berkaitan dengan penyusunan skripsi ini;
3. Bapak/Ibu Dosen Program Studi Pendidikan Bahasa, Sastra Indonesia, dan Daerah yang telah berbagi ilmu dengan penulis hingga penulis dapat menyelesaikan studi di Universitas Sanata Dharma;

PLAGIAT MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

4. Karyawan/karyawati Sekretariat Program Studi (terutama untuk Mbak Agnes yang manis) dan Perpustakaan Pusat USD (terutama untuk Mbak Susan yang ramah) yang telah memberikan bantuannya selama proses penyusunan skripsi ini;
5. Bapak, Ibu, Adik-adikku, dan *my little lover* “Iyo” yang senantiasa memberikan dukungan dengan penuh kasih, sayang, perhatian, doa, dan kesabaran.
6. Orang-orang pasar terutama Mas Tono, Mbak Yuli, Mbak Sartini, Mbak Yeni, Mbak Puji, dan Bapak/Ibu Kuncoro atas kesediaannya membantu dalam pengumpulan data-data yang berkaitan dengan skripsi ini;
7. Sahabat-sahabatku terkasih: Tutut yang menemaniku ke pasar pertama kali, Elis atas bantuannya mentranskrip rekaman kaset, Golda, Ranti, dan Roostri atas bantuannya meminjamkan komputer, Mira atas kesediaannya menemaniku mengetik hingga larut malam, Mas Anton, Diah, Marcel, Lita, Vivi atas telepon-teleponnya menanyakan perkembangan skripsi ini, Domas atas kritiknya, Lilin, Ata, Ana, Lono, Berto, Uci, Uying, Tuti, Wawan, Weni, Andri, dan Anton atas kebersamaannya selama ini;
8. *My dear brother in Jesus Christ* Rere yang sejenak hadir memberikan dukungan saat aku mulai jenuh mengerjakan skripsi ini;
9. Sahabat-sahabatku di PBSID’94 dan adik-adik angkatan, rekan-rekan KOPMA USD, rekan-rekan KKN “*Sengerang*”, segenap kru KOMPAK Kumetiran dan MUDIKA Bumijo, serta semua pihak yang tidak dapat kami sebutkan satu-persatu yang telah membantu secara moril dan material selama pembuatan skripsi ini.

PLAGIAT MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu penulis akan berterima kasih atas kritik dan saran yang bersifat membangun dari semua pihak demi kebaikan dan kesempurnaan skripsi ini.

Akhirnya penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis dan semua pihak yang memerlukannya.

Yogyakarta, 25 Agustus 2000

Penulis





DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	iv
MOTO.....	v
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA.....	vi
ABSTRAK.....	vii
<i>ABSTRACT</i>	ix
KATA PENGANTAR.....	xi
DAFTAR ISI.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Variabel dan Batasan Istilah.....	5
1.5 Manfaat Penelitian.....	6
1.6 Sistematika Penyajian.....	7
BAB II LANDASAN TEORI.....	8
2.1 Penelitian Sebelumnya.....	8
2.2 Landasan Teori.....	9

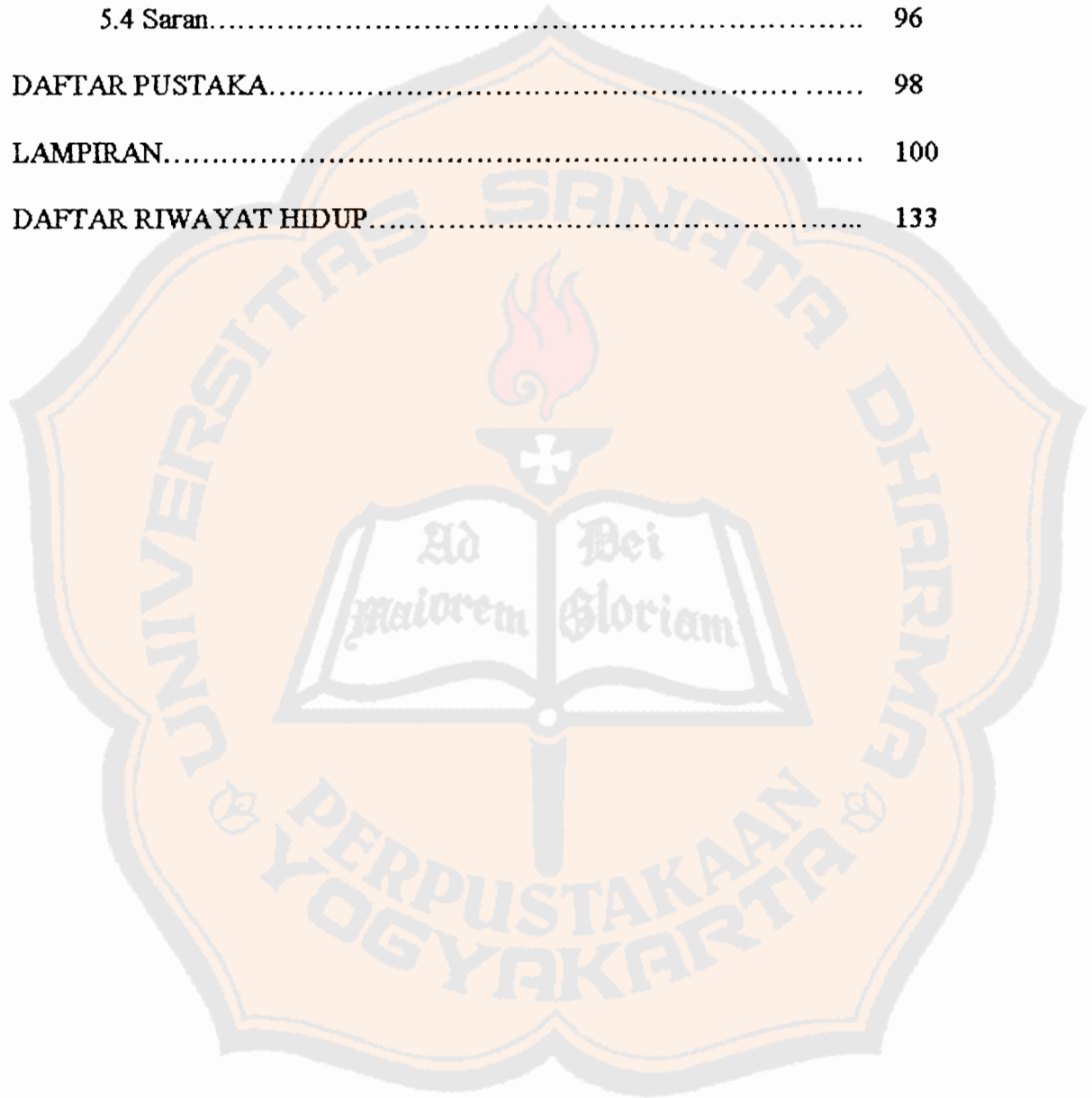
PLAGIAT MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

2.2.1 Pengertian Wacana.....	10
2.2.2 Jenis Wacana.....	11
2.2.3 Struktur Wacana.....	12
2.2.4 Pragmatik.....	13
2.2.4.1 Tindak Tutur.....	15
2.2.4.2 Implikatur Percakapan.....	18
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	24
3.1 Jenis Penelitian.....	24
3.2 Populasi dan Sampel Penelitian.....	24
3.3 Prosedur Penelitian.....	25
3.3.1 Metode Pengumpulan Data.....	25
3.3.2 Metode Analisis Data.....	26
3.3.2 Metode Penyajian Hasil Analisis Data.....	26
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	28
4.1 Hasil Analisis Struktur WTM.....	28
4.1.1 Bagian Pembuka WTM.....	29
4.1.2 Bagian Isi atau Tubuh WTM.....	33
4.1.3 Bagian Penutup atau Akhir WTM.....	35
4.2 Hasil Analisis Tindak Tutur dalam WTM.....	43
4.2.1 Tindak Lokusi dalam WTM.....	43
4.2.2 Tindak Ilokusi dalam WTM.....	45
4.2.2.1 Tindak Ilokusi pada Bagian Awal WTM	46

4.2.2.2 Tindak Illokusi pada Bagian Isi atau Tubuh WTM.....	47
4.2.2.3 Tindak Illokusi pada Bagian Penutup WTM.....	52
4.2.3 Tindak Perlokusi dalam WTM.....	54
4.2.3.1 Tindak Perlokusi pada Awal WTM.....	54
4.2.3.2 Tindak Perlokusi pada Bagian Isi atau Tubuh WTM.....	58
4.2.3.3 Tindak Perlokusi pada Bagian Penutup WTM.....	60
4.3 Hasil Analisis Implikatur Percakapan dalam WTM.....	61
4.3.1 Pelaksanaan Prinsip Kerja Sama dalam WTM.....	61
4.3.1.1 Pelaksanaan Maksim Kuantitas dalam WTM.....	62
4.3.1.2 Pelaksanaan Maksim Kualitas dalam WTM.....	65
4.3.1.3 Pelaksanaan Maksim Relevansi dalam WTM.....	66
4.3.1.4 Pelaksanaan Maksim Pelaksanaan dalam WTM.....	70
4.3.2 Pelaksanaan Prinsip Sopan Santun dalam WTM..	71
4.3.2.1 Pelaksanaan Maksim Kearifan	

dalam WTM.....	72
4.3.2.2 Pelaksanaan Maksim Kederawanan	
dalam WTM.....	76
4.3.2.3 Pelaksanaan Maksim Pujian dalam WTM	77
4.3.2.4 Pelaksanaan Maksim Kerendahan Hati	
dalam WTM.....	81
4.3.2.5 Pelaksanaan Maksim Kesepakatan	
dalam WTM.....	84
4.3.2.6 Pelaksanaan Maksim Simpati dalam WTM	88
BAB V PENUTUP.....	90
5.1 Kesimpulan.....	90
5.2 Relevansi Hasil Penelitian Ini terhadap Pembelajaran Bahasa	
di SMU.....	93
5.2.1 Relevansi Hasil Penelitian Ini terhadap Butir Pem-	
belajaran “Menemukan dan Membedakan Ragam	
Bahasa Tulis dan Ragam Bahasa Lisan.”.....	93
5.2.2 Relevansi Hasil Penelitian Ini terhadap Butir Pem-	
belajaran “Menemukan dan Membedakan Ragam	
Bahasa Resmi dan Ragam Bahasa tak Resmi Baik	
Lisan maupun Tulis.”.....	94
5.2.3 Relevansi Hasil Penelitian Ini terhadap Butir Pem-	
belajaran “Mengungkapkan Pendapat, Gagasan,	

Pengalaman, atau Perasaan yang Sama dengan	
Berbagai Cara dan Berbagai Bentuk Kalimat.....	95
5.3 Implikasi.....	96
5.4 Saran.....	96
DAFTAR PUSTAKA.....	98
LAMPIRAN.....	100
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	133



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Sebagai makhluk sosial manusia membutuhkan manusia lain untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Untuk menjalin hubungan dengan sesamanya tersebut, manusia membutuhkan suatu alat yang disebut bahasa.

Fungsi bahasa yang paling utama ialah untuk komunikasi yaitu alat perhubungan dan pergaulan sesama manusia. Komunikasilah yang memungkinkan terjadinya sistem sosial atau masyarakat (Nababan, 1984:48). Dengan demikian setiap masyarakat dipastikan memiliki dan menggunakan alat komunikasi sosial tersebut. Tidak ada masyarakat tanpa bahasa dan tidak ada pula bahasa tanpa masyarakat (Soeparno, 1993:5).

Sebagai anggota masyarakat kita tentu berkomunikasi dengan berbagai pihak yang berbeda-beda sifat dan kebiasaannya. Berkaitan dengan hal itu kita semakin dituntut untuk dapat berkomunikasi dengan baik (Supardo, 1988:44). Dalam kehidupan sehari-hari masyarakat pada umumnya lebih mengutamakan keberhasilan dalam komunikasi dengan menggunakan bahasa lewat ujaran-ujaran yang komunikatif dengan memperhatikan situasi dan kondisi interaksi yang sedang berlangsung daripada mementingkan kegramatikalannya ujaran mereka (Kartomiharjo, 1993:147).

Dalam kehidupan sehari-hari kita dapat menjumpai berbagai aktivitas manusia yang menggunakan bahasa. Penggunaan bahasa dalam aktivitas yang satu berbeda dengan penggunaan bahasa dalam aktivitas yang lain. Sebagai contoh pembicaraan antara teman-teman yang akrab di sebuah warung akan berbeda dengan pembicaraan antara kepala

kantor dengan karyawan-karyawannya dalam suatu rapat. Oleh karena itu kemudian timbul penggunaan bahasa secara khusus. Kekhususan ini terutama disesuaikan dengan konteks wacana yang dibicarakan. Penggunaan bahasa secara khusus tersebut disebut register (Poedjosudarmo, 1982:41) yaitu variasi bahasa yang ditentukan oleh penggunaannya di dalam situasi yang khas untuk maksud tertentu (Yule, 1987:194 *via* Supardo, 1988:41). Dengan demikian terdapatlah berbagai macam register dalam suatu masyarakat tutur, seperti register tawar-menawar, bertengkar, berdiskusi, dan bersendau-gurau.

Wacana tawar-menawar (selanjutnya disingkat WTM) merupakan salah satu bentuk register yang menarik untuk diteliti. WTM dapat dikategorikan sebagai register karena penggunaan bahasa dalam WTM bersifat khusus. WTM hanya dapat kita temui pada saat terjadi transaksi jual-beli oleh seorang penjual dengan pembelinya.

Berdasarkan uraian di atas, penulis tertarik untuk meneliti WTM dalam jual-beli pakaian di pasar Beringharjo Yogyakarta secara pragmatik. Sepengetahuan penulis, penelitian terhadap hal tersebut belum pernah dilakukan sehingga terbuka kesempatan bagi penulis untuk menelitinya. Wacana yang diteliti berupa dialog antara penjual pakaian dan pembeli pada saat melakukan kegiatan tawar-menawar.

Pertimbangan penulis memilih WTM dalam jual-beli pakaian berdasarkan tiga pertimbangan. Pertama, WTM merupakan sarana masyarakat untuk memenuhi kebutuhan akan pakaian dengan harga murah. Untuk memperoleh pakaian dengan harga murah, masyarakat memilih pasar sebagai tempat untuk membeli pakaian karena selain harganya lebih murah dari yang dijual di toko, mereka juga dapat menawar dengan harga yang diinginkannya. Dari pihak penjual melalui tawar-menawar mereka dapat menarik keuntungan yang lebih besar dibandingkan dengan menetapkan harga tetap sebelumnya.

Kedua, wacana tersebut merupakan salah satu bentuk penggunaan bahasa dalam komunikasi sehari-hari. Sebagai suatu bentuk komunikasi, WTM merupakan suatu realisasi nyata dari fungsi interaksional bahasa. Ketiga, berkaitan dengan pengajaran bahasa, WTM dapat digunakan sebagai contoh konkret penggunaan bahasa dalam komunikasi sehari-hari.

Penulis memilih pasar Beringharjo sebagai tempat penelitian berdasarkan dua alasan. Pertama, pasar tersebut merupakan pasar terbesar, terlengkap, dan termurah di Yogyakarta sehingga menjadi pusat perbelanjaan yang ramai dikunjungi orang. Sebagai pusat perbelanjaan, kegiatan tawar-menawar dalam jual-beli pakaian di pasar tersebut lebih sering ditemui dibandingkan dengan pasar-pasar yang lain. Kedua, pasar tersebut terletak di kota Yogyakarta sehingga mudah dijangkau oleh peneliti.

Penulis memilih tinjauan secara pragmatik karena WTM dalam penelitian ini akan dikaji dari segi penggunaan bahasa dalam komunikasi. Penggunaan bahasa dalam WTM, menarik untuk diteliti karena melalui bahasa seorang penjual berusaha mempengaruhi pembeli untuk membeli barang dagangannya dengan harga yang ditentukan. Demikian pula seorang pembeli melalui kegiatan tawar-menawar berusaha mempengaruhi penjual untuk memberikan barang yang diinginkannya dengan harga murah. Dengan demikian dapat dikatakan WTM terdiri dari tuturan-tuturan antara penjual dan pembeli yang memiliki maksud-maksud tertentu di balik tuturan yang dihasilkan. Dengan pragmatik fungsi hakiki bahasa sebagai alat untuk menyampaikan informasi dan menyembunyikan berbagai maksud dalam WTM akan lebih terpahami. Dalam penelitian ini maksud tuturan penjual dan pembeli dalam WTM dapat dijelaskan dengan meneliti berbagai tindak tutur yang terdapat dalam wacana tersebut.

Percakapan antara penjual dan pembeli dalam WTM dapat berjalan dengan lancar berkat adanya kerjasama di antara mereka. Kerjasama tersebut diwujudkan dengan mematuhi prinsip kerjasama dengan segala maksimnya yang akan menuntun mereka menggunakan bahasa secara efisien dan efektif. Teori prinsip kerjasama Grice yang terjabar dalam berbagai maksim akan memberikan pemahaman bagaimana seharusnya penutur memberikan kontribusi secara wajar dalam pertuturan dan implikasi-implikasi apa yang hendak dikemukakan oleh penutur bila penyimpangan maksim-maksim percakapan dilakukan (Wijana, 1996:68). Selain itu sebagai anggota masyarakat penjual dan pembeli berkewajiban untuk memelihara hubungan yang baik di antara mereka dengan menaati prinsip kesopanan dengan berbagai maksimnya yang akan memberikan tuntunan tentang cara-cara bertutur secara sopan (Wijana, 1996:68). Berkaitan dengan hal tersebut penelitian ini akan meneliti bagaimana penerapan prinsip-prinsip percakapan yang terdapat dalam WTM di pasar Beringharjo di Yogyakarta.

Akhirnya penelitian terhadap WTM di pasar Beringharjo menjadi kurang lengkap apabila struktur wacananya belum diketahui. Oleh karena itu analisis terhadap struktur wacana juga diperlukan untuk mendeskripsikan bagian-bagian WTM. Dengan menganalisis struktur wacana dapat diketahui bagian-bagian yang mutlak ada dan bagian-bagian yang tidak mutlak ada dalam WTM dalam jual-beli pakaian di pasar Beringharjo Yogyakarta.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan di atas maka masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah :

- 1.2.1 Bagaimanakah struktur WTM dalam jual-beli pakaian di pasar Beringharjo Yogyakarta?
- 1.2.2 Tindak tutur apa saja yang terdapat dalam WTM dalam jual-beli pakaian di pasar Beringharjo Yogyakarta?
- 1.2.3 Bagaimanakah penerapan prinsip-prinsip percakapan dalam WTM dalam jual-beli pakaian di pasar Beringharjo Yogyakarta?

1.3 Tujuan Penelitian

Sejalan dengan masalah-masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini maka tujuan yang ingin dicapai adalah :

- 1.3.1 Mendeskripsikan struktur WTM dalam jual-beli pakaian di pasar Beringharjo Yogyakarta.
- 1.3.2 Mendeskripsikan macam-macam tindak tutur yang terdapat dalam WTM dalam jual-beli pakaian di pasar Beringharjo Yogyakarta.
- 1.3.3 Mendeskripsikan penggunaan prinsip-prinsip percakapan yang terdapat dalam WTM dalam jual-beli pakaian di pasar Beringharjo Yogyakarta.

1.4 Variabel dan Batasan Istilah

Variabel yang diteliti dalam penelitian ini adalah struktur WTM, macam-macam tindak tutur, dan prinsip-prinsip percakapan. Agar pemahaman terhadap istilah-istilah dalam penelitian ini sama, penulis mencoba mendefinisikan istilah-istilah yang akan menimbulkan banyak penafsiran. Istilah-istilah yang perlu dibatasi adalah *tawar-menawar*, *wacana*, dan *pragmatik*.

Tawar-menawar: Proses interaksi antara penjual dan pembeli dalam menentukan kesepakatan harga suatu barang.

Wacana : Tuturan beruntun yang dihasilkan dari proses komunikasi berkesinambungan antar penutur (Hartman dan Stork, 1976 *via* Baryadi 1989:1).

Pragmatik : Cabang ilmu bahasa yang mempelajari struktur bahasa secara eksternal, yakni bagaimana satuan kebahasaan itu digunakan dalam komunikasi (Wijana, 1996:1).

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

- 1.5.1 Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah khazanah penelitian tentang wacana khususnya WTM berdasarkan tinjauan pragmatik.
- 1.5.2 Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi guru dalam memberikan contoh variasi bahasa yang terdapat dalam kehidupan sehari-hari khususnya register tawar-menawar kepada siswanya.
- 1.5.3 Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi bagi guru dalam menjelaskan bahwa bentuk bahasa tidak selalu sama dengan isi atau pesan komunikatifnya.
- 1.5.4 Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi bagi guru tentang prinsip-prinsip percakapan sehingga dapat digunakan dalam membimbing siswanya belajar menggunakan bahasa secara efektif dan efisien.

1.6 Sistematika Penyajian

Penelitian ini disusun dalam beberapa bab. Bab I merupakan bab pendahuluan yang berisi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, perumusan variabel dan pembatasan istilah, manfaat penelitian, dan sistematika penyajian.

Bab II berisi landasan teori yang memuat penelitian sebelumnya dan kajian teori yang sesuai dengan masalah-masalah yang akan diteliti. Kajian teori yang dikemukakan meliputi teori tentang (1) wacana yang merupakan objek penelitian, ~~(2) register~~, dan (2) pragmatik yang mencakup teori tentang tindak tutur dan implikatur percakapan.

Bab III merupakan bab tentang metode penelitian yang berisi cara dan prosedur yang akan ditempuh peneliti. Bab ini meliputi jenis penelitian, populasi dan sampel penelitian, dan prosedur penelitian. Prosedur penelitian meliputi metode pengumpulan data, metode analisis data, dan metode penyajian hasil analisis data.

Bab IV merupakan bab yang memuat hasil analisis data yang telah dikaji secara mendalam. Selain itu bab ini juga berisi pemecahan terhadap masalah-masalah yang ada.

Bab V merupakan bab kesimpulan yang terdiri dari kesimpulan hasil analisis data, relevansi penelitian terhadap pembelajaran bahasa Indonesia di SMU, implikasi dan saran untuk penelitian selanjutnya terhadap hal-hal yang belum dikaji dalam penelitian ini.

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Penelitian Sebelumnya

Penelitian terhadap penggunaan bahasa dalam kehidupan sehari-hari khususnya penggunaan bahasa di pasar pernah dilakukan oleh Rahardi (1996) yang meneliti wacana jual-beli sandang. Wacana jual-beli yang diteliti oleh Rahardi dikhususkan pada wacana jual-beli sandang pada masyarakat tutur bilingual dan diglosik di wilayah Kotamadya Yogyakarta. Secara khusus Rahardi meneliti tentang penggunaan kode dan alih kode yang terdapat dalam wacana jual-beli sandang.

Menurut Rahardi bahasa yang digunakan dalam wacana jual-beli sandang pada masyarakat tutur bilingual dan diglosik di wilayah Kotamadya Yogyakarta meliputi bahasa Jawa, bahasa Indonesia, dan bahasa asing. Dalam wacana jual-beli sandang yang menggunakan bahasa Jawa terlihat adanya penggunaan tingkat tutur yang meliputi *ngoko*, *madya*, dan *krama*. Tingkat tutur *ngoko* lebih banyak digunakan oleh pembeli karena biasanya mereka menganggap diri berstatus sosial lebih tinggi daripada penjual. Hal tersebut sejalan dengan pepatah Jawa yang berbunyi "*Wong tuku kuwi ratu*". Sedangkan tingkat tutur *madya* dan *krama* banyak digunakan penjual karena keinginan untuk menghormati pembeli yang dianggap lebih mampu dan lebih tinggi status sosialnya.

Selanjutnya Rahardi juga menjelaskan tentang adanya alih kode dalam wacana jual-beli sandang. Alih kode dalam wacana jual-beli sandang pada masyarakat tutur bilingual dan diglosik di wilayah Kotamadya Yogyakarta dapat berupa alih bahasa dan alih tingkat tutur. Alih kode yang berwujud alih bahasa dapat berupa peralihan dari bahasa Jawa ke

bahasa Indonesia dan sebaliknya, dari bahasa Indonesia ke bahasa asing dan sebaliknya, bahasa Jawa ke bahasa asing dan sebaliknya. Alih tingkat tutur dapat berupa alih tingkat tutur dari *ngoko* ke *madya*, *madya* ke *ngoko*, *krama* ke *ngoko*, dan *ngoko* ke *krama*. Hanya alih kode yang melibatkan tingkat tutur *ngoko* dan *madya* sajalah yang terjadi cukup dominan dalam penelitian ini. Menurut Rahardi peralihan itu ternyata tidak terjadi tanpa arah, melainkan dengan arah yang cukup jelas. Kode dapat beralih dari yang berstatus rendah kepada yang berstatus tinggi. Disamping itu dapat juga kode beralih dari yang berstatus tinggi kepada yang berstatus rendah. Arah kode ini sangat ditentukan oleh maksud dari para penutur dalam hal ini penjual dan pembeli dalam bertutur. Rahardi juga menambahkan bahwa alih kode-alih kode yang ditemukan dalam penelitian ini ternyata semuanya memiliki alasan.

Terdapat sedikitnya delapan alasan terjadinya alih kode dalam wacana jual-beli sandang, yaitu (1) rasa jengkel kepada pembeli, (2) rasa jengkel kepada penjual, (3) pembeli memiliki maksud tertentu yang tersembunyi, (4) keinginan menyesuaikan kode yang digunakan pembeli, (5) menunjukkan ekspresi keterkejutan dari si pembeli, (6) adanya kehadiran pembeli lain, (7) penjual ingin berpura-pura kepada si pembeli, dan (8) penjual ingin mengajak bergurau dengan pembeli.

2.2 Landasan Teori

Terdapat dua hal yang perlu diuraikan di sini sebagai dasar berpijak analisis penelitian ini, yaitu (1) wacana dan (2) pragmatik yang mencakup teori tindak tutur dan implikatur percakapan. Teori tentang wacana dikemukakan karena objek penelitian berupa wacana yaitu WTM dalam jual-beli pakaian di pasar Beringharjo Yogyakarta. Teori

tentang pragmatik dikemukakan karena kajian yang dipilih untuk menganalisis WTM dalam penelitian ini adalah secara pragmatik dengan menitikberatkan pada tindak tutur dan implikatur percakapan.

2.2.1 Pengertian Wacana

Dalam pengertian luas, wacana adalah rentangan ujaran yang berkesinambungan. Wacana tidak hanya terdiri dari untaian ujaran atau kalimat yang secara gramatikal teratur rapi (Carlson, 1983:xiii-xiv *via* Tarigan, 1993:23-24). Kalimat-kalimat yang disusun dalam wacana bukanlah kalimat yang lepas-lepas dan tidak berhubungan, melainkan saling berkaitan yang menghubungkan proposisi satu dengan proposisi yang lain (Moeliono, 1988:334).

Definisi yang hampir sama dengan definisi di atas tapi lebih lengkap dikemukakan oleh Hartman dan Stork (1976 *via* Baryadi, 1989:1) yang mendefinisikan wacana sebagai tuturan beruntun yang dihasilkan dari proses komunikasi berkesinambungan antar penutur. Penutur berusaha menyampaikan pesan kepada lawan tutur. Lawan tutur berusaha menangkap pesan yang disampaikan oleh penutur. Reaksi lawan tutur berupa ujaran yang merupakan tanggapan balik terhadap penutur. Arus ujaran yang berkesinambungan ini merupakan wacana.

Kridalaksana (1984:208) mendefinisikan wacana sebagai satuan bahasa terlengkap dan tertinggi dalam hierarki gramatika. Wacana ini direalisasikan dalam bentuk karangan utuh (novel, buku, seri ensiklopedia, dan sebagainya), paragraf, kalimat, atau kata yang membawa amanat lengkap. Sedangkan Stubbs *via* Tarigan (1993:25) mendefinisikan

wacana sebagai unit-unit linguistik yang lebih besar daripada kalimat atau klausa, seperti pertukaran-pertukaran percakapan atau teks-teks tertulis.

Dari banyaknya batasan yang dikemukakan para ahli di atas, penulis menggunakan pengertian wacana yang dikemukakan oleh Hartman dan Stork karena relevan dengan penelitian ini. WTM dalam penelitian ini terbentuk dari tuturan beruntun antara penjual dan pembeli secara berkesinambungan.

2.2.2 Jenis Wacana

Wacana-wacana dapat diklasifikasikan dengan berbagai cara tergantung dari sudut pandang kita. Menurut Tarigan (1993:52) wacana dapat diklasifikasikan berdasarkan media, sarana pengungkapan, dan cara penuturan.

Berdasarkan media yang digunakan untuk mewujudkannya, dapat dikemukakan dua jenis wacana yaitu wacana tulis dan wacana lisan. Wacana tulis adalah wacana yang disampaikan secara tertulis, melalui media tulis. Untuk menerima, memahami atau menikmati wacana tulis ini maka penerima harus membacanya. Sedangkan wacana lisan adalah wacana yang disampaikan secara lisan, melalui media lisan. Untuk menerima, memahami, atau menikmati wacana lisan ini maka penerima harus menyimak atau mendengarnya (Tarigan, 1987:52).

Berdasarkan sarana pengungkapan dapat dikemukakan dua jenis wacana yaitu wacana langsung dan tidak langsung. Wacana langsung adalah wacana yang sebenarnya dibatasi oleh intonasi dan pungtuasi. Sedangkan wacana tidak langsung adalah pengungkapan kembali wacana tanpa mengutip harfiah kata-kata yang digunakan oleh

pembicara dengan menggunakan konstruksi gramatikal atau kata tertentu, antara lain dengan klausa subordinatif dan kata bahwa (Kridalaksana, 1984:208-209).

Berdasarkan cara penuturan, dapat dikemukakan dua jenis wacana yaitu wacana pembeberan dan wacana penuturan. Wacana pembeberan (*expository discourse*) adalah wacana yang tidak mementingkan waktu dan penutur, berorientasi pada pokok pembicaraan, dan bagian-bagiannya dilihat secara logis. Sedangkan wacana penuturan (*narrative discourse*) adalah wacana yang mementingkan urutan waktu, dituturkan oleh persona pertama dan persona ketiga dalam waktu tertentu, berorientasi pada pelaksanaan, dan seluruh bagian-bagiannya dilihat secara kronologi (Kridalaksana, 1984:208).

Menurut Baryadi (1989:4) berdasarkan tujuan pembuatan wacana, wacana dapat dibedakan menjadi 16 jenis wacana. Keenam belas wacana tersebut yaitu: (1) wacana dialog, (2) wacana percakapan, (3) wacana eksposisi, (4) wacana epistolari, (5) wacana informatif, (6) wacana prosedural, (7) wacana persuasif, (8) wacana identitas, (9) wacana dokumentatif, (10) wacana horatori, (11) wacana lagu, (12) wacana karikatur, (13) wacana doa, (14) wacana narasi, (15) wacana puisi, dan (16) wacana humor.

Berdasarkan klasifikasi wacana di atas, WTM dalam penelitian ini merupakan wacana lisan apabila dilihat dari media yang digunakan untuk mewujudkannya. Berdasarkan sarana pengungkapan, WTM merupakan wacana langsung. Berdasarkan tujuan pembuatan wacana, WTM merupakan wacana dialog.

2.2.3 Struktur Wacana

Wacana yang ideal menurut Tarigan (1987:32) terdiri dari (1) bagian awal (*abstrak*), (2) bagian tengah (*orientasi*), dan (3) bagian akhir (*koda*). Pendapat yang sama

dikemukakan juga oleh Luxemburg dkk. (1992:100-104) yang mengatakan bahwa wacana memiliki bagian-bagian sesuai dengan struktur retorisnya yaitu (1) bagian awal (*exordium*), (2) bagian pemaparan (*narrative*), dan (3) bagian tamat (*peroratio*). Poedjosoedarmo (1985:94-95) mengemukakan bahwa bentuk wacana seperti surat dinas, perundang-undangan, percakapan dengan telepon, telegram, pidato, dan tajuk rencana surat kabar mempunyai struktur yang kurang lebih mapan, yaitu (1) sapaan, (2) salam, (3) introduksi, (4) isi, dan (5) penutup.

Bagian awal wacana berisi tema atau masalah pokok yang akan ditampilkan dalam sebuah wacana. Dalam wacana percakapan, bagian ini merupakan salam pembuka atau sapaan. Bagian isi atau tubuh berisi pesan atau informasi inti sebuah wacana. Jika hal yang diinformasikan atau dibicarakan telah tersirat pada bagian awal wacana, bagian ini merupakan penjelasan atau keterangan lebih lanjut dari apa yang telah tersirat itu. Bagian penutup berisi penegasan atau kesimpulan dari sebuah wacana, sesuai dengan tujuan atau maksud pembicara dan pendengar. Bagian ini dalam wacana tertentu berupa salam penutup, bukan merupakan kesimpulan atau pesan akhir (Harjanti, 1996:13).

Dalam penelitian ini WTM akan diteliti struktur wacananya untuk mendeskripsikan bagian-bagian WTM. Dengan menganalisis struktur wacana dapat diketahui bagian-bagian apa yang mutlak ada dan bagian-bagian yang tidak mutlak ada dalam WTM dalam jual-beli pakaian di pasar Beringharjo Yogyakarta.

2.2.4 Pragmatik

Pragmatik merupakan cabang ilmu bahasa yang semakin dikenal pada masa sekarang ini walaupun pada kira-kira dua dasawarsa silam ilmu ini jarang atau hampir

tidak disebut oleh para ahli bahasa. Hal ini dilandasi oleh semakin sadarnya para linguis bahwa upaya menguak hakikat bahasa tidak akan membawa hasil yang diharapkan tanpa didasari pemahaman terhadap pragmatik, yakni bagaimana bahasa itu digunakan dalam komunikasi (Wijana, 1996:3-4). Pragmatik yang berkembang saat ini yang mengubah orientasi linguistik di Amerika pada tahun 1970-an sebenarnya diilhami oleh karya filsuf seperti Austin (1962) dan Searle (1969) yang terkenal dengan teori tindak tuturnya (Wijana, 1996:5).

Beberapa ahli mencoba mendefinisikan pragmatik. Antara lain Parker (1986:11 via Wijana, 1996:2) yang mendefinisikan pragmatik sebagai berikut "*Pragmatics is distinct from grammar, which is study of the internal structure of language. Pragmatics is the study of how language is used to communicate*" (Pragmatik berbeda dengan tata bahasa yang mempelajari struktur kebahasaan secara internal. Pragmatik adalah studi tentang bagaimana bahasa digunakan dalam komunikasi.) Wijana (1996:1) mendefinisikan pragmatik sebagai cabang ilmu bahasa yang mempelajari struktur bahasa secara eksternal, yakni bagaimana satuan kebahasaan itu digunakan dalam komunikasi.

Levinson mendefinisikan pragmatik sebagai kajian dari hubungan antara bahasa dan konteks yang mendasari pengertian bahasa. Di sini "pengertian atau pemahaman bahasa" menunjuk kepada fakta bahwa untuk mengerti suatu ungkapan atau ujaran bahasa diperlukan juga pengetahuan di luar makna kata dan hubungan tata bahasanya, yakni hubungannya dengan konteks pemakaiannya (Nababan, 1987:20). Levinson juga berpendapat bahwa pragmatik adalah kajian tentang kemampuan pemakai bahasa untuk mengaitkan kalimat-kalimat dengan konteks-konteks yang sesuai bagi kalimat-kalimat itu

(Nababan, 1987:3). Sedangkan Leech (1993:8) mendefinisikan pragmatik sebagai studi tentang makna dalam hubungannya dengan situasi-situasi ujar.

Dari batasan-batasan yang telah ditentukan oleh para ahli di atas, dapatlah disimpulkan bahwa pragmatik merupakan suatu ilmu yang mempelajari bagaimana bahasa digunakan dalam komunikasi. Kancah yang dijelajahi oleh pragmatik sebagai bidang kajian linguistik (yang telah disepakati hingga kini) ada empat: (1) deiksis, (2) praanggapan (*presupposition*), (3) tindak ujaran (*speech acts*), dan (4) implikatur percakapan (*conversational implicature*) (Kaswanti Purwo, 1990:17). Berkaitan dengan masalah yang ingin diteliti dalam penelitian ini maka hanya akan dikemukakan teori yang relevan dengan masalah tersebut yaitu teori tentang tindak tutur dan implikatur percakapan.

2.2.4.1 Tindak Tutur

Di dalam menyatakan suatu kalimat seseorang tidak semata-mata menyatakan sesuatu dengan pengucapan kalimat itu. Di dalam pengucapan kalimat itu seseorang juga menindakkan sesuatu. Dengan pengucapan kalimat, "Mau minum apa?" seseorang tidak semata-mata menanyakan atau meminta jawaban tertentu tetapi juga menindakkan sesuatu yakni menawarkan minuman (Purwo, 1990:19-20).

Searle (1969 via Wijana, 1996:17-22) di dalam bukunya *Speech Acts: An Essay in The Philosophy of Language* mengemukakan bahwa secara pragmatik setidaknya-tidaknya ada tiga jenis tindakan yang dapat diwujudkan oleh seorang penutur, yaitu (1) tindak lokusi (*locutionary act*), (2) tindak ilokusi (*illocutionary act*), dan (3) tindak perlokusi (*perlocutionary act*).

Tindak lokusi adalah tindak tutur untuk menyatakan sesuatu. Tindak tutur ini disebut sebagai *the act of saying something*. Melalui tindak lokusi seseorang semata-mata hanya menginformasikan sesuatu tanpa tendensi untuk melakukan sesuatu, apabila untuk mempengaruhi lawan tuturnya. Sebagai contoh adalah kalimat (1) dan (2) berikut:

(1) Ikan paus adalah binatang menyusui.

(2) Jari tangan jumlahnya lima.

Melalui kalimat (1) dan (2) di atas, penutur semata-mata menginformasikan tentang termasuk jenis binatang apa ikan paus itu, dan berapa jumlah jari tangan.

Tindak ilokusi adalah tindak tutur untuk melaksanakan sesuatu atau disebut *the act of doing something*. Melalui tindak ilokusi seorang penutur tidak hanya menginformasikan sesuatu tetapi juga melakukan sesuatu sejauh situasi dipertimbangan secara seksama. Konsep tindak tutur ini berhubungan dengan konteks atau situasi ujaran. Situasi ujaran perlu mempertimbangkan: siapa penutur dan lawan tuturnya, kapan dan di mana tuturan itu terjadi, tujuan pertuturan, dan sebagainya. Konsep ini merupakan konsep yang penting dan merupakan bagian sentral untuk memahami tindak tutur (Wijana, 1996:19). Sebagai contoh:

(3) Saya tidak dapat datang.

(4) Ada anjing gila.

Kalimat (3) bila diutarakan oleh seseorang kepada temannya yang baru saja merayakan ulang tahun, tidak hanya berfungsi untuk menyatakan sesuatu, tetapi untuk melakukan sesuatu, yakni meminta maaf. Informasi ketidakhadiran penutur dalam hal ini kurang begitu penting karena besar kemungkinan lawan tutur sudah mengetahui hal itu. Kalimat (4) yang biasa ditemui di pintu pagar atau di bagian depan rumah pemilik anjing tidak

hanya berfungsi untuk membawa informasi, tetapi untuk memberi peringatan. Akan tetapi, bila ditujukan kepada pencuri, tuturan itu mungkin pula diutarakan untuk menakut-nakuti.

Tindak ilokusi membicarakan tentang maksud, fungsi, atau daya ujaran yang bersangkutan (Austin, 1962:164 *via* Harjanti, 1996:23). Pembicara mempunyai maksud yang lain dari ucapan atau ujaran yang ditujukan kepada lawan bicara. Pembicara berharap agar lawan bicara mengetahui maksud yang terkandung dalam ucapan tersebut. Searle (1979) *via* Leech (1993:164) memberikan klasifikasi tindak ilokusi menjadi lima kategori, yaitu: (1) asertif (*assertives*): ilokusi ini terikat pada kebenaran proposisi yang diungkapkan, misalnya, menyatakan, mengusulkan, membual, mengeluh, mengemukakan pendapat, dan melaporkan, (2) direktif (*directives*): ilokusi ini bertujuan menghasilkan suatu efek berupa tindakan yang dilakukan oleh petutur ilokusi ini, misalnya, memesan, memerintah, memohon, menuntut, dan memberi nasihat, (3) komisif (*commissives*): ilokusi ini terikat pada suatu tindakan di masa depan, misalnya, menjanjikan dan menawarkan, (4) ekspresif (*expressives*): ilokusi ini berfungsi mengungkapkan atau mengutarakan sikap psikologis penutur terhadap keadaan yang tersirat dalam ilokusi, misalnya, mengucapkan terima kasih, mengucapkan selamat, memberi maaf, mengecam, memuji, dan mengucapkan belasungkawa, dan (5) deklarasi (*declarations*): berhasilnya pelaksanaan ilokusi ini akan mengakibatkan adanya kesesuaian antara isi proposisi dengan realitas, misalnya, mengundurkan diri, membaptis, memecat, memberi nama, menjatuhkan hukuman, dan mengangkat pegawai.

Tindak perlokusi adalah tindak tutur yang pengutaraannya dimaksudkan untuk mempengaruhi lawan tutur. Tindak perlokusi ini disebut sebagai *the act of affecting someone*. Tindak tutur ini dapat meliputi sejumlah pengaruh seperti membujuk, menakut-

nakuti, membangkitkan semangat, mengganggu, meyakinkan, memberikan ide terhadap lawan tutur (Parker, 1986:11 *via* Lestari, 1998:16). Sebagai contoh:

(5) Kemarin saya sangat sibuk.

Kalimat (5) ini bila diutarakan oleh seseorang yang tidak dapat menghadiri undangan rapat kepada orang yang mengundangnya, merupakan tindak ilokusi untuk memohon maaf, dan perlokusi (efek) yang diharapkan adalah orang yang mengundang dapat memakluminya.

Dalam penelitian ini wacana tawar-menawar akan diteliti lokusi, ilokusi, dan perlokusinya. Dengan meneliti lokusi, ilokusi, dan perlokusinya, maksud tuturan penjual dan pembeli dalam WTM dalam jual-beli pakaian di pasar Beringharjo Yogyakarta dapat dijelaskan.

2.2.4.2 Implikatur Percakapan

Istilah implikatur digunakan oleh Grice (1979 *via* Brown dan Yule, 1983:31) untuk menerangkan apa yang mungkin diartikan, disarankan atau dimaksudkan oleh penutur yang berbeda dengan apa yang sebenarnya dikatakan oleh penutur. Konsep implikatur ini dikembangkan dalam teori penggunaan bahasa.

Dalam analisis wacana, arti implikatur percakapan diturunkan dari prinsip umum percakapan ditambah sejumlah konvensi atau maksim yang pada umumnya dipakai oleh seorang pembicara. Prinsip percakapan umum ini kemudian disebut prinsip kerja sama yang dikemukakan sebagai berikut:

“Berikanlah sumbangan Anda pada percakapan sebagaimana diperlukan, pada tahap terjadinya, oleh tujuan yang diterima atau arah pertukaran pembicaraan yang Anda terlibat di dalamnya (Grice, 1975:45 *via* Brown dan Yule, 1983:31).”

Grice (1975:45-47 via Wijana, 1996:46-53) mengemukakan bahwa di dalam rangka melaksanakan prinsip kerja sama itu, setiap penutur harus mematuhi empat maksim percakapan (*conversational maxim*) yakni; (1) maksim kuantitas, (2) maksim kualitas, (3) maksim relevansi, dan (4) maksim pelaksanaan. Wijana menjelaskan masing-masing maksim sebagai berikut.

Maksim kuantitas menghendaki setiap peserta pertuturan memberikan kontribusi yang secukupnya atau sebanyak yang dibutuhkan oleh lawan bicaranya. Misalnya penutur yang berbicara secara wajar tentu akan memilih (6) dibandingkan dengan (7).

(6) Tetangga saya hamil.

(7) Tetangga saya yang perempuan hamil.

Tuturan (7) melanggar maksim kuantitas karena penutur tidak kooperatif dengan memberikan kontribusi yang berlebih-lebihan. Setiap orang tentu tahu bahwa hanya wanitalah yang mungkin hamil. Tuturan (6) di samping lebih ringkas, juga tidak menyimpang dari nilai kebenaran.

Maksim kualitas mewajibkan setiap peserta percakapan menyatakan hal yang sebenarnya. Kontribusi peserta percakapan hendaknya didasarkan pada bukti-bukti yang memadai. Misalnya seseorang harus mengatakan ibu kota Indonesia Jakarta bukan kota-kota yang lain. Akan tetapi hal yang sebaliknya akan terjadi bila terdapat alasan-alasan pragmatis mengapa hal demikian bisa terjadi. Misalnya wacana (8) di bawah ini.

(8) + Ini sate ayam atau kambing

- Ayam berkepala kambing

Penutur (-) dalam wacana (8) tidak kooperatif karena melanggar maksim kualitas untuk maksud tertentu yaitu untuk melucu.

Maksim relevansi mengharuskan setiap peserta percakapan memberikan kontribusi yang relevan dengan masalah pembicaraan. Wacana (9) di bawah ini akan memberikan penjelasan lebih lanjut tentang maksim relevansi.

(9) + Pak, ada tabrak motor lawan truk di pertigaan depan.

- Yang menang apa hadiahnya?

Dalam wacana (9) di atas penutur (-) bersikap tidak kooperatif terhadap (+) karena melanggar maksim relevansi dengan mempersamakan peristiwa kecelakaan yang dilihat (+) dengan suatu kejuaraan. Tanggapan (-) tersebut tidak relevan dengan masalah pembicaraan.

Maksim pelaksanaan mengharuskan setiap peserta percakapan berbicara secara langsung, tidak kabur, tidak meragukan, dan tidak berlebih-lebihan serta runtut. Wacana di bawah ini akan memberikan penjelasan lebih lanjut tentang maksim pelaksanaan.

(10) Cara menggoreng tempe: bawang putih dan garam dihaluskan. Beri air sedikit dan masukkan tempe yang akan digoreng. Oleskan tempe dan goreng ke dalam minyak yang sudah dipanasi. Tunggu sampai matang dan angkat.

Dalam wacana di atas, penutur telah melaksanakan maksim pelaksanaan dengan memberikan penjelasan mengenai cara membuat tempe secara langsung, tidak kabur, tidak meragukan, tidak berlebih-lebihan, dan runtut.

Dalam penelitian ini prinsip kerja sama (selanjutnya disingkat PK) dijadikan dasar untuk meneliti wacana tawar-menawar dalam jual-beli pakaian. Tidak ditaatinya maksim-maksim dalam PK akan mengakibatkan komunikasi antara penjual dan pembeli berjalan tidak sebagaimana mestinya. Namun adakalanya pelanggaran-pelanggaran terhadap maksim-maksim PK dapat dijelaskan dengan prinsip sopan santun (selanjutnya disingkat

PS). PK kadangkala tidak dapat menjelaskan kasus-kasus perkecualian sehingga digunakan maksim PS. Oleh karena itu maksim PS tidak boleh dianggap sebagai prinsip yang ditambahkan saja, tetapi merupakan komplemen yang perlu dan dapat menyelamatkan PK dari kesulitan yang serius (Leech, 1993:121). Contoh berikut ini memperlihatkan bagaimana PS dapat menyelamatkan PK.

(11) A: Kita semua akan merindukan Bill dan Agatha bukan?

B: Ya, kita semua akan merindukan Bill.

Dalam contoh (11) B dengan jelas melanggar maksim kuantitas dengan mengiakan sebagian dari jawaban yang diharapkan dan tidak menghiraukan bagian terakhir pendapat A. Tentu B akan dapat memberikan informasi yang lebih lengkap, yaitu, "..., tetapi tidak rindu akan Agatha," tanpa menyalahi maksim kuantitas, kualitas, relevansi, dan pelaksanaan. Namun kelengkapan informasi itu akan membuatnya tidak sopan terhadap orang lain (pihak ketiga, yakni Agatha), oleh karena itu dia mengurangi kelengkapan informasi ini demi dasar kesopanan (Leech, 1993:121-122).

Prinsip kesopanan menurut Leech (1993:206-207) menyangkut enam maksim, yaitu sebagai berikut.

1. Maksim kearifan

(a) Buatlah kerugian orang lain sekecil mungkin.

(b) Buatlah keuntungan orang lain sebesar mungkin.

Contoh: Mari saya bawakan, Pak.

2. Maksim kedermawanan

(a) Buatlah keuntungan diri sendiri sekecil mungkin.

(b) Buatlah kerugian diri sendiri sebesar mungkin.

Contoh: Terima kasih Man, saya biasa berangkat naik sepeda.

3. Maksim pujian

(a) Kecamlah orang lain sesedikit mungkin.

(b) Pujilah orang lain sebanyak mungkin.

Contoh: Kamu pandai sekali.

4. Maksim kerendahan hati

(a) Pujilah diri sendiri sesedikit mungkin.

(b) Kecamlah diri sendiri sebanyak mungkin.

Contoh: Akan saya coba memperbaiki rantai sepeda ini.

5. Maksim kesepakatan

(a) Usahakan agar ketaksepakatan antara diri dan orang lain terjadi sedikit mungkin.

(b) Usahakan agar kesepakatan antara diri dengan orang lain terjadi sebanyak mungkin.

Contoh: Andi: Bahasa Inggris itu sukar ya?

Amir: Ya

6. Maksim simpati

(a) Kurangilah rasa antipati antara diri dengan orang lain hingga sekecil mungkin.

(b) Tingkatkan rasa simpati sebanyak-banyaknya antara diri dan orang lain.

Contoh: Andi: Aku gagal lagi di UMPTN

Amir: Aku ikut prihatin, banyak sekolah swasta yang bagus-bagus.

Dalam penelitian ini maksim-maksim PS digunakan untuk menganalisis WTM dalam jual-beli pakaian di pasar Beringharjo Yogyakarta untuk mengetahui maksim-maksim apa saja yang dilaksanakan dan sebaliknya. Maksim kearifan menyarankan penjual dan pembeli untuk tidak saling merugikan. Maksim kedermawanan menyarankan penjual dan pembeli untuk tidak saling mengorbankan. Maksim pujian menyarankan penjual dan pembeli untuk saling memuji. Maksim kesepakatan menyarankan penjual dan pembeli untuk saling mengurangi ketidaksesuaian antara mereka. Sedangkan maksim simpati menyarankan penjual dan pembeli untuk saling mengurangi antipati di antara mereka. Bagaimana pelaksanaan maksim-maksim di atas dalam WTM akan dapat diketahui melalui penelitian ini.



BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Sesuai dengan tujuan penelitian yang ingin dicapai seperti yang terdapat dalam 1.3 maka penelitian ini termasuk penelitian deskriptif. Menurut Wasito (1992:10) penelitian deskriptif adalah penelitian yang terbatas pada usaha mengungkapkan suatu masalah atau keadaan sebagaimana adanya sehingga hanya merupakan penyingkapan fakta.

3.2 Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi adalah tuturan yang ada atau diadakan, baik yang kemudian dipilih sebagai sampel maupun tidak sebagai suatu kesatuan (Sudaryanto, 1988:21). Populasi dalam penelitian ini adalah keseluruhan tuturan penjual pakaian dan pembelinya di pasar Beringharjo pada saat tawar-menawar. WTM yang terjadi sangat banyak karena setiap hari kegiatan jual-beli pakaian di pasar Beringharjo terjadi.

Mengingat banyaknya WTM dalam jual-beli pakaian di pasar Beringharjo, untuk penelitian ini diperlukan sampel penelitian. Sampel adalah segenap tuturan yang dipilih oleh peneliti (Sudaryanto, 1988:21). Berkaitan dengan hal tersebut dalam penelitian ini penulis menggunakan nara sumber atau informan untuk memperoleh sampel yang diperlukan. Menurut Sudaryanto (1988:28) nara sumber atau informan adalah penutur asli yang penggunaan bahasanya dipilih sebagai sampel.

Sampel dalam penelitian ini diambil dari informan tetap dan tidak tetap. Informan tetap dalam penelitian ini adalah para penjual yang telah menyatakan kesediaannya untuk



bekerja sama selama penelitian berlangsung. Sedangkan informan tidak tetap dalam penelitian ini adalah para pembeli yang melakukan tawar-menawar dengan para penjual yang menjadi informan tetap. Informan tetap dalam penelitian ini sebanyak lima orang penjual pakaian yang terdiri dari empat orang perempuan yang berusia 17 sampai dengan 20 tahun dan seorang laki-laki yang berusia kurang lebih 30 tahun. Tiga dari lima penjual yang dijadikan informan tetap dalam penelitian ini berstatus sebagai pelayan sedangkan dua lainnya berstatus pemilik. Informan tidak tetap dalam penelitian ini tidak terbatas.

Data yang menjadi sampel penelitian ini diambil selama bulan Mei sampai dengan Juli 1999. Alasan pemilihan sampel WTM dalam jual beli pakaian yang diambil selama bulan Mei sampai dengan bulan Juli 1999 ialah, pertama WTM terjadi setiap hari, kedua WTM yang terjadi selama tiga bulan tersebut dipandang cukup mewakili WTM dalam jual-beli pakaian di pasar Beringharjo untuk diteliti dan dianalisis. Seperti dikemukakan Sudaryanto (1986:19-20) bahwa sampel penelitian adalah data yang sudah tersedia atau sudah ada, yaitu bentuk bahasa yang telah terbukti digunakan orang.

3.3 Prosedur Penelitian

Penelitian ini menggunakan tiga langkah, yaitu tahap pengumpulan data, tahap analisis data, dan tahap penyajian hasil analisis data (Sudaryanto, 1988:57).

3.3.1 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode simak. Metode simak atau penyimakan adalah metode yang dilakukan dengan menyimak penggunaan bahasa (Sudaryanto, 1993:133). Penggunaan bahasa yang dimaksud dalam

penelitian ini adalah tuturan-tuturan yang dihasilkan dalam tawar-menawar antara penjual dan pembeli yang membentuk WTM.

Untuk melaksanakan metode simak dipergunakan dua teknik yaitu teknik rekam dan teknik catat (Sudaryanto, 1993:135-136). Teknik rekam dilakukan dengan merekam WTM yang terjadi dari tuturan antara penjual pakaian dan pembelinya. Semua tuturan penjual dan pembeli yang membentuk WTM tersebut direkam dengan alat perekam *tape recorder* merek (1) *Sanyo Model No.M 1002* dan (2) *Panasonic Model RQ-L307* di atas pita rekaman (kaset) merek *Maxell* dan *Sunny* dengan jangka waktu rekam 90 menit. Sedangkan teknik catat dilakukan dengan mencatat hasil perekaman.

3.3.2 Metode Analisis Data

WTM yang telah dicatat selanjutnya dikumpulkan untuk dianalisis strukturnya, tindak tuturnya, dan penerapan prinsip-prinsip percakapannya. Metode analisis dalam penelitian ini menggunakan metode kontekstual yang menurut Poedjosoedarmo (1986 *via* Orbandaru, 1988:11) adalah analisis melalui pemeriksaan antara konteks dengan bentuk-bentuk kebahasaan.

3.3.3 Metode Penyajian Hasil Data

Hasil analisis data dalam penelitian ini disajikan dengan menggunakan metode informal. Sudaryanto (1993:145) menjelaskan metode informal adalah metode penyajian atau perumusan hasil analisis data dengan kata-kata biasa. Kata-kata biasa yang dimaksud dalam penelitian ini adalah kata-kata denotatif, bukan konotatif. Dengan demikian penyajian hasil analisis data dalam penelitian ini tidak akan memanfaatkan berbagai

lambang, tanda, singkatan, dan sejenisnya. Metode informal digunakan dalam penyajian analisis data karena pada dasarnya pemerian terhadap struktur wacana, tindak tutur, dan prinsip-prinsip percakapan dalam penelitian WTM ini tidak memerlukan berbagai lambang, tanda, singkatan dan sejenisnya tersebut.



BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi paparan hasil analisis WTM dalam kegiatan jual-beli pakaian di pasar Beringharjo Yogyakarta secara pragmatik. WTM yang berhasil dikumpulkan dan dianalisis dalam penelitian ini sebanyak 43 WTM. Tawar-menawar dalam kegiatan jual-beli pakaian di pasar Beringharjo Yogyakarta termasuk wacana karena terdiri dari tuturan beruntun antara penjual dan pembeli yang melakukan tawar-menawar secara berkesinambungan. WTM dalam penelitian ini merupakan wacana lisan apabila dilihat dari media yang digunakan untuk mewujudkannya. Berdasarkan sarana pengungkapan, WTM merupakan wacana langsung. Sedangkan berdasarkan tujuan pembuatan wacana, WTM merupakan wacana dialog.

Hasil analisis terhadap WTM dalam kegiatan jual-beli di pasar Beringharjo Yogyakarta meliputi tiga bagian yaitu struktur, tindak tutur, dan penerapan prinsip-prinsip percakapan. Oleh karena itu, hasil analisis data dan pembahasan disajikan dalam tiga subbab. Subbab pertama berisi hasil analisis struktur WTM, subbab kedua berisi hasil analisis tindak tutur dalam WTM, dan subbab ketiga berisi hasil analisis penerapan prinsip-prinsip percakapan yang terdapat dalam WTM.

4.1 Hasil Analisis Struktur WTM

Hasil analisis struktur WTM dalam kegiatan jual-beli di pasar Beringharjo Yogyakarta menunjukkan WTM terdiri dari tiga bagian yaitu (1) bagian pembuka, (2) bagian isi atau bagian tubuh, dan (3) bagian penutup. Di bawah ini setiap bagian dalam WTM akan dijelaskan satu persatu

4.1.1 Bagian Pembuka WTM

Bagian pembuka WTM berisi (1) pertanyaan pembeli mengenai harga pakaian kepada penjual, (2) informasi harga baju oleh penjual, dan (3) pemberian izin untuk menawar dari penjual kepada pembeli. Di bawah ini ketiga bagian itu akan dijelaskan satu-persatu.

Pertanyaan pembeli kepada penjual mengenai harga sebuah pakaian yang menarik perhatiannya dalam WTM dilakukan dengan dua cara yaitu secara langsung dan secara tidak langsung. Pertanyaan secara langsung terlihat dari isi tuturan yang diucapkan oleh pembeli. Perhatikan contoh di bawah ini.

Wacana (1) *Pembeli: Piro iki, Mbak? (memegang sebuah daster)*

'Berapa ini, Kak?'

Penjual: Tiga puluh, bisa kurang kok! Berapa naware, Mbak!

Pembeli: Ra oleh sepuluh tho?

'Tidak boleh sepuluh tho?'

Penjual: Ra oleh, pase bae Mbak pitulas setengah. Nek sepuluh modale bae durung entuk .

'Tidak boleh, pasnya Mbak tujuh belas setengah. Kalau sepuluh untuk modal saja belum dapat.'

Pembeli: (Diam)

Penjual: Sak rego bae, piro? Wis ngene bae Mbak, takpaske limolas!

'Satu harga saja, berapa? Sudah begini saja Kak, saya pas lima belas!'

Pembeli: (pergi meninggalkan penjual).

Dalam wacana (1) di atas pembeli membuka percakapan dengan langsung menanyakan harga sebuah daster kepada penjual. Pertanyaan pembeli dijawab oleh penjual. Pertanyaan secara langsung pembeli tersebut hingga jawaban penjual merupakan bagian pembuka dari wacana (1) itu.

Pertanyaan tidak langsung terlihat dari sikap pembeli yang menunjuk ke pakaian yang menarik perhatiannya dan mengemukakannya kepada penjual. Penjual langsung mengerti maksud pembeli yang ingin mengetahui harga dari pakaian itu meskipun pembeli tidak menanyakannya secara langsung. Perhatikan contoh wacana (2) di bawah ini.

Wacana (2) *Pembeli: Ini? (menunjuk satu stel pakaian tidur).*

Penjual : Ini dua lima. Bisa kurang, Bu! Nawar aja berapa!

Pembeli: Separuhnya dong. Ya... tiga belas setengah.

Penjual: Berapa?

Pembeli: Tiga belas setengah.

Penjual: Tujuh belas setengah, Bu. Nambahe berapa?

Pembeli: Hah!

Penjual: Nambahe berapa , biar jadi?

Pembeli: Sebelas setengah.

Penjual: Pas, lima belas.

Dalam wacana (2) di atas pembeli membuka percakapan dengan menunjuk sebuah pakaian dan menanyakannya kepada penjual. Penjual memahami maksud pembeli yang ingin mengetahui harga dari pakaian yang ditunjuknya dengan langsung memberikan informasi harga pakaian itu. Pertanyaan singkat pembeli sampai dengan informasi harga oleh penjual merupakan bagian pembuka wacana (2) itu.

Bagian pembuka WTM dapat juga diawali dengan informasi harga pakaian oleh penjual. Hal itu terjadi apabila penjual melihat pembeli yang sepertinya tertarik dengan sebuah pakaian tetapi tidak juga segera menanyakan kepada penjual. Penjual mengerti bahwa pembeli tentu ingin mengetahui harga pakaian tersebut meskipun tidak juga menanyakannya. Oleh karena itu penjual segera menyebut harga dari pakaian yang sedang diperhatikan oleh pembeli. Contoh wacana di bawah ini dapat memperjelas penjelasan di atas

Wacana (3) *Pembeli: (melihat-lihat satu pasang pakaian tidur)*

Penjual: (mendekati pembeli) Ini dua lima, Bu, satu stel.

Pembeli: Sepuluh, sepuluh.

Penjual: Nggak bisa, pasnya lima belas.

Pembeli: Kalau lima belas, moh!

Penjual: Ya, berapa nambahnya?

Pembeli: Sebelas ya?

Penjual: Udah saya korting seribu, ini yang halus, Bu!

Pembeli: Warna lain ada nggak?

Penjual: Warna lain ada.

Pembeli: Coba lihat dulu, mana? Baju-baju bagus harganya gini
(melihat-lihat). Sama dengan ini? Dua belas ya?

Penjual: Yang ini aja?

Pembeli: Ya.

Dalam wacana di atas terlihat pembeli melihat-lihat satu pasang pakaian tidur. Penjual melihat pembeli dan segera mendekati sambil memberikan informasi harga pakaian itu tanpa diminta. Pemberian informasi harga pakaian oleh penjual kepada pembeli tersebut merupakan bagian pembuka WTM (3) di atas.

Bagian pembuka WTM yang berupa tawaran penjual kepada pembeli untuk menawar terjadi setelah sebelumnya penjual menyebutkan harga pakaian. Hal ini dilakukan penjual untuk menyatakan kepada pembeli bahwa harga belum pasti. Kadang-kadang tawaran untuk menawar itu diberikan oleh penjual setelah pembeli meminta izin terlebih dahulu kepada penjual. Contoh-contoh wacana di bawah ini akan memperjelas penjelasan di atas.

Wacana (4) Pembeli: *Mbak, iki piro iki Mbak?*

'Kak, ini berapa ini, Kak?'

Penjual: Ini dua lima, bisa kurang kok. Nawar aja berapa!

Pembeli: Dua belas setengah.

Penjual: Pas tujuh belas setengah. Nawar aja berapa, Bu?

Pembeli: Lima belas ya?

Penjual: (Diam saja tidak menanggapi pertanyaan pembeli.)

Dalam WTM (4) di atas terlihat penjual setelah menyebutkan harga kemudian memberi penjelasan bahwa harga masih bisa kurang dan pembeli boleh menawarnya. Pertanyaan pembeli hingga pemberian izin penjual kepada pembeli untuk menawar merupakan bagian pembuka WTM (4) di atas.

Perhatikan juga WTM berikut ini.

Wacana (5) Pembeli: *Piro Mbak? (menunjuk sebuah blus wanita)*

'Berapa Kak?'

Penjual: Dua puluh dua setengah. Dua puluh dua setengah.

Pembeli: Harga pas, Mbak?

Penjual: Ya bisa korting dikit, Bu! Nawar aja berapa?

Pembeli: Mbok wolu bae, Mbak!

'Ya delapan saja, Mbak!'

Penjual: Oh...jauh.

Pembeli: Jauh?

Penjual: Pas dua belas setengah, Bu!

Dalam WTM (5) di atas terlihat pembeli menanyakan harga pakaian kepada penjual. Penjual menjawab pertanyaan pembeli. Setelah mengetahui harga pakaian itu pembeli menanyakan kepada penjual apakah harga sudah pasti dan dijawab penjual bahwa harga masih bisa turun dan pembeli dipersilakan untuk menawarnya. Pertanyaan pembeli hingga izin untuk menawar oleh penjual kepada pembeli merupakan bagian pembuka WTM (5).

4.1.2 Bagian Isi atau Tubuh WTM

Bagian isi atau tubuh WTM merupakan bagian terpenting dari WTM karena dalam bagian ini terlihat jelas proses tawar-menawar antara pembeli dengan penjual. Bagian isi atau tubuh WTM biasanya terdiri dari (1) pembeli menawar, (2) permintaan penjual kepada pembeli untuk menaikkan tawarannya, (3) penentuan harga pas oleh penjual, dan (4) alasan-alasan mengapa penjual tidak menyetujui tawaran pembeli. Contoh-contoh WTM di bawah ini akan memperjelas penjelasan di atas.

Wacana (6) Pembeli: Berapa Mbak?

Penjual: Ini dua puluh.

Pembeli: Ki, piro Mbak? Ora sepuluh bae, Mbak?

'Ini, berapa Kak? Tidak sepuluh saja, Kak?'

Penjual: Nggak boleh. Tambah dua setengah. Pas dua belas setengah.

Pembeli: (diam saja)

Penjual: Piye Mbak? Berapa to naware?

'Bagaimana Kak?'

Pembeli: (Beranjak pergi meninggalkan penjual.)

Dalam WTM (6) di atas terlihat wacana dibuka dengan pertanyaan harga pakaian oleh pembeli dan pertanyaan itu dijawab oleh penjual. Setelah mengetahui harga dari pakaian pembeli mulai menawarnya dengan menurunkan harga dari dua puluh yang diberikan penjual menjadi sepuluh. Ternyata penawaran pembeli ditolak penjual. Penjual meminta pembeli untuk menaikkan tawarannya dan memberikan harga pas pakaian itu. Permintaan penjual tidak ditanggapi pembeli sehingga penjual mengulangi lagi pertanyaannya dengan harapan pembeli mau menaikkan tawarannya tetapi ternyata pembeli beranjak pergi meninggalkan penjual. Bagian isi atau tubuh WTM (6) di atas terlihat ketika pembeli mulai meminta penurunan harga, penjual meminta pembeli menaikkan harga dan memberikan harga pas hingga penjual mengulangi permintaannya kepada pembeli untuk menawar lagi.

Selain berisi permintaan harga turun, permintaan penjual agar pembeli menaikkan tawarannya, dan penentuan harga pas, bagian isi atau tubuh WTM seringkali juga berisi alasan-alasan mengapa penjual tidak mau memberikan harga yang diminta pembeli. Perhatikan contoh WTM (7) di bawah ini.

Wacana (7) Pembeli: Ini berapaan Mbak? (menunjuk sebuah daster bertali satu)

Penjual: Itu tujuh belas setengah, bisa kurang!

Pembeli: Pasnya berapa?

Penjual: Nawar aja dulu berapa?

Pembeli: Tujuh ya Mbak, ya?

Penjual: Pas aja sembilan. Itu yang halus kok, nggak luntur, nggak kusut. Nambah berapa biar jadi! Modal aja belum.

Pembeli: Nambah seribu Mbak!

Penjual: Ya, sudah mari! Yang mana?

Pembeli: Kalau yang panjang berapa Mbak?

Penjual: Pasnya dua belas setengah.

Pembeli: Ini Mbak! (menyerahkan uang ke penjual)

Penjual: Entar ya? (mengambilkan sisa uang pembeli).

Dalam WTM (7) di atas terlihat bagian isi atau tubuh WTM dimulai dari pembeli yang menurunkan harga pakaian dari tujuh belas setengah seperti yang diinginkan penjual menjadi tujuh ribu hingga ketika penjual memberikan harga pas untuk daster yang lebih pas.

Selain berisi penurunan harga oleh pembeli dan penentuan harga pas oleh penjual, WTM (7) berisi juga alasan-alasan penjual mengapa tidak bersedia memberikan harga seperti yang diminta pembeli. Penjual setelah menyebutkan harga pas daster itu lalu memberikan alasan bahwa daster itu terbuat dari bahan yang halus sehingga dijamin tidak akan luntur dan kusut. Penjual lalu meminta pembeli untuk menambah tawarannya karena harga yang diajukan pembeli untuk kembali modal saja belum.

4.1.3 Bagian Penutup atau Akhir WTM

Bagian penutup atau akhir dalam WTM merupakan bagian yang menentukan apakah transaksi jual-beli yang melalui proses tawar-menawar terjadi atau tidak. Sebuah tawar-menawar dikatakan selesai apabila telah terjadi persetujuan antara kedua belah pihak mengenai harga, ukuran atau pun warna dari pakaian yang diinginkan pembeli. Oleh karena itu tidak setiap WTM memiliki bagian penutup atau akhir ini. Seringkali terdapat WTM yang hanya terdiri dari bagian pembuka dan isi saja tanpa adanya bagian penutup atau akhir ini. WTM yang hanya terdiri dari bagian pembuka dan isi atau tubuh saja menunjukkan bahwa transaksi jual beli tidak terjadi. Hal itu telah ditunjukkan dengan jelas pada contoh WTM (1), (2), (3), (4), (5), dan (6) di atas.

Bagian penutup atau akhir WTM biasanya berisi (1) persetujuan penjual atau pembeli terhadap tawar-menawar yang telah dilakukan. Kadang-kadang masih diikuti dengan (2) pertanyaan mengenai warna yang dipilih, (3) rayuan pembeli agar pembeli menambah pakaian yang dibeli, (4) ucapan terima kasih pembeli atas pelayanan penjual, (5) penjual tidak memperbolehkan, dan (6) pembeli mohon pamit. Contoh-contoh WTM di bawah ini akan lebih memperjelas penjelasan di atas.

Wacana (8) Pembeli: (melihat-lihat celana pendek)

Penjual: Tiga puluh, bisa kurang, Bu, Pak!

Pembeli: Berapa?

Penjual: Tiga puluh, bisa kurang.

Pembeli: Ndak lima belas?

Penjual: Dua lima.

Pembeli: Lima belas sudah!

Penjual: Tambahe berapa? Dua lima ?

Pembeli: Lima belas, ya?

Penjual: Ndak bisa.

Pembeli: Lima belas.

Penjual: Dua puluh Pak!

Pembeli: Lima belas sudah. Ambil satu. Ya?

Penjual: Nambahe berapa?

Pembeli: Sudah-sudah, nggak!

Penjual: Ya, mari Pak!

Pembeli: (segera memilih celana, menyerahkan kepada penjual dan membayarnya).

Dalam WTM (8) di atas bagian penutup atau akhir wacana terlihat ketika penjual akhirnya menyetujui tawaran pembeli terhadap sebuah celana dengan harga lima belas ribu rupiah dengan meminta pembeli memilih celana. Persetujuan terhadap harga sebuah pakaian tidak hanya dilakukan oleh pihak penjual tetapi dapat dilakukan oleh pihak pembeli seperti contoh WTM (9) di bawah ini.

Wacana (9) Pembeli: (menunjuk satu pasang pakaian tidur)

Penjual: Dua lima Mbak! Bisa kurang!

Pembeli: Pase piro?

'Harga persisnya berapa?'

Penjual: Pas saja mbak, ini tujuh belas setengah. Ambilnya Mau berapa tho? Ambile mau berapa?

Pembeli: Yo, siji bae!

'Ya, satu sajal!'

Penjual: Gini aja, nambah seribu aja Mbak! Yang mana? Ini apa itu?

Pembeli: Mana ya?

Dalam WTM (9) di atas wacana ditutup atau diakhiri oleh pembeli yang bingung dengan pakaian tidur yang dipilih. Kebingungan ini menunjukkan bahwa akhirnya pembeli menyetujui tawaran penjual yang ingin agar pembeli menaikkan tawarannya dari lima belas ribu rupiah ditambah seribu menjadi enam belas ribu rupiah. Seringkali dalam bagian penutup diikuti juga ucapan terima kasih dari pembeli, pertanyaan mengenai warna lain oleh pembeli, dan rayuan penjual agar pembeli menambah pakaian yang dibelinya. Perhatikan contoh-contoh WTM berikut.

Wacana (10) Pembeli: Berapa ini? (menunjuk celana pendek)

Penjual: Lima belas, Mbak!

Pembeli: Hhm

Penjual: Lima belas.

Pembeli: Sepuluh?

Penjual: Nggak boleh he!

Pembeli: Ya?

Penjual: Berapa Bu?

Pembeli: Sepuluh.

Penjual: Tambah dikit aja!

Pembeli: Wah, udah deh sepuluh.

Penjual: Ya sudah.

Pembeli: (memilih celana, menyerahkan kepada penjual sambil menyerahkan uang)

Penjual: Ini Bu (menyerahkan celana yang sudah dibungkus).

Pembeli: Makasih ya?

Dalam WTM (10) di atas wacana ditutup atau diakhiri oleh penjual yang menyetujui harga yang diminta pembeli. Setelah mendapat persetujuan penjual, pembeli segera memilih dan menyerahkan kepada penjual untuk dibungkus. Kemudian penjual menyerahkan bungkus celana kepada pembeli dan pembeli mengucapkan terima kasih sebelum meninggalkan tempat itu. Kadangkala pembeli setelah mendapat persetujuan penjual baru memilih warna lain seperti contoh WTM (11) di bawah ini.

Wacana (11) Pembeli: Mbak, pinten? Pinten niki? Pinten?

‘Kak, berapa? Berapa ini? Berapa?’

Penjual: Selawe

‘Dua lima’

Pembeli: Selawe larang men! Mbak, mosok selawe? Mbak, rolas!

Rolas!

'Dua lima mahal sekali! Kak, masa dua lima? Kak, dua belas!

Dua belas'

Penjual: Pas pitulas, pinten naware tho?

'Pas tujuh belas, berapa menawarnya tho?'

Pembeli: Rolas!

'Dua belas'

Penjual: Kalih welas. Nambah telung ewu Mbak!

'Dua belas. Tambah tiga ribu Kak!'

Pembeli: (diam saja)

Penjual: Yo, wis kono Mbak, sisan! Sik pundi, niki?

'Ya, sudah sana Mbak, sekalian! Yang mana, ini?'

Pembeli: Warna liyane ora ana Mbak?

'Warna yang lain tidak ada Kak?'

Penjual: Niku, milih niku!

'Itu, pilih itu!'

Pembeli: Iki Mbak!

'Ini Kak!'

Dalam WTM (11) di atas di bagian penutup terlihat setelah mendapat persetujuan dari penjual dan mendapat izin untuk memilih, pembeli menanyakan warna lain dan dijawab oleh penjual warna lain masih banyak. Seringkali pula pada bagian akhir atau penutup WTM, penjual masih berusaha merayu pembeli untuk menambah jumlah pakaian yang dibeli olehnya. Perhatikan contoh di bawah ini.

Wacana (12) Pembeli: Berapa? (menunjuk celana pendek)

Penjual: Lima belas, bisa kurang!

Pembeli: Nggak tujuh ribu?

Penjual: Nggak, dua belas setengah!

Pembeli: Heh

Penjual: Dua belas setengah!

Pembeli: Tujuh ribu ya? Mau ambil tiga (beranjak pergi meninggalkan penjual).

Penjual: Nambahnya berapa Mbake biar jadi? Sepuluh Mbak!

Tambah dikit, berapa Mbake? Ya sudah, mari sini Mbak!

Mbak! Mbak!

Pembeli: (berbalik kembali ke penjual)

Penjual: Udah mari Mbak, murah itu kalau saya jual sepuluh, enak dipakai, dingin.

Pembeli: Tiga aja.

Penjual: Nggak lima sekalian?

Pembeli: Nggak!

Dalam WTM (12) di atas terlihat bagian penutup atau akhir dari wacana di mulai ketika penjual meminta pembeli untuk tambah tetapi ternyata pembeli meninggalkan penjual sehingga penjual merayu pembeli dan berulang kali memanggil pembeli karena penjual telah menyetujui permintaan pembeli. Setelah itu penjual mempersilakan pembeli memilih dan pembeli memutuskan untuk membeli tiga celana tetapi penjual merayu pembeli untuk membeli sampai lima. Permintaan penjual tersebut langsung ditolak oleh pembeli.

Tetapi ada juga bagian penutup WTM yang menunjukkan bahwa tawar-menawar gagal dilakukan. Kegagalan tawar-menawar ini bisa disebabkan oleh dua kemungkinan, yaitu penjual yang tidak memperbolehkan atau karena pembeli tidak berniat melanjutkan penawarannya dengan langsung memohon diri. Perhatikan contoh-contoh WTM di bawah ini.

Wacana (13) Pembeli: Mbak, ora ana sing luwih gedhe?

‘Kak, tidak ada yang lebih besar?’

Penjual: Mboten.

‘Tidak.’

Pembeli: Pira iki?

‘Berapa ini?’

Penjual: Kalih dasa Bu, saged kirang, pinten Ibuke!

‘Dua puluh Bu, dapat kurang, berapa Ibu!’

Pembeli: Pitu setengah yo?

‘Tujuh setengah ya?’

Penjual: Gangsal welas

‘Lima belas.’

Pembeli: Pitu setengah wis!

‘Tujuh setengah sudah!’

Penjual: Tambahe pinten Ibuke?

‘Berapa Ibu menambah?’

Pembeli: Ra enthuk?

‘Tidak boleh?’

Penjual: mboten angsal e Bu!

‘Tidak boleh he Bu!’

Dalam WTM (13) di atas wacana ditutup atau diakhiri oleh penjual yang tetap tidak memperbolehkan pembeli yang menawar tujuh ribu setengah. Pernyataan penjual yang tidak memperbolehkan pembeli tersebut mengakhiri WTM. Perhatikan pula contoh WTM (14) di bawah ini.

Wacana (14) Pembeli: Berapa Mbak? (menunjuk sebuah blus wanita).

Penjual : Ini dua puluh, bisa kurang!

Pembeli: Sembilan ya?

Penjual: Berapa?

Pembeli: Sembilan ribu ya?

Penjual: Wah, udah pasnya aja tujuh belas setengah.

Pembeli: Misi mbak, nanti.

Dalam WTM (14) di atas terlihat wacana ditutup atau diakhiri oleh pembeli yang akhirnya permisi setelah berusaha membujuk penjual untuk memberikan blus itu seharga sembilan ribu rupiah. Pembeli tidak berminat lagi untuk menawar dan dengan sopan dia mohon permisi kepada penjual. Permohonan permisi dari pembeli tersebut menunjukkan bahwa tawar-menawar telah gagal atau tidak terjadi kesepakatan antara penjual dan pembeli mengenai harga blus tersebut.

Dari penjelasan di atas dapat diambil kesimpulan bahwa WTM memiliki dua macam struktur yaitu WTM berstruktur lengkap dan WTM berstruktur tidak lengkap. WTM dikatakan berstruktur lengkap jika WTM tersebut memiliki tiga bagian wacana yaitu bagian pembuka, bagian isi atau tubuh, dan bagian penutup atau akhir. WTM yang berstruktur lengkap biasanya menunjukkan dua kemungkinan yaitu: (1) transaksi jual-beli telah terjadi setelah melalui proses tawar-menawar atau (2) transaksi jual-beli tidak terjadi atau gagal karena tidak tercapai kesepakatan antara penjual dan pembeli. Sedangkan WTM yang berstruktur tidak

lengkap hanya memiliki dua bagian wacana yaitu bagian pembuka dan bagian isi atau tubuh tanpa ada bagian penutup. WTM seperti ini menunjukkan masih terbuka kemungkinan terjadi tawar-menawar lebih lanjut jika penjual atau pembeli menginginkannya kembali atau transaksi jual-beli gagal dilakukan karena tidak ditemukan kesesuaian harga antara penjual dan pembeli.

4.2 Hasil Analisis Tindak Tutur dalam WTM

Hasil analisis tindak tutur dalam WTM menunjukkan terdapat tiga tindak tutur dalam WTM, yaitu (1) tindak lokusi, (2) tindak ilokusi, dan (3) tindak perlokusi.

4.2.1 Tindak Lokusi dalam WTM

Tindak lokusi adalah tindak tutur untuk menyatakan sesuatu. Tindak tutur ini disebut sebagai *the act of saying something*. Melalui tindak lokusi seseorang semata-mata hanya menginformasikan sesuatu tanpa tendensi untuk melakukan sesuatu, apalagi untuk mempengaruhi lawan tuturnya (Wijana, 1996: 17-18).

Tindak lokusi pada WTM berisi informasi mengenai harga pakaian yang dijual oleh penjual. Informasi mengenai harga dari sebuah pakaian oleh penjual dikemukakan sebagai jawaban atas pertanyaan pembeli atau keinginan dari penjual itu sendiri setelah melihat ada pembeli yang tertarik terhadap pakaian yang dijualnya. Ketika menyebutkan harga dari pakaian yang ditunjuk oleh pembeli, penjual semata-mata hanya menyatakan harga pakaian itu tanpa tendensi untuk membujuk ataupun mempengaruhi pembeli untuk membeli pakaian itu.

Tindak lokusi ini sering dijumpai pada bagian awal WTM karena pada bagian awal informasi tentang harga sebuah pakaian sangat penting bagi pembeli untuk menentukan

apakah dia akan menawar atau tidak. Wacana WTM di bawah ini akan memperjelas penjelasan di atas.

Wacana (15) Pembeli: *Piro iki, Mbak? (menunjuk sebuah daster)*

'Berapa ini, Kak?'

Penjual: Itu tiga puluh

Pembeli: Pira?

'Berapa?'

Penjual: Tiga puluh.

Pembeli: Tiga puluh ?

Penjual: Belum harga pas kok itu Mbak, bisa ditawar.

Pembeli: Nggak sepuluh, Mbak?

Penjual: Oh... nggak boleh. Modal aja belum.

Pembeli: Ada ukuran lainnya nggak Mbak ini?

Penjual: Itu satu ukuran, tinggal itu he Mbak!

Pembeli: Gedhe banget he! (pergi meninggalkan penjual)

'Besar sekali he!'

Pada WTM (15) di atas terlihat pada bagian awal wacana pembeli yang menanyakan harga sebuah daster. Pertanyaan itu langsung dijawab penjual dengan menyebutkan harga dari daster tersebut. Ternyata jawaban penjual membuat kaget sehingga ia menanyakan lagi harga dari daster itu dan dijawab kembali oleh penjual. Perhatikan juga WTM (16) di bawah ini.

Wacana (16) Pembeli: *(melihat-lihat sebuah daster).*

Penjual: Ini dua lima Bu.

Pembeli: Sepuluh!

Penjual: Ndak bisa, pasnya aja itu lima belas.

Pembeli: Ndak bisa kurang dari lima belas ya?

Penjual: Ya, berapa nambahnya?

Pembeli: Sebelas ya?

Penjual: Udah saya korting seribu aja Bu!

Pembeli: Warna lain ada nggak?

Penjual: Warna lain ada

Pembeli: Dua belas udah jadi?

Penjual: Yang ini aja?

Pembeli: Ya.

Dalam WTM (16) di atas pada bagian awal wacana terlihat penjual yang langsung menyebutkan harga sebuah daster setelah melihat seorang pembeli yang tertarik. Informasi dari penjual tersebut oleh pembeli dimanfaatkan untuk menawar nya secara langsung tanpa terlebih dahulu meminta ijin kepada penjual.

4.2.2 Tindak Ilokusi pada WTM

Tindak ilokusi adalah tindak tutur untuk melaksanakan sesuatu atau disebut *the act of doing something*. Melalui tindak ilokusi seorang penutur tidak hanya menginformasikan sesuatu, tetapi juga melakukan sesuatu sejauh situasi tuturnya dipertimbangkan secara seksama (Wijana, 1996:18). Tindak ilokusi membicarakan tentang maksud, fungsi atau daya ujaran yang bersangkutan (Austin, 1962:164 via Harjanti, 1996:23). Pembicara mempunyai maksud yang lain dari ucapan atau ujaran yang ditujukan kepada lawan bicara. Pembicara berharap agar lawan bicara mengetahui maksud yang terkandung dalam ucapan tersebut.

Tindak ilokusi pada WTM dibedakan menjadi tiga. Pertama, pada awal wacana tindak ilokusi yang ada menyatakan ketidakpercayaan pembeli terhadap informasi harga yang diberikan penjual dan usulan penjual kepada pembeli untuk menawar. Kedua, pada bagian tubuh atau isi tindak ilokusi yang ada meliputi permintaan turun harga oleh pembeli, keluhan penjual, pernyataan penjual, permintaan penjual agar pembeli menaikkan harga, keluhan pembeli, dan penawaran penjual kepada pembeli. Ketiga, pada bagian penutup tindak ilokusi yang ada meliputi pernyataan penjual dan ucapan terima kasih.

4.2.2.1 Tindak Ilokusi pada Bagian Awal WTM

Tindak ilokusi pada bagian awal wacana menyatakan ketidakpercayaan pembeli terhadap informasi harga yang diberikan oleh penjual dan usulan penjual kepada pembeli untuk menawar. Perhatikan WTM (17) di bawah ini.

Wacana (17) Pembeli: (melihat-lihat sebuah daster ibu)

Penjual: Tiga puluh Bu!

Pembeli: Tiga puluh?

Penjual: Ya, korting dikit bisa. Berapa to Bu?

Pembeli: Kalau lima ribu?

Penjual: Berapa?

Pembeli: Lima ribu

Penjual: Jauh, Bu. Sekarang udah nggak ada.

Dalam WTM (17) di atas terlihat di awal wacana penjual menyebutkan harga sebuah daster. Informasi harga daster itu mengagetkan pembeli karena tidak percaya jika daster itu seharga tiga puluh ribu rupiah.

Dalam penggalan wacana di atas terlihat bahwa pembeli tidak hanya sekedar bertanya kembali mengenai harga dari daster itu melainkan juga melakukan sesuatu yaitu menunjukkan ketidakpercayaannya terhadap informasi itu. Tindak ilokusi yang dilakukan pembeli tersebut dapat dikategorikan dalam tindak ilokusi ekspresif. Dalam WTM (17) di atas terlihat juga penjual yang menanggapi kekegetan pembeli dengan jawaban sebagai berikut.

Penjual: Ya, korting dikit bisa. Berapa to Bu?

Penjual dalam tuturan di atas tidak hanya sekedar menanggapi kekegetan pembeli dengan memberikan informasi bahwa harga belum pasti sehingga dapat dikorting tetapi juga melakukan sesuatu yaitu mengusulkan pembeli untuk menawarnya. Tindak ilokusi yang dilakukan penjual tersebut dapat dikategorikan dalam tindak ilokusi asertif.

4.2.2.2 Tindak Ilokusi pada Bagian Isi atau Tubuh WTM

Tindak ilokusi pada bagian isi atau tubuh WTM meliputi permintaan pembeli kepada penjual untuk menurunkan harga, pernyataan penjual mengenai harga pas, keluhan penjual kepada pembeli, permintaan penjual kepada pembeli untuk menaikkan harga, keluhan pembeli kepada penjual, dan tawaran penjual kepada pembeli. Perhatikan contoh WTM di bawah ini.

Wacana (14a) Pembeli: Berapa Mbak? (menunjuk sebuah blus wanita).

Penjual : Ini dua puluh, bisa kurang!

Pembeli: Sembilan ya?

Penjual: Berapa?

Pembeli: Sembilan ribu ya?

Penjual: Wah, udah pasnya aja tujuh belas setengah.

Pembeli: Misi mbak, nanti.

Dalam WTM (14a) di atas terlihat pembeli langsung meminta penurunan harga dari dua puluh rupiah yang ditawarkan penjual menjadi sembilan ribu rupiah setelah sebelumnya penjual menyatakan bahwa harga masih bisa dikurangi. Permintaan pembeli tersebut dilakukannya hingga dua kali setelah penjual meminta kejelasan dari pembeli. Tindak ilokusi pembeli ini dapat dikategorikan dalam tindak ilokusi direktif.

Dalam WTM (14a) di atas juga terlihat tindak ilokusi yang dilakukan penjual yaitu ketika penjual menginformasikan kepada pembeli harga pas pakaian yang ingin dibeli pembeli seharga tujuh belas ribu lima ratus rupiah. Melalui tuturannya itu penjual tidak hanya menginformasikan harga pas dari pakaian itu saja tetapi juga menyatakan kepada pembeli bahwa pembeli tidak bisa menawar lagi. Maksud penjual itu ditangkap oleh pembeli yang akhirnya tidak melanjutkan penawaran dan meminta izin meninggalkan penjual. Tindak ilokusi yang dilakukan penjual ini dapat dikategorikan dalam tindak ilokusi asertif.

Tindak ilokusi yang lain yang terdapat dalam bagian isi atau tubuh yaitu berupa keluhan penjual kepada pembeli . Perhatikan contoh WTM di bawah ini.

Wacana (18) Pembeli: (menunjuk sebuah daster ibu)

Penjual: Tiga puluh Bu. Korting dikit bisa, berapa tho Bu?

Pembeli: Lima ribu

Penjual: Berapa?

Pembeli: Lima ribu

Penjual: Jauh, Bu!

Dalam WTM (17) di atas terlihat penjual kaget mendengar penawaran yang diberikan pembeli terhadap harga daster dari tiga puluh ribu yang diminta penjual menjadi

lima ribu rupiah. Kekagetan penjual itu ditunjukkan dengan bertanya kembali kepada pembeli. Setelah mendengar jawaban pembeli, penjual lalu berkomentar, "Jauh, Bu!"

Melalui tuturannya itu penjual bermaksud mengeluh kepada pembeli yang terlalu rendah dalam melakukan penawaran. Tindak ilokusi yang dilakukan penjual ini dapat dikategorikan dalam tindak ilokusi asertif. Tindak ilokusi lain yang terdapat dalam bagian isi atau tubuh WTM yaitu berupa permintaan penjual kepada pembeli untuk menaikkan harga, keluhan pembeli, dan penawaran penjual kepada pembeli. Contoh WTM di bawah ini akan menunjukkan tindak ilokusi tersebut.

Wacana (19) Pembeli: Niki pinten, niki? (menunjuk sebuah daster).

'Ini berapa, ini?'

Penjual: Niku tigang ndoso, korting sekedhik saged Mbak!

' Itu tiga puluh, korting sedikit dapat Kak!'

Pembeli: Mboten pitulas, pitulas?

'Tidak tujuh belas, tujuh belas?'

Penjual: Nek sing kaya niku kalih doso.

'Yang seperti itu dua puluh.'

Penjual: Lha nambahe pinten Mbak, tambah sewu Mbak!

'Ya, tambah berapa Kak, tambah seribu Kak!'

Dalam WTM (19) di atas terlihat bagaimana pembeli melakukan tawar-menawar dengan penjual. Penjual berkeberatan dengan permintaan pembeli yang menginginkan daster itu seharga tujuh belas. Keberatan penjual itu ditunjukkan dengan menyebutkan bahwa daster itu seharga dua puluh dan penjual meminta pembeli menaikkan tawarannya untuk dapat memiliki daster itu. Tindak ilokusi yang dilakukan penjual ini dapat dikategorikan dalam tindak ilokusi direktif.



Tindak ilokusi yang menunjukkan keluhan pembeli terhadap penjual dalam bagian isi atau tubuh dalam WTM ditunjukkan dalam WTM (20) di bawah ini.

Wacana (20) Pembeli: Mbak pinten niki? (menunjuk sebuah daster)

'Kak berapa ini?'

Penjual: Selawe

'Dua lima.'

Pembeli: Selawe, larang men, Mbak mosok selawe? Mbak sewelas, sewelas!

'Dua lima, mahal sekali, Kak masa dua lima? Kak sebelas, sebelas!'

Penjual: Pinten naware tho?

'Berapa nawarnya?'

Pembeli: Sewelas

'Sebelas'

Penjual: Nambah telung ewu, Mbak! Yo wis kene Mbak!

'Tambah tiga ribu, Kak! Ya sudah sini Kak!'

Dalam WTM (20) di atas terlihat pembeli yang mengeluh kepada penjual setelah mengetahui harga daster yang ingin dibelinya. Menurut pembeli harga itu terlalu mahal sehingga pembeli langsung menawar tanpa terlebih dahulu izin kepada penjual. Keluhan pembeli ini termasuk dalam kategori tindak ilokusi asertif.

Dalam bagian isi atau tubuh WTM kita juga sering menjumpai tindak ilokusi yang dilakukan penjual yaitu ketika melakukan penawaran kepada pembeli. Contoh WTM (21) di bawah ini akan menunjukkan hal itu.

Wacana (21) Pembeli: Berapa ya, Mbak? (menunjuk satu stel baju tidur).

Penjual: Dua lima.

Pembeli: Bisa kurang, Mbak?

Penjual: Berapa nawarnya?

Pembeli: Lima belas

Penjual: Pasnya tujuh belas setengah. Ambilnya mau berapa to, Mbak?

Pembeli: Ambil dua

Penjual: Udah dua tiga lima. Halus kok itu kainnya! Nggak lecek, nggak luntur. Gimana Mbake, Mbak udah pas itu harganya!

Pembeli: lima belas, Mbak! Ya?

Penjual: Nambah seribu.

Pembeli: Lima belas aja.

Penjual: Ya, sudah mari milih! Satu, nggak jadi dua?

Pembeli: Yang satu warna lain.

Penjual: Yang satu mana?

Pembeli: Yang satu polos ada nggak?

Penjual: Apa?

Pembeli: Polos, nggak batik gitu?

Penjual: Semua ya gitu. Yang mana Mbak? Milih dulu! Yang mana Mbaknya, gimana Mbaknya? Milih!

Pembeli: (Pergi meninggalkan penjual).

Dalam WTM (21) di atas terlihat penjual melakukan penawaran kepada pembeli setelah tahu berapa pakaian yang akan di beli. Penjual langsung menawarkan dua stel

pakaian tidur dengan harga tiga puluh lima ribu rupiah. Jika dilihat dari kategorinya, penawaran penjual kepada pembeli di atas termasuk dalam tindak ilokusi komisif.

4.2.2.3 Tindak Ilokusi pada Bagian Penutup WTM

Tindak ilokusi yang terdapat dalam bagian penutup WTM yaitu pernyataan ketegasan dari penjual mengenai tawar-menawar yang telah dilakukan dan ucapan terima kasih pembeli kepada penjual. Setelah melakukan tawar-menawar penjual mengambil satu pernyataan yang menegaskan tawar-menawar itu agar tidak terjadi berkepanjangan. Pernyataan ketegasan itu dimaksudkan agar pembeli segera mengambil keputusan akan membeli atau tidak. Perhatikan WTM (22) di bawah ini.

Wacana (22) Pembeli: Ini berapa? (menunjuk sebuah kemeja batik)

Penjual: Tiga puluh, bisa kurang Bu, Pak!

Pembeli: Berapa?

Penjual: Tiga puluh, bisa kurang.

Pembeli: Ndak lima belas?

Penjual: Dua lima.

Pembeli: Lima belas sudah

Penjual: Tambahe berapa?

Pembeli: Udah pas itu.

Penjual: Dua lima, Bu!

Pembeli: Lima belas ya?

Penjual: Nggak boleh !

Pembeli: Lima belas.

Penjual: Dua puluh, Pak!

Pembeli: Lima belas udah, ambil satu, ya?

Penjual: Nambahe berapa?

Pembeli: Ya, udah itu ya?

Penjual: Ya, Pak mari Pak!

Dalam WTM (22) di atas terlihat penjual menutup wacana dengan mengeluarkan pernyataan yang menegaskan setuju dengan pembeli. Melalui pernyataan itu penjual bermaksud mengakhiri tawar-menawar dan mempersilakan pembeli untuk mulai memilih pakaian yang ingin dibelinya. Tindak ilokusi penjual tersebut termasuk dalam kategori tindak ilokusi asertif.

Tindak ilokusi lain yang terdapat dalam bagian penutup WTM yaitu tindak ilokusi ucapan terima kasih pembeli terhadap penjual. Tindak ilokusi ini terlihat dengan jelas dalam WTM (20) di atas. Dalam WTM (20) di atas terlihat pembeli menutup wacana dengan mengucapkan terima kasih kepada penjual atas pelayanannya. Ucapan terima kasih ini termasuk dalam kategori tindak ilokusi ekspresif.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa dalam WTM terdapat tindak ilokusi baik pada awal wacana, isi atau tubuh wacana, dan penutup wacana. Tindak ilokusi yang ada dalam WTM meliputi tindak ilokusi asertif yaitu ketika penjual mengusulkan pembeli untuk menawar, penjual menyatakan harga pas, penjual mengeluh kepada pembeli dan sebaliknya pembeli mengeluh kepada penjual, dan pernyataan ketegasan penjual terhadap tawar-menawar yang telah berlangsung; tindak ilokusi direktif yaitu ketika pembeli meminta penurunan harga kepada penjual dan sebaliknya penjual meminta kenaikan harga kepada pembeli; tindak ilokusi komisif yaitu ketika penjual melakukan penawaran kepada pembeli; dan tindak ilokusi ekspresif yaitu ketika pembeli mengucapkan terima kasih kepada penjual atas pelayanannya.

4.2.3 Tindak Perlokusi dalam WTM

Tindak perlokusi adalah tindak tutur yang pengutaraannya dimaksudkan untuk mempengaruhi lawan tutur. Tindak perlokusi ini disebut sebagai *the act of affecting someone* (Wijana, 1996:19-20). Tindak tutur ini dapat meliputi sejumlah pengaruh seperti membujuk, menakut-nakuti, membangkitkan semangat, mengganggu, meyakinkan, dan memberikan ide terhadap lawan tutur (Parker, 1986:11 *via* Lestari, 1998:16).

Tindak perlokusi dalam WTM dapat dibedakan menjadi tiga. Pertama, pada awal wacana tindak perlokusi yang ada berupa bujukan penjual kepada pembeli untuk menawar, bujukan pembeli kepada penjual untuk mengurangi harga, dan penjual berusaha meyakinkan pembeli bahwa pakaian yang dijualnya bermutu bagus. Kedua, pada bagian isi atau tubuh wacana tindak perlokusi berupa bujukan penjual kepada pembeli untuk menaikkan harga dan sebaliknya bujukan pembeli kepada penjual untuk menurunkan harga serta usaha penjual dalam meyakinkan pembeli untuk membeli pakaian yang dijualnya. Ketiga, pada bagian penutup wacana tindak perlokusi yang ada berupa bujukan penjual agar pembeli menambah jumlah pakaian yang dibelinya.

4.2.3.1 Tindak Perlokusi pada Awal WTM

Tindak perlokusi pada awal WTM berupa bujukan penjual kepada pembeli untuk menawar dan sebaliknya bujukan pembeli kepada penjual untuk meminta penurunan harga serta usaha penjual untuk meyakinkan pembeli bahwa pakaian yang dijualnya bermutu bagus dan harganya murah. Bujukan penjual kepada pembeli di awal WTM dilakukan penjual setelah sebelumnya memberikan informasi harga dan melihat reaksi pembeli yang kaget terhadap informasi itu. Perhatikan contoh WTM di bawah ini.

Wacana (23) Pembeli: Pira Mbak? (menunjuk sebuah daster).

'Berapa Mbak?'

Penjual: Dua lima Mbak.

Pembeli: Oh

Penjual: Korting dikit bisa. Itu yang halus kok, nggak luntur.

Pembeli: Bisa kurang Mbak, berapa?

Penjual: Ya, Mbake nawarnya berapa?

Pembeli: Oh, lima belas ya? (beranjak pergi meninggalkan penjual)

Penjual: Lima belas belum bisa Mbak. Ini yang panjang Mbak! Pas aja tujuh belas setengah!

Dalam WTM (23) di atas terlihat pembeli terkejut mendengar harga yang disebutkan penjual. Melihat keterkejutan pembeli, penjual membujuk pembeli untuk menawar dengan menambahkan bahwa pakaian yang ditunjuk pembeli bermutu bagus. Bujukan penjual ternyata masih meragukan pembeli sehingga ia menanyakannya kembali dan penjual menjawab dengan halus.

Sebaliknya pembeli kadang-kadang juga membujuk penjual agar boleh menawar seperti terlihat dalam contoh di bawah ini.

Wacana (24) Pembeli: (melihat-lihat sebuah blus wanita)

Penjual: Opo Mbak, itu? Dua puluh dua setengah.

Pembeli: Nggak kurang lagi, Mbak? Nggak kurang lagi?

Penjual: Ya, korting dikit bisa

Pembeli: Lima belas ya?

Penjual: Berapa?

Pembeli: Lima belas.

Penjual: Tambah dua setengah Mbak! Ya udah, yang mana? Ini? Pak plastike sik alit!

Penjual: Kembalikan lima ribu.

Pembeli: Lima ribu.

Dalam WTM (24) di atas terlihat pembeli membujuk penjual untuk mengurangi harga pakaian setelah mengetahui informasi harga dari penjual. Bujukan pembeli itu berhasil dan ini terbukti dari jawaban penjual yang memperbolehkan pembeli untuk menawarnya dengan syarat hanya sedikit turun dari harga yang telah diberikan.

Kadang-kadang penjual harus meyakinkan pembeli bahwa pakaian yang dijualnya bermutu baik dan murah harganya. Contoh WTM (25) di bawah ini akan menunjukkan hal itu.

Wacana (25) Pembeli: (Seorang ibu dan anak sedang melihat-lihat celana pendek)

Penjual: Besar-besar itu Mas.

Pembeli: Kumbah luntur, pinten niki?

'Dicuci luntur, berapa ini?'

Penjual: *Mboten niku Bu, niki kalih welas. Monggo pinten, saged kirang!*

'Tidak itu Bu, ini dua belas. Mari berapa, boleh kurang!'

Pembeli: *Kalih welas.*

'Dua belas.'

Penjual: *Awet he niki Bu, saged kirang. Mboten tawi kathah niki Bu! Kathah mangke kelire niki Bu!*

'Awet he ini Bu, dapat kurang. Tidak menawarkan banyak ini Bu! Banyak nanti warnanya ini Bu!'

Pembeli: Ampun kalih welas.

‘Jangan Dua belas’

Penjual: Ha monggo pinten Bu?

‘Ya mari berapa Bu?’

Pembeli: Sekawan.

‘Empat ‘

Penjual: Oh...sekawan?

‘Oh...empat?’

Pembeli: Papat setengah mawon!

‘Empat setengah saja!’

Penjual: Dereng pikantuk Bu!

‘Belum boleh Bu!’

Pembeli: Mboten separone?

‘Tidak setengahnya?’

Penjual: Pun nem ewu mawon. Nem ewu niku nempilke sak estu Bu!

Mboten awis Bu. Koleh artane awet niku, nem ewu sak estul

‘Sudah enam ribu saja. Enam ribu itu hanya untung sedikit

Bu! Tidak mahal Bu. Dengan uangnya lebih awet celananya,

enam ribu sungguh!’

Pembeli: (pergi meninggalkan penjual).

Dalam WTM (25) di atas terlihat penjual yang menyanggah komentar pembeli yang meremehkan pakaian yang dijualnya. Setelah menyanggah komentar pembeli, penjual lalu memberikan informasi harga dan mulai membujuk pembeli untuk membelinya dan dapat menawar. Bujukan tersebut diteruskan oleh penjual dengan menunjukkan kelebihan dari

pakaian tersebut yaitu awet dan masih banyak warna yang lain. Bujukan penjual itu berhasil dan ini terbukti ketika pembeli menawar celana itu seharga empat ribu.

4.2.3.2 Tindak Perlokusi pada Bagian Isi atau Tubuh WTM

Tindak perlokusi pada bagian isi atau tubuh WTM berupa bujukan penjual agar pembeli menaikkan harga dan sebaliknya bujukan pembeli kepada penjual untuk menurunkan harga serta usaha penjual untuk meyakinkan pembeli. Bujukan pembeli kepada penjual agar menaikkan harga terlihat jelas dalam WTM (7) di atas.

Dalam WTM (7) terlihat jelas penjual berusaha merayu pembeli untuk menaikkan harga setelah pembeli menawar tujuh ribu rupiah. Bujukan penjual itu diawali dengan memberikan harga pas terlebih dahulu kemudian menyebutkan kelebihan pakaian yang dijual dan alasan untuk modal saja belum jika diberikan kepada pembeli seharga tujuh ribu. Bujukan penjual itu berhasil dan ini terbukti ketika pembeli akhirnya bersedia menambah seribu. Penggalan dari WTM (7a) di bawah ini akan lebih memperjelas penjelasan di atas.

Wacana (7a) Pembeli: Tujuh ya Mbak, ya?

Penjual: Pas aja sembilan. Itu yang halus kok, nggak luntur, Nggak kusut. Nambah berapa biar jadi! Modal aja Belum.

Pembeli: Nambah seribu Mbak!

Bujukan pembeli terhadap penjual agar menurunkan harga terlihat jelas dalam WTM (5) di atas. Dalam WTM (5) terlihat pembeli membujuk penjual untuk menurunkan harga dari dua puluh dua setengah menjadi delapan ribu. Bujukan pembeli tersebut tidak berhasil dan ini ditunjukkan oleh komentar penjual yang menyatakan bahwa harga itu masih jauh dari yang diinginkan penjual. Penggalan WTM (5a) di bawah ini akan memperjelas penjelasan di atas.

Wacana (5a) Pembeli: Mbok wolu wae, Mbak!

‘Ya delapan saja, Kak!’

Penjual: Oh...jauh.

Tindak perlokusi yang juga terdapat dalam bagian isi atau tubuh WTM adalah usaha penjual dalam meyakinkan pembeli. Penjual selalu berusaha meyakinkan pembeli bahwa harga yang diberikan benar-benar pantas. Usaha penjual dalam meyakinkan pembeli itu terlihat jelas dalam WTM (9) di atas.

Dalam WTM (9) di atas terlihat penjual berusaha meyakinkan pembeli dengan memberikan harga pas dan menanyakan pembeli akan membeli berapa. Pembeli menjawab pertanyaan penjual dan penjual kembali meyakinkan membeli untuk menambah seribu. Penjual juga meyakinkan pembeli untuk mulai memilih meskipun pembeli belum menyetujui permintaan penjual.

Usaha penjual untuk meyakinkan pembeli itu berhasil. Hal ini ditunjukkan oleh pembeli yang bingung memilih pakaian yang akan di belinya. Kebingungan pembeli ini menunjukkan bahwa ia menyetujui tawaran penjual untuk memilih dan ini berarti juga bahwa ia menyetujui harga yang diminta penjual. Penggalan WTM (9a) di bawah ini akan memperjelas penjelasan di atas.

Wacana (9a) Penjual: Pas aja Mbak, ini tujuh belas setengah. Ambilnya mau berapa to? Ambile mau berapa?

Pembeli: Yo, siji wae.

‘Ya, satu saja.’

Penjual: Gini aja, nambah seribu aja Mbak! Yang mana? Ini apa ini?

Pembeli: Mana ya?

4.2.3.3 Tindak Perlokusi pada Bagian Penutup WTM

Tindak perlokusi pada bagian penutup WTM terlihat ketika penjual berusaha membujuk pembeli untuk menambah pakaian yang dibelinya. Bujukan penjual terhadap pembeli untuk menambah pakaian yang dibelinya terlihat dalam WTM (12) di atas. Bujukan penjual itu tidak berhasil. Hal ini ditunjukkan oleh jawaban pembeli yang langsung menolak bujukan penjual.

Dalam WTM (12) di atas terlihat penjual yang masih berusaha membujuk pembeli untuk menambah pakaian yang dibelinya. Penggalan WTM (12a) di bawah ini akan memperjelas penjelasan di atas.

Wacana (12a) Penjual: Mbak! Udah mari Mbak, murah itu kalau saya jual, enak

dipakai dingin

Pembeli: Tiga aja.

Penjual: Nggak lima sekalian?

Pembeli: Nggak

Berdasarkan uraian di atas dihasilkan temuan bahwa dalam WTM pada jual-beli pakaian di pasar Beringharjo para penjual dan pembeli memiliki maksud-maksud tersembunyi dalam berkomunikasi. Para penjual dan pembeli melalui tuturannya bermaksud untuk saling menyatakan keluhan, meminta, menawar, membujuk, dan meyakinkan satu sama lain. Dalam hal ini tindak tutur yang sering digunakan oleh penjual dan pembeli itu adalah tindak tutur ilokusi dan perlokusi.

4.3 Hasil Analisis Implikatur Percakapan dalam WTM

Hasil analisis implikatur percakapan dalam WTM dalam penelitian ini meliputi dua hal yaitu Prinsip Kerja Sama (selanjutnya disingkat PK) dan Prinsip Sopan Santun (selanjutnya disingkat PS). PK sendiri terdiri dari empat maksim percakapan (*conversational maxim*) yaitu; (1) maksim kuantitas, (2) maksim kualitas, (3) maksim relevansi, dan (4) maksim pelaksanaan. Sedangkan PS terdiri dari enam maksim yaitu; (1) maksim kearifan, (2) maksim kedermawan, (3) maksim pujian, (4) maksim kerendahan hati, (5) maksim kesepakatan, dan (6) maksim simpati.

Dalam penelitian ini maksim-maksim PK dan PS tersebut digunakan untuk menganalisis WTM dalam jual-beli pakaian di pasar Beringharjo Yogyakarta untuk mengetahui pelaksanaan dan pelanggaran terhadap maksim-maksim tersebut.

4.3.1 Pelaksanaan Prinsip Kerja Sama (PK) dalam WTM

Hasil analisis WTM terhadap pelaksanaan PK menunjukkan adanya pelanggaran terhadap maksim kuantitas, maksim relevansi, dan maksim pelaksanaan. Sedangkan terhadap maksim kualitas hasil analisis menunjukkan sudah ditaati dengan baik.

Pelanggaran terhadap maksim kuantitas seringkali dilakukan oleh penjual dengan alasan untuk mendapatkan keuntungan yang sebesar-besarnya. Pelanggaran terhadap maksim relevansi seringkali dilakukan oleh pembeli dengan alasan merayu penjual untuk memperoleh pakaian yang diinginkan dengan harga murah. Sedangkan pelanggaran terhadap maksim pelaksanaan seringkali dilakukan oleh penjual untuk mengeluh terhadap penawaran pembeli. Pelanggaran-pelanggaran terhadap maksim-maksim PK ini mengakibatkan komunikasi antara penjual dan pembeli tidak berjalan dengan lancar. Hal ini terbukti dari

pembeli yang kemudian diam tanpa menanggapi penjual atau bahkan ada yang langsung pergi meninggalkan penjual!

4.3.1.1 Pelaksanaan Maksim Kuantitas dalam WTM

Maksim kuantitas menghendaki setiap peserta percakapan memberikan kontribusi yang secukupnya atau sebanyak yang dibutuhkan oleh lawan bicaranya (Wijana, 1996:46). Memberikan kontribusi yang berlebih-lebihan dalam percakapan akan melanggar maksim kuantitas. Perhatikan contoh wacana berikut.

Wacana (26) Pembeli: Pinten Mbak?

‘Berapa Kak?’

Penjual: Niki kalih likur setengah

‘Ini dua puluh dua setengah’

Pembeli: Nawis nggih?

‘Nawar ya?’

Penjual: Nggih mangga, pinten?

‘Ya, mari, berapa?’

Pembeli: Sedasa

‘Sepuluh’

Penjual: Pase niku mawon gangsal welas. Sik alusan he, Bu.

Sik pendek sik sepuluh. Lha nambahe pinten kajenge dados!

‘Pasnya itu lima belas saja. Yang halusan he, Bu. Yang pendek yang sepuluh. Ya, mau tambah berapa supaya jadi!’

Pembeli: Yo, kuwi, sepuluh!

'Ya, itu, sepuluh!'

Penjual: Sepuluh modal mawon dereng. Nggih sakregi mawon. Sik pendek mawon niku sedasanan. Pripun?

'sepuluh modal saja belum. Ya, satu harga saja. Yang pendek saja itu sepuluh. Bagaimana? Ya naik Bu, supaya jadi!'

Pembeli: Sewelas wis

'Sebelas sudah'

Penjual: Pas mawon niki kalih welas setengah.

'Pas saja ini dua belas setengah.'

Pembeli: Emoh.

'Tidak mau.'

Penjual: Pun ngeten mawon, Bu, nambah setunggal ewu! Mendhet pinten tho?

'Sudah begini saja, Bu, tambah seribu. Beli berapa?'

Pembeli: Siji bae

'Satu saja'

Penjual: Nggih pun mriki. Niki? Sik pundi?

'Ya sudah sini. Ini? Yang mana?'

Pembeli: Kuwi lho!

'Itul'

Penjual: Niki? Abang?

'Ini? Merah?'

Pembeli: (mengangguk).

Dalam WTM (26) di atas terlihat penjual dalam menanggapi pembeli yang menawar daster tanpa tali seharga sepuluh memberikan kontribusi terlalu berlebih-lebihan. Kontribusi penjual yang berupa harga pas, kualitas kain yang dikatakan yang halus, dan daster yang pendek yang seharga sepuluh belum dibutuhkan pembeli pada tahap itu. Pembeli yang merasa tidak memerlukan informasi tersebut tetap menawar daster seharga sepuluh meskipun sebelumnya penjual telah meyakinkan pembeli harga daster itu lima belas.

Sikap tidak kooperatif penjual itu masih diulangnya kembali setelah mendengar pembeli masih menawar daster seharga sepuluh. Penjual memberikan informasi bahwa jika memberikan daster itu seharga sepuluh untuk kembali modal saja belum cukup dan daster yang pendek yang seharga sepuluh ribu rupiah. Dengan informasi tersebut penjual bermaksud meminta pembeli menaikkan tawarannya. Ternyata pembeli terpancing dengan kontribusi penjual yang tidak kooperatif tadi dengan menaikkan tawarannya dari sepuluh menjadi sebelas.

Dengan demikian dapat disimpulkan dalam WTM penjual seringkali melanggar maksim kuantitas. Pelanggaran yang dilakukan penjual itu beralasan karena ingin mendapatkan keuntungan yang besar dari menjual barang dagangannya yaitu pakaian. Untuk itu penjual tanpa diminta oleh pembeli seringkali tetap memberikan informasi tambahan mengenai kualitas kain, harga pas dari pakaian itu, dan juga pakaian lain yang lebih murah kepada pembeli agar pembeli tertarik untuk membeli barang dagangannya. Pelanggaran yang dilakukan penjual terhadap maksim kuantitas ini seringkali mengakibatkan komunikasi antara penjual dan pembeli terganggu dan tawar-menawar berjalan lebih lama.

4.3.1.2 Pelaksanaan Maksim Kualitas dalam WTM

Maksim kualitas mewajibkan setiap peserta percakapan mengatakan hal yang sebenarnya. Kontribusi peserta percakapan hendaknya didasarkan pada bukti-bukti yang memadai (Wijana, 1996:48). Perhatikan contoh wacana berikut.

Wacana (27) Pembeli: (menunjuk celana pendek)

Penjual: Kalih welas setengah, saged kirang, Bu!

'Dua belas setengah, dapat kurang, Bu!'

Pembeli: Mbok lima nggih, lima ngewu!

'Lima ya, lima ribu!'

Penjual: Pitu ngewu Bu!

'Tujuh ribu, Bu!'

Pembeli: Lima ngewu.

'Lima ribu.'

Penjual: Nambahe pinten? Pas nem ewu, Bu niki.

'Tambah berapa? Pasnya enam ribu, Bu ini.'

Pembeli: Lima ngewu pas.

'Lima ribu pas.'

Penjual: Dereng pareng nek lima ngewu, pas enem Bu.

'Belum boleh jika lima ribu, pas enam Bu.'

Pembeli: Nggih, lima ngewu, nggih!

'Ya, lima ribu, ya!'

Penjual: Enem, Bu! Mboten pareng saestu he, pas enem!

'Enam, Bu! Tidak boleh sungguh he, pas enam!'

Pembeli: (pergi meninggalkan penjual).

Dalam WTM (27) di atas penjual telah memberikan informasi yang sebenarnya mengenai harga dari celana pendek yaitu dua belas setengah dan harga itu belum pasti sehingga pembeli dapat menawarnya. Ketika pembeli menawar seharga lima ribu, penjual meminta seharga tujuh ribu. Ternyata permintaan penjual tidak ditanggapi pembeli yang tetap menawar lima ribu. Setelah mendengar tawaran pembeli, penjual akhirnya memutuskan untuk memberikan harga pas celana pendek itu seharga enam ribu. Pembeli tetap meminta celana pendek itu seharga lima ribu dan penjual tetap berpegang pada informasi sebelumnya jika harga pas celana pendek itu enam ribu rupiah. Berdasarkan informasi tersebut penjual benar-benar tidak dapat memberikan celana pendek tersebut jika tidak seharga enam ribu rupiah. Pembeli yang tetap menginginkan celana pendek itu seharga lima ribu akhirnya pergi meninggalkan penjual. Meskipun pembeli pergi, penjual tidak merasa perlu untuk membujuknya karena penjual tetap berpegang pada harga pas celana itu yaitu enam ribu rupiah. Penjual merasa rugi jika celana pendek itu diberikan kepada pembeli dengan harga di bawah harga pas yang telah ditentukannya itu. Dari penjelasan di atas terlihat bahwa maksim kualitas dalam WTM telah ditaati oleh penjual.

4.3.1.3 Pelaksanaan Maksim Relevansi dalam WTM

Maksim relevansi mengharuskan setiap peserta percakapan memberikan kontribusi yang relevan dengan masalah pembicaraan (Wijana, 1996:49). Perhatikan contoh di bawah ini.

Wacana (28) Pembeli: (memunjuk sebuah daster ibu).

Penjual: Ini tiga lima, korting dikit bisa kok Mbak!

Pembeli: Dua belas setengah.

Penjual: Berapa?

Pembeli: Dua belas setengah.

Penjual: Masih jauh. Modal aja belum. Udah gini aja, pasnya ini dua lima

Pembeli: *Biyen aku langganan lho Mbak!*

'Dulu saya pelanggan lho Kak!'

Penjual: Gimana?

Pembeli: Langganan

'pelanggan'

Penjual: Iya tapi itu yang bordir lho Bu! Dua belas setengah itu modal aja masih jauh.

Pembeli: (pergi meninggalkan penjual)

Dalam WTM (28) di atas pembeli memberikan kontribusi yang tidak relevan dengan masalah pembicaraan. Pembeli dalam WTM (28) di atas menawar daster itu seharga dua belas ribu lima ratus rupiah dan oleh penjual tidak diberikan dengan alasan untuk kembali modal saja belum. Penjual kemudian memberikan harga pas seharga dua puluh lima ribu rupiah. Pembeli tampaknya tidak menghiraukan informasi penjual tetapi malah menyatakan dirinya dahulu pelanggan penjual. Mendengar informasi dari pembeli, penjual membenarkan tetapi bagi penjual informasi pembeli tersebut tidak relevan dengan pembicaraan mengenai harga daster itu sehingga tetap belum bisa menerima tawaran pembeli. Informasi pembeli tentang dirinya sebagai pelanggan tidak menyebabkan penjual memberikan daster itu sesuai permintaan pembeli. Perhatikan juga wacana berikut ini.

Wacana (29) Pembeli: Berapa ni Mbak? (menunjuk satu pasang pakaian tidur).

Penjual: Dua puluh Mbak!

Pembeli: Yang itu mana, celananya?

Penjual: Celana? Itu!

Pembeli: Ini ya? Panjang celananya?

Penjual: Pendek celananya

Pembeli: Yang panjang mana?

Penjual: Yang panjang nggak ada

Pembeli: Lima belas ya?

Penjual: Pasnya tujuh belas setengah, Mbak! Yang halus itu, tidak luntur.

Pembeli: Mana yang halus, ini? Berapa ini?

Penjual: Itu dua lima

Pembeli: Nggak lima belas?

Penjual: Gimana?

Pembeli: Lima belas.

Penjual: Ndak boleh. Ini yang dua puluh pas.

Pembeli: Ini dapat ya lima belas?

Penjual: Itu tujuh belas setengah, Bu.

Pembeli: Yang lima belas mana, ini?

Penjual: Heh

Pembeli: Yang lima belas ini nggak ada.

Penjual: Nggak ada. Ini yang tujuh belas setengah.

Pembeli: Ini ?

Penjual: Itu sama dua puluh

Pembeli: Buat oleh-oleh

Penjual: Jangan lima belas, Bu!

Pembeli: Pendek ya, celananya ya?

Penjual: Ya, ini yang panjang celananya tujuh belas.

Pembeli: Iya.

Penjual: Ini?

Pembeli: Enggak

Penjual: Ini, tujuh belas setengah

Pembeli: Lima belas ya? Ambil yang satu lima belas, ini dua puluh.

Tiga lima jadinya, ya?

Penjual: Warnanya?

Pembeli: merah

Penjual: Ini?

Pembeli: Ya, dua puluh khan? Bingung ya?

Penjual: (segera membungkus, menerima uang dan memberikan bungkusan kepada pembeli).

Dalam WTM (29) di atas pembeli memberikan kontribusi yang tidak relevan dengan masalah pembicaraan. Ketika penjual dan pembeli saling menawar tiba-tiba pembeli memberikan informasi bahwa dirinya membeli untuk oleh-oleh. Informasi pembeli itu oleh penjual tidak ditanggapi dan tetap meminta pembeli untuk tidak menawar lima belas.

Dari penjelasan di atas dapat diambil kesimpulan dalam WTM pembeli seringkali melanggar maksim relevansi. Pelanggaran pembeli terhadap maksim relevansi ini dapat dimaklumi karena pembeli berusaha untuk mendapatkan barang yang diinginkan dengan harga murah. Untuk mendapatkan pakaian dengan harga murah itu pembeli berusaha merayu penjual dengan mengatakan berbagai alasan meskipun sebenarnya alasan itu tidak relevan dengan masalah harga pakaian.

Alasan-alasan yang sering digunakan pembeli yaitu menyatakan diri sebagai pelanggan, pakaian yang dibeli hanya untuk oleh-oleh, dan untuk dijual kembali. Dengan memberikan alasan-alasan tersebut pembeli mengharapkan penjual terbujuk untuk memberikan harga murah untuk pakaian yang ingin dibelinya.

4.3.1.4 Pelaksanaan Maksim Pelaksanaan dalam WTM

Maksim Pelaksanaan mengharuskan setiap peserta percakapan berbicara secara langsung, tidak kabur, tidak taksa, dan tidak berlebih-lebihan serta runtut (Wijana, 1996: 50). Dalam WTM, penjual seringkali melanggar maksim pelaksanaan ini dengan secara tidak langsung menolak permintaan pembeli yang meminta penurunan harga seperti yang terlihat dalam wacana (5) di atas.

Dalam wacana (5) di atas terlihat pembeli yang menawarkan blus wanita seharga delapan ribu setelah sebelumnya mendapat ijin penjual untuk menawarkan. Penjual mendengar permintaan pembeli tersebut langsung kaget dan kekagetannya itu ditunjukkan dengan mengatakan, "Oh...jauh!" Mendengar perkataan penjual itu pembeli terlihat bingung karena tidak mengerti maksud dari perkataan penjual tersebut. Kebingungan pembeli tidak akan terjadi apabila penjual langsung mengemukakan keberatannya terhadap harga yang diminta oleh pembeli. Akhirnya dalam wacana (5) terlihat penjual selanjutnya menjelaskan bahwa harga pas blus wanita itu adalah dua belas ribu lima ratus rupiah. Penggalan wacana (5c) di bawah ini akan lebih memperjelas penjelasan di atas.

Wacana (5c) Pembeli: Mbok wolu bae, Mbak!

'Ya delapan saja, Mbak!'

Penjual: Oh... jauh

Pembeli: Jauh?

Penjual: Pas dua belas setengah, Bu!

Dari penjelasan di atas dapat diambil kesimpulan bahwa dalam WTM penjual seringkali melanggar maksim pelaksanaan. Pelanggaran maksim pelaksanaan oleh penjual ini menyebabkan komunikasi antara penjual dan pembeli menjadi terganggu karena pembeli tidak memahami maksud penjual. Penjual melakukan pelanggaran terhadap maksim pelaksanaan dengan maksud mengeluh secara tidak langsung kepada pembeli yang menawar terlalu jauh dari harga yang diinginkan penjual karena penjual tidak mau rugi.

4.3.2 Pelaksanaan Prinsip Sopan Santun (PS) dalam WTM

Hasil analisis WTM terhadap pelaksanaan PS menunjukkan adanya pelanggaran terhadap maksim kearifan, maksim kedermawanan, maksim pujian, maksim kerendahan hati, dan maksim kesepakatan. Sedangkan terhadap maksim simpati hasil analisis menunjukkan telah dipatuhi dengan baik oleh penjual ataupun pembeli.

Pelanggaran terhadap maksim kearifan seringkali dilakukan oleh pembeli dengan menawar harga pakaian terlalu rendah sehingga penjual merasa dirugikan. Pelanggaran maksim kedermawanan dilakukan oleh pembeli dengan menawar harga pakaian serendah-rendahnya. Sedangkan penjual telah melaksanakan maksim kedermawanan ini dengan mengurangi sedikit demi sedikit harga pakaian yang ditawarkan semula hingga sampai harga pas. Pelanggaran maksim pujian dilakukan oleh pembeli dengan mengecam penjual melalui sikap tidak percaya terhadap harga pakaian yang ditawarkan, mutu pakaian, dan cara penjual menawarkan barang dagangannya. Pelanggaran maksim kerendahan hati dilakukan oleh penjual dengan memuji diri sendiri atas kebaikan hati memberi potongan harga dan memuji kualitas pakaian yang dijualnya. Pelanggaran maksim kesepakatan dilakukan oleh penjual

dengan mengajukan banyak alasan untuk tidak menyetujui permintaan pembeli. Sedangkan terhadap maksim simpati baik penjual atau pembeli telah menaati dengan baik.

Pelanggaran-pelanggaran terhadap maksim-maksim PS ini telah menyebabkan komunikasi antara penjual dan pembeli tidak berjalan dengan lancar sehingga tawar-menawar berlangsung cukup lama. Sedangkan pelaksanaan terhadap maksim simpati menunjukkan komunikasi antara penjual dan pembeli meskipun berlangsung cukup lama tetapi karena terdapat simpati dari pihak penjual dan pembeli WTM tetap berlangsung dengan baik.

4.3.2.1 Pelaksanaan Maksim Kearifan dalam WTM

Maksim ini menganjurkan setiap peserta percakapan untuk membuat kerugian orang lain sekecil mungkin atau membuat keuntungan orang lain sebesar mungkin. Dalam WTM maksim kearifan ini menyarankan penjual dan pembeli untuk saling menguntungkan. Perhatikan contoh wacana (30) di bawah ini.

Wacana (30) Pembeli: Ini? (menunjuk satu stel pakaian tidur)

Penjual: Ini, dua lima.

Pembeli: Segandhok?

'Dua pasang?'

Penjual: Nawar aja berapa?

Pembeli: Hayo, dua lima itu segandhok?

Penjual: Ambilnya mau berapa tho, Bu?

Pembeli: Kalau dua lima segandhok, ya saya ambil satu gandhok. Saya jual lagi.

Penjual: Tiga puluh

Pembeli: Ehm

Penjual: Tambah seribu aja! Yo wis kono, ya sudah!

Pembeli: (memilih warna kemudian pakaian yang dipilih diberikan kepada penjual)

Dalam WTM (30) di atas penjual telah mematuhi maksim kearifan dengan membuat kerugian pembeli sekecil mungkin atau membuat keuntungan pembeli sebesar mungkin. Penjual sebelumnya menawarkan satu stel pakaian tidur seharga dua puluh lima ribu rupiah. Oleh pembeli tawaran penjual tersebut digunakan untuk meminta dua pasang pakaian tidur. Meskipun sebelumnya penjual berkeberatan memenuhi permintaan pembeli dan memintanya untuk menaikkan menjadi tiga puluh tetapi akhirnya penjual bersedia memenuhi permintaan pembeli. Dalam hal ini pembeli melanggar maksim kearifan dengan membuat penjual merasa mengalami kerugian. Ketidakarifan pembeli terlihat ketika pembeli tidak menghiraukan permintaan penjual yang menginginkan harga tawaran dinaikkan. Perhatikan juga contoh wacana (31) di bawah ini.

Wacana (31) Pembeli: (melihat-lihat sebuah daster wanita)

Penjual: Pundhi, niki? Yang ini dua lima setengah.

'Yang mana, ini?'

Pembeli: Pase piro, Mbak?

'Harga pas berapa Kak?'

Penjual: Mbake taware pira?

'Kakak menawar berapa?'

Pembeli: Ra pitu setengah, Mbak?

'Tidak tujuh setengah, Kak?'

Penjual: Wah nek pitu setengah durung enthuk, Mbak. Sing cilik bae ra enthuk pitu setengah.

‘Wah kalau tujuh setengah belum boleh, Kak. Yang kecil saja tidak boleh tujuh setengah’

Pembeli: Soale tukune gak siji, Mbak, akeh!

‘Masalahnya tidak hanya beli satu, kak, banyak!’

Penjual: Durung enthuk Mbak nek pitu setengah, tak pas bae yo lima las.

Ora nglarangke Mbak!

‘Belum boleh Kak kalau tujuh setengah, saya pas saja lima belas. Tidak mahal Kak!’

Pembeli: Lima las kaine gak kongene!

‘Lima belas kainnya tidak seperti ini!’

Penjual: Golek neng dhuwur sik apik kaine!

‘Cari di atas yang baik kainnya!’

Pembeli: (tertawa)

Penjual: Kongene biasa Mbak! Malah anyep kok!

‘Seperti ini bisa Kak! Justru dingin kok!’

Pembeli: Enthuk ora Mbak?

‘Boleh tidak Kak?’

Penjual: Ra enthuk!

‘Tidak boleh!’

Pembeli: Enem?

‘Enam?’

Penjual: Durung enthuk, sik cilik bae ra endruk nek pitung ewu setengah.

'Belum boleh, yang kecil saja tidak boleh kalau tujuh ribu setengah'

Pembeli: Sik cilik sing endhi tho?

'Yang kecil yang mana?'

Penjual: Sepuluh munggah Mbak kuwi regane!

'Sepuluh naik Kak itu harganya!'

Pembeli: Tambah sewu wis.

'Tambah seribu sudah!'

Penjual: Wah ra enthuk!

'Wah tidak boleh!'

Dalam wacana (31) di atas terlihat pembeli melakukan penawaran serendah-rendahnya terhadap harga daster wanita itu. Penjual menawarkan harga daster itu seharga dua lima setengah. Oleh pembeli penawaran dari penjual itu diturunkan menjadi tujuh ribu lima ratus rupiah. Penjual berkeberatan dengan harga yang diminta oleh pembeli dengan alasan untuk daster yang lebih kecil saja harga tersebut belum dapat diberikan. Tetapi pembeli tetap berupaya merayu penjual bahkan berani menawar enam ribu rupiah dan menambah tawaran seribu lagi. Tentu saja penjual tetap tidak mau memberikan karena penjual tidak mau rugi

Dari penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa pembeli melanggar maksim kearifan dengan menawar pakaian dengan harga serendah-rendahnya. Penjual merasa hanya mendapat keuntungan sedikit apabila tawaran pembeli diterima sehingga penjual menolak permintaan pembeli. Pelanggaran pembeli terhadap maksim kearifan ini dapat dimaklumi karena pembeli menginginkan pakaian dengan harga murah.

4.3.2.2 Pelaksanaan Maksim Kedermawanan dalam WTM

Maksim ini menganjurkan peserta percakapan untuk memberi keuntungan diri sendiri sekecil mungkin atau membuat kerugian diri sendiri sebesar mungkin. Dalam WTM maksim kedermawanan ini menyarankan penjual dan pembeli untuk tidak saling mengorbankan. Perhatikan contoh wacana (32) di bawah ini.

Wacana (32) Pembeli: Ini berapa? (menunjuk hem batik)

Penjual: Ini dua puluh dua setengah.

Pembeli: Berapa?

Penjual: Dua puluh dua setengah.

Pembeli: Sembilan ya?

Penjual: Hem...

Pembeli: Sembilan ribu.

Penjual: Pasnya aja Pak, lima belas.

Pembeli: Berapa?

Penjual: Lima belas.

Pembeli: Segitu saja.

Penjual: Oh, nggak boleh!

Dalam WTM (32) di atas terlihat penjual menawarkan hem batik seharga dua puluh dua ribu lima ratus rupiah. Oleh pembeli tawaran penjual tersebut diturunkan menjadi sembilan ribu rupiah. Penjual tidak bersedia memberikan hem itu seharga sembilan ribu rupiah meskipun pembeli tetap merayunya. Penjual akhirnya menurunkan tawaran dengan memberikan harga hem itu yaitu lima belas ribu rupiah. Pembeli tidak mengindahkan tawaran penjual dengan tetap meminta hem seharga sembilan ribu rupiah. Tentu saja penjual tetap tidak bersedia memberikan hem itu karena dia tidak mau rugi.

Dari penjelasan di atas terlihat bahwa penjual telah mematuhi maksim kedermawanan dengan mengurangi harga pakaian yang dijualnya dan memberikan harga pas. Penjual tidak mau memberikan pakaian di bawah harga pas karena ia tidak mau rugi. Sedangkan pembeli telah melanggar maksim kedermawanan dengan melakukan penawaran serendah-rendahnya untuk memperoleh pakaian yang diinginkannya. Dalam hal ini pembeli telah membuat keuntungan diri sendiri sebesar mungkin dan membuat kerugian penjual sebesar mungkin.

4.3.2.3 Pelaksanaan Maksim Pujian dalam WTM

Maksim pujian menganjurkan peserta percakapan untuk mengecam orang lain sesedikit mungkin atau melakukan pujian terhadap orang lain sebanyak mungkin. Dalam WTM maksim pujian ini menyarankan penjual dan pembeli untuk saling memuji. Perhatikan wacana (33) di bawah ini.

Wacana (33) Pembeli: Pira Mbak? (menunjuk sebuah daster)

‘Berapa Kak?’

Penjual: Dua puluh

Pembeli: Heh!

Penjual: Bisa kurang kok, belum harga pas!

Pembeli: Koyo ngene dua puluh!

‘Seperti ini dua puluh!’

Penjual: Nawar berapa, Bu?

Pembeli: Iso kurang ra iki? Enthuk kurang ra?

‘Boleh kurang tidak ini? Boleh kurang tidak?’

Penjual: Bisa.

Pembeli: Pitu?

‘Tujuh?’

Penjual: Nggak boleh.

Pembeli: Lha pira?

‘Ya berapa?’

Penjual: nambahe berapa Bu, biar jadi!

Pembeli: Yo, pitu setengah. Loro lima las!

‘Ya, tujuh setengah. Dua lima belas!’

Penjual: Pen ngeten mawon, Bu. Kalih niku kalih dasa.

‘Sudah begini saja ,Bu. Dua itu dua puluh.

Pembeli: Lima belas.

Penjual: Mboten angsal! Nambahe pinten, Bu?

‘Tidak boleh! Tambah berapa, Bu?’

Pembeli: Pun lima belas bae!

‘Sudah lima belas saja!’

Dalam WTM (33) di atas terlihat pembeli setelah mendengar harga pakaian yang ingin dibelinya seharga dua puluh ribu rupiah langsung kaget karena tidak percaya. Melihat kekagetan pembeli, penjual langsung menyatakan bahwa harga tersebut masih dapat dikurangi dan pembeli dapat menawarnya. Pembeli lalu mulai mengecek kualitas pakaian yang ingin dibelinya. Pembeli tidak mempercayai penjual yang menawarkan pakaian itu seharga dua puluh ribu rupiah dan ia menawarnya seharga tujuh ribu rupiah. Penjual meminta pembeli menaikkan tawarannya. Pembeli menaikkan tawaran menjadi tujuh ribu lima ratus rupiah. Penjual tetap tidak memberikan pakaian tersebut karena penjual telah memberikan harga pas dari pakaian itu yaitu dua puluh rupiah untuk dua potong pakaian. Dari penjelasan

tersebut terlihat bahwa pembeli telah melanggar maksim pujian dengan mengecam kualitas pakaian yang dijual penjual.

Pelanggaran pembeli terhadap maksim pujian juga dilakukan dengan mengecam penjual melalui sikap tidak percaya terhadap harga yang ditawarkan dan mengecam cara pembeli menawarkan barang dagangannya. Perhatikan wacana (34) berikut ini.

Wacana (34) Pembeli: Iki piro Mbak, regane?

‘Ini berapa Kak, harganya?’

Penjual: Dua lima Mas.

Pembeli: Walah, mbok ojo larang-larang. Dipas bae pira?

‘Aduh, jangan mahal-mahal. Harga pasnya berapa?’

Penjual: Yo dipas, ya nawar bae pira? Engko tak pas!

‘Ya saya pas, ya nawar dulu berapa? Nanti saya pas!’

Pembeli: (diam)

Penjual: Selawe kuwi Mas! Yo ngenyang bae pira, engko tak pas!

‘Dua lima itu Mas! Ya nawar saja berapa, nanti saya pas!’

Pembeli: Heh

Penjual: Ngenyang bae pira, engko tak pas. Ra luntur kuwi!

‘Nawar saja berapa, nanti saya pas. Tidak luntur tu!’

Pembeli: Elek ora luwes, oleh ora limo las ewu?

‘Jelek tidak luwes, boleh tidak lima belas ribu?’

Penjual: Piye?

‘Bagaimana?’

Pembeli: Limo las

‘Lima belas’

Penjual: Limo las Mas, pase wolu las.

'Lima belas Mas, pasa saja delapan belas.'

Pembeli: Walah, wis limo las ewu nek oleh. Tak bayar, ora tak utang ora!

'Ya ampun, sudah lima belas ribu kalau boleh. Saya bayar, tidak hutang tidak!'

Penjual: Ora oleh he Mas!

'Tidak boleh Mas!'

Pembeli: Ora oleh nek tak tinggal lunga kowe piye? Oleh ora?

'Tidak boleh kalau saya tinggal kamu bagaimana? Boleh tidak?'

Penjual: Nambah loro setengah!

'Tambah dua setengah!'

Pembeli: Emoh. Nambah rong ewu setengah karo wonge!

'Tidak mau. Tambah dua ribu setengah dengan orangnya!'

Penjual: Tambah sewu yo?

'Tambah seribu ya?'

Pembeli: Emoh!

'Tidak mau!'

Penjual: Yo wis kene.!

'Ya sudah sini'

Pembeli: Nah!

Dalam wacana (34) di atas pembeli mengecam penjual yang menawarkan pakaian seharga dua puluh lima ribu rupiah. Pembeli tidak percaya dengan pernyataan penjual dan

meminta penjual untuk menyebutkan harga pas pakaian itu. Penjual tidak segera memberikan harga pas tetapi meminta pembeli untuk menawar terlebih dahulu. Pembeli jengkel kepada penjual dan mengecam penjual dengan mengatakan penjual jelek dan tidak luwes dalam menawarkan pakaian itu. Kecaman pembeli tersebut menunjukkan bahwa pembeli telah melanggar maksim pujian dengan mengecam penjual.

Dari penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa dalam WTM pembeli seringkali melanggar maksim pujian dengan mengecam penjual. Kecaman pembeli terhadap penjual dilakukan untuk menunjukkan sikap tidak percaya terhadap harga pakaian, kualitas pakaian tersebut, dan juga sikap penjual dalam menawarkan barang dagangannya.

4.3.2.4 Pelaksanaan Maksim Kerendahan Hati

Maksim kerendahan hati ini menganjurkan peserta percakapan untuk memuji diri sendiri sedikit mungkin dan mengecam diri sendiri sebanyak mungkin. Dalam WTM maksim ini menyarankan penjual dan pembeli untuk saling mengurangi cacian. Dalam WTM penjual seringkali melanggar maksim kerendahan hati ini dengan memuji dirinya sendiri atas kebaikan hatinya memberikan harga potongan seperti terlihat dalam wacana (31) di atas.

Dalam wacana (31) di atas penjual menyatakan bahwa harga tujuh setengah belum dapat digunakan untuk memberikan pakaian yang diminta pembeli meskipun membeli banyak. Penjual menyatakan telah memberikan harga pas lima belas ribu dan harga itu sudah sangat murah karena dirinya tidak bermaksud membuat mahal. Penggalan wacana (31a) di bawah ini akan lebih memperjelas penjelasan di atas.

Wacana (31a) Pembeli: Ra pitu setengah, mbak?

‘Tidak tujuh setengah, kak?’

Penjual: Wah, nek pitu setengah durung enthuk Mbak, sing cilik bae ra enthuk pitu setengah.

‘Wah kalau tujuh setengah belum boleh Kak, yang kecil saja belim boleh tujuh setengah.’

Pembeli: Soale tukune gak siji Mbak, akeh!

‘Masalahnya beli tidak hanya satu Kak, banyak!’

Penjual: Durung enthuk Mbak nek pitu setengah, tak pas bae yo lima las. Ora nglarangke Mbak!

‘Belum boleh Mbak kalau tujuh setengah, saya pas saja lima belas. Tidak membuat mahal Kak!’

Pelanggaran terhadap maksim kerendahan hati ini juga dilakukan penjual dengan memuji kualitas pakaian yang dijualnya. Penjual selalu mengatakan kepada pembeli bahwa pakaian yang dijualnya berkualitas bagus seperti terlihat dalam wacana (3) dan (25) di atas.

Dalam wacana (3) di atas penjual memberikan potongan harga sebesar seribu rupiah dan menyatakan bahwa pakaian tidur tersebut terbuat dari bahan yang halus. Pernyataan penjual tersebut dimaksudkan untuk merayu pembeli yang tidak bersedia menerima pakaian itu seharga lima belas. Penggalan wacana (3a) di bawah ini akan lebih memperjelas penjelasan di atas.

Wacana (3a) Pembeli: Kalau lima belas, moh!

Penjual: Ya, berapa nambahnya?

Pembeli: Sebelas ya?

Penjual: Udah, saya korting seribu. Ini yang halus, Bu!

Dalam wacana (25) di atas terlihat penjual menyanggah pembeli yang menyatakan celana pendek yang dijual apabila dicuci akan pudar warnanya. Penjual lalu memuji kualitas

celana pendek itu yang dikatakan awet, murah dan masih tersedia banyak pilihan warna.

Penggalan wacana (25a) di bawah ini akan memperjelas penjelasan di atas.

Wacana (25a) Pembeli: (Seorang ibu dan anak sedang melihat-lihat celana pendek)

Penjual: Besar-besar itu Mas.

Pembeli: Kumbah luntur, pinten niki?

‘Dicuci luntur, berapa ini?’

Penjual: Mboten niku Bu, niki kalih welas. Monggo pinten, saged kirang!

‘Tidak itu Bu, ini dua belas. Mari berapa, boleh kurang!’

Pembeli: Kalih welas

‘Dua belas.’

Penjual: Awet he niki Bu, saged kirang. Mboten tawi kathah niki Bu! Kathah mangke kelire niki Bu!

‘Awet he ini Bu, dapat kurang. Tidak menawarkan banyak ini Bu! Banyak nanti warnanya ini Bu!’

Dari penjelasan di atas dapat diambil kesimpulan bahwa penjual seringkali melanggar maksim kerendahan hati dengan memuji dirinya sendiri yang baik hati telah memberikan potongan harga dan memuji kualitas pakaian yang dijualnya. Pelanggaran penjual terhadap maksim kerendahan hati ini dilakukan penjual karena ingin mengambil hati pembeli agar tertarik untuk membeli pakaian yang dijualnya.

4.3.2.5 Pelaksanaan Maksim Kesepakatan dalam WTM

Maksim kesepakatan ini menganjurkan peserta percakapan untuk mengusahakan agar ketaksepakatan antara diri dan orang lain terjadi sedikit mungkin atau mengusahakan agar kesepakatan antara diri dengan orang lain terjadi sebanyak mungkin. Dalam WTM maksim kesepakatan ini menyarankan penjual dan pembeli untuk saling mengurangi ketidaksesuaian antara mereka. Perhatikan wacana (35) berikut ini.

Wacana (35) Pembeli: Iki pira?

‘Ini berapa?’

Penjual: Tujuh belas setengah

Pembeli: Pira ?

‘Berapa?’

Penjual: Tujuh belas setengah

Pembeli: Mbok sebelas Mbak, rolas setengah bae, enthuk yo, pase pira?

‘Sebelas saja Kak, dua belas setengah saja, dapat ya, pasnya berapa?’

Penjual: Pitulas setengah, Bu!

‘Tujuh belas setengah, Bu!’

Pembeli: Pat belas enthuk ora? Ra iso medhun?

‘Empat belas boleh tidak? Tidak dapat turun?’

Penjual: Tak korting sewu bae, nek gelem nem belas.

‘Saya potong seribu saja, kalau mau enam belas.’

Pembeli: Hhm... nem belas? Tengah-tengah wis, limo las nek enthuk.

Nek ora enthuk yo kebangeten!

'Hhm... enam belas? Tengah-tengah saja, lima belas kalau boleh. Kalau tidak boleh ya keterlaluhan!'

Penjual: Molas ewu, Mbak?

'Lima belas ribu, Kak?'

Pembeli: Ho'o, enthuk?

'Ho'o boleh?'

Penjual: Yo wis kene Mbak! Pundhi, niki?

'Ya sudah sini Kak! Yang mana, ini?'

Pembeli: Nek ana warna liyane!

'Kalau ada warna yang lain!'

Penjual: Wontene niki, kalih?

'adanya ini, dua?'

Pembeli: Mengko sik, iki bae!

'Nanti dulu, ini saja!'

Dalam wacana (35) di atas terlihat bahwa penjual dan pembeli telah mematuhi maksim kesepakatan dengan bersama-sama mengurangi ketidaksesuaian antara mereka. Ketika penjual menyebutkan harga pakaian itu tujuh belas setengah, pembeli langsung menawar menjadi sebelas lalu naik dua belas setengah. Pembeli setelah meminta kepastian harga pas lalu menaikkan tawarannya menjadi empat belas ribu rupiah. Mendengar penawaran pembeli, penjual sepakat untuk memberikan potongan harga seribu sehingga harga pakaian itu menjadi enam belas ribu rupiah. Pembeli yang mengetahui tawaran penjual langsung mengajukan usul untuk mencari titik tengah harga pakaian itu yaitu lima belas ribu rupiah. Usulan pembeli tersebut menarik penjual sehingga bersedia memberikan harga

pakaian itu lima belas ribu rupiah. Hal tersebut menunjukkan kesepakatan telah terjadi antara penjual dan pembeli.

Tetapi seringkali penjual melanggar maksim kesepakatan ini dengan mengajukan banyak alasan mengapa penawaran pembeli tidak diterima. Alasan-alasan yang sering digunakan penjual antara lain harga sudah pas dan harga belum cocok sehingga terus meminta kenaikan harga seperti terlihat dalam wacana (36) berikut ini.

Wacana (36) Pembeli: Berapa ni Mbak? (menunjuk sebuah blus wanita)

Penjual: Tiga puluh

Pembeli: Tiga puluh? Sewelas yo Mbak?

‘Sebelas ya Kak?’

Penjual: Pase rong puluh, Mbak!

‘Harga pas dua puluh, Kak!’

Pembeli: Tiga belas ya, Mbak?

Penjual: Pas dua puluh

Pembeli: (pergi meninggalkan penjual)

Dalam wacana (36) di atas terlihat penjual menutup kemungkinan bagi pembeli untuk melakukan kesepakatan mengenai harga blus itu karena penjual telah memberikan harga pasnya. Penjual berpegang pada harga pas tersebut sehingga pembeli memilih meninggalkan penjual setelah tawarannya ditolak penjual.

Selain itu penjual seringkali melanggar maksim kesepakatan dengan menyuruh pembeli untuk terus menaikkan harga hingga penjual merasa harga yang diberikan pembeli telah cocok. Perhatikan contoh WTM (13a) berikut ini

Wacana (13a) Pembeli: Mbak, ora ana sing luwih gedhe?

‘Kak, tidak ada yang lebih besar?’

Penjual: Mboten.

'Tidak.'

Pembeli: Pira iki?

'Berapa ini?'

Penjual: Kalih dasa Bu, saged kirang, pinten Ibuke!

'Dua puluh Bu, dapat kurang, berapa Ibu!'

Pembeli: Pitu setengah yo?

'Tujuh setengah ya?'

Penjual: Gangsal welas

'Lima belas.'

Pembeli: Pitu setengah wis!

'Tujuh setengah sudah!'

Penjual: Tambahe pinten Ibuke?

'Berapa Ibu menambah?'

Pembeli; Ra enthuk?

'Tidak boleh?'

Penjual: mboten angsal e Bu!

'Tidak boleh he Bu!'

Dalam wacana (13a) di atas terlihat penjual yang memberikan harga dua puluh ribu rupiah di awal tawar-menawar. Oleh pembeli ditawar menjadi tujuh setengah ribu rupiah. Penawaran pembeli tersebut belum diterima penjual dengan menurunkan harga menjadi lima belas ribu rupiah. Pembeli tetap menawar seharga tujuh setengah ribu rupiah dan penjual tetap meminta pembeli untuk menaikkan harga. Akhirnya tidak terjadi kesepakatan antara

penjual dan pembeli karena penjual tetap menginginkan pembeli untuk menaikkan harga karena harga yang ditawarkan pembeli belum cocok.

Dari penjelasan di atas dapat diambil kesimpulan dalam WTM penjual seringkali melanggar maksim kesepakatan dengan mengajukan alasan harga sudah pas atau harga belum cocok sehingga meminta pembeli untuk terus menaikkan harga dari pakaian yang ingin dibelinya. Alasan yang diajukan penjual tersebut seringkali membuat pembeli tidak meneruskan tawar-menawarnya karena merasa sulit menemukan kesepakatan dari penjual.

4.3.2.6 Pelaksanaan Maksim Simpati dalam WTM

Maksim simpati ini menganjurkan setiap peserta percakapan untuk mengurangi rasa antipati antara diri dan orang lain hingga sekecil mungkin atau meningkatkan rasa simpati sebanyak-banyaknya antara diri dan orang lain. Dalam WTM maksim ini menyarankan penjual dan pembeli untuk saling mengurangi antipati di antara mereka. Perhatikan wacana (35) di atas.

Dalam wacana (35) di atas terlihat penjual dan pembeli telah mematuhi maksim simpati. Tawar-menawar dalam WTM (35) meskipun berlangsung lama tetapi akhirnya terjadi kesepakatan bersama karena penjual menghargai permintaan pembeli dan pembeli menghargai permintaan penjual. Dalam WTM pelaksanaan maksim ini mengakibatkan WTM berjalan lancar dan memunculkan kepuasan dari pihak penjual ataupun pembeli. Hasil analisis menunjukkan penjual dan pembeli sudah berusaha untuk saling mengurangi antipati di antara mereka dengan saling menghargai permintaan masing-masing lawan bicaranya. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa penjual dan pembeli telah mematuhi maksim simpati ini dengan baik.

Berdasarkan uraian di atas dihasilkan temuan bahwa WTM dalam jual-beli pakaian di pasar Beringharjo Yogyakarta tidak mutlak mentaati maksim PK dan PS. Maksim PK yang dilanggar adalah maksim kuantitas, maksim relevansi, dan maksim pelaksanaan. Sedangkan maksim PS yang dilanggar adalah maksim kearifan, maksim kedermawanan, maksim pujian, maksim kerendahan hati, dan maksim kesepakatan. Pelanggaran terhadap maksim-maksim dalam PK dan PS yang ditemukan dalam penelitian ini ternyata semuanya memiliki alasan. Terdapat sedikitnya enam alasan terjadinya pelanggaran maksim PK dan PS dalam WTM dalam jual-beli pakaian di pasar Beringharjo Yogyakarta, yaitu (1) penjual menginginkan keuntungan yang besar, (2) pembeli mendapatkan pakaian yang diinginkan dengan harga murah, (3) penjual mengeluh kepada pembeli, (4) pembeli menunjukkan sikap tidak percaya terhadap harga pakaian, kualitas pakaian, dan sikap penjual dalam menawarkan dagangannya, (5) penjual mengambil hati pembeli agar tertarik untuk membeli pakaian yang dijualnya, dan (6) penjual meminta pembeli menaikkan harga tawarannya.

BAB V

PENUTUP

Dalam bab ini akan diuraikan mengenai kesimpulan dari hasil penelitian, relevansi penelitian terhadap pembelajaran bahasa Indonesia di SMU, implikasi dan saran.

5.1 Kesimpulan

Sesuai dengan hasil penelitian, WTM dalam jual-beli pakaian di pasar Beringharjo Yogyakarta mempunyai struktur yang terdiri dari tiga bagian, yaitu: (1) bagian pembuka, (2) bagian isi atau bagian tubuh, dan (3) bagian penutup. Bagian pembuka terdiri dari: (1) pertanyaan pembeli mengenai harga pakaian kepada penjual, (2) informasi harga baju oleh penjual, dan (3) pemberian izin untuk menawar dari penjual kepada pembeli. Bagian isi atau bagian tubuh terdiri dari: (1) pembeli menawar, (2) permintaan penjual kepada pembeli untuk menaikkan tawarannya, (3) penentuan harga pas oleh penjual, dan (4) alasan-alasan mengapa penjual tidak menyetujui tawaran pembeli. Bagian penutup terdiri dari: (1) persetujuan penjual atau pembeli terhadap tawar-menawar yang telah dilakukan, (2) pertanyaan mengenai warna yang dipilih, (3) rayuan penjual agar pembeli menambah pakaian yang dibeli, (4) ucapan terima kasih dari pembeli atas pelayanan penjual, (5) penjual tidak memperbolehkan, dan (6) pembeli mohon pamit kepada penjual.

WTM memiliki dua macam struktur yaitu WTM berstruktur lengkap dan WTM berstruktur tidak lengkap. Dari 43 WTM yang terkumpul, 23 WTM berstruktur lengkap dan 20 WTM berstruktur tidak lengkap. WTM dikatakan berstruktur lengkap jika memiliki tiga bagian wacana yaitu bagian pembuka, bagian isi atau tubuh, dan bagian penutup.

WTM berstruktur lengkap ini menunjukkan dua kemungkinan yaitu : (1) transaksi jual-beli telah terjadi setelah melalui proses tawar-menawar dan (2) transaksi jual beli tidak terjadi atau gagal karena tidak tercapai kesepakatan antara penjual dan pembeli. WTM dikatakan berstruktur tidak lengkap jika hanya memiliki dua bagian wacana yaitu bagian pembuka dan bagian isi atau tubuh. WTM berstruktur tidak lengkap ini menunjukkan bahwa transaksi jual-beli gagal dilakukan karena tidak ditemukan kesesuaian harga antara penjual dan pembeli. Pada WTM berstruktur tidak lengkap ini biasanya pembeli mengakhiri pembicaraan dengan langsung meninggalkan penjual tanpa pamit terlebih dahulu. Pada WTM berstruktur tidak lengkap ini masih terbuka kemungkinan terjadi tawar-menawar lebih lanjut jika pembeli atau penjual menginginkannya kembali.

Hasil analisis tindak tutur dalam WTM menunjukkan terdapat tiga tindak tutur dalam WTM yaitu (1) tindak lokusi, (2) tindak ilokusi, dan (3) tindak perlokusi. Tindak lokusi dalam WTM berisi informasi mengenai harga pakaian yang dijual penjual. Tindak lokusi ini sering dijumpai pada bagian awal wacana. Tindak ilokusi dalam WTM dibedakan menjadi tiga. Pertama, pada awal WTM tindak ilokusi yang ada menyatakan ketidakpercayaan pembeli terhadap informasi harga yang diberikan penjual dan usulan penjual kepada pembeli untuk menawar. Kedua, pada bagian tubuh atau isi WTM tindak ilokusi yang ada meliputi permintaan turun harga oleh pembeli, keluhan pembeli, pernyataan penjual, permintaan penjual agar pembeli menaikkan harga, dan penawaran penjual kepada pembeli. Ketiga, pada bagian penutup WTM tindak ilokusi yang ada meliputi pernyataan penjual dan ucapan terima kasih. Tindak perlokusi dalam WTM dibedakan menjadi tiga. Pertama, pada awal WTM tindak perlokusi yang ada berupa bujukan penjual kepada pembeli untuk menawar, bujukan pembeli kepada penjual untuk

mengurangi harga, dan usaha penjual meyakinkan pembeli mengenai mutu pakaian yang dijualnya. Kedua, pada bagian isi atau tubuh WTM tindak perlokusi yang ada berupa bujukan penjual kepada pembeli untuk menaikkan harga dan sebaliknya bujukan pembeli kepada penjual untuk menurunkan harga, dan usaha penjual dalam meyakinkan pembeli untuk membeli pakaian yang dijualnya. Ketiga pada bagian penutup WTM tindak perlokusi yang ada berupa bujukan penjual agar pembeli menambah jumlah pakaian yang dibelinya.

Berdasarkan uraian di atas dihasilkan temuan bahwa dalam WTM pada jual-beli pakaian di pasar Beringharjo para penjual dan pembeli memiliki maksud-maksud tersembunyi dalam berkomunikasi. Para penjual dan pembeli melalui tuturan-tuturannya bermaksud untuk saling menyatakan keluhan, meminta, menawar, membujuk, dan meyakinkan satu sama lain. Hal tersebut mereka lakukan untuk memperoleh apa yang mereka inginkan yaitu keuntungan sebesar-besarnya bagi penjual dan memperoleh pakaian dengan harga murah bagi pembeli. Dalam hal ini tindak tutur yang sering digunakan oleh penjual dan pembeli adalah tindak tutur ilokusi dan perlokusi.

Secara umum implikatur percakapan pada WTM belum menaati PK dan PS. Pelaksanaan PK dalam WTM menunjukkan adanya pelanggaran terhadap maksim kuantitas, maksim relevansi, dan maksim pelaksanaan, sedangkan terhadap maksim kualitas hasil analisis menunjukkan sudah ditaati dengan baik. Pelaksanaan PS dalam WTM menunjukkan adanya pelanggaran terhadap maksim kearifan, maksim kedermawanan, maksim pujian, maksim kerendahan hati, dan maksim kesepakatan, sedangkan terhadap maksim simpati hasil analisis menunjukkan telah dipatuhi dengan baik oleh penjual ataupun pembeli.

Pelanggaran terhadap beberapa maksim-maksim dalam PK dan PS yang ditemukan dalam WTM ini ternyata semuanya memiliki alasan. Terdapat sedikitnya enam alasan terjadinya pelanggaran maksim PK dan PS dalam WTM pada jual-beli pakaian di pasar Beringharjo Yogyakarta, yaitu (1) penjual menginginkan keuntungan yang besar, (2) pembeli menginginkan pakaian dengan harga murah, (3) penjual mengeluh kepada pembeli, (4) pembeli menunjukkan sikap tidak percaya terhadap harga pakaian, kualitas pakaian, dan sikap penjual dalam menawarkan barang dagangannya, (5) penjual membujuk pembeli agar tertarik untuk membeli pakaian yang dijualnya, dan (6) penjual meminta pembeli menaikkan harga tawarannya.

5.2 Relevansi Hasil Penelitian Ini terhadap Pembelajaran Bahasa Indonesia di SMU

Hasil penelitian ini memiliki relevansi terhadap pembelajaran bahasa Indonesia di SMU, sebagaimana terdapat dalam Garis-garis Besar Program Pengajaran (GBPP) dalam Kurikulum 1994 (Depdikbud: 1995). Butir-butir pembelajaran yang dimaksud meliputi menemukan dan membedakan ragam bahasa tulis dan ragam bahasa lisan, menemukan dan membedakan ragam bahasa resmi dan ragam bahasa tak resmi baik lisan maupun tulis, dan mengungkapkan pendapat, gagasan, pengalaman, atau perasaan yang sama dengan berbagai cara dan berbagai bentuk kalimat.

5.2.1 Relevansi Hasil Penelitian Ini terhadap Butir Pembelajaran “Menemukan dan Membedakan Ragam Bahasa Tulis dan Ragam Bahasa Lisan”

Hasil penelitian ini memiliki relevansi terhadap butir pembelajaran menemukan dan membedakan ragam bahasa tulis dan ragam bahasa lisan. Butir pembelajaran ini

merupakan butir pembelajaran kedua dan dapat kita temukan dalam program pengajaran untuk kelas I Caturwulan kedua.

Hasil penelitian ini dapat memberikan sumbangan dalam hal memberikan salah satu contoh ragam bahasa lisan. Butir pembelajaran ini menekankan aspek pemahaman dan penggunaan. Contoh-contoh WTM yang terdapat dalam penelitian ini dapat digunakan sebagai materi contoh ragam bahasa lisan yang terdapat dalam kehidupan sehari-hari. Kegiatan pembelajaran yang dapat dilakukan adalah siswa melihat contoh-contoh WTM untuk mengenali ciri-cirinya (aspek pemahaman), mendiskusikan, dan dapat membuat sendiri salah satu bentuk WTM dengan bermain peran di depan kelas (aspek penggunaan). Kegiatan pembelajaran tersebut dapat melatih siswa dalam ketrampilan membaca dan berbicara.

5.2.2 Relevansi Hasil Penelitian Ini terhadap Butir Pembelajaran “Menemukan dan Membedakan Ragam Bahasa Resmi dan Ragam Bahasa Tak Resmi Baik Lisan maupun Tulis”

Hasil penelitian ini memiliki relevansi terhadap butir pembelajaran menemukan dan membedakan ragam bahasa resmi dan ragam bahasa tak resmi baik lisan maupun tulis. Butir pembelajaran ini merupakan butir pembelajaran ketiga yang terdapat dalam program pengajaran untuk kelas I Caturwulan kedua.

Hasil penelitian ini dapat memberikan sumbangan dalam hal contoh ragam bahasa tak resmi secara lisan yang terdapat dalam kehidupan sehari-hari. Kegiatan pembelajaran yang dapat dilakukan adalah siswa melihat contoh WTM dan menemukan ciri-ciri ragam bahasa lisan tak resmi, mendiskusikannya, dan membuat contoh WTM yang lain dengan

bermain peran di depan kelas. Siswa dapat juga menemukan kata-kata dan kalimat-kalimat tak baku yang terdapat dalam WTM dan dapat membetulkan menjadi kata-kata dan kalimat-kalimat baku jika digunakan dalam ragam bahasa resmi baik lisan maupun tulis. Kegiatan pembelajaran tersebut dapat melatih siswa dalam ketrampilan membaca, menulis, dan berbicara.

5.2.3 Relevansi Hasil Penelitian Ini terhadap Butir Pembelajaran “Mengungkapkan Pendapat, Gagasan, Pengalaman, atau Perasaan yang Sama dengan Berbagai Cara dan Berbagai Bentuk Kalimat”

Hasil penelitian ini memiliki relevansi terhadap butir pembelajaran mengungkapkan pendapat, gagasan, pengalaman, atau perasaan yang sama dengan berbagai cara dan berbagai bentuk kalimat. Butir pembelajaran ini merupakan butir pembelajaran keempat belas yang terdapat dalam program pengajaran untuk kelas II Caturwulan pertama.

Hasil penelitian ini dapat memberikan sumbangan dalam hal contoh bentuk-bentuk kalimat yang terdapat dalam WTM dalam mengungkapkan pendapat, gagasan, pengalaman, atau perasaan baik oleh penjual maupun oleh pembeli. Penjual maupun pembeli dalam mengungkapkan pendapat, gagasan, pengalaman, atau perasaan yang sama seringkali menggunakan berbagai cara dan berbagai bentuk kalimat yang berlainan. Hal ini dapat ditemukan dalam hasil penelitian terhadap berbagai tindak tutur yang terdapat dalam WTM terutama tindak tutur ilokusi dan perlokusi.

Kegiatan pembelajaran yang dapat dilakukan adalah siswa melihat contoh beberapa WTM, membacanya dengan seksama, kemudian mencoba menemukan berbagai cara dan

berbagai bentuk kalimat yang mengungkapkan pendapat, gagasan, pengalaman, atau perasaan yang sama. Setelah itu siswa diajak untuk membuat berbagai bentuk kalimat yang mengungkapkan pendapat, gagasan, pengalaman, atau perasaan yang sama. Kegiatan pembelajaran ini dapat melatih siswa dalam ketrampilan membaca dan menulis.

5.3 Implikasi

Hasil penelitian ini berimplikasi pada dunia penelitian kebahasaan dan pada pembelajaran bahasa Indonesia. Pada dunia penelitian kebahasaan penelitian ini memperkaya dan menambah luasnya wawasan tentang wacana khususnya berdasarkan tinjauan secara pragmatik. Pada dunia pembelajaran bahasa Indonesia, penelitian ini berimplikasi pada pemilihan materi pembelajaran bahasa Indonesia berdasarkan kurikulum 1994 yang menekankan pendekatan komunikatif. Hasil penelitian ini dapat dimanfaatkan oleh guru untuk lebih memahami pentingnya materi pembelajaran yang kontekstual atau langsung berkaitan dengan kehidupan siswa sehari-hari agar tujuan pembelajaran bahasa Indonesia khususnya yang berkaitan dengan ketrampilan berbahasa dapat tercapai.

5.4 Saran

Penelitian terhadap WTM ini sangat baik untuk ditindaklanjuti dengan penelitian serupa dengan fenomena pragmatik yang lain seperti deiksis dan praanggapan agar analisis WTM secara pragmatik menjadi lebih lengkap. Dapat juga dilakukan penelitian WTM secara struktural untuk mengetahui pilihan kata, bentuk bahasa, gaya bahasa, cara penyampaian isi wacana berdasar jenis kalimat, dan hubungan antar satuan klausa dan kalimat.

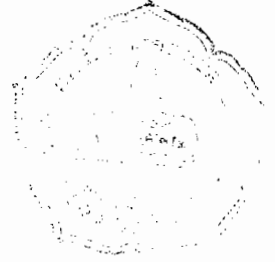
WTM pada jual-beli pakaian di pasar Beringharjo dapat menjadi salah satu alternatif bahan pembelajaran bahasa Indonesia di sekolah khususnya SMU. Sesuai dengan kurikulum 1994 yang menggunakan pendekatan komunikatif, WTM ini sangat baik untuk digunakan sebagai bahan pembelajaran bahasa Indonesia mengingat sifatnya yang kontekstual yaitu dekat dengan kehidupan siswa sehari-hari. Oleh karena itu, guru bahasa Indonesia dapat menggunakan WTM ini sebagai bahan pembelajaran bahasa Indonesia agar ketrampilan berbahasa siswa semakin bertambah baik.



DAFTAR PUSTAKA

- Alwasilah, A. Chaedar. 1993. *Pengantar Sosiologi Bahasa*. Bandung: Angkasa.
- Baryadi, I. Praptomo. 1989. "Salam Pembuka Komunikasi dalam Wacana Langsung: Suatu tinjauan Pragmatis" dalam *Linguistik Indonesia* th. 7, No:14 Desember 1989.
- Brown, Gillian dan George Yule. 1996. *Analisis Wacana*. L. Soetikno (terj.). Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Depdikbud. 1988. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka.
- _____. 1995. *Kurikulum Sekolah Menengah Umum: Garis-garis Besar Program Pengajaran Mata Pelajaran Bahasa dan Sastra Indonesia*. Jakarta.
- Halliday, M.A.K. dan Ruqaiya Hasan. 1992. *Bahasa, Konteks, dan Teks: Aspek-Aspek Bahasa dalam Semiotik Sosial*. Asruddin Barori Tou (terj.). Yogyakarta: Gajah Mada University Press.
- Harjanti, Rokhani Puji. 1996. *Wacana Rubrik "Sesegar Mawar" Surat Kabar Kedaulatan Rakyat: Suatu Tinjauan Pragmatis*. Skripsi. PBSI, JPBS, FKIP, Universitas Sanata Dharma: Yogyakarta.
- Kartomiharjo, Soeseno. 1993. "Penggunaan Bahasa dalam Masyarakat: Bentuk Bahasa Penolakan" dalam *Penyelidikan Bahasa dan Perkembangan Wawasannya II*. Jakarta: Masyarakat Linguistik Indonesia.
- Kaswanti Purwo, Bambang. 1990. *Pragmatik dan Pengajaran Bahasa: Menyibak Kurikulum 1984*. Yogyakarta: Kanisius.
- Kridalaksana, Harimurti. 1984. *Kamus Linguistik*. Jakarta: Gramedia.
- Leech, Geoffrey. 1993. *Prinsip-prinsip Pragmatik*. M.D.D. Oka (terj.). Jakarta: Universitas Indonesia.
- Lestari, Lucia Septy Mundi Wahyu. 1998. *Analisis Wacana Humor Tulis Rubrik "Tulali" majalah Remaja Hai: Suatu Tinjauan Pragmatik dan Semantik*. Skripsi. PBSI, JPBS, FKIP, USD: Yogyakarta.
- Luxemburg, Jan Van dkk. 1992. *Pengantar Ilmu Sastra*. Dick Hartoko (terj.). Jakarta: Gramedia.
- Moeliono, Anton M. 1988. *Tata Bahasa Baku Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka
- Nababan, P.W.J. 1984. *Sosiolinguistik: Suatu Pengantar*. Jakarta: Gramedia.

- _____. 1987. *Ilmu Pragmatik: Teori dan Penerapannya*. Jakarta: Depdikbud.
- Orbandaru. 1988. *Alih Kode dan Campur Kode dalam Ceramah Keagamaan K.H. Zainuddin M.Z.: Tinjauan Sosiolinguistik*. Skripsi, Fakultas Sastra, Universitas Gadjah Mada: Yogyakarta.
- Pateda, Mansoer. 1990. *Sosiolinguistik*. Bandung: Angkasa.
- Poedjosudarmo, Soepomo. 1982. "Kode dan Alih Kode" dalam *Widyaparwa No. 22*. Yogyakarta: Balai Penelitian Bahasa.
- _____. 1985. "Komponen Tutur": dalam *Perkembangan Linguistik Indonesia*. Jakarta: Arcan.
- Rahardi, R. Kunjana. 1996. *Kode dan Alih Kode dalam Wacana Jual Beli Sandang pada Masyarakat Tutur Bilingual dan Diglosik di Wilayah Kotamadya Yogyakarta: Sebuah Kajian Sosiolinguistik*. Tesis. Program Pascasarjana, UGM, Yogyakarta.
- Soeparno. 1993. *Dasar-dasar Linguistik*. Yogyakarta: Mitra Gama Widya.
- Sudaryanto. 1988. *Metode Linguistik Bagian II: Metode dan Teknik Pengumpulan Data*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- _____. 1993. *Metode dan Aneka Teknik Analisis Bahasa: Pengantar Penelitian Wahana Kebudayaan Secara Linguistik*. Yogyakarta: Duta Wacana University Press.
- Supardo, Susilo. 1988. *Bahasa Indonesia dalam Konteks*. Jakarta: Depdikbud.
- Susilo, Markus Heru. 1996. *Register Politik dalam Wacana Bahasa Indonesia: Studi Kasus pada Harian Kompas Tahun 1994-1995*. Skripsi. PBSI, JPBS, FKIP, USD: Yogyakarta.
- Tarigan, Henry Guntur. 1993. *Pengajaran Wacana*. Bandung: Angkasa.
- Wasito, Herman. 1992. *Pengantar Metodologi Penelitian*. Jakarta: Gramedia.
- Wijana, I. Dewa Putu. 1996. *Dasar-dasar Pragmatik*. Yogyakarta: Andi Offset.



LAMPIRAN

Wacana (1) Pembeli: Piro iki, Mbak? (memegang sebuah daster)

'Berapa ini, Kak?'

Penjual: Tiga puluh, bisa kurang kok! Berapa naware, Mbak!

Pembeli: Ra oleh sepuluh tho?

'Tidak boleh sepuluh tho?'

Penjual: Ra oleh, pase bae Mbak pitulas setengah. Nek sepuluh modale bae durung entuk .

'Tidak boleh, pasnya Mbak tujuh belas setengah. Kalau sepuluh untuk modal saja belum dapat.'

Pembeli: (Diam)

Penjual: Sak rego bae, piro? Wis ngene bae Mbak, takpaske limolas!

'Satu harga saja, berapa? Sudah begini saja Kak, saya pas lima belas!'

Pembeli: (pergi meninggalkan penjual).

Wacana (2) Pembeli: Ini? (menunjuk satu stel pakaian tidur).

Penjual : Ini dua lima. Bisa kurang, Bu! Nawar aja berapa!

Pembeli: Separuhnya dong. Ya... tiga belas setengah.

Penjual: Berapa?

Pembeli: Tiga belas setengah.

Penjual: Tujuh belas setengah, Bu. Nambahe berapa?

Pembeli: Hah!

Penjual: Nambahe berapa , biar jadi?

Pembeli: Sebelas setengah.

Penjual: Pas, lima belas.

Wacana (3) Pembeli: (melihat-lihat satu pasang pakaian tidur)

Penjual: (mendekati pembeli) Ini dua lima, Bu, satu stel.

Pembeli: Sepuluh, sepuluh.

Penjual: Nggak bisa, pasnya lima belas.

Pembeli: Kalau lima belas, moh!

Penjual: Ya, berapa nambahnya?

Pembeli: Sebelas ya?

Penjual: Udah saya korting seribu, ini yang halus, Bu!

Pembeli: Warna lain ada nggak?

Penjual: Warna lain ada.

Pembeli: Coba lihat dulu, mana? Baju-baju bagus harganya gini
(melihat-lihat). Sama dengan ini? Dua belas ya?

Penjual: Yang ini aja?

Pembeli: Ya.

Wacana (4) Pembeli: Mbak, iki piro iki Mbak?

‘Kak, ini berapa ini, Kak?’

Penjual: Ini dua lima, bisa kurang kok. Nawar aja berapa!

Pembeli: Dua belas setengah.

Penjual: Pas tujuh belas setengah. Nawar aja berapa, Bu?

Pembeli: Lima belas ya?

Penjual: (Diam saja tidak menanggapi pertanyaan pembeli.)

Wacana (5) Pembeli: Piro Mbak? (menunjuk sebuah blus wanita)

‘Berapa Kak?’

Penjual: Dua puluh dua setengah. Dua puluh dua setengah.

Pembeli: Harga pas, Mbak?

Penjual: Ya bisa korting dikit, Bu! Nawar aja berapa?

Pembeli: Mbok wolu bae, Mbak!

‘Ya delapan saja, Mbak!’

Penjual: Oh...jauh.

Pembeli: Jauh?

Penjual: Pas dua belas setengah, Bu!

Wacana (6) Pembeli: Berapa Mbak?

Penjual: Ini dua puluh.

Pembeli: Ki, piro Mbak? Ora sepuluh bae, Mbak?

‘Ini, berapa Kak? Tidak sepuluh saja, Kak?’

Penjual: Nggak boleh. Tambah dua setengah. Pas dua belas setengah.

Pembeli: (diam saja)

Penjual: Piye Mbak? Berapa to naware?

‘Bagaimana Kak?’

Pembeli: (Beranjak pergi meninggalkan penjual.)

Wacana (7) Pembeli: Ini berapaan Mbak? (menunjuk sebuah daster bertali satu)

Penjual: Itu tujuh belas setengah, bisa kurang!

Pembeli: Pasnya berapa?

Penjual: Nawar aja dulu berapa?

Pembeli: Tujuh ya Mbak, ya?

Penjual: Pas aja sembilan. Itu yang halus kok, nggak luntur, nggak kusut.

Nambah berapa biar jadi! Modal aja belum.

Pembeli: Nambah seribu Mbak!

Penjual: Ya, sudah mari! Yang mana?

Pembeli: Kalau yang panjang berapa Mbak?

Penjual: Pasnya dua belas setengah.

Pembeli: Ini Mbak! (menyerahkan uang ke penjual)

Penjual: Entar ya? (menggambilkan sisa uang pembeli).

Wacana (8) Pembeli: (melihat-lihat celana pendek)

Penjual: Tiga puluh, bisa kurang, Bu, Pak!

Pembeli: Berapa?

Penjual: Tiga puluh, bisa kurang.

Pembeli: Nggak lima belas?

Penjual: Dua lima.

Pembeli: Lima belas sudah!

Penjual: Tambah berapa? Dua lima ?

Pembeli: Lima belas, ya?

Penjual: Nggak bisa.

Pembeli: Lima belas.

Penjual: Dua puluh Pak!

Pembeli: Lima belas sudah. Ambil satu. Ya?

Penjual: Nambah berapa?

Pembeli: Sudah-sudah, nggak!

Penjual: Ya, mari Pak!

Pembeli: (segera memilih celana, menyerahkan kepada penjual dan membayarnya).

Wacana (9) Pembeli: (menunjuk satu pasang pakaian tidur)

Penjual: Dua lima Mbak! Bisa kurang!

Pembeli: Pasa piro?

‘Harga persisnya berapa?’

Penjual: Pas saja mbak, ini tujuh belas setengah. Ambilnya Mau berapa tho? Ambile mau berapa?

Pembeli: Yo, siji bae!

‘Ya, satu saja!’

Penjual: Gini aja, nambah seribu aja Mbak! Yang mana? Ini apa itu?

Pembeli: Mana ya?

Wacana (10) Pembeli: Berapa ini? (menunjuk celana pendek)

Penjual: Lima belas, Mbak!

Pembeli: Hhm

Penjual: Lima belas.

Pembeli: Sepuluh?

Penjual: Nggak boleh he!

Pembeli: Ya?

Penjual: Berapa Bu?

Pembeli: Sepuluh.

Penjual: Tambah dikit aja!

Pembeli: Wah, udah deh sepuluh.

Penjual: Ya sudah.

Pembeli: (memilih celana, menyerahkan kepada penjual sambil menyerahkan uang)

Penjual: Ini Bu (menyerahkan celana yang sudah dibungkus).

Pembeli: Makasih ya?

Wacana (11) Pembeli: Mbak, pinten? Pinten niki? Pinten?

‘Kak, berapa? Berapa ini? Berapa?’

Penjual: Selawe

‘Dua lima’

Pembeli: Selawe larang men! Mbak, mosok selawe? Mbak, rolas!

Rolas!

‘Dua lima mahal sekali! Kak, masa dua lima? Kak, dua belas!’

Dua belas’

Penjual: Pas pitulas, pinten naware tho?

‘Pas tujuh belas, berapa menawarnya tho?’

Pembeli: Rolas!

‘Dua belas’

Penjual: Kalih welas. Nambah telung ewu Mbak!

‘Dua belas. Tambah tiga ribu Kak!’

Pembeli: (diam saja)

Penjual: Yo, wis kono Mbak, sisan! Sik pundi, niki?

‘Ya, sudah sana Mbak, sekalian! Yang mana, ini?’

Pembeli: Warna liyane ora ana Mbak?

‘Warna yang lain tidak ada Kak?’

Penjual: Niku, milih niku!

‘Itu, pilih itu!’

Pembeli: Iki Mbak!

‘Ini Kak!’

Wacana (12) Pembeli: Berapa? (menunjuk celana pendek)

Penjual: Lima belas, bisa kurang!

Pembeli: Nggak tujuh ribu?

Penjual: Nggak, dua belas setengah!

Pembeli: Heh

Penjual: Dua belas setengah!

Pembeli: Tujuh ribu ya? Mau ambil tiga (beranjak pergi meninggalkan penjual).

Penjual: Nambahnya berapa Mbake biar jadi? Sepuluh Mbak! Tambah dikit, berapa Mbake? Ya sudah, mari sini Mbak! Mbak! Mbak!

Pembeli: (berbalik kembali ke penjual)

Penjual: Udah mari Mbak, murah itu kalau saya jual sepuluh, enak dipakai, dingin.

Pembeli: Tiga aja.

Penjual: Nggak lima sekalian?

Pembeli: Nggak!

Wacana (13) Pembeli: Mbak, ora ana sing luwih gedhe?

‘Kak, tidak ada yang lebih besar?’

Penjual: Mboten.

‘Tidak.’

Pembeli: Pira iki?

‘Berapa ini?’

Penjual: Kalih dasa Bu, saged kirang, pinten Ibuke!

‘Dua puluh Bu, dapat kurang, berapa Ibu!’

Pembeli: Pitu setengah yo?

‘Tujuh setengah ya?’

Penjual: Gangsal welas

‘Lima belas.’

Pembeli: Pitu setengah wis!

‘Tujuh setengah sudah!’

Penjual: Tambahe pinten Ibuke?

‘Berapa Ibu menambah?’

Pembeli; Ra enthuk?

‘Tidak boleh?’

Penjual: mboten angsal e Bu!

‘Tidak boleh he Bu!’

Wacana (14) Pembeli: Berapa Mbak? (menunjuk sebuah blus wanita). Penjual : Ini

dua puluh, bisa kurang!

Pembeli: Sembilan ya?

Penjual: Berapa?

Pembeli: Sembilan ribu ya?

Penjual: Wah, udah pasnya aja tujuh belas setengah.

Pembeli: Misi mbak, nanti.

Wacana (15) Pembeli: Piro iki, Mbak? (menunjuk sebuah daster)

‘Berapa ini, Kak?’

Penjual: Itu tiga puluh

Pembeli: Pira?

‘Berapa?’

Penjual: Tiga puluh.

Pembeli: Tiga puluh ?

Penjual: Belum harga pas kok itu Mbak, bisa ditawar.

Pembeli: Nggak sepuluh, Mbak?

Penjual: Oh... nggak boleh. Modal aja belum.

Pembeli: Ada ukuran lainnya nggak Mbak ini?

Penjual: Itu satu ukuran, tinggal itu he Mbak!

Pembeli: Gedhe banget he! (pergi meninggalkan penjual)

‘Besar sekali he!’

Wacana (16) Pembeli: (melihat-lihat sebuah daster).

Penjual: Ini dua lima Bu.

Pembeli: Sepuluh!

Penjual: Ndak bisa, pasnya aja itu lima belas.

Pembeli: Ndak bisa kurang dari lima belas ya?

Penjual: Ya, berapa nambahnya?

Pembeli: Sebelas ya?

Penjual: Udah saya korting seribu aja Bu!

Pembeli: Warna lain ada nggak?

Penjual: Warna lain ada

Pembeli: Dua belas udah jadi?

Penjual: Yang ini aja?

Pembeli: Ya.

Wacana (17) Pembeli: (melihat-lihat sebuah daster ibu)

Penjual: Tiga puluh Bu!

Pembeli: Tiga puluh?

Penjual: Ya, korting dikit bisa. Berapa to Bu?

Pembeli: Kalau lima ribu?

Penjual: Berapa?

Pembeli: Lima ribu

Penjual: Jauh, Bu. Sekarang udah nggak ada.

Wacana (18) Pembeli: (menunjuk sebuah daster ibu)

Penjual: Tiga puluh Bu. Korting dikit bisa, berapa tho Bu?

Pembeli: Lima ribu

Penjual: Berapa?

Pembeli: Lima ribu

Penjual: Jauh, Bu!

Wacana (19) Pembeli: Niki pinten, niki? (menunjuk sebuah daster).

‘Ini berapa, ini?’

Penjual: Niku tigang ndoso, korting sekedhik saged Mbak!

‘ Itu tiga puluh, korting sedikit dapat Kak!’

Pembeli: Mboten pitulas, pitulas?

‘Tidak tujuh belas, tujuh belas?’

Penjual: Nek sing kaya niku kalih doso.

‘Yang seperti itu dua puluh.’

Penjual: Lha nambahe pinten Mbak, tambah sewu Mbak!

‘Ya, tambah berapa Kak, tambah seribu Kak!’

Wacana (20) Pembeli: Mbak pinten niki? (menunjuk sebuah daster)

‘Kak berapa ini?’

Penjual: Selawe

‘Dua lima.’

Pembeli: Selawe, larang men, Mbak mosok selawe? Mbak sewelas, sewelas!

‘Dua lima, mahal sekali, Kak masa dua lima? Kak sebelas, sebelas!’

Penjual: Pinten naware tho?

‘Berapa nawarnya?’

Pembeli: Sewelas

‘Sebelas’

Penjual: Nambah telung ewu, Mbak! Yo wis kene Mbak!

‘Tambah tiga ribu, Kak! Ya sudah sini Kak!’

Wacana (21) Pembeli: Berapa ya, Mbak? (menunjuk satu stel baju tidur).

Penjual: Dua lima

Pembeli: Bisa kurang, Mbak?

Penjual: Berapa nawarnya?

Pembeli: Lima belas

Penjual: Pasnya tujuh belas setengah. Ambilnya mau berapa to, Mbak?

Pembeli: Ambil dua

Penjual: Udah dua tiga lima. Halus kok itu kainnya! Nggak lecek, nggak luntur. Gimana Mbake, Mbak udah pas itu harganya!

Pembeli: lima belas, Mbak! Ya?

Penjual: Nambah seribu.

Pembeli: Lima belas aja.

Penjual: Ya, sudah mari milih! Satu, nggak jadi dua?

Pembeli: Yang satu warna lain.

Penjual: Yang satu mana?

Pembeli: Yang satu polos ada nggak?

Penjual: Apa?

Pembeli: Polos, nggak batik gitu?

Penjual: Semua ya gitu. Yang mana Mbak? Milih dulu! Yang mana Mbaknya, gimana Mbaknya? Milih!

Pembeli: (Pergi meninggalkan penjual).

Wacana (22) Pembeli: Ini berapa? (menunjuk sebuah kemeja batik)

Penjual: Tiga puluh, bisa kurang Bu, Pak!

Pembeli: Berapa?

Penjual: Tiga puluh, bisa kurang.

Pembeli: Ndak lima belas?

Penjual: Dua lima.

Pembeli: Lima belas sudah

Penjual: Tambahe berapa?

Pembeli: Udah pas itu.

Penjual: Dua lima, Bu!

Pembeli: Lima belas ya?

Penjual: Nggak boleh !

Pembeli: Lima belas.

Penjual: Dua puluh, Pak!

Pembeli: Lima belas udah, ambil satu, ya?

Penjual: Nambahe berapa?

Pembeli: Ya, udah itu ya?

Penjual: Ya, Pak mari Pak!

Wacana (23) Pembeli: Pira Mbak? (menunjuk sebuah daster).

‘Berapa Mbak?’

Penjual: Dua lima Mbak.

Pembeli: Oh

Penjual: Korting dikit bisa. Itu yang halus kok, nggak luntur.

Pembeli: Bisa kurang Mbak, berapa?

Penjual: Ya, Mbake nawarnya berapa?

Pembeli: Oh, lima belas ya? (beranjak pergi meninggalkan penjual)

Penjual: Lima belas belum bisa Mbak. Ini yang panjang Mbak! Pas aja tujuh belas setengah!

Wacana (24) Pembeli: (melihat-lihat sebuah blus wanita)

Penjual: Opo Mbak, itu? Dua puluh dua setengah.

Pembeli: Nggak kurang lagi, Mbak? Nggak kurang lagi?

Penjual: Ya, korting dikit bisa

Pembeli: Lima belas ya?

Penjual: Berapa?

Pembeli: Lima belas.

Penjual: Tambah dua setengah Mbak! Ya udah, yang mana? Ini? Pak
plastike sik alit!

Penjual: Kembalikan lima ribu.

Pembeli: Lima ribu

Wacana (25) Pembeli: (Seorang ibu dan anak sedang melihat-lihat celana pendek)

Penjual: Besar-besar itu Mas.

Pembeli: Kumbah luntur, pinten niki?

‘Dicuci luntur, berapa ini?’

Penjual: Mboten niku Bu, niki kalih welas. Monggo pinten, saged
kirang!

‘Tidak itu Bu, ini dua belas. Mari berapa, boleh kurang!’

Pembeli: Kalih welas.

‘Dua belas.’

Penjual: Awet he niki Bu, saged kirang. Mboten tawi kathah niki Bu!
Kathah mangke kelire niki Bu!

‘Awet he ini Bu, dapat kurang. Tidak menawarkan banyak
ini Bu! Banyak nanti warnanya ini Bu!’

Pembeli: Ampun kalih welas.

‘Jangan Dua belas’

Penjual: Ha monggo pinten Bu?

‘Ya mari berapa Bu?’

Pembeli: Sekawan.

‘Empat ‘

Penjual: Oh...sekawan?

‘Oh...empat?’

Pembeli: Papat setengah mawon!

‘Empat setengah saja!’

Penjual: Dereng pikantuk Bu!

‘Belum boleh Bu!’

Pembeli: Mboten separone?

‘Tidak setengahnya?’

Penjual: Pun nem ewu mawon. Nem ewu niku nempilke sak estu Bu!

Mboten awis Bu. Kaleh artane awet niku, nem ewu sak estu!

‘Sudah enam ribu saja. Enam ribu itu hanya untung sedikit Bu! Tidak mahal Bu. Dengan uangnya lebih awet celananya, enam ribu sungguh!’

Pembeli: (pergi meninggalkan penjual).

Wacana (26) Pembeli: Pinten Mbak?

‘Berapa Kak?’

Penjual: Niki kalih likur setengah

‘Ini dua puluh dua setengah’

Pembeli: Nawis nggih?

‘Nawar ya?’

Penjual: Nggih mangga, pinten?

‘Ya, mari, berapa?’

Pembeli: Sedasa

‘Sepuluh’

Penjual: Pase niku mawon gangsal welas. Sik alusan he, Bu.

Sik pendek sik sepuluh. Lha nambahe pinten kajenge dados!

‘Pasnya itu lima belas saja. Yang halusan he, Bu. Yang pendek yang sepuluh. Ya, mau tambah berapa supaya jadi!’

Pembeli: Yo, kuwi, sepuluh!

‘Ya, itu, sepuluh!’

Penjual: Sepuluh modal mawon dereng. Nggih sakregi

mawon. Sik pendek mawon niku sedasanan. Pripun?

‘sepuluh modal saja belum. Ya, satu harga saja. Yang pendek saja itu sepuluh. Bagaimana? Ya naik Bu, supaya jadi!’

Pembeli: Sewelas wis

‘Sebelas sudah’

Penjual: Pas mawon niki kalih welas setengah.

‘Pas saja ini dua belas setengah.’

Pembeli: Emoh.

‘Tidak mau.’

Penjual: Pun ngeten mawon, Bu, nambah setunggal ewu!

Mendhet pinten tho?

‘Sudah begini saja, Bu, tambah seribu. Beli berapa?’

Pembeli: Siji bae

‘Satu saja’

Penjual: Nggih pun mriki. Niki? Sik pundi?

‘Ya sudah sini. Ini? Yang mana?’

Pembeli: Kuwi lho!

‘Itu!’

Penjual: Niki? Abang?

‘Ini? Merah?’

Pembeli: (mengangguk).

Wacana (27) Pembeli: (menunjuk celana pendek)

Penjual: Kalih welas setengah, saged kirang, Bu!

‘Dua belas setengah, dapat kurang, Bu!’

Pembeli: Mbok lima nggih, lima ngewu!

‘Lima ya, lima ribu!’

Penjual: Pitu ngewu Bu!

‘Tujuh ribu, Bu!’

Pembeli: Lima ngewu.

‘Lima ribu.’

Penjual: Nambahe pinten? Pas nem ewu, Bu niki.

‘Tambah berapa? Pasnya enam ribu, Bu ini.’

Pembeli: Lima ngewu pas.

‘Lima ribu pas.’

Penjual: Dereng pareng nek lima ngewu, pas enem Bu.

‘Belum boleh jika lima ribu, pas enam Bu.’

Pembeli: Nggih, lima ngewu, nggih!

‘Ya, lima ribu, ya!’

Penjual: Enem, Bu! Mboten pareng saestu he, pas enem!

‘Enam, Bu! Tidak boleh sungguh he, pas enam!’

Pembeli: (pergi meninggalkan penjual).

Wacana (28) Pembeli: (menunjuk sebuah daster ibu).

Penjual: Ini tiga lima, korting dikit bisa kok Mbak!

Pembeli: Dua belas setengah.

Penjual: Berapa?

Pembeli: Dua belas setengah.

Penjual: Masih jauh. Modal aja belum. Udah gini aja, pasnya

ini dua lima

Pembeli: Biyen aku langganan lho Mbak!

Dulu saya pelanggan lho Kak!’

Penjual: Gimana?

Pembeli: Langganan

‘pelanggan’

Penjual: Iya tapi itu yang bordir lho Bu! Dua belas setengah

itu modal aja masih jauh.

Pembeli: (pergi meninggalkan penjual)

Wacana (29) Pembeli: Berapa ni Mbak? (sambil menunjuk satu pasang pakaian tidur).

Penjual: Dua puluh Mbak!

Pembeli: Yang itu mana, celananya?

Penjual: Celana? Itu!

Pembeli: Ini ya? Panjang celananya?

Penjual: Pendek celananya

Pembeli: Yang panjang mana?

Penjual: Yang panjang nggak ada

Pembeli: Lima belas ya?

Penjual: Pasnya tujuh belas setengah, Mbak! Yang halus itu, tidak luntur.

Pembeli: Mana yang halus, ini? Berapa ini?

Penjual: Itu dua lima.

Pembeli: Nggak lima belas?

Penjual: Gimana?

Pembeli: Lima belas.

Penjual: Ndak boleh. Ini yang dua puluh pas.

Pembeli: Ini dapat ya lima belas?

Penjual: Itu tujuh belas setengah, Bu.

Pembeli: Yang lima belas mana, ini?

Penjual: Heh

Pembeli: Yang lima belas ini nggak ada.

Penjual: Nggak ada. Ini yang tujuh belas setengah.

Pembeli: Ini ?

Penjual: Itu sama dua puluh

Pembeli: Buat oleh-oleh

Penjual: Jangan lima belas, Bu!

Pembeli: Pendek ya, celananya ya?

Penjual: Ya, ini yang panjang celananya tujuh belas.

Pembeli: Iya.

Penjual: Ini?

Pembeli: Enggak

Penjual: Ini, tujuh belas setengah

Pembeli: Lima belas ya? Ambil yang satu lima belas, ini dua puluh. Tiga lima jadinya, ya?

Penjual: Warnanya?

Pembeli: merah

Penjual: Ini?

Pembeli: Ya, dua puluh khan? Bingung ya?

Penjual: (segera membungkus, menerima uang dan memberikan bungkusannya kepada pembeli).

Wacana (30) Pembeli: Ini? (menunjuk satu stel pakaian tidur)

Penjual: Ini, dua lima

Pembeli: Segandhok?

‘Dua pasang?’

Penjual: Nawar aja berapa?

Pembeli: Hayo, dua lima itu segandhok?

Penjual: Ambilnya mau berapa tho, Bu?

Pembeli: Kalau dua lima segandhok, ya saya ambil satu gandhok. Saya jual lagi.

Penjual: Tiga puluh

Pembeli: Ehm

Penjual: Tambah seribu aja! Yo wis kono, ya sudah!

Pembeli: (memilih warna kemudian pakaian yang dipilih diberikan kepada penjual)

Wacana (31) Pembeli: (melihat-lihat sebuah daster wanita)

Penjual: Pundhi, niki? Yang ini dua lima setengah.

‘Yang mana, ini?’

Pembeli: Pase piro, Mbak?

‘Harga pas berapa Kak?’

Penjual: Mbake taware pira?

‘Kakak menawar berapa?’

Pembeli: Ra pitu setengah, Mbak?

‘Tidak tujuh setengah, Kak?’

Penjual: Wah nek pitu setengah durung enthuk, Mbak. Sing cilik bae ra enthuk pitu setengah.

‘Wah kalau tujuh setengah belum boleh, Kak. Yang kecil saja tidak boleh tujuh setengah’

Pembeli: Soale tukune gak siji, Mbak, akeh!

‘Masalahnya tidak hanya beli satu, kak, banyak!’

Penjual: Durung enthuk Mbak nek pitu setengah, tak pas bae yo lima las. Ora nglarangke Mbak!

‘Belum boleh Kak kalau tujuh setengah, saya pas saja lima belas. Tidak mahal Kak!’

Pembeli: Lima las kaine gak kongene!

‘Lima belas kainnya tidak seperti ini!’

Penjual: Golek neng dhuwur sik apik kaine!

‘Cari di atas yang baik kainnya!’

Pembeli: (tertawa)

Penjual: Kongene biasa Mbak! Malah anyep kok!

‘Seperti ini bisa Kak! Justru dingin kok!’

Pembeli: Enthuk ora Mbak?

‘Boleh tidak Kak?’

Penjual: Ra enthuk!

‘Tidak boleh!’

Pembeli: Enem?

‘Enam?’

Penjual: Durung enthuk, sik cilik bae ra enthuk nek pitung ewu setengah.

‘Belum boleh, yang kecil saja tidak boleh kalau tujuh ribu setengah’

Pembeli: Sik cilik sing endhi tho?

‘Yang kecil yang mana?’

Penjual: Sepuluh munggah Mbak kuwi regane!

‘Sepuluh naik Kak itu harganya!’

Pembeli: Tambah sewu wis.

‘Tambah seribu sudah!’

Penjual: Wah ra enthuk!

‘Wah tidak boleh!’

Wacana (32) Pembeli: Ini berapa? (menunjuk hem batik)

Penjual: Ini dua puluh dua setengah.

Pembeli: Berapa?

Penjual: Dua puluh dua setengah.

Pembeli: Sembilan ya?

Penjual: Hem...

Pembeli: Sembilan ribu.

Penjual: Pasnya aja Pak, lima belas.

Pembeli: Berapa?

Penjual: Lima belas.

Pembeli: Segitu saja.

Penjual: Oh, nggak boleh!

Wacana (33) Pembeli: Pira Mbak? (menunjuk sebuah daster)

‘Berapa Kak?’

Penjual: Dua puluh

Pembeli: Heh!

Penjual: Bisa kurang kok, belum harga pas!

Pembeli: Koyo ngene dua puluh!

‘Seperti ini dua puluh!’

Penjual: Nawar berapa, Bu?

Pembeli: Iso kurang ra iki? Enthuk kurang ra?

‘Boleh kurang tidak ini? Boleh kurang tidak?’

Penjual: Bisa.

Pembeli: Pitu?

‘Tujuh?’

Penjual: Nggak boleh.

Pembeli: Lha pira?

‘Ya berapa?’

Penjual: nambahe berapa Bu, biar jadi!

Pembeli: Yo, pitu setengah. Loro lima las!

‘Ya, tujuh setengah. Dua lima belas!’

Penjual: Pen ngeten mawon, Bu. Kalih niku kalih dasa.

‘Sudah begini saja ,Bu. Dua itu dua puluh.

Pembeli: Lima belas.

Penjual: Mboten angsal! Nambahe pinten, Bu?

‘Tidak boleh! Tambah berapa, Bu?’

Pembeli: Pun lima belas bae!

‘Sudah lima belas saja!’

Wacana (34) Pembeli: Iki piro Mbak, regane?

‘Ini berapa Kak, harganya?’

Penjual: Dua lima Mas.

Pembeli: Walah, mbok ojo larang-larang. Dipas bae pira?

‘Aduh, jangan mahal-mahal. Harga pasnya berapa?’

Penjual: Yo dipas, ya nawar bae pira? Engko tak pas!

‘Ya saya pas, ya nawar dulu berapa? Nanti saya pas!’

Pembeli: (diam)

Penjual: Selawe kuwi Mas! Yo ngenyang bae pira, engko tak

pas!

‘Dua lima itu Mas! Ya nawar saja berapa, nanti saya pas!’

Pembeli: Heh

Penjual: Ngenyang bae pira, engko tak pas. Ra luntur kuwi!

‘Nawar saja berapa, nanti saya pas. Tidak luntur tu!’

Pembeli: Elek ora luwes, oleh ora limo las ewu?

‘Jelek tidak luwes, boleh tidak lima belas ribu?’

Penjual: Piye?

‘Bagaimana?’

Pembeli: Limo las

‘Lima belas’

Penjual: Limo las Mas, pase wolu las.

‘Lima belas Mas, pasa saja delapan belas.’

Pembeli: Walah, wis limo las ewu nek oleh. Tak bayar, ora tak utang ora!

‘Ya ampun, sudah lima belas ribu kalau boleh. Saya bayar, tidak hutang tidak!’

Penjual: Ora oleh he Mas!

‘Tidak boleh Mas!’

Pembeli: Ora oleh nek tak tinggal lunga kowe piye? Oleh ora?

‘Tidak boleh kalau saya tinggal kamu bagaimana?’

Boleh tidak?’

Penjual: Nambah loro setengah!

‘Tambah dua setengah!’



Pembeli: Emoh. Nambah rong ewu setengah karo wonge!

‘Tidak mau. Tambah dua ribu setengah dengan orangnya!’

Penjual: Tambah sewu yo?

‘Tambah seribu ya?’

Pembeli: Emoh!

‘Tidak mau!’

Penjual: Yo wis kene.!

Ya sudah sini’

Pembeli: Nah!

Wacana (35) Pembeli: Iki pira?

‘Ini berapa?’

Penjual: Tujuh belas setengah

Pembeli: Pira ?

‘Berapa?’

Penjual: Tujuh belas setengah

Pembeli: Mbok sebelas Mbak, rolas setengah bae, enthuk yo, pase pira?

‘Sebelas saja Kak, dua belas setengah saja, dapat ya, pasnya berapa?’

Penjual: Pitulas setengah, Bu!

‘Tujuh belas setengah, Bu!’

Pembeli: Pat belas enthuk ora? Ra iso modhun?

‘Empat belas boleh tidak? Tidak dapat turun?’

Penjual: Tak korting sewu bae, nek gelem nem belas.

‘Saya potong seribu saja, kalau mau enam belas.’

Pembeli: Hhm...nem belas? Tengah-tengah wis, limo las nek enthuk. Nek ora enthuk yo kebangeten!

‘Hhm...enam belas? Tengah-tengah saja, lima belas kalau boleh. Kalau tidak boleh ya keterlalu!’

Penjual: Molas ewu, Mbak?

‘Lima belas ribu, Kak?’

Pembeli: Ho’o, enthuk?

‘Ho’o boleh?’

Penjual: Yo wis kene Mbak! Pundhi, niki?

‘Ya sudah sini Kak! Yang mana, ini?’

Pembeli: Nek ana warna liyane!

‘Kalau ada warna yang lain!’

Penjual: Wontene niki, kalih?

‘adanya ini, dua?’

Pembeli: Mengko sik, iki bae!

‘Nanti dulu, ini saja!’

Wacana (36) Pembeli: Berapa ni Mbak? (menunjuk sebuah blus wanita)

Penjual: Tiga puluh

Pembeli: Tiga puluh? Sewelas yo Mbak?

‘Sebelas ya Kak?’

Penjual: Pase rong puluh, Mbak!

‘Harga pas dua puluh, Kak!’

Pembeli: Tiga belas ya, Mbak?

Penjual: Pas dua puluh

Pembeli: (pergi meninggalkan penjual)

Wacana (37) Pembeli: Iki piro?

‘Ini berapa?’

Penjual: Tujuh belas setengah.

Pembeli: Piro?

‘Berapa?’

Penjual: Tujuh belas setengah.

Pembeli: Mbok sebelas

‘Sebelas ya!’

Penjual: Mboten angsal Mbak!

‘Tidak boleh Kak!’

Pembeli: Mbak, rolas setengah, Mbak yo! Pase piro?

‘Kak, dua belas setengah, ya Kak! Pas berapa?’

Penjual: Pitulas setengah, Bu, pun pas.

‘Tujuh belas setengah, Bu, sudah pas.’

Pembeli: Pat belas enthuk ora? Ora iso mudhun?

‘Empat belas boleh tidak? Tidak bisa turun?’

Penjual: Tak korting sewu Mbak, nem belas!

‘Saya potong seribu Kak, enam belas!’

Pembeli: Tengah-tengah wis, limolas nek enthuk, nek ora yo
kebangetan!

‘Tengah-tengah saja, lima belas kalau boleh, kalau tidak ya keterlaluhan!’

Penjual: Limolas ewu Mbak?

‘Lima belas ribu Kak?’

Pembeli: Ho-ch, enthuk?

‘Boleh?’

Penjual: Yo wis kene Mbak!

‘Ya sudah sini Kak!’

Pembeli: Nek ono warna liyane!

‘Kalau ada warna lainnya!’

Penjual: Ming onten niki. Koleh?

‘Hanya ada ini. Dua?’

Pembeli: (mengangguk).

Wacana (38) Pembeli: (menunjuk satu pasang pakaian tidur)

Kalau atas bawah gitu Mbak?

Penjual: Atas bawah ada, ini tiga puluh.

Pembeli: Lima belas ya?

Penjual: Wah belum boleh itu lima belas.

Pembeli: Kalau lima belas tak ambil!

Penjual: Em belum boleh tuh, dua puluh udah.

Pembeli: Kalau lima belas tak ambil.

Penjual: Ambilnya berapa? Tambah dua setengah!

Pembeli: Ah, lima belas deh. Baru kemarin ni saya beli.

Penjual: Belum dapet, tambah setengah nanti tak plastikin sekalian, mau?

Pembeli: Lima belas, ya?

Penjual: Nambah dua setengah mau nggak? Sekalian nanti tak plastike.

Pembeli: Nggak ah.

Penjual: Yang mana tho? Piye Mbak limolas? Yang mana tho Mbak?

Pembeli: (pergi meninggalkan penjual).

Wacana (39) Pembeli: (menunjuk sebuah daster) Pinten niki?

‘Berapa ini?’

Penjual: Niki kalih dasa.

‘Ini dua puluh.’

Pembeli: Pitu setengah, yo?

‘Tujuh setengah, ya?’

Penjual: Mboten angsal.

‘Tidak boleh.’

Pembeli: Lha pinten?

‘Jadi berapa?’

Penjual: Pase mawon kalih welas setengah.

‘Pas saja dua belas setengah.’

Pembeli: Nek wolu pareng mboten?

‘Kalau delapan boleh tidak?’

Penjual: Pinten?

‘Berapa?’

Pembeli: Wolu

‘Delapan.’

Penjual: Pun ngaten mawon Bu, Bu! Tambah kalih ewu Bu!

Tambah setunggal ewu Bu!

‘Sudah begini saja Bu, Bu! Tambah dua ribu Bu!

Tambah seribu Bu!’

Pembeli: (pergi meninggalkan penjual).

Wacana (40) Pembeli: (menunjuk sebuah celana pendek) Pinten niki Mbak?

‘Berapa ini Kak?’

Penjual: Kalih welas setengah. Saged kirang Mbak!

‘Dua belas setengah. Dapat kurang Kak!’

Pembeli: Limo yo, Mbak?

‘Lima ya, Kak?’

Penjual: Pinten?

‘Berapa?’

Pembeli: Limo.

‘Lima.’

Penjual: Dereng pareng, songo setengah Mbak!

‘Belum boleh, sembilan setengah Kak!’

Pembeli: Nek entuk limo njupuk siji bae.

‘Kalau boleh lima ambil satu saja.’

Penjual: nambahe pinten? Tambah sekedhik dados Mbak!

‘Tambah berapa? Tambah sedikit jadi Kak!’

Pembeli: (meninggalkan penjual).

Wacana (41) Pembeli: (nenunjuk sebuah daster) Berapa Mbak?

Penjual: Tiga puluh, bisa kurang.

Pembeli: Sembilan ya?

Penjual: Berapa?

Pembeli: Sembila ribu ya?

Penjual: Ya udah, pasnya saja tujuh belas setengah.

Pembeli: (pergi meninggalkan penjual).

Wacana (42) Pembeli: (menunjuk sebuah daster)

Penjual: Ini dua lima. Mbake naware berapa nanti tak paske!

Pembeli: Separuhnya nggak boleh?

Penjual: Gimana?

Pembeli: Separuhnya nggak boleh?

Penjual: O, belum boleh Bu!

Pembeli: Lima belas ya, Mbak?

Penjual: Belum boleh Mbak, pasnya aja dua puluh. Tambah dua setengah Mbak tak kasihkan. Ambilnya berapa tho Mbak? Yang mana?

Pembeli: (pergi meninggalkan penjual).

Wacana (43) Pembeli: Ini berapaan Mbak? (menunjuk blus wanita)

Penjual: Empat puluh.

Pembeli: Lima belas ya?

Penjual: Belum bisa Mbak, pasnya dua puluh.

Pembeli: Lima belas ya?

Penjual: Saya turun, Mbaknya naik!

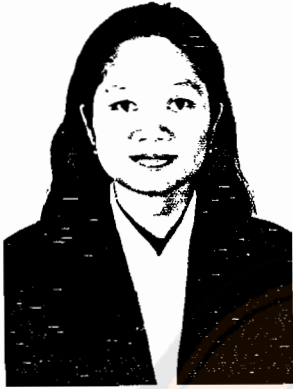
Pembeli: Lima belas setengah (sambil pergi meninggalkan penjual).

Penjual: Tambah seribu lagi, Mbak! Tambah seribu lagi! Ya sudah, sini Mbak!





DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Christina Rinawati lahir 24 Juli 1974 di Yogyakarta. Pendidikan dasar diperoleh di SD Tarakanita V, lulus pada tahun 1987 dan melanjutkan di SMP N 8 Yogyakarta hingga lulus tahun 1990. Pendidikan Menengah Atas di tempuh di SMU N 2 Yogyakarta hingga lulus tahun 1993. Pada tahun 1994 melanjutkan studi ke Universitas Sanata Dharma dan terdaftar sebagai mahasiswa pada Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Program Studi Pendidikan Bahasa, Sastra Indonesia, dan Daerah. Tugas akhir kuliah ditempuh melalui jalur skripsi dengan mengambil judul *Wacana Tawar-menawar dalam Jual-beli Pakaian di Pasar Beringharjo Yogyakarta: Suatu Tinjauan Pragmatik*.

