

## **“YUU...!!!, BEEK...!!!”: SEBUAH STRATEGI PEDAGANG SAYUR MEMIKAT HATI PEMBELI**

**Ahmad Faizi**

Pasca Sarjana Universitas Jember

email: afaizi77@yahoo.com

**Abstrak: “Yuu...!!!, Beek...!!!”: Sebuah Strategi Pedagang Sayur Memikat Hati Pembeli.**

Penelitian ini bertujuan untuk mengungkap pola komunikasi pedagang sayur di desa Liprak Wetan kecamatan Banyuwangi kabupaten Probolinggo. Sumber data dalam penelitian ini adalah simbol-simbol kebahasaan yang digunakan pedagang sayur dan percakapan antara pedagang dengan pembeli. Data-data dikumpulkan dengan metode simak dan catat yang kemudian dianalisis menggunakan teori performansi Duranti dan teori pragmatik. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pedagang sayur menggunakan nama kekerabatan, nama tokoh, dan gabungan dari keduanya, selain itu juga ditemukan bahwa transaksi tawar-menawar antara pedagang dan pembeli tidak berlangsung intensif dengan disertai obrolan yang tidak berhubungan dengan masalah transaksi jual beli. Pedagang dan pembeli kadang saling mencurahkan isi hati dan bahkan kadang menggunjing tetangga.

**Kata kunci:** pola komunikasi, pedagang sayur, transaksi jual beli

***Abstract: “Yuu...!!!, Beek...!!!”: A Strategy of Greengrocer to Attract Customers.** This study was aimed at revealing patterns of communication in the village greengrocer at Liprak Wetan, Banyuwangi, Probolinggo. The sources of the data in were the symbols of language used by the greengrocers and conversations between the grocer with customers. The data were collected through observation and notetaking then analyzed using Duranti performance and pragmatics theories. The results of this study indicate that the grocers use kinship names, character names, and a combination of both for calling the customer. Yet, it also found that the transaction bargaining between the grocers and the customers do not take place intensively. Unrelated theme conversation were found in trading transaction. They sometimes confide in each other and gossip about the neighbours.*

**Keywords:** communication patterns, greengrocer, trade

### **PENDAHULUAN**

Berbelanja merupakan kebutuhan sehari-hari dan tidak dapat dihindari. Khusus untuk kebutuhan di dapur, aktivitas berbelanja mayoritas dilakukan oleh para ibu rumah tangga. Fenomena ini membuka peluang bagi sebagian orang yang mempunyai jiwa bisnis. Mereka membuka usaha jualan kebutuhan

barang-barang dapur dengan berkeliling menjajakan produknya baik di lingkungan perumahan di kota sampai pelosok-pelosok perkampungan di desa. Setiap pagi atau sore mereka berkeliling mendatangi dan sekali-kali berhenti di pos-pos yang sudah biasa dijadikan tempat berkumpulnya ibu-ibu rumah tangga untuk berbelanja.

Para ibu rumah tangga yang awalnya berbelanja di pasar ataupun ke toko-toko, beralih berbelanja ke pedagang sayur yang setiap pagi dan sore berkeliling di sekitar rumah-rumah mereka. Kegiatan berbelanja para ibu-ibu yang dilakukan tiap pagi atau tiap sore ini sudah menjadi rutinitas sehari-hari. Kebiasaan itu merupakan salah satu wujud kebudayaan yang tercipta di lingkungan kita. Suatu hal yang sangat menarik, kebiasaan ini diwarnai dengan tradisi kebahasaan dalam interaksi yang berlangsung antara pedagang sayur dengan pembeli yang didominasi ibu-ibu rumah tangga. Banyak simbol-simbol kebahasaan yang dikemukakan pedagang sayur kepada para pembelinya dan sebagian dari mereka—ibu-ibu para pembeli—mencurahkan permasalahan rumah tangganya di saat berbelanja, sebagian lagi ada yang mendiskusikan permasalahan orang lain. Dan bahkan ada sebagian yang saling bertanya tentang resep masakan.

Peristiwa transaksi jual beli di atas tidak disertai dengan praktik tawar-menawar (negosiasi) yang intensif antara penjual dan pembeli barang. Karena pola-pola interaksi antara penjual dan pembeli tidak seperti biasanya, penulis bermaksud untuk memahami mengapa pola-pola tersebut digunakan dalam praktik jual beli tersebut. Studi-studi terdahulu tentang pola-pola interaksi komunikatif antara penjual dan pembeli lebih banyak mengambil objek studi tentang tawar-menawar yang bersifat konvensional.

Dalam interaksi, bahasa adalah suatu alat yang paling penting dan sangat berperan pada manusia. Manusia yang nalurnya selalu hidup bersama perlu berkomunikasi dengan sesamanya. Dengan mempergunakan bahasa seseorang dapat berbicara dengan orang

lain untuk dapat dipahami dan dimengerti. Bentuk dan keinginan apapun yang dipunyai manusia memerlukan bahasa. Bahasa merupakan alat yang sistematis yang mengkomunikasikan ide atau rasa melalui seperangkat tanda, bunyi, gerak atau isyarat yang konvensional dan mengandung makna (Ridwan, 1986: 2).

Pada dasarnya terdapat tiga jenis bahasa yaitu: bahasa lisan atau ujaran/*spoken language*, bahasa tulisan/*written language*, bahasa isyarat/*silent language*, *gestures* (Ridwan, 1986: 2). Untuk ketiga jenis bahasa yang merupakan objek kajian linguistik selalu harus juga memperhitungkan pikiran, kemampuan dan sikap bahasa. Pikiran mengandung maksud, tujuan, dan dasar hakiki dari penggunaan bahasa. Kemampuan dalam mempergunakan ketepatan dan kebenaran bahasa bukan hanya diperlukan untuk perolehan aturanaturan dan kaidah-kaidah bahasa yang benar, tetapi untuk menjadikan penggunaan bahasa menjadi komunikatif. Sikap bahasa dapat mencerminkan latar belakang, nilai dan dasar dari individu, kumpulan maupun kelompok penutur bahasa.

Tulisan ini akan mengungkap fenomena budaya kebahasaan yang terjadi di Desa Liprak Wetan Kecamatan Banyuwangi Kabupaten Probolinggo. Fenomena pedagang sayur sudah yang dialami oleh hampir semua orang, terutama penduduk desa Liprak Wetan, sehingga Peristiwa kebahasaan yang sudah membudaya antara pedagang dengan pembeli dan antara pembeli dengan pembeli menjadi sangat menarik untuk dikaji secara antropinguistik. Namun dalam tulisan ini, saya hanya akan fokus meneliti pola komunikasi pedagang sayur dengan pembeli dan antarpembeli.

## **METODE**

Proses berbahasa sebagai bagian dari kebudayaan merupakan objek dari kajian antropolinguistik. Menurut Duranti (1997: 14-17) ruang lingkup kajian Antropolinguistik meliputi performansi, indeks, dan partisipasi.

*Pertama*, performansi adalah bentuk bahasa yang alami, yang dipakai di dalam kehidupan sehari-hari, sehingga terdapat kreatifitas yang selalu berkembang di dalamnya. Performansi merupakan keterampilan berbahasa seseorang yang ditunjukkan melalui kemampuan nyata seperti berbicara, mendengar, dan menulis. Performansi ini bersifat konkret dengan wujudnya yang dapat berupa parole dan idiolek.

*Kedua, indeks* merupakan tanda atau bahasa yang dipakai untuk menunjuk sesuatu berdasarkan konvensi atau kesepakatan bersama suatu komunitas. Jika simbol bersifat arbitrer dalam memaknai suatu lambang, dan ikon merupakan suatu lambang yang sudah jelas maknanya, maka *indeks* adalah lambang yang belum terlalu jelas maknanya, tetapi terdapat suatu indikator yang menghubungkan lambang tersebut dengan maknanya. *Indeks* dikaji dalam Antropolinguistik karena *indeks* melibatkan masyarakat dalam memaknainya.

*Ketiga*, partisipasi sebagai salah satu objek kajian antropolinguistik selalu melibatkan bahasa dalam proses komunikasi, terdapat unsur sosial, kolektifitas, dan interaktif yang akan membentuk suatu kebudayaan. Berdasarkan uraian di atas, Antropolinguistik mempelajari bahasa dan kebudayaan secara bersamaan dengan porsi yang seimbang, yaitu dengan cara menelaah bahasa dalam konteks Antropologi. Dengan demikian kajian antropolinguistik dapat mengkaji hal

kebudayaan yang bersifat ekstralinguistik dengan kajian Linguistik. Misalnya dalam budaya pedagang sayur yang melibatkan masyarakat, baik antara pedagang dengan pembeli dan antara pembeli dengan pembeli yang lain. Peristiwa tersebut merupakan suatu peristiwa kebudayaan yang di dalamnya terdapat fenomena kebahasaan.

Pengumpulan data dikumpulkan oleh saya sendiri secara pribadi dengan langsung memasuki lapangan. Peneliti sebagai instrumen penelitian atau dengan bantuan orang lain merupakan alat mengumpul data dan informasi dengan menggunakan metode penelitian yang meliputi: (1) introspeksi (2) observasi partisipan, dan (3) wawancara mendalam (Ibrahim, 1994: 179-195).

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Data-data kebahasaan yang diperoleh dianalisis menggunakan pendekatan etnografi komunikasi. Menurut Littlejohn dan Foss (2009: 460), etnografi komunikasi adalah metode aplikasi etnografi sederhana dalam pola komunikasi sebuah kelompok. Bentuk komunikasi yang dipakai oleh anggota dalam sebuah komunitas atau budaya dapat diterima akal sehat. Sebagaimana dikatakan oleh Wibisono (2007: 129), etnografi komunikasi merupakan salah satu ancangan yang digunakan untuk mengkaji dan menjelaskan fenomena komunikasi atas dasar prinsip-prinsip etnografi sehingga menghasilkan deskripsi dan penjelasan etnografis yang khas.

Etnografi komunikasi merupakan penggunaan bahasa (*language use*) dan konteks yang menyertainya, serta tidak mengkaji struktur bahasa. Etnografi komunikasi merupakan kajian bahasa yang bersifat interdisipliner. Kajian demikian melibatkan integrasi antardisiplin, seperti

bahasa, komunikasi, dan antropologi. Etnografi komunikasi sebagai metodologi alternatif untuk meneliti proses, latar, dan tujuan komunikasi serta memahami perilaku sosial budaya suatu kelompok masyarakat dalam suatu interaksi sosial sebagai suatu peristiwa kebudayaan (Kusnadi, 2013:13).

Ungkapan kebahasaan yang digunakan penutur—pedagang sayur—menyimpan berbagai makna tersurat dan tersirat yang kadang perlu ditafsirkan agar dapat dipahami oleh orang lain. Status dan jarak hubungan antara penjual dan pihak pembeli akan teridentifikasi setelah makna tuturan dapat dipahami. Dengan demikian teori tindak tutur akan digunakan dalam menganalisis proses komunikatif antara pedagang dengan pembeli dan antar sesama pembeli.

Menurut Chaer (2010a: 27), tindak tutur adalah tuturan dari seseorang yang bersifat psikologis dan yang dilihat dari makna tindakan dalam tuturannya. Sedangkan menurut Kridalaksana dalam Putrayasa (2014: 85), tindak tutur adalah pengujaran kalimat agar maksud yang ingin disampaikan penutur dapat diketahui petutur. Dengan demikian tindak tutur dititikberatkan pada makna atau arti tindakan, berbeda dengan peristiwa tutur yang lebih dititikberatkan pada tujuan peristiwanya.

Tindak tutur dibagi menjadi tiga, yaitu lokusi, ilokusi, dan perlokusi. Tindak tutur lokusi adalah tindak tutur yang menyatakan sesuatu dalam arti "berkata" atau tindak tutur dalam kalimat yang bermakna dan dapat dipahami, tindak tutur ilokusi merupakan tindak tutur yang diidentifikasi dengan kalimat performantif yang eksplisit. Tindak tutur ilokusi ini biasanya berkaitan dengan pemberian izin, ucapan terimakasih, menawarkan dan menjanjikan. Sedangkan

tindak tutur perlokusi adalah tindakan yang berkenaan dengan adanya ucapan orang lain sehubungan dengan sikap dan perilaku nonlinguistik orang lain itu (Chaer, 2010b: 53).

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Pedagang sayur sebagai wujud nyata kebudayaan menyimpan banyak fenomena kebahasaan. Penggunaan simbol-simbol kebahasaan tertentu dipilih oleh pedagang sayur di Desa Liprak Wetan Kecamatan Banyuwangi Kabupaten Probolinggo sebagai salah satu upaya untuk mendapat perhatian dari calon pembelinya. Simbol-simbol tersebut berupa simbol-simbol kekerabatan, misalnya 'yuu![yuu], beek![beek], leek![lee?], deek![dee?], panggilan nama pembeli secara langsung, misalnya Iis, Fii, dan atau gabungan dari keduanya 'yu Haliim [yu Hallim], bek Mii [be? Mii], dan lain-lain. Simbol-simbol tersebut diucapkan dengan nada yang khas, keras, sedikit dipanjangkan di bagian akhir dan dengan nada agak halus sebagaimana penjual yang memohon perhatian dari pembelinya, misalnya: Yuu[yuu], yu Haliim[yuu Hallim]. Simbol kebahasaan tersebut bermakna panggilan dari pedagang terhadap para pembelinya. Panggilan yang dipanjangkan dibagian nada belakangnya seolah bermakna permohonan dari penjual meminta belas kasih pembeli untuk segera datang untuk berbelanja. Memperpanjang bagian belakang nada panggilan tersebut, selain akan terasa sopan, juga mempunyai daya pikat tersendiri, tidak heran jika para pembeli berdatangan untuk berbelanja ketika mendengar panggilan khas tersebut.

Pedagang sayur akan menggunakan salah satu dari simbol-simbol panggilan kekerabatan atau salah satunya nama orang—pembeli—yang ditokohkan atau sangat dikenal dan atau salah satu

gabungan dari panggilan kekerabatan dan nama tokoh. Penggunaan simbol yang lebih lengkap dan variatif digunakan ketika proses interaksi sudah berlangsung antara pedagang dan para pembeli yang mayoritas ibu-ibu tersebut. Hal ini bisa dilihat dari data percakapan pada Data 1.

Data 1

- Pedagang : [sambil memarkir motornya di pos yang sudah biasa ditempati] *beek!*[beek] sayur..., *Bek Sofii!*[be? Sofii] sayur...
- Pembeli : [pembeli berdatangan mendekati panggilan pedagang sayur]
- Sofi(pembeli) : [sambil melihat-lihat dan mengambil beberapa sayuran] *berempah terrongah Yang?* [*bârəmpah tərɔŋah Yang*] ‘berapa harga terongnya ini Mayang’
- Pedagang : *Sebuh bek* [*sebuh be?*] ‘seribu Bek’
- Tipa(pembeli): *Mak cek larangah Yang* [*ma? ce? larəŋah Ya?*] ‘kok sangat mahal Yang’
- Pedagang : *Pas tak eberriknah opa tah se ajuelen kek?* [*pas ta? ebərri?nah Opa tah seajuwələn Pa?*] ‘yang jualan tidak mau diberi laba kah Pa?’
- Pembeli(Isa) : *Tarnya’en berempah Yang* [*tarña?ən bərəmpah Yang*] ‘berapa harga bayemnya ini Yang?’
- Pedagang : *duibuh Sa*[*duwibuh Sa*] dua ribu Sa
- Pembeli(Isa) : *yak tang endik bitong lah* [*ya? Taŋ əndi? Bitɔŋ lah*] ini punya saya berapa semua?

Tipa(pembeli): *cabbih berempah riah* [*cabbih bârəmpah riyah*], sambil menarik lombok yang sudah dibungkus plastik kecil.

Pedagang : *cabbih larang sarah satiyah nek, sebuh jiah* [*cabbih larəŋ sarah satiyah ne?, sebuh jiyah*] ‘lombok sangat mahal sekarang, satu bungkus itu seribu’.

Tipa(pembeli): *akko...berempah biggik ariah gun* [*bârəmpah biggi? Ariyah gun*] ‘wau... hanya berapa biji ini’.

Pada Data 1—ketika sudah terjadi interaksi antara pedagang dengan pembeli—simbol-simbol kekerabatan, nama tokoh dan atau gabungan dari keduanya digunakan secara bergantian sesuai dengan konteks masing-masing. Pedagang dalam proses interaksinya menyapa para pembelinya dengan panggilan kekerabatan sesuai tingkat umur masing-masing, walaupun sebetulnya mereka tidak tahu umur para pelanggannya satu persatu. Panggilan “bek”[*be?*] ‘bibi’, biasanya ditujukan untuk pembeli yang nampak lebih tua dibandingkan dengan pedagang, seperti pada percakapan antara pedagang dengan Sofi di atas, “*Sebuh bek*” [*sebuh be?*]. Sedangkan untuk pembeli yang umurnya berdekatan—menurut pandangan pembeli, pedagang menggunakan panggilan nama langsung, seperti pada percakapan “*duibuh Sa*”[*duwibuh Sa*]. Sa atau Isa merupakan pembeli yang umurnya berdekatan dengan pembeli. Walau demikian kedekatan pedagang dengan pembeli hampir sama walau dengan menggunakan panggilan yang berbeda.

Umur pembeli bukan satu-satunya ukuran yang digunakan penjual untuk memilih jenis panggilan yang pantas digunakan. Status sosial masyarakat yang ada di daerah tersebut juga turut memengaruhi pemilihan jenis panggilan yang digunakan pedagang. Pada Data 1, percakapan antara Tipa dengan pedagang menunjukkan adanya keakraban. Pedagang menggunakan panggilan nama secara langsung, walaupun secara umur, pembeli lebih tua dibandingkan penjual. Pada percakapan itu juga terungkap, pembeli menggunakan panggilan “nek” terhadap penjual. Panggilan “nek” merupakan panggilan keakraban yang digunakan hanya untuk teman atau saudara yang secara sosial akrab dengan penutur.

Pedagang sayur menggunakan simbol-simbol tersebut bukan tanpa maksud dan tujuan. Semua itu dilakukan dengan sengaja dan maksud tertentu yang ingin dicapai oleh pedagang. Simbol-simbol tersebut bisa diartikan sebagai wujud performansi dan strategi untuk menarik hati pembeli. Walaupun mereka tidak memiliki hubungan kekerabatan dan bahkan ada yang baru kenal, mereka para pedagang sayur dengan nada akrab memanggil para pembeli yang mayoritas ibu-ibu dengan panggilan ‘yuuu! [yuuu], yu Haliim! [yu HalIIm], beek! [bee?], bek Mii! [be? Mii], leek! [lee?], deek! [dee], dan lain-lain. Semua itu merupakan wujud kreatifitas pedagang untuk memasarkan barang dagangannya untuk mendapatkan simpati dari para pembelinya.

Pedagang sayur ketika berkeliling tidak memanggil satu persatu pembelinya, mereka hanya menggunakan panggilan kekerabatan, nama tokoh tertentu atau gabungan dari keduanya, misalnya “Beek, sayur! [bee? Sayur!], Beek Sofi! [beek Sofi]”. Tuturan tersebut mengandung makna panggilan terhadap para

pembeli secara keseluruhan yang ada di lingkungan tersebut dan bukan hanya ditujukan pada satu orang sesuai dengan tuturannya, sebagai akibat dari tuturan tersebut pembeli yang mendengar tuturan tersebut—tidak hanya Sofi—langsung mendekati pedagang sayur untuk berbelanja. Secara pragmatik simbol-simbol tersebut merupakan tindak tutur ilokusi dan perlokusi. Tuturan yang dikemukakan pedagang sayur mengandung maksud tertentu dan pembeli sebagai mitra tutur juga merespon tuturan yang dikemukakan pedagang.

Tuturan yang juga merupakan ilokusi dan perlokusi terdapat pada tuturan pedagang “*Pas tak eberriknah opa tah seajuwələn dek?*” [pas ta? ɛbərri?nah Opa tah seajuwələn de?] ‘yang jualan tidak mau diberi laba kah dek’, pada tuturan tersebut pedagang bermaksud menolak tawaran dari pembeli untuk mengurangi harga barang yang mau dibeli, artinya pedagang sudah tidak bisa menurunkan harga dan mengharap pembeli tidak menawar lagi. Sebagai akibat dari tuturan tersebut pembeli diam tidak melakukan tawaran lagi dan melanjutkan mengumpulkan barang yang akan dibeli.

Dalam interaksi antara pedagang sayur dan beberapa pembeli terjadi tawar-menawar antara kedua belah pihak. Setelah dilakukan observasi mendalam pada pola komunikasi pedagang sayur dengan para pembelinya di Desa Liprak Wetan Kecamatan Banyuanyar Kabupaten Probolinggo, ditemukan beberapa data yang menunjukkan pola tawar-menawar antara penjual dengan para pembelinya.

Percakapan yang ada pada Data 1 menunjukkan bahwa interaksi antara pedagang sayur dengan para pembelinya dimulai dengan ungkapan ilokusi dari pedagang. Kata “*beek! [bee?], Bek Sofii! [be? Sofii!]*” yang digunakan pedagang ditujukan

untuk memanggil para pembeli yang masih ada di rumah masing-masing. Mereka para pembeli yang mendengar panggilan tersebut langsung berdatangan mendekati pedagang di tempat strategis yang sudah biasa digunakan untuk bertransaksi jual beli. Semua pembeli mulai dari yang tua, muda dan bahkan sering diikuti anak-anak kecil berkumpul untuk melakukan transaksi jual beli. Mereka masing-masing pembeli memilih sayur, kadang bumbu-bumbu dan barang-barang lain yang kebetulan dijual oleh pedagang sayur. Di saat-saat itu akan terjadi proses transaksi tawar-menawar antara penjual sayur dengan para pembeli.

Pola tawar menawar yang terjadi antara penjual dan pembeli tidak terjadi secara intentif, terbukti dengan sikap pembeli yang tidak begitu aktif menawar barang yang akan dibeli. Penawaran yang dilakukan oleh pembeli hanya terjadi satu dua kali dan kadang dilakukan dengan nada bercanda. Tuturan “*berempah terrongah Yang?*” [bârəmpah tərɔŋəh Yang] ‘berapa harga terongnya ini Mayang’ di dalam data 1 di atas, merupakan upaya dari pembeli untuk menawar harga barang agar penjual mau menurunkan harga terong yang akan dibelinya. Sebagai respon terhadap tawaran tersebut, penjual justru tidak menjawab pertanyaan itu, namun mengungkapkan pertanyaan balik kepada pembeli “*pas tak eberriknah opa tah se ajuel* [pas ta? ebərri?nah ɔpa tah seajuwəl]” ‘pedagangnya mosok tidak mau diberi keuntungan?’. Ungkapan tersebut merupakan ungkapan ilokusi. Penjual sebagai penutur bermaksud tidak bisa menurunkan lagi harga barangnya dan mengharap pembeli tidak menawar lagi. Dengan respon tersebut pembeli tidak melakukan tawaran kembali.

Ungkapan penawaran dari pembeli terkesan hanya basa-basi, sambil memilih

dan mengumpulkan barang yang mau dibeli. Mereka para pembeli mayoritas merupakan pembeli pelanggan yang biasanya sudah mengetahui harga satuan dari barang yang mau dibeli, kecuali untuk barang-barang tertentu yang sering naik turun harga, seperti lombok, tomat dan bawang merah.

Di dalam Data 1, ketika pembeli bertanya tentang harga lombok, pedagang tidak langsung menjawab pertanyaan pembeli, akan tetapi menuturkan keluhan terlebih dahulu. Ungkapan “*cabbih larang sarah satiyah ke?*” [cabbih larəŋ sarah satiyah kɛ?] merupakan strategi penjual agar pembeli memahami bahwa lombok sedang naik harga dan tidak meminta penurunan harga lagi. Tuturan tersebut merupakan tuturan ilokusi. Sebagai respon dari jawaban penjual itu, pembeli juga justru mengungkapkan keluhan dengan mahalnya harga lombok. Tuturan pembeli tersebut merupakan tindak perlokusi. Hal ini bisa dilihat pada kutipan data berikut.

Pedagang : *cabbih larang sarah satiyah nek, sebuh jiah* [cabbih larəŋ sarah satiyah kɛ?, sebuh jiyah] ‘lombok sangat mahal sekarang, satu bungkus itu seribu’.

Tipa(pembeli) : *akko...berempah biggik ariah gun* [bârəmpah biggi? ariyah gun] ‘wau... hanya berapa biji ini’.

Penawaran harga lombok yang dilakukan pembeli kepada penjual terkesan hanya basa basi saja, karena ketika melakukan tawaran, pembeli sudah sambil mengambil lombok yang akan dibeli. Bagi masyarakat Liprak Wetan, lombok merupakan salah satu sayur yang seolah harus ada di setiap jenis

masakan yang mereka masak. Walaupun mereka kaget atau pura-pura kaget karena sebetulnya mereka sudah mendengar tentang melambungannya harga lombok dari para petani sekitar, lombok tetap harus dibeli untuk memenuhi kebutuhan guna melengkapi masakan mereka sehari-hari. Bagi mereka masyarakat Liprak Wetan, masakan tanpa lombok terasa kurang lengkap dan aneh. Keberadaan lombok terasa lebih primer dibandingkan dengan kelengkapan-kelengkapan lainnya.

Fenomena pedagang sayur keliling yang ada di desa Liprak Wetan tidak hanya berkaitan dengan kegiatan berbelanja semata. Proses interaksi ketika berbelanja yang melibatkan pedagang dan beberapa pembeli membuka peluang berkumpulnya ibu-ibu rumah tangga untuk membicarakan hal-hal lain di luar kepentingan belanjanya, misalnya bercerita tentang permasalahan dengan keluarga, baik suami, anak, bapak, ataupun keluarga lain yang tinggal serumah. Semua itu tercermin di dalam Data 2.

Data 2 - Sugeng

- Pedagang : *dimmah ana'en*  
Is?[*dimmah ana?ən* Is]  
'dimana anaknya Is?
- Pembeli (Isa) : *yeh sakola Geng[yəh sakola Gəŋ]ya sekolah Geng], nadarah jegung beih lah[nadarah jâgun bəih lah]'mau nadar jagung aja lah'*
- Pedagang : *arapah mak tak ajem beih[arapah ma? ta? Ajəm beih]'kenapa kok tidak beli daging ayam aja?'*
- Pembeli : *tang anak temmu tel getel, men malem akorkor maloloh, tak ngiddeh tedung, tak ngening ngakan kok ajem[taŋ*

*ana? tammu təl gətəl, mən maləm akorkor malɔɔh, ta? ŋiddâh tɛduŋ, ta? ŋənnɪŋ ŋakan kɔ? Ajəm]*

Pada Data 2, komunikasi pedagang dengan pembeli tidak hanya menyangkut persoalan transaksi jual beli, permasalahan keluarga juga kadang menjadi bahan perbincangan kedua belah pihak. Pedagang yang memiliki kepentingan untuk eksistensi diri dan keluarganya berusaha melayani dan mendengarkan dengan baik apa yang menjadi curahan pembeli. Mereka para pembeli justru lebih merasa senang dan percaya mencurahkan permasalahan anak, suami atau keluarga lain yang tinggal serumah kepada penjual sayur yang sebetulnya tidak punya ikatan persaudaran. Plattner dalam Kutanegara (1997: 35) mengatakan bahwa pola hubungan antara pedagang selain bersifat impersonal juga bersifat personal. Perempuan pedagang sayur tidak hanya didasarkan pada dorongan-dorongan ekonomi semata, tetapi juga sebagai suatu wahana pemenuhan berbagai kebutuhan mereka seperti saling tukar menukar informasi dan menjalin hubungan sosial.

Pembeli kadang menuturkan permasalahan tentang anaknya kepada pedagang sayur. Berawal dari pertanyaan penjual tentang anaknya Isa (pembeli), Isa pembeli merespon bahwa anaknya sedang sekolah, kemudian Isa melanjutkan bahwa ia ingin membeli jagung muda untuk dimasak dijadikan dadar jagung. Tuturan Isa "*nadarah jegung beih lah [nadarah jâgun bəih lah]*" merupakan tindak tutur ilokusi yang mengandung maksud bahwa Isa ingin membeli jagung muda untuk didadar. Pedagang menjawab dengan tuturan berupa pertanyaan "*arapah mak tak ajem beih[arapah ma? ta? Ajəm beih]*", tuturan yang diungkapkan penjual

tersebut disamping merupakan tindak tutur perlokusi sebagai respon dari pernyataan pembeli, juga tindak ilokusi yang bermakna menawarkan ayam sebagai pengganti jagung muda. Sebagai respon dari tuturan tersebut, Isa menuturkan “*tang anak temmu tel getel, men malem akorkor maloloh, tak ngiddeh tedung, tak ngening ngakan kok ajem [taŋ ana? tæmmu tæl gətəl, mən maləm akɔrkɔr malɔlh, ta? ŋiddâh tɛduŋ, ta? ŋənnɪŋ ŋakan kɔ? ajəm]*”.

Tuturan dari pembeli tersebut merupakan curahan dari permasalahan yang sedang dihadapi oleh anaknya Isa. Dia tanpa canggung bercerita kepada pedagang sayur bahwa anaknya sedang mengidap penyakit gatal-gatal, sehingga tidak boleh memakan makanan yang bisa memperparah penyakitnya, seperti daging ayam. Tuturan ini tidak hanya sekedar informasif atau tindaklokusi saja—menyampaikan tentang kondisi anaknya Isa—akan tetapi juga merupakan tindak perlokusi atau penolakan terhadap tawaran penjual untuk membeli daging ayam.

Permasalahan lain yang kadang menjadi bahan perbincangan antara pedagang dengan pembeli adalah permasalahan sosial kemasyarakatan dan permasalahan politik. Pembeli yang mayoritas merupakan ibu-ibu rumah tangga tersebut memiliki cakupan interaksi yang sangat sempit. Mayoritas dari mereka hanya berkegiatan di sekitar rumah dan lingkungan masyarakat sekitar. Arisan merupakan salah satu kegiatan rutin yang mereka lakukan di dalam kegiatan bermasyarakat. Permasalahan arisan ini kadang menjadi bahan perbincangan antara pedagang dengan pembeli, karena walaupun penjual bukan merupakan penduduk setempat, mereka biasanya turut ikut serta arisan yang dilotre setiap satu minggu sekali. Selain itu kedua belah pihak, pedagang dan pembeli kadang

berbincang tentang isu-isu politik ringan, terutama yang berkaitan dengan sembako dan pertanian. Naiknya harga-harga sering mereka kaitkan dengan pimpinan negara dan termasuk turunnya harga hasil pertanian juga sering dihubungkan dengan pemerintahan. Aktivitas kebahasaan ini sering disebut dengan istilah “*arasanan*” oleh masyarakat di desa Liprak Wetan.

*Arasanan* [arasanan] ‘mengguncing’ merupakan hal tabu namun membudaya. Hampir di setiap perkumpulan—terutama perkumpulan ibu-ibu—berpotensi untuk terjadi aktifitas *arasanan* [arasanan]. Hal itu tidak terlepas dari budaya orang madura yang sangat senang berkumpul walau hanya sekedar basa basi. Sesuai dengan apa yang dikatakan Kim dalam Ahwan, (2014: 3) bahwa budaya merupakan suatu pola hidup menyeluruh, budaya bersifat abstrak, kompleks dan luas. Sehingga banyak aspek budaya turut menentukan perilaku komunikatif. Unsur-unsur sosio budaya ini tersebar dan meliputi banyak kegiatan sosial manusia.

#### Data 3

- Penjual : Edimmah  
Sa'diya [edimmah  
sa?diya] ‘ada di  
mana Sa?diya’
- Pembeli(tipa) : ka pasar ruah, mareh  
olle aresan [ka pasar  
ruwah, mareh olle  
aresan] ‘dia pergi ke  
pasar, karena baru  
dapat arisan’ (sambil  
mengambil beberapa  
barang yang mau  
dibeli)
- Penjual : ‘nyaman jieh, olle  
berempah pa?  
[ɔlle bârəmpah pa]  
‘arisannya dapat  
berapa?’

- Pembeli(yena) : duibuh [duwibuh]  
'dua ribu' arapah  
mak anyah tanyah  
[arapah ma? añah  
tañah]
- Penjual : pola mak eberrik  
nginjem[pɔla ma?  
ɛbârri? ŋinjəm]  
hahaha.....
- Pembeli(tipa) : yak berempah  
tang endik? [ya?  
Bârəmpah taŋ  
əndi?], Jek agellek  
maloloh [jə? agəllə?  
malɔlh!]

Dalam interaksi antara penjual dan pembeli ada proses transaksi antara penjual dan pembeli. Pembeli sudah biasa bertanya tentang barang-barang yang akan dibeli, misalnya tentang harga dan kondisi barang. Berbeda dengan pembeli dan penjual sayur keliling, kadang pertanyaannya tidak berhubungan dengan transaksi jual beli. Permasalahan lain, misalnya: isu-isu hangat tentang penduduk sekitar akan menjadi salah satu topik di tengah-tengah transaksi yang mereka lakukan. Keasikan dalam berbincang akan mengurangi intensitas tawar-menawar antara kedua belah pihak, hal ini memang menjadi salah satu strategi pedagang yang dilakukan dengan maksud dan tujuan tertentu.

Dalam percakapan di atas penjual memulai bertanya kepada pembeli tentang pelanggannya yang tidak ikut berkumpul untuk berbelanja. Proses tersebut sangat berarti bagi penjual untuk menunjukkan perhatian guna membangun kedekatan dengan pembelinya. Respon pembeli ketika menjawab pertanyaan penjual dengan nada bersemangat "*ka pasar ruah, mareh olle aresan* [ka pasar ruwah, mareh ɔlle aresan]". Proses dialogis seperti ini

sangat menguntungkan penjual karena akan berpengaruh terhadap pola transaksi jual beli. Pembeli tanpa melakukan proses tawar menawar langsung mengumpulkan dan bertanya berapa total uang yang harus dibayar.

Tuturan "*Edimmah Sa'diya*[edimmah sa'diya]" merupakan tuturan ilokusi, karena pertanyaan itu tidak hanya sekedar pertanyaan ada di mana Sa'diya?, akan tetapi ada maksud yang ingin dicapai di balik pertanyaannya itu, "ada di mana Sa'diya kok tidak ikut berbelanja?". Hal itu dibuktikan dengan respon pembeli yang menjawab dengan tuturan "*ka pasar ruah, mareh olle aresan* [ka pasar ruwah, mareh ɔlle aresan]". Jawaban dari salah satu pembeli itu menjelaskan bahwa Sa'diya tidak mungkin ikut berbelanja pada tukang sayur tersebut, karena baru dapat uang arisan dan memilih berbelanja di pasar. Pertanyaan dari pedagang tersebut tidak hanya sekedar menanyakan tentang Sa'diya yang tidak berbelanja, akan tetapi juga merupakan bentuk perhatian kepada para pembelinya. Dengan perhatian tersebut, para pembeli akan terikat dengan hubungan kedekatan antara penjual dan pembeli dan akan merasa bersalah jika pada suatu saat tanpa alasan yang kuat tidak ikut berbelanja kepada pedagang sayur.

## SIMPULAN

Pedagang sayur sebagai salah satu bagian budaya di masyarakat memiliki kekayaan bahasa yang tidak bisa dipandang sebelah mata. Keberlangsungan budaya itu hingga saat ini tidak terlepas dari kreatifitasnya di dalam memproduksi simbol-simbol kebahasaan yang khas. Simbol-simbol khas tersebut menjadi senjata ampuh di dalam menaklukkan hati para pembelinya.

Simbol-simbol kebahasaan hasil kreasi pedagang sayur tersebut terdiri dari simbol-simbol kekerabatan, seperti *yu* [yu], *bek* [be?], *lek* [le?], dan *dek* [de?] dan nama tokoh atau orang yang terkenal di daerah tertentu, seperti Iis, Halim, Isa, dan lain-lain, selain itu pedagang kadang menggunakan gabungan dari kedua simbol tersebut, misalnya *Yuu Halim* [yuu Halim], *Bek Mi* [be? Mi], dan lain-lain. Dengan simbol-simbol kebahasaan tersebut, pedagang sayur menunjukkan performannya secara khas untuk mewujudkan transaksi jual beli dari barang yang didagangkan.

Setelah ditinjau secara pragmatik, tuturan yang digunakan oleh pedagang sayur dan pembeli terdiri dari beberapa tuturan ilokusi dan perlokusi. Dalam tuturan tersebut ada maksud yang ingin disampaikan oleh penjual dan pembeli, sehingga pesan yang sampaikan dapat dipahami dan direspon dengan jawaban yang sesuai konteks.

Transaksi tawar-menawar antara pedagang dengan penjual tidak berlangsung secara intensif. Dalam proses transaksi kegiatan tawar menawar hanya terjadi sekedarnya dengan diselingi canda ringan, sehingga membuka kesempatan bagi pedagang dan pembeli untuk membicarakan hal lain di luar kepentingan transaksi jual belinya. Perbincangan lain tersebut bisa berupa curahan hati atas permasalahan keluarga dari pembeli maupun dari penjual dan tidak jarang guncangan terhadap tetangga juga terjadi dalam proses transaksi tersebut.

Curahan hati yang sering muncul antara pedagang dengan para pembeli berkaitan dengan permasalahan keluarga, masalah harga bahan pokok bahkan kadang masalah politik. Proses sosial tersebut berlangsung dengan penuh

keakrapan dengan komunikasi yang begitu cair, sehingga tujuan untung rugi—yang biasanya menjadi tujuan utama dalam proses jual beli—tidak lagi menjadi hal pokok di dalam proses sosial tersebut.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Ahwan, Z. 2014. "*Studi Fenomenologis: Perbedaan Budaya Berkomunikasi antara Masyarakat Pendatang keturunan Arab dengan Penduduk Asli Bangil Kabupaten Pasuruan*". Dari <http://jurnal.yudharta.ac.id/> diunduh 8 Mei 2016.
- Chaer, A. 2010a. *Kesantunan Berbahasa*. Rineka Cipta: Jakarta.
- Chaer, A. 2010b. *Sosiolinguistik Perkenalan Awal*. Rineka Cipta: Jakarta.
- Duranti, A. 1997. *Linguistic Antropology*. New York: Combridge University Press.
- Ibrahim, A. S. 1994. *Panduan Penelitian Etnografi Komunikasi*. Surabaya: Usaha Nasional.
- Kusnadi. 2013. "Etnografi Komunikasi Sebuah Pengantar". *Buku Ajar Jurusan Sastra Indonesia, Fakultas Sastra, Universitas Jember*.
- Kutanegara, P. M. 1996. "Perdagangan: Kosmologi dan Konstruksi Dunia Wanita". Dalam Irwan Abdullah (Ed.), 2006, *Sangkan Paran Gender*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Littlejohn, S. W., & Foss, K. A. 2009. *Teori Komunikasi*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Putrayasa, I. B. 2014. *Pragmatik*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Ridwan, A. 1986. *Bahasa dan Linguistik*. Medan: Fajar Rezeki.
- Wibisono, B. 2007. *Etnografi Komunikasi: dalam Penelitian Perilaku Berbahasa*. Jember: Jember University Press.