



**STRATEGI TINDAK TUTUR LANGSUNG DAN TIDAK LANGSUNG PEDAGANG
PERACANGAN DALAM MENERIMA DAN MENOLAK
PEMBELI DITINJAU DARI FUNGSI DAN MODUS TUTURAN
DI PASAR TANJUNG**

SKRIPSI

Oleh

Riska Firmanila

NIM 110210402079

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN BAHASA DAN SASTRA INDONESIA
JURUSAN BAHASA DAN SENI
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS JEMBER**

2016



**STRATEGI TINDAK TUTUR LANGSUNG DAN TIDAK LANGSUNG PEDAGANG
PERACANGAN DALAM MENERIMA DAN MENOLAK
PEMBELI DITINJAU DARI FUNGSI DAN MODUS TUTURAN
DI PASAR TANJUNG JEMBER**

SKRIPSI

Diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan Program Studi Pendidikan Bahasa Indonesia (S1) dan mencapai gelar Sarjana Pendidikan

Oleh

Riska Firmanila

NIM 110210402079

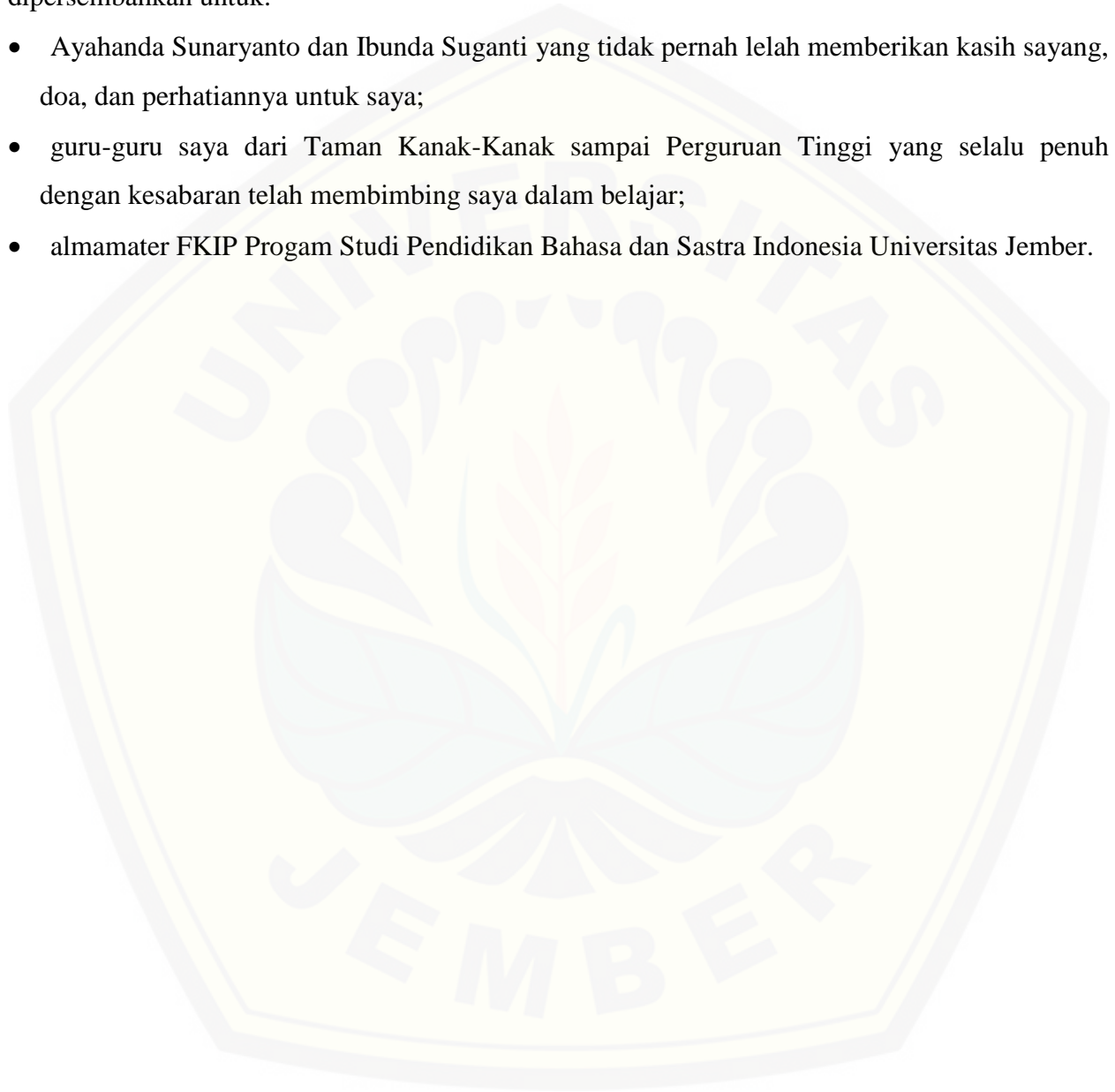
**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN BAHASA DAN SASTRA INDONESIA
JURUSAN BAHASA DAN SENI
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS JEMBER**

2016

PERSEMBAHAN

Allhamdulillah, puji dan syukur bagi Allah SWT yang selalu memberikan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga skripsi ini dapat diselesaikan. Dengan penuh kerendahan hati, skripsi ini dipersembahkan untuk:

- Ayahanda Sunaryanto dan Ibunda Suganti yang tidak pernah lelah memberikan kasih sayang, doa, dan perhatiannya untuk saya;
- guru-guru saya dari Taman Kanak-Kanak sampai Perguruan Tinggi yang selalu penuh dengan kesabaran telah membimbing saya dalam belajar;
- almamater FKIP Progam Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia Universitas Jember.



MOTTO

Sesungguhnya sebaik-baik usaha adalah usaha perdagangan yang apabila mereka berbicara tidak berdusta, jika bejanji tidak menyalahi, jika di percaya tidak khianat, jika membeli tidak mencela produk, jika menjual tidak memuji-muji barang dagangan, jika berhutang tidak melambatkan pembayaran, jika memiliki piutang tidak mempersulit



Dikutip dari Baihaqi "As-Ashbahani"

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Riska Firmanila

Nim : 110210402079

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa karya tulis ilmiah yang berjudul “Strategi Tindakan Langsung Dan Tidak Langsung Pedagang Perancangan Dalam Menerima Dan Menolak Pembeli Ditinjau Dari Fungsi Dan Modus Tuturan Di Pasar Tanjung Jember” memang benar-benar hasil karya sendiri, kecuali jika disebutkan sumbernya. Hasil karya tulis ilmiah ini belum pernah diajukan pada institusi manapun, serta bukan karya jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sebenarnya, tanpa adanya tekanan dari pihak manapun serta bersedia mendapatkan sanksi akademik jika dikemudian hari pernyataan ini tidak benar.

Jember, 8 Juni 2016
Yang menyatakan,

Riska Firmanila
NIM 110210402079

PENGAJUAN

**STRATEGI TINDAK TUTUR LANGSUNG DAN TIDAK LANGSUNG PEDAGANG
PERACANGAN DALAM MENERIMA DAN MENOLAK
PEMBELI DITINJAU DARI FUNGSI DAN MODUS TUTURAN
DI PASAR TANJUNG**

SKRIPSI

Disusun guna memenuhi syarat untuk menyelesaikan pendidikan program sarjana strata satu (S1) program studi Pendidikan Bahasa Indonesia jurusan Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia pada Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember

Oleh

Nama : Riska Firmanila
NIM : 110210402079
Tempat dan Tanggal Lahir : Banyuwangi, 21 Februari 1992
Jurusan/Program Studi : Pendidikan Bahasa dan Seni/
Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia

Disetujui,

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II

Drs. Mujiman Rus Andianto, M.Pd.
NIP. 19570713 198303 1 004

Anita Widjajanti, S.S., M.Hum.
NIP. 19710402 200501 2 002

SKRIPSI

**STRATEGI TINDAK TUTUR LANGSUNG DAN TIDAK LANGSUNG PEDAGANG
PERACANGAN DALAM MENERIMA DAN MENOLAK
PEMBELI DITINJAU DARI FUNGSI DAN MODUS TUTURAN
DI PASAR TANJUNG**

Oleh

Riska Firmanila

NIM 110210402079

Pembimbing

Pembimbing Utama : Drs. Mujiman Rus Andianto, M.Pd.

Pembimbing Anggota : Anita Widjajanti, S.S., M.Hum.

PENGESAHAN

Skripsi berjudul “Strategi Tindak Tutur Langsung Dan Tidak Langsung Pedagang Perancangan Dalam Menerima Dan Menolak Pembeli Ditinjau Dari Fungsi Dan Modus Tuturan Di Pasar Tanjung” telah diuji dan disahkan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember pada :

Hari : Jumat
Tanggal : 8 Juni 2016
Tempat : Ruang 35 D 106

Tim Penguji

Ketua,

Sekretaris,

Furoidatul Husniah S.S, M.Pd.
NIP. 19790207 200812 2 002

Anita Widjajanti, S.S., M.Hum.
NIP. 19710402 200501 2 002

Anggota 1,

Anggota 2,

Dr. Muji, M.Pd.
NIP 19590716 198702 1 002

Drs. Mujiman Rus Andianto, M.Pd.
NIP. 19570713 198303 1 004

Mengesahkan
Dekan,

Prof. Dr. Sunardi, M. Pd
NIP. 19540501 198303 1 005

RINGKASAN

RINGKASAN

Strategi Tindak Tutur Langsung Dan Tidak Langsung Pedagang Peracangan Dalam Menerima Dan Menolak Pembeli Ditinjau Dari Fungsi Dan Modus Tuturan Di Pasar Tanjung Jember; Riska Firmanila; 110210402079; 2016; 56 Halaman; Program Studi Pendidikan Bahasa Indonesia; Jurusan Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia; Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan; Universitas Jember.

Pasar merupakan tempat umum, banyak masyarakat dari berbagai daerah beraktivitas di sana. Keadaan tersebut berakibat pada beraneka ragamnya jenis tindak tutur yang muncul. Banyaknya masyarakat pendatang dari berbagai daerah berakibat pada beraneka ragam jenis tuturan dalam berkomunikasi. Berdasarkan keadaan tersebut maka menarik dilakukan penelitian di lingkungan pasar. Pasar yang menjadi lokasi penelitian yaitu Pasar Tanjung, dipilih Pasar Tanjung karena bahasa yang sering digunakan dalam percakapan antara pedagang dan pembeli yaitu bahasa Indonesia yang tidak formal, maksudnya menggunakan bahasa Indonesia yang belum baik dan benar, sehingga dapat dijadikan bahan penelitian lebih lanjut untuk menambah wawasan keilmuan peneliti.

Jenis penelitian ini yaitu penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Penelitian ini dilakukan terhadap pedagang peracangan di Pasar Tanjung Jember. Banyak toko peracangan yang diteliti adalah 5 toko, dan kegiatan pengumpulan datanya dilakukan selama 1 bulan. Metode pengumpulan data yang digunakan yaitu metode observasi dan wawancara dengan analisis datanya melalui kegiatan reduksi data, penyajian data serta menarik simpulan.

Berdasarkan hasil analisis data maka dapat disimpulkan bahwa, strategi tindak tutur langsung pedagang peracangan dalam menerima pembeli dilakukan dengan cara, pedagang

perancangan menerima permintaan pembeli namun dibatasi. Kemudian untuk strategi tindak tutur langsung pedagang perancangan dalam menolak pembeli dilakukan dengan cara, pedagang perancangan tidak merubah keputusan untuk menurunkan harga sesuai permintaan pembeli dengan kalimat singkat tetapi jelas maksudnya, dan tidak memikirkan perasaan lawan bicaranya. Pada strategi tindak tutur tidak langsung pedagang perancangan dalam menerima pembeli dilakukan dengan cara, pedagang perancangan tidak menerima langsung permintaan pembeli namun berusaha menarik minat pembeli dengan memberikan promo-promo berhadiah, dengan cara tersebut dapat mempengaruhi pembeli untuk membeli barang walaupun pada dasarnya harga barang masih normal. Kemudian untuk strategi tindak tutur tidak langsung pedagang perancangan dalam menolak pembeli dilakukan dengan cara pedagang perancangan menolak permintaan pembeli secara tidak langsung tetapi mengalihkan dengan kalimat yang lebih halus. Pedagang perancangan memilih menggunakan kalimat yang lebih sopan dan tidak melukai perasaan lawan bicaranya.

Pada strategi tindak tutur langsung menerima sebagian besar fungsi tuturannya tergolong dalam fungsi konvivial. Kemudian untuk modus tuturannya sebagian besar modus tuturannya tergolong dalam modus obligatif. Selanjutnya pada strategi tindak tutur langsung menolak sebagian besar fungsi tuturannya tergolong dalam fungsi kolaboratif. Kemudian untuk modus tuturannya sebagian besar modus tuturannya tergolong dalam modus imperatif. Pada strategi tindak tutur tidak langsung menerima masih sama seperti strategi tindak tutur langsung menerima, dimana sebagian besar fungsi tuturannya tergolong dalam fungsi konvivial. Kemudian untuk modus tuturannya sebagian besar modus tuturannya tergolong dalam modus desideratif. Serta yang terakhir pada strategi tindak tutur tidak langsung menolak juga masih sama seperti strategi tindak tutur langsung menolak dengan sebagian besar fungsi tuturannya tergolong dalam fungsi kolaboratif. Selanjutnya untuk modus tuturannya sebagian besar modus tuturannya tergolong dalam modus imperatif.

Saran yang dapat disampaikan: bagi peneliti selanjutnya yang meneliti tentang strategi tindak tutur langsung dan tidak langsung di pasar sebaiknya lebih memfokuskan antara menerima atau menolak, juga antara pemberian potongan harga dan promo, itu dimaksudkan agar tidak kebingungan dalam menganalisis hasilnya. Bagi mahasiswa Pendidikan Sastra dan Bahasa Indonesia yang juga berkeinginan meneliti mengenai Strategi tindak tutur di pasar disarankan untuk menggunakan objek pasar yang berbeda agar data yang diperoleh lebih beragam.

PRAKATA

Puji syukur atas segala rahmat dan karunia Allah SWT, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Strategi Tindak Tuter Langsung Dan Tidak Langsung Pedagang Perancangan Dalam Menerima Dan Menolak Pembeli Ditinjau Dari Fungsi Dan Modus Tuturan Di Pasar Tanjung Jember”. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat menyelesaikan pendidikan strata satu (S1) pada Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia, Jurusan Pendidikan Bahasa dan Seni, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember.

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan dan masukan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

- Prof. Dr. Sunardi, M.Pd., selaku Dekan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember;
- Dr. Arju Mutiah, M.Pd., selaku Ketua Jurusan Pendidikan Bahasa dan Seni;
- Ibu Anita Widjajanti, S.S., M.Hum., selaku Ketua Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia sekaligus Dosen Pembimbing II yang telah memberikan kritik dan saran;
- Drs. Mujiman Rus Andianto, M.Pd., selaku Dosen Pembimbing I yang telah meluangkan waktu, memberikan pengarahan dan saran dengan penuh kesabaran dalam penulisan skripsi ini, sekaligus Dosen Pembimbing Akademik yang telah memberikan arahan dan saran dalam setiap kegiatan pemrograman rencana studi;
- Ibu Furoidatul Hasniah, S.S., M.Pd., selaku Ketua Penguji yang juga telah meluangkan waktu, memberikan pengarahan, dan saran dengan penuh kesabaran dalam penulisan skripsi ini;
- Dr. Muji, M.Pd., selaku Dosen Anggota Penguji yang telah memberikan kritik dan saran;
- seluruh dosen Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia FKIP Universitas Jember yang telah memberikan bimbingan, serta selalu membagikan ilmu;
- Evodius P Indarto, S.Kom., yang senantiasa menemani memberi semangat, bantuan dan dorongan motivasi untuk segera menyelesaikan skripsi, juga keluarga yang senantiasa memberi semangat dan doa;
- sahabat saya Alm. Ayu Puspandari, Sheila Dian Pradipta, S.Kg., Ratna Rahayu, S.Pd., Siti Marwah, S.Pd., Tri Wahyuni, S.Pd., Intan Paramudhita, S.Pd., Mohammad Jufri Zainullah,

S.Pd., Mohammad Habibullah, S.T., Mia Nova, S.S., yang telah memberi banyak warna, kisah dan kenangan selama menjadi mahasiswa Universitas Negeri Jember;

- PSSI 2011 yang telah menjadi keluarga kedua saya di Jember yang selalu memberi motivasi dan dorongan untuk menyelesaikan skripsi ini.
- teman seperjuangan PBSI 2011 yang telah banyak memberikan kenangan indah, dan penghuni Kos Nafeeza terutama Pak Farid selaku penjaga kos; dan
- semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi hingga terselesaikannya skripsi ini.

Penulis juga menerima kritik dan saran dari semua pihak demi kesempurnaan skripsi ini. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberi manfaat bagi pembaca.

Jember, 8 Juni 2016

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iii
HALAMAN MOTO.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN	v
HALAMAN PENGAJUAN.....	vi
HALAMAN PEMBIMBING	vii
HALAMAN PENGESAHAN.....	viii
RINGKASAN	ix
PRAKATA.....	xi
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	8
1.5 Definisi Operasional	8
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 Pragmatik	11
2.2 Tindak Tutur	12
2.3 Konteks Tutur	12
2.4 Strategi Tindak Tutur	15
2.5 Fungsi Tuturan	20
2.6 Modus Tuturan.....	21
2.5 Penelitian Relevan	22

BAB 3 METODE PENELITIAN.....	24
3.1 Rancangan dan Jenis Penelitian	24
3.2 Data dan Sumber Data	25
3.3 Metode Pengumpulan Data.....	25
3.4 Langkah Kerja.....	26
3.5 Instrumen Penelitian	27
3.6 Prosedur Penelitian	28
BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN.....	30
4.1 Hasil Penelitian	30
4.2 Pembahasan	48
BAB 5 KESIMPULAN dan SARAN.....	52
5.1 Kesimpulan	52
5.2 Saran	54
DAFTAR PUSTAKA.....	56

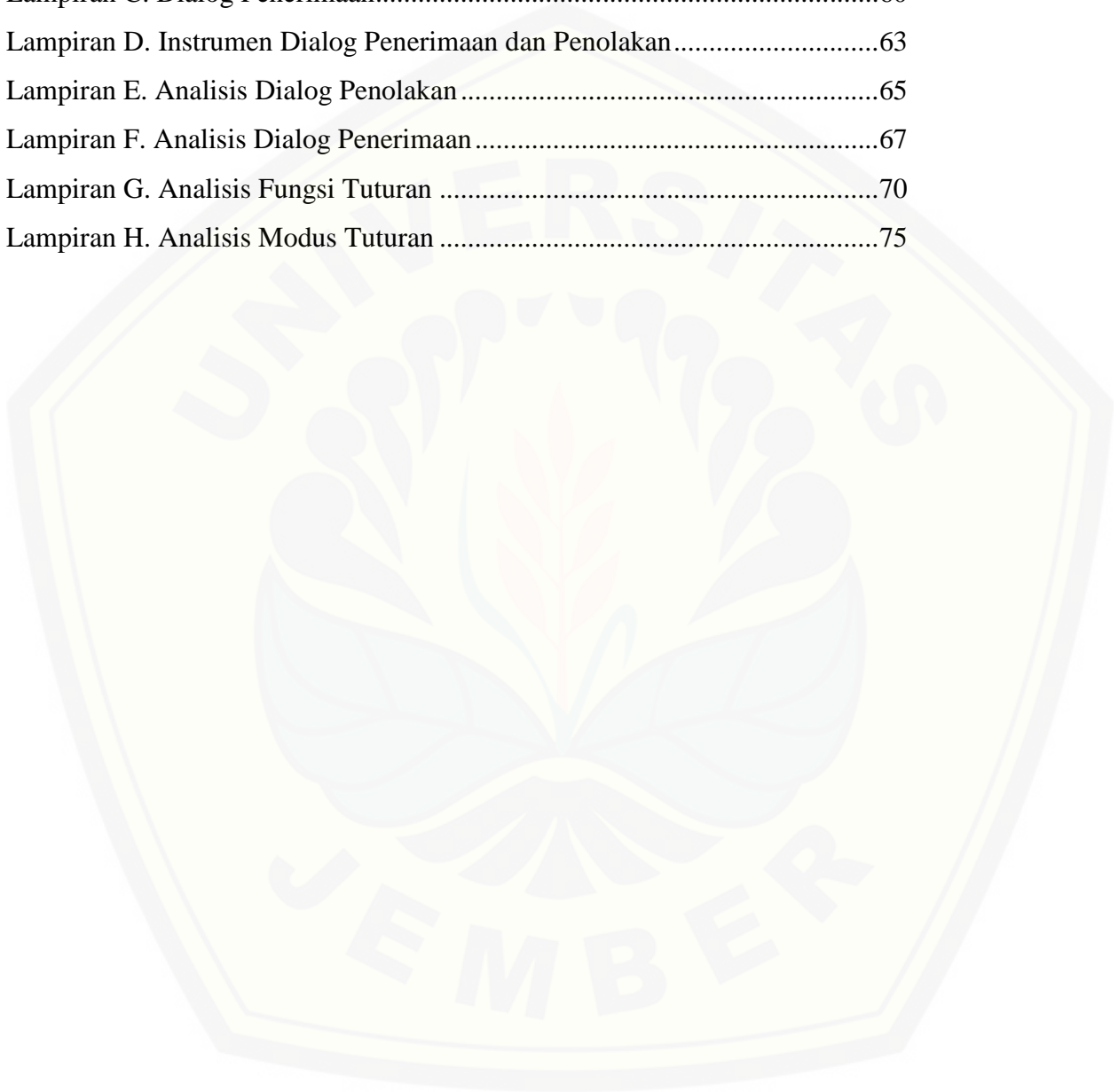
DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Dialog Strategi Tindak Tutur Tidak Langsung.....	4
Tabel 1.2 Dialog Strategi Tindak Tutur Langsung	5
Tabel 2.1 Konteks dalam Suatu Tindak Tutur	14
Tabel 2.2 Strategi Tindak Tutur Langsung Menerima dan Menolak.....	17
Tabel 2.3 Strategi Tindak Tutur Tidak Langsung Menerima dan Menolak	18



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A. Matrik	57
Lampiran B. Dialog Penolakan.....	58
Lampiran C. Dialog Penerimaan.....	60
Lampiran D. Instrumen Dialog Penerimaan dan Penolakan.....	63
Lampiran E. Analisis Dialog Penolakan	65
Lampiran F. Analisis Dialog Penerimaan	67
Lampiran G. Analisis Fungsi Tuturan	70
Lampiran H. Analisis Modus Tuturan	75



BAB 1. PENDAHULUAN

Bab pendahuluan ini berisi gambaran secara umum terkait alasan peneliti memilih topik yang diteliti serta menjadi bagian pengantar guna mengetahui alasan, permasalahan, tujuan dan manfaat penelitian. Pada bagian pendahuluan ini memaparkan beberapa hal yang meliputi: (1) latar belakang, (2) rumusan masalah, (3) tujuan penelitian (4) manfaat penelitian, dan (5) definisi operasional.

1.1 Latar Belakang

Bahasa merupakan alat komunikasi manusia baik secara lisan maupun tertulis. Bahasa selalu mengikuti kehidupan manusia sehari-hari, baik sebagai anggota suku maupun bangsa. Sebagai alat untuk berinteraksi dan bergaul dengan orang lain bahasa memegang peranan yang amat penting. Secara praktis bahasa merupakan alat komunikasi antara anggota masyarakat yang berupa sistem lambang bunyi yang bermakna, yang dihasilkan oleh alat ucap manusia. Bahasa juga cukup penting dalam suatu komunitas, karena bahasa sebagai salah satu ciri pembeda manusia dengan makhluk lain (Muslich, 2010:3).

Penggunaan bahasa dalam kegiatan berkomunikasi merupakan suatu kajian ilmu pragmatik. Pragmatik mempelajari maksud ujaran berupa pemahaman maksud untuk apa suatu ujaran dilakukan; menanyakan apa yang seseorang maksudkan dengan suatu tindak tutur; dan mengaitkan makna dengan siapa berbicara, kepada siapa, di mana, bilamana, serta bagaimana. Ilmu pragmatic mempelajari tentang tindak tutur, tindak tutur merupakan proses dari suatu tindakan verbal yang terjadi dalam situasi dan waktu tertentu dengan memperhatikan unsur pragmatik yang termuat di dalamnya.

Ketika membahas tentang tindak tutur, terdapat beberapa strategi dalam tindak tutur, adapun jenis strategi tindak tutur tersebut antara lain: (1) Tindak Tutur Langsung, (2) Tindak Tutur Tidak Langsung, (3) Tindak Tutur Tidak Literal, (4) Tindak Tutur Langsung Literal, (5) Tindak Tutur Tidak Langsung Literal, (6) Tindak Tutur Langsung Tidak Literal, (7) Tindak Tutur Tidak Langsung Tidak Literal. Penelitian ini memfokuskan pembahasannya hanya pada strategi tindak tutur dikarenakan peneliti adalah mahasiswa jurusan bahasa Indonesia oleh karena itu sebagai bentuk pemanfaatan ilmu yang dimiliki bagi masyarakat peneliti harus benar-benar menguasai dan mampu mentranferkan ilmu yang dimiliki pada masyarakat. Salah satu bentuk

keilmuan yang perlu dikuasai adalah cara berkomunikasi yang sesuai dengan kaidah bahasa yang baik dan benar, berkaitan dengan hal tersebut maka perlulah untuk memahami secara mendalam tentang strategi tindak tutur. Dalam penelitian ini tidak dibahas seluruh jenis tindak tutur yang ada, akan tetapi penelitian ini hanya memfokuskan pada jenis Tindak Tutur Langsung dan Tindak Tutur Tidak Langsung. Penelitian ini hanya difokuskan pada kedua jenis strategi tersebut karena berdasarkan data yang telah terkumpul jenis dialog yang muncul hanya dapat digolongkan pada dua jenis strategi tersebut untuk jenis yang lain tidak ditemukan.

Salah satu fakta yang menunjukkan bahwa bahasa merupakan alat komunikasi adalah adanya interaksi dalam proses jual beli di pasar. Interaksi yang dilakukan dalam proses jual beli di pasar dapat berupa kegiatan tawar menawar harga antara pedagang dengan pembeli untuk memperoleh kesepakatan harga. Dalam proses jual beli di pasar masalah yang sering terjadi terkait strategi tindak tutur yaitu, terkadang seorang pedagang kesulitan untuk merangkai kata-kata agar dapat menarik minat pembeli sehingga berkeinginan untuk membeli barang yang ditawarkan atau dijual. Ketika kata-kata yang disampaikan pedagang mudah dipahami, tidak disampaikan dengan kasar dan sesuai dengan kualitas barang yang ditawarkan maka dapat menarik minat pembeli untuk membelinya. Namun demikian, ketika pedagang menawarkan barang dengan bahasa yang kurang enak didengar seperti bahasanya kasar, tidak mudah dipahami, dan tidak sesuai dengan kualitas barang maka dapat membatalkan keinginan pembeli untuk membelinya. Dengan demikian perlu mempelajari strategi tindak tutur bagi seorang pedagang agar dapat dipilih kata-kata untuk menawarkan barang dagangannya yang sesuai yang dapat menarik minat pembeli untuk membeli barang yang ditawarkan atau dijualnya. Selain itu karena banyaknya jumlah pembeli baik yang ingin membeli barang atau sekedar mengecek harga membuat pedagang menyiasatinya dengan menggunakan strategi tindak tutur untuk menghemat waktu dan tenaga dalam melayani pembeli.

Penelitian ini difokuskan di lingkungan pasar karena pasar merupakan tempat umum, dimana banyak masyarakat dari berbagai daerah beraktivitas di pasar. Dengan banyaknya masyarakat dari berbagai daerah yang ada di pasar maka berakibat pada jenis dialog yang dilakukan antara pedagang dan pembeli tidak monoton dengan hanya satu jenis tuturan saja. Semakin banyak masyarakat pendatang dari daerah menyebabkan adanya beraneka ragam jenis tuturan yang digunakan dalam berkomunikasi antara satu dengan lainnya. Kemudian juga dengan meneliti strategi tindak tutur di pasar dapat membantu terwujudnya kestabilan harga dari proses

tawar menawar, menghindari terjadinya naik turun harga yang terlalu drastis. Selain itu juga dapat membantu pedagang memperoleh keuntungan dan menghindari terjadinya kerugian. Berdasarkan keadaan tersebut maka menarik jika dilakukan penelitian di lingkungan pasar.

Berdasarkan pemilihan lokasi penelitian yang difokuskan di daerah pasar maka objek yang diamati ditujukan pada pedagang peracangan. Pedagang peracangan, dalam bahasa formal dikenal dengan nama pedagang menengah, agen atau grosir. Pedagang menengah, agen atau grosir merupakan pedagang yang membeli atau mendapatkan barang dagangannya dari distributor atau agen tunggal yang biasanya akan diberi daerah kekuasaan penjualan atau perdagangan tertentu yang lebih kecil dari daerah kekuasaan distributor, contohnya pedagang grosir beras, dan pedagang bahan kebutuhan pokok.

Pemilihan lokasi pasar, tepatnya di Pasar Tanjung disebabkan peneliti sudah terbiasa mendengar dialog percakapan antara pedagang dan pembeli di Pasar Tanjung. Di Pasar Tanjung bahasa yang sering digunakan dalam percakapan antara pedagang dan pembeli yaitu bahasa Indonesia yang tidak formal, maksudnya bahasa Indonesia yang tidak sesuai dengan kaidah bahasa yang baik dan benar. Keadaan tersebut sesuai dengan latar belakang pendidikan peneliti, dimana peneliti merupakan mahasiswa dari Jurusan Bahasa Indonesia, sehingga dapat dijadikan bahan untuk penelitian lebih lanjut. Kemudian juga karena strategi tindak tutur penerimaan dan penolakan di pasar Tanjung sangat menarik dan beragam maka membuat peneliti tertarik untuk melakukan penelitian di Pasar Tanjung. Dengan demikian dipilihlah Pasar Tanjung di kabupaten Jember untuk dijadikan sebagai lokasi penelitian terkait strategi tindak tutur penerimaan dan penolakan dalam interaksi kegiatan jual beli. Berikut disajikan contoh strategi tindak tutur langsung di Pasar Tanjung antara pedagang dan pembeli.

Tabel 1.1 Dialog Strategi Tindak Tutur Tidak Langsung

A. Strategi Tindak Tutur Tidak Langsung Pedagang Menolak Pembeli	
...	Pembeli : Ada surya 12
Pedagang:	Pedagang: Ada, ambil berapa ?
Untungnya dikit itu, kalo mau	Pembeli : 2 slop dipotong ya
silahkan itu kalo gak coba cari di	Pedagang: ya 1 slop 1000
tempat lain	Pembeli : Masak cuman dua ribu potongannya
...	2 slop buk tambain lagi lah.
	Pedagang: <i>Untungnya dikit itu, kalo mau silahkan itu kalo gak coba cari di tempat lain</i>
B. Strategi Tindak Tutur Tidak Langsung Pedagang Menerima Pembeli	
...	Pembeli : Mau cari minyak goreng, ada ?
Pedagang:	Pedagang: Ya ada banyak...Filma 12, Tropika
Oke deh buat ibuk spesial dapat	13, Bimoli 11, Sanco 13, Rose Brand

<p>potongan dua ribu tapi tanpa piring cantik ...</p>	<p>12, Fitri sama Suramadu 10. Beli 2 liter tiap produk gratis piring cantik Pembeli : Itu yang Fitri atau Suramdu beli 2 liter, masak gak ada potongan, kan beli banyak ? Pedagang: <i>Oke deh buat ibuk spesial dapat potongan dua ribu tapi tanpa piring cantik</i></p>
---	--

Sumber: Dialog pedagang dengan pembeli di Pasar Tanjung 2015

Dialog A merupakan jenis strategi tindak tutur tidak langsung menolak, pada dialog tersebut diceritakan tentang kegiatan jual beli yang dilakukan oleh pedagang peracangan dengan pembeli. Seorang pembeli hendak membeli suatu jenis rokok tertentu dan mengharapkan adanya potongan harga. Pedagang peracangan menyatakan bahwa ada potongan terhadap pembelian satu slop rokok tetapi potongan harganya tidak banyak. Pembeli mencoba untuk tetap menawar agar mendapatkan potongan harga tetapi pedagang peracangan tetap tidak memberi potongan dengan alasan karena hanya mendapat sedikit keuntungan. Pedagang peracangan menyarankan pembeli untuk mencoba mencari toko peracangan lain yang mungkin dapat memberikan potongan harga sesuai keinginan pembeli. Dalam dialog tersebut tampak terjadi strategi tindak tutur tidak langsung pedagang peracangan dalam menerima pembeli yang ditunjukkan oleh percakapan dengan tuturan “Untungnya dikit itu, kalo mau silahkan itu kalo gak coba cari di tempat lain” menerangkan bahwa pedagang peracangan menolak pembeli untuk memberi potongan harga, kemudian sebagai penguat pernyataan penolakan tersebut jika pembeli tidak berkenan untuk menyetujui tawaran yang diberikan, pedagang menyarankan pada pembeli untuk mencari toko peracangan lain yang dapat memberikan tawaran harga sesuai keinginan pembeli

Dialog B merupakan jenis strategi tindak tutur tidak langsung menerima, pada dialog tersebut diceritakan tentang kegiatan jual beli yang dilakukan oleh pedagang peracangan dengan pembeli. Seorang pembeli hendak membeli minyak goreng dengan mengharapkan adanya potongan harga. Pedagang peracangan menawarkan beberapa jenis minyak yang tersedia beserta harga masing-masingnya, dan promo yang ditawarkan sambil menunjukkan jenisnya. Setelah memperhatikan penjelasan pedagang peracangan, pembeli memilih untuk membeli minyak dengan harga yang termurah dan meminta untuk diberikan potongan harga. Pedagang peracangan menyetujui memberikan potongan harga pada pembeli tetapi jumlahnya kecil selain itu promo yang berlaku tidak diberikan. Dalam dialog tersebut tampak terjadi strategi tindak tutur tidak langsung pedagang peracangan dalam menerima pembeli yang ditunjukkan oleh percakapan dengan tuturan “Oke deh buat ibuk spesial dapat potongan dua ribu tapi tanpa piring

cantik” menerangkan bahwa pedagang menerima memberi potongan harga pada pembeli namun memberikan batasan potongan harga hanya sebesar dua ribu rupiah kemudian juga pedagang tidak memberikan gratis piring cantik pada pembeli.

Tabel 1.2 Dialog Strategi Tindak Tutur Langsung

A. Strategi Tindak Tutur Langsung Pedagang Menerima Pembeli	
...	Pembeli : Ada sampo sasetan, kalo ada sekalian harga sama macemnya ya
Pedagang : Oke potong 500 aja	Pedagang : Itu sudah dipajang sama harganya juga.
...	Pembeli : Cuman ada yang dipajang ya?
	Pedagang : Iya lainnya kosong, ambil mana, berapa banyak?
	Pembeli : Pantine, 2 renteng, dipotong ya?
	Pedagang : <i>Oke potong 500 aja</i>
B. Strategi Tindak Tutur Langsung Pedagang Menolak Pembeli	
...	Pembeli : Berasnya yang kedondong ada?
Pedagang :	Pedagang : Ada, ambil berapa ?
Gak bisa	Pembeli : 5 kilo aja, dapat potongan ya
...	Pedagang : Kalo cuman segitu gak ada potongan
	Pembeli : Dipotonglah buk, berapa harganya ?
	Pedagang : 50 ribu.
	Pembeli : Gak bisa dipotong bener ya?
	Pedagang : <i>Gak bisa</i>

Sumber: Dialog pedagang dengan pembeli di Pasar Tanjung 2015

Dialog A merupakan jenis strategi tindak tutur langsung menerima, pada dialog tersebut diceritakan tentang kegiatan jual beli yang dilakukan oleh pedagang peracangan dengan pembeli. Setelah memperhatikan jenis-jenis shampo dan harga yang tertulis, pembeli berniat membeli shampoo dengan mengharap untuk mendapat potongan harga. Pedagang peracangan mengiyakan permintaan pembeli tetapi membatasi besarnya potongan. Dalam dialog tersebut tampak terjadi strategi tindak tutur langsung pedagang peracangan dalam menerima pembeli yang ditunjukkan oleh percakapan dengan tuturan “Oke potong 500 aja” menerangkan bahwa pedagang menerima pembeli dengan memberikan potongan harga tetap potongan yang diberikan hanya sedikit yaitu sebesar lima ratus rupiah.

Dialog B merupakan jenis strategi tindak tutur langsung menolak, pada dialog tersebut diceritakan tentang kegiatan jual beli yang dilakukan oleh pedagang peracangan dengan pembeli. Terdapat seorang pembeli yang hendak membeli suatu jenis beras tertentu dan mengharapkan adanya potongan harga. Pedagang peracangan menyatakan bahwa ada potongan terhadap pembelian suatu jenis barang, tetapi tidak menjelaskan kriteria pemberian potongan harganya. Pembeli mencoba membeli beras dengan jumlah yang tidak terlalu banyak dan menawar untuk

mendapatkan potongan harga. Pedagang tidak memberikan potongan harga dengan alasan beras yang dibeli jumlahnya tidak terlalu banyak. Dalam dialog tersebut tampak terjadi strategi tindak tutur langsung pedagang peracangan dalam menolak pembeli yang ditunjukkan oleh percakapan dengan tuturan “Gak bisa” menerangkan bahwa pedagang menolak pembeli untuk memberikan potongan harga, potongan harga akan diberikan jika kriteria pemberian potongan harganya dapat dipenuhi pembeli.

Setelah peneliti melakukan observasi awal untuk mengumpulkan data berupa dialog antara pedagang dan pembeli di pasar, maka diperoleh data sebagian besar jenis dialog yang ada berupa strategi tindak tutur langsung dan tidak langsung. Berdasarkan pemaparan tersebut memperkuat alasan peneliti untuk memfokuskan penelitian ini hanya pada strategi tindak tutur langsung dan tidak langsung. Keadaan tersebut menginspirasi peneliti untuk melakukan penelitian terkait strategi tindak tutur langsung dan tidak langsung menerima dan menolak dalam interaksi jual beli di pasar. Dengan demikian maka dipilihlah judul penelitian “Strategi Tindak Tutur Langsung Dan Tidak Langsung Pedagang Peracangan Dalam Menerima Dan Menolak Pembeli Ditinjau Dari Fungsi Dan Modus Tuturan Di Pasar Tanjung”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan penjabaran latar belakang tersebut dapat disusun rumusan masalah sebagai berikut,

- 1) Bagaimana strategi tindak tutur langsung dan tidak langsung pedagang peracangan dalam menerima pembeli ditinjau dari fungsi tuturan di pasar Tanjung Jember ?
- 2) Bagaimana strategi tindak tutur langsung dan tidak langsung pedagang peracangan dalam menerima pembeli ditinjau dari modus tuturan di pasar Tanjung Jember?
- 3) Bagaimana strategi tindak tutur langsung dan tidak langsung pedagang peracangan dalam menolak pembeli ditinjau dari fungsi tuturan di pasar Tanjung Jember ?
- 4) Bagaimana strategi tindak tutur langsung dan tidak langsung pedagang peracangan dalam menolak pembeli ditinjau dari modus tuturan di pasar Tanjung Jember?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dibuat maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut,

- 1) Untuk mendeskripsikan strategi tindak tutur langsung dan tidak langsung pedagang peracangan dalam menerima pembeli ditinjau dari fungsi tuturan di pasar Tanjung Jember.
- 2) Untuk mendeskripsikan strategi tindak tutur langsung dan tidak langsung pedagang peracangan dalam menerima pembeli ditinjau dari modus tuturan di pasar Tanjung Jember.
- 3) Untuk mendeskripsikan strategi tindak tutur langsung dan tidak langsung pedagang peracangan dalam menolak pembeli ditinjau dari fungsi tuturan di pasar Tanjung Jember.
- 4) Untuk mendeskripsikan strategi tindak tutur langsung dan tidak langsung pedagang peracangan dalam menolak pembeli ditinjau dari modus tuturan di pasar Tanjung Jember.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang dapat diambil dari hasil penelitian ini diantaranya adalah:

- 1) Bagi Peneliti
hasil penelitian ini dapat digunakan untuk memperdalam keilmuan peneliti terkait strategi tindak tutur baik untuk digunakan sendiri ataupun masyarakat
- 2) Bagi Peneliti Selanjutnya
hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai acuan untuk penelitian lebih lanjut terkait strategi tindak tutur namun dengan tinjauan yang berbeda ataupun dengan metode berbeda serta juga dengan aspek pengamatan yang berbeda.
- 3) Bagi Mahasiswa Program Studi Pendidikan Bahasa Indonesia
hasil penelitian ini dapat memberi tambahan informasi terkait strategi tindak tutur penerimaan dan penolakan dengan tinjauan fungsi dan modus tuturan di pasar Tanjung Jember sehingga dapat dijadikan sebagai bahan studi lanjut untuk materi perkuliahan maupun untuk penelitian.

1.5 Definisi Operasional

Untuk menghindari terjadinya salah persepsi beberapa istilah yang digunakan dalam penelitian ini, maka diberikan beberapa definisi operasional. Adapun definisi operasional tersebut antara lain adalah sebagai berikut:

- 1) Strategi Tindak Tutur
Strategi tindak tutur merupakan cara atau pendekatan yang berkaitan dengan proses dari suatu tindakan verbal yang terjadi dalam situasi dan waktu tertentu dengan memperhatikan unsur pragmatik yang termuat di dalamnya.

2) Strategi Tindak Tuter Langsung

Suatu strategi tindak tutur yang terjadi ketika seorang penutur menampilkan suatu tindak tutur tertentu, dengan maksud tidak menampilkan tindak tutur yang lain dimana di dalamnya terdapat kesesuaian antara modus tuturan dan fungsinya secara konvensional.

3) Strategi Tindak Tuter Langsung Menerima

Strategi tindak tutur langsung menerima merupakan suatu strategi tindak tutur yang terjadi ketika seorang penutur menampilkan suatu tindak tutur tertentu, dengan maksud tidak menampilkan tindak tutur yang lain dimana di dalamnya terdapat kesesuaian antara modus tuturan dan fungsinya secara konvensional yang menunjukkan adanya persetujuan suatu pihak terhadap pihak lain.

4) Strategi Tindak Tuter Langsung Menolak

Strategi tindak tutur langsung menolak merupakan suatu strategi tindak tutur yang terjadi ketika seorang penutur menampilkan suatu tindak tutur tertentu, dengan maksud tidak menampilkan tindak tutur yang lain dimana di dalamnya terdapat kesesuaian antara modus tuturan dan fungsinya secara konvensional yang menunjukkan adanya ketidaksetujuan suatu pihak terhadap pihak lain.

5) Strategi Tindak Tuter Tidak Langsung

Suatu strategi tindak tutur yang terjadi ketika seorang penutur menampilkan suatu tindak tutur tertentu, dengan maksud menampilkan tindak tutur yang lain dimana di dalamnya tidak terdapat kesesuaian antara modus tuturan dan fungsinya secara konvensional.

6) Strategi Tindak Tuter Tidak Langsung Menerima

Strategi tindak tutur tidak langsung menerima merupakan suatu strategi tindak tutur yang terjadi ketika seorang penutur menampilkan suatu tindak tutur tertentu, dengan maksud menampilkan tindak tutur yang lain dimana di dalamnya tidak terdapat kesesuaian antara modus tuturan dan fungsinya secara konvensional yang menunjukkan adanya persetujuan suatu pihak terhadap pihak lain.

7) Strategi Tindak Tuter Tidak Langsung Menolak

Strategi tindak tutur tidak langsung menolak merupakan suatu strategi tindak tutur yang terjadi ketika seorang penutur menampilkan suatu tindak tutur tertentu, dengan maksud menampilkan tindak tutur yang lain dimana di dalamnya tidak terdapat kesesuaian antara

modus tuturan dan fungsinya secara konvensional yang menunjukkan adanya ketidaksetujuan suatu pihak terhadap pihak lain.



BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA

Tinjauan pustaka dilakukan untuk memperoleh pemahaman terhadap masalah-masalah yang dibicarakan dalam penelitian. Adapun dalam tinjauan pustaka dilakukan pengkajian bahan yang relevan dengan permasalahan penelitian, karena bahan yang relevan banyak jumlahnya dan tidak mungkin seluruh bahan tersebut dikaji secara rinci maka dipilih beberapa bahan kajian yang paling relevan. Masalah yang dibicarakan dalam tinjauan pustaka ini antara lain meliputi: (1) pragmatik, (2) tindak tutur, (3) konteks tutur, (4) strategi tutur, (5) fungsi tuturan, (6) modus tuturan dan (7) penelitian relevan.

2.1 Pragmatik

Pragmatik merupakan bagian dari ilmu semiotika yang pertama kali diperkenalkan oleh seorang filsuf bernama Morris, menurut Morris pragmatik merupakan ilmu yang mempelajari tentang hubungan konsep yang merupakan tanda dengan pemakaian tanda tersebut (Nisak, 2014: 10). Kemudian pendapat lain yang disampaikan oleh Cummings (2007: 8) dikatakan bahwa pragmatik adalah cabang ilmu [linguistik](#) yang mempelajari hubungan antara [konteks](#) dan [makna](#), dimana mempelajari tentang bagaimana penyampaian makna tidak hanya bergantung pada pengetahuan linguistik ([tata bahasa](#), [leksikon](#), dan sebagainya) dari penutur dan mitra tutur, tapi juga dari konteks penuturan, pengetahuan tentang status para pihak yang terlibat dalam pembicaraan, serta maksud yang tersirat dari penutur dalam suatu pembicaraan. Levinson (dalam Tarigan, 1990: 33) mendefinisikan pragmatik adalah telaah mengenai relasi antara bahasa dengan konteks yang merupakan dasar bagi suatu laporan pemahaman bahasa dimana berupa kemampuan menghubungkan kalimat dengan konteks secara tepat.

Menurut beberapa pendapat tersebut maka dapat diperjelas yang dimaksud dengan pragmatik dalam penelitian ini adalah cabang dari ilmu [linguistik](#) yang mempelajari tentang hubungan antara [konteks](#) dan [maksudnya](#) berupa kemampuan menghubungkan kalimat dan konteksnya dengan tepat dalam suatu pembicaraan antara penutur dan mitra tutur.

2.2 Tindak Tutur

Mempelajari tentang pragmatik maka akan memunculkan pembahasan tentang tindak tutur. Teori tentang tindak tutur bermula dari pemikiran Austin sebagai reaksi terhadap bentuk kekeliruan deskriptif, dimana memiliki makna sebagai suatu pandangan yang menganggap

bahwa suatu kalimat deklaratif digunakan untuk mendeskripsikan keadaan atau fakta yang bernilai benar atau salah. Lebih lanjut lagi teori Austin dapat diinterpretasikan bahwa tuturan dalam peristiwa komunikasi memiliki potensi daya lokusi, ilokusi dan perlokusi. Lokusi dipandang sebagai daya tindak bertutur yang memiliki maksud sesuai dengan makna leksikal setiap kata yang dituturkan. Kemudian ilokusi merupakan daya untuk menuturkan sesuatu dengan maksud melakukan tindakan tertentu. Perlokusi merupakan efek daya tindak yang dihasilkan penutur setelah menuturkan sesuatu terhadap mitra tuturnya. Dalam teori tindak tutur, daya ilokusi merupakan kategori yang menjadi pusat perhatian di antara lainnya.

Leech (dalam Andianto, 2013: 25) mendefinisikan tindak tutur sebagai suatu tindak atau performansi verbal yang terjadi dalam situasi dan waktu tertentu. Kemudian Cummings (2007: 362) juga memiliki definisi tentang tindak tutur yaitu tindak tutur merupakan fenomena pragmatik penyelidikan linguistik klinis yang menonjol, singkat kata tindak tutur merupakan kategori yang kaya akan fenomena pragmatik untuk dikaji oleh para ahli linguistik. Selanjutnya Lyons (dalam Andianto, 2013: 25) mendefinisikan tindak tutur dengan lebih sederhana yaitu tindak tutur merupakan proses dari suatu tuturan. Berdasarkan beberapa pendapat yang telah disampaikan tentang tindak tutur maka dapat diperjelas yang dimaksud dengan tindak tutur dalam penelitian ini yaitu proses dari suatu tindakan verbal yang terjadi dalam situasi dan waktu tertentu dengan memperhatikan unsur pragmatik yang termuat di dalamnya.

2.3 Konteks Tutur

Ketika seseorang bertindak tutur pasti selalu terdapat konteks yang melari tuturan tersebut. Menurut Kridalaksana (dalam Andianto, 2013: 52) dikatakan bahwa konteks tutur adalah ciri alam di luar wujud bahasa yang menumbuhkan makna pada ujaran atau wacana. Kemudian menurut Tarigan (1990: 35), konteks tuturan merupakan latar belakang pengetahuan yang diperkirakan dimiliki dan disetujui bersama oleh pembicara atau penulis dan penyimak atau pembaca serta yang menunjang terbentuknya interpretasi terhadap apa yang dimaksudkan oleh pembicara dalam suatu ucapan tertentu. Berdasarkan beberapa pendapat tentang konteks tutur maka diperjelas yang dimaksud konteks tutur dalam penelitian ini adalah latar belakang pengetahuan yang menunjang terbentuknya makna yang dimaksud oleh pembicara dalam suatu ucapan tertentu.

Konteks tutur mempunyai fungsi vital karena merupakan penentu makna suatu tuturan. Konteks sangat berpengaruh terhadap peristiwa tutur yang terjadi antara penutur dan mitra tuturnya. Konteks dimanfaatkan oleh penutur untuk menunjang agar tujuan tuturan dapat tercapai. Parret (dalam Andianto, 2013: 52) membedakan konteks dalam beberapa jenis diantaranya: konteks kontekstual, konteks eksistensial, konteks situasional, konteks aksional, konteks psikologis. Selanjutnya dijabarkan keterangan yang menjelaskan maksud dari setiap jenis konteks dan diberikan pula contohnya untuk memperjelas maksud dari setiap jenis konteks yang disajikan, dimana dialog yang disajikan diperoleh dari hasil rekaman antara pedagang dengan pembeli di Pasar Tanjung Jember:

1. Konteks kontekstual

Konteks kontekstual merupakan konteks yang berupa koteks yaitu bagian dari medan wacana yang di dalamnya terdapat orang, tempat, wujud, peristiwa, fakta yang disebutkan dalam percakapan sebagai latar untuk mempermudah dalam memahami maksud dari suatu tuturan.

2. Konteks eksistensial

Konteks eksistensial merupakan partisipan atau orang, waktu, dan tempat yang mengiringi tuturan, seperti siapa yang menuturkan dan pada siapa tuturan ditujukan, kapan dan dimana tempatnya.

3. Konteks situasional

Konteks situasional merupakan jenis faktor penentu kerangka sosial institusi yang luas dan umum seperti rumah sakit, ruang kelas atau latar kehidupan sehari-hari yang memiliki kebiasaan percakapan yang khas.

4. Konteks aksional

Konteks aksional merupakan suatu perilaku nonverbal yang menyertai penuturan, misalnya menarik nafas, menatap, dan membusungkan dada.

5. Konteks psikologis

Konteks psikologis merupakan situasi psikis dan mental yang menyertai penuturan seperti, marah, sedih, gembira, bersemangat dan sebagainya.

Tabel 2.1 Konteks dalam Suatu Tindak Tutur
Strategi Tindak Tutur Langsung Pedagang Menerima Pembeli

Segmen Tutur	Konteks				
	Psikologis	Situasional	Aksional	Eksistensial	Koteks

... Pedagang: Oke potong 500 aja ...	Pedagang: Ramah Pembeli: Ramah	Perancangan yang ramai dengan pengunjung, dimana pedagang melayani pembeli dengan ramah.	Pedagang sedang menunjuk pada jenis sampo yang dipajang . Pembeli memilih sesuai dengan yang diinginkannya.	Seorang pedagang perancangan dan pembeli di toko perancangan pasar Tanjung pada waktu siang hari	Pembeli: Ada sampo sasetan, kalo ada sekalian harga sama macemnya ya... Pedagang: Itu sudah dipajang sama harganya juga. Pembeli: Cuman ada yang dipajang ya? Pedagang: Iya lainnya kosong, ambil mana, berapa banyak? Pembeli: Pantine, 2 renteng, dipotong ya? Pedagang: ~ . ~
--	---	--	--	--	---

Strategi Tindak Tutur Langsung Pedagang Menolak Pembeli

Segmen Tuter	Konteks				
	Psikologis	Situasional	Aksional	Eksistensial	Koteks
... Pedagang : Gak bisa ...	Pedagang: Keras hati Pembeli: Tidak mudah putus asa	Perancangan yang tidak terlalu ramai dengan pengunjung, dimana pedagang melayani pembeli dengan ramah.	Pedagang sedang melayani pembeli, penjual menggerakkan tangan ke kanan dan kiri tangan tanda tidak setuju, pembeli menarik nafas panjang dan mengangguk tanda setuju	Seorang pedagang perancangan dan pembeli, di toko perancangan pasar Tanjung pada waktu siang hari	Pembeli : Berasnya yang kedondong ada? Pedagang : Ada, ambil berapa ? Pembeli : 5 kilo aja, dapat potongan ya Pedagang : Kalo cuman segitu gak ada potongan Pembeli: Dipotonglah buk, berapa harganya ? Pedagang :50 ribu. Pembeli: Gak bisa dipotong bener ya ? Pedagang: ~~~

Strategi Tindak Tutur Tidak Langsung Pedagang Menerima Pembeli

Segmen Tuter	Konteks				
	Psikologis	Situasional	Aksional	Eksistensial	Koteks
... Pedagang : Oke deh buat ibuk special dapat potongan dua ribu tapi tanpa piring cantik	Pedagang: Ramah Pembeli: Ramah	Perancangan yang tidak terlalu ramai dengan pengunjung, dimana pedagang melayani pembeli dengan ramah.	Pedagang sedang melayani pembeli menunjukkan setiap jenis minyak yang ditawarkannya. Pembeli menunjuk minyak goreng yang diinginkannya	Seorang pedagang perancangan dan pembeli, di toko perancangan pasar Tanjung pada waktu siang hari	Pembeli: Mau cari minyak goreng, ada ? Pedagang: Ya ada banyak...Filma 12, Tropika 13, Bimoli 11, Sanco 13, Rose Brand 12, Fitri sama Suramadu 10. Beli 2 liter tiap produk gratis piring cantik Pembeli: Itu yang Fitri atau Suramdu beli 2 liter, masak gak ada potongan, kan beli banyak ? Pedagang: ~ . ~

Strategi Tindak Tuter Tidak Langsung Pedagang Menolak Pembeli					
Segmen Tuter	Konteks				
	Psikologis	Situasional	Aksional	Eksistensial	Koteks
... Pedagang : Ada untuk pembelian berkupon ...	Pedagang: Cekatan Pembeli: Terperinci	Perancangan yang ramai dengan pengunjung, dimana pedagang melayani pembeli dengan terburu-buru.	Pedagang sedang melayani pembeli mengangguk tanda mengiyakan dan menggerakkan tangan ke kanan dan kiri tanda tidak setuju	Seorang pedagang perancangan dengan beberapa karyawan dan beberapa pembeli,, di toko perancangan pasar Tanjung pada waktu pagi hari	Pembeli: Ada kopi saset ? Pedagang: Ada, kapal api 12, torabika 15, luwak 18? Pembeli: Hanya itu? Pedagang: Iya lainnya kosong Pembeli: Tiap jenisnya gak ada potongan ya? Pedagang : ~~~ Pembeli: Kalo gak punya kupon gak bisa dipotong ya. Pedagang : Gak bisa

Sumber: Dialog pedagang dengan pembeli di Pasar Tanjung 2015

2.4 Strategi Tindak Tuter

Strategi merupakan pendekatan secara keseluruhan yang berkaitan dengan pelaksanaan [gagasan](#), perencanaan, dan eksekusi sebuah aktivitas dalam kurun [waktu](#) tertentu. Strategi yang digunakan dalam suatu tuturan oleh seorang penutur terhadap mitra tuturnya merupakan hal yang penting untuk diperhatikan. Keberhasilan seorang penutur dalam mempengaruhi mitra tuturnya bergantung pada strategi tindak tutur yang digunakan. Penggunaan strategi tindak tutur yang tepat yang dapat menarik minat seorang mitra tutur memungkinkan seorang mitra tutur untuk melakukan apa yang dikatakan oleh penutur. Dalam kegiatan jual beli penggunaan strategi tindak tutur yang tepat oleh pedagang memungkinkan berlangsungnya transaksi jual beli yang sesuai dengan harapan pedagang dimana pembeli akan terpengaruh untuk melakukan tawaran pedagang.

Menurut Brown dan Levinson (dalam Pramuniati dan Eviyanti, 2012: 22) dikatakan bahwa terdapat lima strategi yang dapat digunakan untuk mengutarakan suatu maksud dalam percakapan. Kelima strategi tersebut antara lain yaitu: (1) bertutur secara terus terang tanpa basa basi, (2) bertutur dengan menggunakan kesantunan positif, (3) bertutur dengan menggunakan kesantunan negative, (4) bertutur dengan cara samar-samar, (5) bertutur di dalam hati dimana penutur tidak mengujarkan maksud hatinya. Wijaya (1996: 36) membagi strategi tutur menjadi delapan jenis, adapun kedelapan jenis strategi tutur tersebut antara lain adalah sebagai berikut: (1) Tindak tutur langsung, (2) Tindak tutur tidak langsung, (3) tindak tutur harafiah, (4) tindak tutur tidak harafiah, (5) tindak tutur langsung harafiah, (6) tindak tutur tidak langsung harafiah,

(7) tindak tutur langsung tidak harafiah, (8) tindak tutur tidak langsung tidak harafiah. Kemudian juga masih dalam referensi yang sama Wijaya juga membagi strategi tutur menjadi delapan jenis yang lain, antara lain sebagai berikut: (1) tindak tutur langsung, (2) tindak tutur tidak langsung, (3) tindak tutur langsung literal, (4) tindak tutur langsung tidak literal, (5) tindak tutur tidak langsung literal, (6) tindak tutur tidak langsung tidak literal, (7) tindak tutur literal, (8) tindak tutur tidak literal. Berdasarkan beberapa jenis strategi tutur yang disampaikan oleh beberapa ahli, dalam penelitian ini dipilih jenis strategi tindak tutur langsung dan tidak langsung.

Dalam konteks komunikasi Arianto (2013: 39) berpendapat bahwa yang dimaksud dengan strategi komunikasi pada dasarnya merupakan upaya penutur untuk mengaitkan tujuan penuturan dengan alat yang digunakan untuk mengekspresikannya. Berdasarkan pendapat tersebut nampak terdapat jarak antara tindakan dengan tujuan, adanya jarak membuat tindak tutur dibedakan dalam tindak tutur langsung dan tindak tutur tidak langsung.

2.4.1 Strategi Tindak Tutur Langsung

Suatu tindak tutur tidaklah semata-mata merupakan representasi langsung elemen makna tiap unsurnya. Derajat kelangsungan tindak tutur itu diukur berdasarkan jarak tempuh dan kejelasan pragmatisnya. Jarak tempuh tindak tutur merupakan rentang sebuah tuturan dari titik ilokusi penutur ke titik tujuan ilokusi mitra tutur. Jika garis yang menghubungkan kedua titik itu lurus, berakibat pada jarak tempuh yang pendek, tuturan itu merupakan tindak tutur langsung. Penggunaan tuturan secara konvensional menandai kelangsungan suatu tindak tutur. Kesesuaian antara modus tuturan dan fungsinya secara konvensional inilah yang merupakan tindak tutur langsung (Hadiati, 2007: 31-32). Selanjutnya Bach dan Harnish (dalam Arianto, 2013: 40) menyatakan bahwa suatu tindak tutur dikatakan tindak tutur langsung jika penutur menampilkan suatu tindak tutur tertentu dengan maksud tidak menampilkan tindak tutur yang lain.

Berdasarkan beberapa pendapat tentang tindak tutur langsung maka yang dimaksud tindak tutur langsung dalam penelitian ini adalah jika seorang penutur menampilkan suatu tindak tutur tertentu dengan maksud tidak menampilkan tindak tutur yang lain dimana di dalamnya terdapat kesesuaian antara modus tuturan dan fungsinya secara konvensional. Berikut disajikan contoh strategi tindak tutur langsung pedagang dalam menerima dan menolak pembeli, dimana inti dari dialog percakapan A menunjukkan bahwa pedagang secara langsung menerima begitu

saja permintaan pembeli tanpa mengalihkan pada hal yang lain dan begitu juga sebaliknya untuk dialog percakapan B.

Tabel 2.2 Strategi Tindak Tutur Langsung Menerima dan Menolak

C. Strategi Tindak Tutur Langsung Pedagang Menerima Pembeli	
...	Pembeli : Ada sampo sasetan, kalo ada sekalian harga sama macemnya ya
Pedagang : Oke potong 500 aja	Pedagang : Itu sudah dipajang sama harganya juga.
...	Pembeli : Cuman ada yang dipajang ya?
	Pedagang : Iya lainnya kosong, ambil mana, berapa banyak?
	Pembeli : Pantine, 2 renteng, dipotong ya?
	Pedagang : <i>Oke potong 500 aja</i>
D. Strategi Tindak Tutur Langsung Pedagang Menolak Pembeli	
...	Pembeli : Berasnya yang kedondong ada?
Pedagang :	Pedagang : Ada, ambil berapa ?
Gak bisa	Pembeli : 5 kilo aja, dapat potongan ya
...	Pedagang : Kalo cuman segitu gak ada potongan
	Pembeli : Dipotonglah buk, berapa harganya ?
	Pedagang : 50 ribu.
	Pembeli : Gak bisa dipotong bener ya?
	Pedagang : <i>Gak bisa</i>

Sumber: Dialog pedagang dengan pembeli di Pasar Tanjung 2015

2.4.2 Strategi Tindak Tutur Tidak Langsung

Sama seperti yang disampaikan sebelumnya suatu tindak tutur tidaklah semata-mata merupakan representasi langsung elemen makna tiap unsurnya. Derajat kelangsungan tindak tutur itu diukur berdasarkan jarak tempuh dan kejelasan pragmatismenya. Jarak tempuh tindak tutur merupakan rentang sebuah tuturan dari titik ilokusi penutur ke titik tujuan ilokusi mitra tutur. Jika garis penghubung kedua titik itu tidak lurus, melengkung bahkan melengkung sekali yang berakibat pada jarak tempuh yang sangat panjang, tuturan itu merupakan tindak tutur tak langsung. Penggunaan tuturan secara konvensional menandai kelangsungan suatu tindak tutur, tindak tutur tidak langsung ditandai dengan tidak adanya kesesuaian antara modus tuturan dan fungsinya secara konvensional (Hadiati, 2007: 31-32). Selanjutnya Bach dan Harnish (dalam Arianto, 2013: 40) menyatakan tindak tutur dianggap tindak tutur tidak langsung jika penutur menampilkan tindak tutur tertentu dengan maksud menampilkan tindak tutur lain.

Berdasarkan beberapa pendapat tentang tindak tutur tidak langsung maka yang dimaksud tindak tutur tidak langsung dalam penelitian ini adalah jika seorang penutur menampilkan suatu tindak tutur tertentu dengan maksud menampilkan tindak tutur yang lain dimana di dalamnya tidak terdapat kesesuaian antara modus tuturan dan fungsinya secara konvensional. Berikut

disajikan contoh strategi tindak tutur tidak langsung pedagang dalam menerima dan menolak pembeli, dimana inti dari dialog percakapan A menunjukkan bahwa pedagang secara tidak langsung menerima permintaan pembeli tetapi dengan memberikan syarat tertentu yang masih mungkin dapat memberikan keuntungan bagi pedagang dimana syarat yang ditawarkan pedagang hanya sekedar untuk mengalihkan pikiran pembeli agar merasa permintaannya diterima dan begitu sebaliknya untuk dialog percakapan B.

Tabel 2.3 Strategi Tindak Tutur Tidak Langsung Menerima dan Menolak

A. Strategi Tindak Tutur Tidak Langsung Pedagang Menerima Pembeli	
... Pedagang: Oke deh buat ibuk spesial dapat potongan dua ribu tapi tanpa piring cantik ...	Pembeli : Mau cari minyak goreng, ada ? Pedagang: Ya ada banyak...Filma 12, Tropika 13, Bimoli 11, Sanco 13, Rose Brand 12, Fitri sama Suramadu 10. Beli 2 liter tiap produk gratis piring cantik Pembeli : Itu yang Fitri atau Suramadu beli 2 liter, masak gak ada potongan, kan beli banyak ? Pedagang: <i>Oke deh buat ibuk spesial dapat potongan dua ribu tapi tanpa piring cantik</i>
B. Strategi Tindak Tutur Tidak Langsung Pedagang Menolak Pembeli	
... Pedagang: Untungnya dikit itu, kalo mau silahkan itu kalo gak coba cari di tempat lain ...	Pembeli : Ada surya 12 Pedagang: Ada, ambil berapa ? Pembeli : 2 slop dipotong ya Pedagang: ya 1 slop 1000 Pembeli : Masak cuman dua ribu potongannya 2 slop buk tambain lagi lah. Pedagang: <i>Untungnya dikit itu, kalo mau silahkan itu kalo gak coba cari di tempat lain</i>

Sumber: Dialog pedagang dengan pembeli di Pasar Tanjung 2015

Berpendangan pada dialog yang telah ditampilkan terkait strategi tindak tutur langsung dan tidak langsung pedagang perancangan dalam menerima dan menolak pembeli tampak bahwa, pada strategi tindak tutur langsung pedagang perancangan dalam menerima dan menolak pembeli, tuturan yang disampaikan kurang memperhitungkan sopan santun dan kurang bertatakrama. Tuturan disampaikan apa adanya sesuai dengan maksud sebenarnya dengan tidak mempedulikan perasaan lawan bicaranya. Sedangkan untuk strategi tindak tutur tidak langsung pedagang perancangan dalam menerima dan menolak pembeli, tuturan yang disampaikan cenderung lebih memperhitungkan sopan santun dan bertatakrama. Tuturan disampaikan dengan bahasa yang lebih halus dan tidak sesuai dengan maksud sebenarnya, mengalihkan pada hal lain yang secara tidak langsung masih berhubungan.

Keadaan tersebut berakibat terhadap munculnya asumsi terkait kelebihan dan kekurangan penggunaan strategi tindak tutur langsung dan tidak langsung pedagang perancangan dalam menerima dan menolak pembeli. Selanjutnya kelebihan dan kelemahan tersebut dijabarkan sebagai berikut:

1. Kelebihan

- 1) Melalui strategi tindak tutur langsung dapat membantu pedagang untuk menghemat waktu dalam melayani pembeli
- 2) Melalui strategi tindak tutur tidak langsung dapat menciptakan tuturan yang lebih sopan dan bertakrama sehingga tidak melukai perasaan lawan bicara

2. Kelurangan

- 1) Melalui strategi tindak tutur langsung dapat menciptakan tuturan yang kurang sopan dan kurang bertakrama sehingga dapat melukai perasaan lawan bicara
- 2) Melalui strategi tindak tutur tidak langsung pedagang membutuhkan waktu yang lama untuk melayani pembeli

2.5 Fungsi Tuturan

Andianto (2013: 35) menyatakan, setiap tindak tutur memiliki fungsi yang secara umum melekat pada setiap jenis tindak tutur yang bersangkutan. Masih dalam referensi yang sama mengutip pendapat Leech yang memilah-milah fungsi tindak tutur berdasarkan hubungan fungsi dengan tujuan sosialnya, maka fungsi tuturan dibedakan dalam empat kategori, adapun kategorinya yaitu:

1. Fungsi Kompetitif

Fungsi kompetitif merupakan salah satu jenis fungsi dalam tindak tutur yang tidak memperhitungkan sopan santun dan tidak bertakrama dimana tujuan ilokusinya bersaing dengan tujuan social, dapat berupa meminta, memerintah, menuntut, dan mengemis. Contohnya: Masak cuman dua ribu potongannya 2 slop buk tambain lagi lah

2. Fungsi Konvivial

Fungsi konvivial merupakan salah satu jenis fungsi dalam tindak tutur yang memperhitungkan sopan santun dan bertakrama dimana tujuan ilokusinya sejalan dengan tujuan sosial, dapat berupa mengajak, meminta, membatasi, melarang, mengingatkan, mengusulkan, menasehati,

dan menjelaskan. Contoh: Oke karena sudah beli dua macem dapat potongan lima ratus rupiah tiap jenis.

3. Fungsi Kolaboratif

Fungsi kolaboratif merupakan salah satu jenis fungsi dalam tindak tutur yang tidak memperhitungkan sopan santun dan tidak bertatakrama dimana tujuan ilokusinya tidak menghiraukan tujuan sosial, dapat berupa melaporkan, mengumumkan, mengajarkan, menyatakan, menanyakan, menasehati dan menjelaskan. Contohnya: Harganya memang murah kardusan, tapi kalo campur ya gak dipotong.

4. Fungsi Konfliktif

Fungsi konfliktif merupakan salah satu jenis fungsi dalam tindak tutur yang tidak memperhitungkan sopan santun dan tidak bertatakrama dimana tujuan ilokusinya bertentangan dengan tujuan sosial, dapat berupa mengancam, menuduh, menyumpahi, dan memarahi. Contohnya: Lain kali gak usah belanja di sini.

2.6 Modus Tuturan

Kridalaksana dalam Andrianto (2013: 37) menyatakan modus merupakan kategori gramatikal dalam bentuk verba yang mengungkapkan suasana psikologis perbuatan menurut tafsiran atau sikap penutur tentang apa yang diucapkannya. Masih dalam referensi yang sama mengutip pendapat Anderson modus merupakan aspek tatabahasa yang fungsinya tidak selalu sesuai dengan fungsi sintaks atau kalimatnya. Berdasarkan beberapa pendapat tentang modus, maka dapat diperjelas yang dimaksud dengan modus dalam penelitian ini adalah kategori tatabahasa dalam bentuk verba yang mengungkapkan suasana psikologis perbuatan menurut tafsiran atau sikap penutur tentang apa yang diucapkannya dimana fungsinya tidak selalu sesuai dengan fungsi sintaks atau kalimatnya.

Masih dalam referensi yang sama, Kridalaksana membedakan modus tuturan dalam beberapa jenis, adapun jenis-jenisnya adalah sebagai berikut:

1. Modus Desideratif

Modus desideratif merupakan modus yang menyatakan keinginan.

Contohnya:

Oke ambil yang hitam setengah putih satu kilo, kasi potongan ya?

2. Modus Imperatif

Modus imperatif merupakan modus yang menyatakan perintah atau larangan.

Contohnya:

Nunggu turun aja kalo mau murah

3. Modus Indikatif

Modus indikatif merupakan modus yang menyatakan sikap objektif atau netral

Contohnya:

Ada dua macam...Telur bebek sekilo 12, ayam sekilo 10. Beli sekaligus 2 macam ada potongan

4. Modus Interrogatif

Modus interrogatif merupakan modus yang menyatakan pertanyaan.

Contohnya:

Itu yang Fitri atau Suramdu beli 2 liter, masak gak ada potongan, kan beli banyak ?

5. Modus Obligatoris

Modus obligatoris merupakan modus yang menyatakan suatu keharusan.

Contohnya:

Oke dipotong seribu

6. Modus Optatif

Modus optatif merupakan modus yang menyatakan harapan.

Contohnya:

Masak cuman dua ribu potongannya 2 slop buk tambain lagi lah.

2.7 Penelitian Relevan

Sebelum melakukan penelitian, dilakukan kajian awal terhadap beberapa penelitian relevan. Adapun beberapa penelitian yang menjadi acuan dalam penyusunan penelitian ini antara lain yaitu: penelitian yang dilakukan oleh Arifianti yang berasal dari Universitas Pekalongan, pada tahun 2003 dengan judul penelitiannya yaitu “Variasi Tutar Penerimaan dan Penolakan Pembeli dalam Transaksi Jual Beli Batik di Pasar Grosir Setono Pekalongan Kajian Sosiopragmatik”. Dimana hasil penelitiannya menyatakan bahwa bentuk variasi tutur penerimaan dan penolakan pembeli berdasarkan kelangsungannya dibagi menjadi dua, yaitu secara langsung dan tidak langsung. Penolakan langsung dipengaruhi efek pragmatis: tertarik,

senang, dan simpatik, sedangkan variasi tutur tidak langsung melibatkan fungsi pragmatik: membujuk, mendorong, meyakinkan. Kemudian untuk variasi tutur penolakan tidak langsung menggunakan kata penolakan secara langsung, yaitu: penolakan tanpa kata penolakan, penolakan dengan alternatif, penolakan dengan alasan. Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Haryadi yang mengunggah penelitiannya pada laman academia.edu di tahun 2012 dengan judul penelitiannya yaitu “Ragam Penolakan Ki Sunda Terhadap Penawaran Dalam Aktivitas Jual-Beli Di Pasar Tradisional”. Hasil penelitian tersebut menyatakan bahwa berdasarkan temuan penelitian didapat beberapa pola reaksi terhadap penawaran dalam aktivitas jual-beli di pasar tradisional yaitu menolak dengan memberikan solusi lain; menolak dengan ucapan terima kasih; menolak dengan permintaan maaf; menolak dengan alasan modal; menolak dengan menunjuk pihak lain; dan menolak dengan samar. Dari semua temuan tersebut, hanya menolak dengan alasan modal dan menolak dengan menunjuk pihak lain yang bisa dikatakan melanggar prinsip kesantunan berbahasa. Itu bisa dikatakan bahwa reaksi penolakan Ki Sunda terhadap penawaran dalam aktivitas jual beli di pasar tradisional itu lebih besar santunnya ketimbang ketidaksantunannya.

Berpandangan pada beberapa penelitian relevan tersebut persamaan antara penelitian ini dengan penelitian relevan yaitu strategi tindak tutur yang diamati dibedakan antara strategi tindak tutur langsung dan tidak langsung dalam menerima dan menolak pembeli. Kemudian selain persamaan, perbedaan antara penelitian ini dengan penelitian relevan yaitu dalam penelitian ini tinjauannya difokuskan pada fungsi dan modus tindak tutur.

BAB 3. METODE PENELITIAN

Pada metode penelitian disajikan rencana penelitian tentang strategi tindak tutur langsung dan tidak langsung pedagang peracangan dalam menerima dan menolak pembeli di Pasar Tanjung. Rancangan ini menggambarkan prosedur atau langkah yang ditempuh, waktu penelitian, kondisi dan data yang dikumpulkan serta dengan cara bagaimana data dikumpulkan dan diolah. Pada bagian metode penelitian disajikan beberapa uraian tentang: (1) rancangan dan jenis penelitian, (2) data dan sumber data, (3) metode pengumpulan data, (4) langkah kerja, (5) instrumen penelitian dan (6) prosedur penelitian.

3.1 Rancangan dan Jenis Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan kualitatif yaitu penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata, orang-orang dan perilaku yang diamati. Dalam pendekatan kualitatif terdapat ciri mendasar yang membedakan dengan pendekatan penelitian yang lain, adapun ciri tersebut antara lain, dilakukan dalam kondisi alami dengan peneliti sendiri sebagai instrumen utama, data yang terkumpul berbentuk kata-kata dan tidak menekankan pada angka, penelitiannya lebih menekankan pada proses daripada produk, analisisnya secara induktif, serta lebih menekankan makna. Kemudian jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif, yang dimaksud dengan penelitian deskriptif adalah penelitian yang berusaha menggambarkan gejala, peristiwa, kejadian yang terjadi pada saat ini dalam kondisi alamiah tanpa ada yang dikendalikan (Arikunto, 2006: 253).

Dalam penelitian ini nantinya akan digambarkan tentang strategi tindak tutur langsung dan tidak langsung yang dilakukan oleh pedagang peracangan dalam menerima dan menolak pembeli di Pasar Tanjung. Nantinya penulis akan menggambarkan seperti apa strategi tindak tutur langsung pedagang peracangan di Pasar Tanjung dalam menerima dan menolak pembeli. Selanjutnya juga akan digambarkan seperti apa strategi tindak tutur tidak langsung pedagang peracangan di Pasar Tanjung dalam menerima dan menolak pembeli.

3.2 Data dan Sumber Data

Data merupakan segmen tutur, konteks, dan koteksnya yang mengindikasikan tindak tutur langsung dan tidak langsung pedagang peracangan dalam menerima dan menolak pembeli. Data dalam penelitian ini berupa segmen tutur dan konteksnya yang diperoleh melalui dialog pedagang

perancangan dalam menerima dan menolak pembeli di Pasar Tanjung, selanjutnya dari data yang telah diperoleh dikategorikan sebagai tindak tutur langsung dan tidak langsung. Setelah dikategorikan dianalisis juga fungsi dan modus tuturan yang ada pada dialog tersebut. Data yang dimaksud dalam penelitian ini dapat dilihat pada lampiran B dan C. Kemudian data pada lampiran B dan C yang akan digunakan dalam penelitian ini dianalisis konteks, fungsi dan modus tuturannya. Lebih jelasnya terkait hasil analisis dapat dilihat pada lampiran E, F, G, dan H.

Sumber data dikatakan sebagai subjek dari mana data dapat diperoleh. Sumber data dalam penelitian adalah pedagang perancangan dan pembeli di Pasar Tanjung Jember yang melakukan percakapan dimana percakapan tersebut menunjukkan strategi tindak tutur langsung dan tidak langsung pedagang perancangan dalam menerima dan menolak pembeli di Pasar Tanjung. Dalam penelitian ini tuturan antara pedagang dan pembeli direkam langsung ketika mereka melakukan tawar menawar dalam kegiatan jual beli. Banyak toko perancangan yang diteliti adalah 5 toko perancangan, dan kegiatan pengumpulan data dilakukan selama 1 bulan.

3.3 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data merupakan cara yang dapat digunakan oleh penulis untuk mengumpulkan data penelitian. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode observasi dan wawancara. Dalam metode observasi penulis mengamati sambil mencatat tuturan yang dilakukan pedagang dan pembeli kemudian merekamnya melalui audio visual dengan dibantu orang lain. Metode observasi dilakukan untuk memperoleh informasi sesuai dengan kelakuan manusia seperti yang terjadi dalam kehidupan sehari-hari. Melalui observasi dapat diperoleh gambaran yang jelas dari sasaran yang hendak diteliti. Selain metode observasi digunakan juga metode wawancara untuk mengetahui kondisi psikologi dan memperkuat penyimpulan tingkah laku dari pedagang dan pembeli ketika mereka melakukan percakapan berupa tawar menawar untuk memperoleh kesepakatan harga.

Dalam penelitian ini penulis sendiri yang menjadi pengamat yang mengamati percakapan antara pedagang dan pembeli, sebelum observasi dilakukan sudah dipersiapkan apa yang hendak diamati dari tingkah laku responden. Setelah observasi selesai dilakukan maka diperoleh data berupa rekaman aktivitas antara pedagang dan pembeli di Pasar Tanjung. Selanjutnya hasil observasi yang telah direkam dan hasil wawancara yang telah dicatat tersebut diubah dan

dipadukan dalam bahasa tulis agar mudah dipahami oleh pembaca. perubahan hasil rekaman dalam bahasa tulis dapat dilihat pada lampiran E, F, G dan H.

3.4 Langkah Kerja

Pada bagian ini disajikan uraian tentang langkah kerja. Mengacu pada pendapat Miles dan Huberman (dalam Sugiyono, 2010: 246) langkah kerja yang digunakan mengikuti metode analisis data dalam penelitian deskriptif prosesnya dijabarkan sebagai berikut:

1. Mereduksi data

Reduksi data merupakan proses pengolahan data yaitu meliputi kegiatan memilih, mengklasifikasi, memberi kode, serta menyederhanakan data yang telah diperoleh. Proses memilih data dalam penelitian ini dilakukan berdasarkan data yang di dalamnya mengindikasikan adanya strategi tindak tutur langsung dan tidak langsung dalam menerima dan menolak pembeli yang dilakukan oleh penjual. Setelah data dipilih kemudian diklasifikasi dengan cara mengelompokkan data berdasarkan jenis strategi tuturnya dan diperjelas berdasarkan konteksnya, kemudian juga diamati fungsi dan modus tuturannya. Lebih jelasnya terkait kegiatan mereduksi data dapat dilihat di lampiran E, F, G dan H.

2. Menyajikan data

Penyajian data yang dimaksudkan dalam penelitian ini berupa menyajikan keseluruhan data hasil reduksi. Adanya penyajian data dapat memudahkan untuk memahami fenomena apa yang terjadi di lapangan, kemudian merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan pemahaman peneliti. Dalam penyajian data seluruh hasil yang diperoleh disajikan dalam bentuk naratif yang isinya mudah untuk dipahami.

3. Menarik simpulan

Penarikan simpulan dilakukan berdasarkan pada hasil reduksi dan penyajian data. Simpulan yang diperoleh berupa gambaran tentang seperti apa tindak tutur langsung pedagang dalam menerima dan menolak pembeli dalam kegiatan jual beli di Pasar Tanjung. Kemudian juga seperti apa tindak tutur tidak langsung pedagang dalam menerima dan menolak pembeli dalam kegiatan jual beli di Pasar Tanjung. Selain itu juga seperti apa saja fungsi tuturan yang termuat dalam strategi tindak tutur tidak langsung dan tidak langsung pedagang dalam menerima

dan menolak pembeli dalam kegiatan jual beli di Pasar Tanjung. Serta seperti apa pula modus tuturan yang termuat dalam strategi tindak tutur tidak langsung dan tidak langsung pedagang dalam menerima dan menolak pembeli dalam kegiatan jual beli di Pasar Tanjung

Secara lebih lengkapnya langkah kerja ini berupa mengolah data mentah yang diperoleh dari lapangan menjadi data yang mudah dipahami oleh pembaca. Langkah kerja yang dilakukan berupa memilah-milah percakapan antara pedagang dan pembeli ke dalam strategi tindak tutur langsung dan tidak langsung. Setelah diperoleh kedua jenis strategi tersebut kemudian dipilah lagi mana saja dialog yang termasuk penerimaan dan penolakan. Setelah lengkap semua data digolongkan berdasarkan konteksnya, barulah kemudian disimpulkan strategi tindak tutur langsung dan tidak langsung pedagang perancangan dalam menerima dan menolak pembeli di Pasar Tanjung serta fungsi dan modus tuturannya.

3.5 Instrumen Penelitian

Instrumen terpenting dalam penelitian kualitatif adalah peneliti itu sendiri, peneliti bertindak sebagai pengamat penuh yang berhadapan langsung dengan objek penelitian, melakukan observasi dan mencatat data. Instrumen penelitian merupakan suatu alat yang digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data penelitian. Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah lembar observasi yang disusun berdasarkan kebutuhan penelitian. Dalam lembar observasi data yang diperoleh dalam penelitian dapat dengan mudah dipilah-pilah jenis strategi tindak tuturnya, konteks tuturnya, serta fungsi tuturannya dan juga modus tuturannya. Bagi pembaca agar lebih jelas mengamati bentuk instrument yang digunakan dalam penelitian ini dapat dilihat pada lampiran D.

3.6 Prosedur Penelitian

Prosedur penelitian digunakan sebagai panduan agar langkah penelitian yang dilakukan dapat berjalan lancar dan sistematis. Tahapan yang dilakukan dalam penelitian ini meliputi pengumpulan data, analisis dan penyelesaian. Lebih jelasnya terkait tahapan dalam prosedur penelitian dijabarkan sebagai berikut:

1. Pengumpulan Data

Pada tahap awal saat akan melakukan penyusunan karya ilmiah terlebih dahulu dilakukan observasi awal terhadap masalah yang akan diangkat dalam penelitian. Selanjutnya dipilih judul yang sesuai dengan masalah yang akan diangkat untuk diteliti. Kemudian dilakukan

pengkajian terhadap teori yang dibutuhkan untuk mendukung judul yang diangkat untuk diteliti. Setelah proses tersebut selesai kemudian disusunlah kerangka atau metodologi penelitian, dilengkapi dengan penyusunan instrumen dan diperjelas dengan penyusunan proposal. Setiap kegiatan yang disampaikan tersebut dilakukan dengan bimbingan dosen pembimbing untuk melengkapi kekurangan yang ada.

2. Langkah Kerja

Pada tahap langkah kerja dilakukan tiga proses yang meliputi mereduksi data, menyajikan data, dan menarik kesimpulan. Penjabaran ketiga proses tersebut dijelaskan dengan lengkap pada bagian 1 terkait proses pengumpulan data.

3. Penyelesaian

Selanjutnya tahap terakhir yang dilakukan adalah penyelesaian, pada tahap ini penulis menyusun laporan untuk mengkomunikasikan hasil analisis yang telah dilakukan terhadap data awal yang telah diperoleh penulis. Penyusunan laporan dilakukan secara bertahap sesuai revisi yang perlu diperbaiki oleh penulis setelah dilakukan konsultasi dengan dosen pembimbing. Kemudian untuk menguji kebenaran laporan yang telah disusun dilakukan sidang untuk mempertahankan kebenaran atas apa yang telah ditulis dan dilaporkan.

BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN

Pada kesimpulan dan saran disajikan simpulan dari hasil penelitian yang dilakukan dan saran yang diberikan untuk pembaca. Pada bagian kesimpulan dan saran berisi tentang: (1) Deskripsi terkait strategi tindak tutur langsung dan tidak langsung pedagang peracangan dalam menerima dan menolak pembeli di Pasar Tanjung ditinjau dari fungsi dan modus tuturannya dan (2) Saran pada pembaca

5.1 Kesimpulan

Dalam penelitian ini strategi tindak tutur langsung dibedakan dalam dua jenis yaitu strategi tindak tutur langsung pedagang peracangan dalam menerima pembeli dan strategi tindak tutur langsung pedagang peracangan dalam menolak pembeli. Pada strategi tindak tutur langsung pedagang peracangan dalam menerima pembeli dilakukan dengan cara, pedagang peracangan menerima permintaan pembeli, hanya dengan memberikan potongan harga yang relatif kecil. Potongan yang diberikan juga bisa berupa menaikkan harga barang sesaat selama masa promo berlaku dan tidak akan merugikan pedagang peracangan karena promo yang diberikan pada dasarnya masih sama seperti harga barang tanpa promo, kemudian harga diturunkan kembali setelah masa promo usai. Jika pembeli mendapatkan potongan harga maka promo tidak akan diberlakukan, hal ini dimaksudkan untuk menghindari terjadinya kerugian.

Strategi tindak tutur langsung pedagang peracangan dalam menolak pembeli dilakukan dengan cara, pedagang peracangan tidak merubah keputusan untuk menurunkan harga sesuai permintaan pembeli walaupun pembeli sudah berusaha maksimal melakukan tawar menawar untuk mendapatkan penurunan harga. Ketika pedagang tidak ingin menurunkan harga pedagang langsung menggunakan kalimat singkat tetapi jelas maksudnya, dengan tidak menghiraukan perasan lawan bicaranya.

Selanjutnya dalam penelitian ini, strategi tindak tutur tidak langsung juga dibedakan dalam dua jenis yaitu strategi tindak tutur tidak langsung pedagang peracangan dalam menerima pembeli dan strategi tindak tutur tidak langsung pedagang peracangan dalam menolak pembeli. Strategi tindak tutur tidak langsung pedagang peracangan dalam menerima pembeli dilakukan dengan cara, pedagang peracangan tidak menerima secara langsung permintaan pembeli namun berusaha menarik minat pembeli dengan memberikan promo-promo berhadiah, walaupun pada

dasarnya harga barang masih normal. Hal tersebut sebenarnya menunjukkan bahwa pedagang perancangan secara tidak langsung menggunakan trik seolah-olah memberikan promo dengan tujuan untuk menarik minat pembeli untuk berbelanja.

Selanjutnya untuk strategi tindak tutur langsung pedagang perancangan dalam menolak pembeli dilakukan dengan cara pedagang perancangan secara tidak langsung menolak permintaan pembeli tetapi mengalihkan dengan menggunakan kalimat lain yang lebih halus yang artinya pedagang perancangan tetap tidak berkeinginan untuk menurunkan harga barang. Pedagang perancangan tidak merubah keputusan untuk menurunkan harga sesuai permintaan pembeli walaupun pembeli sudah menghabiskan waktu yang lama dan berkata-kata panjang lebar untuk mendapatkan penurunan harga. Pedagang perancangan memilih menggunakan kalimat sopan dan tidak melukai perasaan lawan bicaranya.

Kemudian berdasarkan tinjauan penelitian yang berkaitan dengan fungsi dan modus tuturan, berikut ini disajikan pendeskripsian yang diperoleh berdasarkan analisis dialog hasil percakapan antara pedagang dan pembeli. Pada strategi tindak tutur langsung menerima sebagian besar fungsi tuturannya tergolong dalam fungsi konvivial dimana memperhitungkan sopan santun dan bertatakrama dimana tujuan ilokusinya sejalan dengan tujuan sosial, serta bentuk yang disajikan tidak hanya dalam satu jenis tetapi beberapa jenis adapun jenisnya dapat berupa membatasi dan menjelaskan. Kemudian untuk modus tuturannya sebagian besar modus tuturannya tergolong dalam modus obligatif dimana merupakan modus yang menyatakan suatu keharusan. Selanjutnya pada strategi tindak tutur langsung menolak sebagian besar fungsi tuturannya tergolong dalam fungsi kolaboratif dimana tidak memperhitungkan sopan santun dan tidak bertatakrama dimana tujuan ilokusinya tidak menghiraukan tujuan sosial, dengan bentuk yang disajikan tidak hanya dalam satu jenis tetapi beberapa jenis adapun jenisnya dapat berupa menyatakan, mengusulkan dan menjelaskan. Kemudian untuk modus tuturannya sebagian besar modus tuturannya tergolong dalam modus imperatif dimana merupakan modus yang menyatakan perintah atau larangan.

Pada strategi tindak tutur tidak langsung menerima masih sama seperti strategi tindak tutur langsung menerima, dimana sebagian besar fungsi tuturannya tergolong dalam fungsi konvivial yang memperhitungkan sopan santun dan bertatakrama dimana tujuan ilokusinya sejalan dengan tujuan sosial, serta bentuk yang disajikan tidak hanya dalam satu jenis tetapi beberapa jenis adapun jenisnya dapat berupa membatasi dan menjelaskan. Kemudian untuk

modus tuturannya sebagian besar modus tuturannya tergolong dalam modus desideratif dimana merupakan modus yang menyatakan keinginan. Serta yang terakhir pada strategi tindak tutur tidak langsung menolak juga masih sama seperti strategi tindak tutur langsung menolak dengan sebagian besar fungsi tuturannya tergolong dalam fungsi kolaboratif dimana tidak memperhitungkan sopan santun dan tidak bertakrama dimana tujuan ilokusinya tidak menghiraukan tujuan sosial, dengan bentuk yang disajikan tidak hanya dalam satu jenis tetapi beberapa jenis adapun jenisnya dapat berupa menyatakan, mengusulkan dan menjelaskan. Kemudian untuk modus tuturannya sebagian besar modus tuturannya tergolong dalam modus imperatif dimana merupakan modus yang menyatakan perintah atau larangan

5.2 Saran

Penelitian ini masih jauh dari kesempurnaan karena penulis mengalami sedikit kesulitan dalam memperoleh data yang sesuai dengan kebutuhan penelitian, walaupun waktu yang digunakan untuk mengumpulkan data sudah relatif lama, begitu juga dengan toko perancangan yang di gunakan peneliti sudah cukup banyak. Dalam penelitian ini juga tidak dibedakan dengan jelas antara adanya pemberian promo dan pemberian potongan sehingga kemungkinan dapat membuat pembaca sedikit kebingungan. Bagi peneliti selanjutnya yang juga berkeinginan untuk meneliti tentang strategi tindak tutur langsung dan tidak langsung di pasar harap membedakan dengan jelas antara pemberian promo dan potongan harga, selain itu sebaiknya benar-benar dipersiapkan dengan maksimal aspek mendasar yang hendak diteliti agar pada proses analisis untuk penarikan kesimpulannya tidak menimbulkan kebingungan. Bagi mahasiswa Pendidikan Sastra dan Bahasa Indonesia yang juga berkeinginan meneliti mengenai strategi tindak tutur langsung dan tidak langsung di pasar disarankan untuk menggunakan objek pasar yang berbeda agar data yang diperoleh lebih beragam sehingga dapat mengurangi plagiatisme, jika meneliti dengan fokus yang sama disarankan melakukan penelitiannya dengan lebih mendalam agar data-data yang diperoleh lebih lengkap sehingga jika nantinya hasil penelitiannya lebih sempurna dapat digunakan untuk topik materi dalam perkuliahan.

DAFTAR PUSTAKA

- Andianto, Mujiman Rus. 2013. *Pragmatik Direktif dan Kesantunan Bahasa*. Yogyakarta: Gress Publishing
- Arianto. 2013. *Pragmatik*. Jakarta: PT.Rineka cipta
- Arifianti, Ika. 2003. *Variasi T tutur Penerimaan dan Penolakan Pembeli dalam Transaksi Jual Beli Batik di Pasar Grosir Setono Pekalongan Kajian Sosiopragmatik*. Pekalongan: Universitas Pekalongan
- Arikunto. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: PT. Rineka Cipta
- Cummings, Louise. 2007. *Pragmatik*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Haryadi, Adi Mulyana. 2012. *Ragam Penolakan Ki Sunda terhadap Penawaran dalam Aktivitas Jual Beli di Pasar Tradisional* [Online]. Tersedia: [https://www.academia.edu/5752276/Ragam Penolakan Ki Sunda terhadap Penawaran dalam Aktivitas Jual-Beli di Pasar Tradisional](https://www.academia.edu/5752276/Ragam_Penolakan_Ki_Sunda_terhadap_Penawaran_dalam_Aktivitas_Jual-Beli_di_Pasar_Tradisional)
- Hadiati. 2007. *Pragmatik*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Muslich, Masnur. 2010. *Bahasa Indonesia Pada Era Globalisasi*. Jakarta: Bumi Aksara
- Nisak, Erly Haniati. 2014. *Tindak Tutur Berbahasa Indonesia dalam Interaksi Jual Beli di Pasar Minggu Taman Agung Banyuwangi*. Jember: UNEJ
- Pramuniati, Isda dan Eviyanti, Evi. 2012. *Strategi Tindak Tutur Dan Kepekaan Pragmatik Melarang Pada Penutur Bahasa Aceh Dialek Aceh Utara*. Aceh: UNIMED
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabata
- Tarigan, Henry Guntur. 1990. *Pengajaran Pragmatik*. Bandung: Angkasa
- Wijana. 1996. *Tindak Tutur dalam Transaksi Jual Beali di Pasar Terapung Martapura*. Martapura: Universitas Lambung Mangkurat

Lampiran A

MATRIK PENELITIAN

JUDUL	PERMASALAHAN	INDIKATOR	SUMBER
1	2	3	4
Strategi Tindak Tutar Langsung dan Tidak Langsung Pedagang Perancangan Dalam Menerima dan Menolak Pembeli di Pasar Tanjung	<p>5) Bagaimana strategi tindak tutur langsung dan tidak langsung pedagang perancangan dalam menerima pembeli di pasar Tanjung ?</p> <p>6) Bagaimana strategi tindak tutur langsung dan tidak langsung pedagang perancangan dalam menolak pembeli di pasar Tanjung ?</p>	<p>Strategi Tindak Tutar Langsung Suatu strategi yang digunakan jika seorang penutur menampilkan suatu tindak tutur tertentu dengan maksud tidak menampilkan tindak tutur yang lain dimana di dalamnya terdapat kesesuaian antara modus tuturan dan fungsinya secara konvensional</p> <p>Strategi Tindak Tutar Tidak Langsung Suatu strategi yang digunakan jika seorang penutur menampilkan suatu tindak tutur tertentu dengan maksud menampilkan tindak tutur yang lain dimana di dalamnya tidak terdapat kesesuaian antara modus tuturan dan fungsinya secara konvensional</p>	<p>1. Data primar Hasil diskusi antara pedagang peracangan pembeli pasar Tanjung</p> <p>2. Informan Pedagang pembeli</p> <p>3. Bahan rujukan Buku, jurnal penelitian literatur lainnya</p>

Lampiran B

**DIALOG STRATEGI TINDAK TUTUR PEDAGANG PERACANGAN DALAM
MENOLAK PEMBELI DI PASAR TANJUNG**

Dialog 4

- Pembeli : Berasnya yang kedondong ada?
Pedagang : Ada, ambil berapa ?
Pembeli : 5 kilo aja, dapat potongan ya
Pedagang : Kalo cuman segitu gak ada potongan
Pembeli : Dipotonglah buk, berapa harganya ?
Pedagang : 50 ribu.
Pembeli : Gak bisa dipotong bener ya.
Pedagang : Gak bisa

Dialog 5

- Pembeli : Ada mie instan ?
Pedagang : Ada, ecer apa kardus?
Pembeli : Murah mana?
Pedagang : Murah kardusan
Pembeli : Iya 1 kardus dicampur
Pedagang : Harganya memang murah kardusan, tapi kalo campur ya gak dipotong.
Pembeli : Masak gak bisa dipotong buk
Pedagang : Gak bisa

Dialog 6

- Pembeli : Beras boleh ngecer ?
Pedagang : Boleh, ambil berapa ?
Pembeli : Ada potongan ?
Pedagang : Ada
Pembeli : 5 kilo, harganya dipotong ya?
Pedagang : Gak dapat kalo cuma 5 kilo, harga tetep, sudah pas. Enam puluh,

kalo mau

Pembeli : Duh kok mahal, gak ada yang lebih murah ya? Kasi potonglah buk per kilo?

Pedagang : Berasnya enak itu sudah murah

Dialog 11

Pembeli : Ada surya 12

Pedagang : Ada, ambil berapa ?

Pembeli : 2 slop dipotong ya

Pedagang : Ya 1 slop 1000

Pembeli : Masak cuman dua ribu potongannya 2 slop buk tambain lagi lah buk.

Pedagang : Untungnya dikit itu, kalo mau silahkan itu kalo gak coba cari di tempat lain

Dialog 12

Pembeli : Ada gula ?

Pedagang : Ada, ambil berapa ?

Pembeli : Kalo beli banyak dipotong ya?

Pedagang : Minta potong berapa?

Pembeli : Per kilo 1000 ya

Pedagang : Gak bisa, nunggu turun aja kalo mau murah

Dialog 13

Pembeli : Ada kopi saset ?

Pedagang : Ada, kapal api 12, torabika 15, luwak 18?

Pembeli : Hanya itu?

Pedagang : Iya lainnya kosong

Pembeli : Tiap jenisnya gak ada potongan ya?

Pedagang : Ada untuk pembelian berkupon

Pembeli : Kalo gak punya kupon gak bisa dipotong ya.

Pedagang : Kalo gak ada kupon ya gak bias

Lampiran C

**DIALOG STRATEGI TINDAK TUTUR PEDAGANG PERACANGAN DALAM
MENERIMA PEMBELI DI PASAR TANJUNG**

Dialog 1

- Pembeli : Ada sampo sasetan, kalo ada sekalian harga sama macemnya ya
Pedagang : Itu sudah dipajang sama harganya juga.
Pembeli : Cuman ada yang dipajang ya?
Pedagang : Iya lainnya kosong, ambil mana, berapa banyak?
Pembeli : Pantine, 2 renteng, dipotong ya?
Pedagang : Oke potong 500 aja

Dialog 2

- Pembeli : Ada telur, kalo ada sekalian harga sama macemnya ya...
Pedagang : Ada dua macem... Telur bebek sekilo 12, ayam sekilo 10. Beli
sekaligus 2 macem ada potongan
Pembeli : Aku beli campur ada potongan kan ?
Pedagang : Iya...Mau beli berapa kilo?
Pembeli : Aku beli telur ayam setengah, bebek sekilo.
Pedagang : Oke dipotong seribu.

Dialog 3

- Pembeli : Ada kecap botolan gede ya, kalo ada sekalian harga sama
macemnya ya...
Pedagang : Ada beberapa macem... Sate 12, Sedap 14, ABC 18, Bango 24.
Pembeli : Cuman itu ja ya, gak ada yang di bawah 10 ?
Pedagang : Ada tapi lagi kosong, jadi ambil mana, untuk sate ada promo?
Pembeli : Ya wes ambil sate, kasi potongan ya?..
Pedagang : Hemmm oke wes hari ini aja dipotong seribu

Dialog 7

- Pembeli : Mau cari minyak goreng, ada ?
- Pedagang : Ya ada banyak...Filma 12, Tropika 13, Bimoli 11, Sanco 13, Rose Brand 12, Fitri sama Suramadu 10. Beli 2 liter tiap produk gratis piring cantik
- Pembeli : Yang Fitri atau Suramadu beli 2 liter, masak gak ada potongan, kan beli banyak ?
- Pedagang : Oke deh buat ibuk spesial dapat potongan dua ribu tapi tanpa piring cantik

Dialog 8

- Pembeli : Beras ketannya ada berapa macem sama harganya sekalian
- Pedagang : Ada hitam ada putih. Kalo yang hitam lebih murah, yang putih itu ada yang 10, 11 sama 12 yang hitam 9 ribu, jadi ambil yang mana ? Kalo beli 2 macem ada potongan
- Pembeli : Oke ambil yang hitam setengah putih yang murah satu kilo, kasi potongan ya?
- Pedagang : Oke karena sudah beli dua macem dapat potongan lima ratus rupiah tiap jenis

Dialog 9

- Pembeli : Ada penyedap rasa
- Pedagang : Ada macem-macem
- Pembeli : Harganya sekalian dong
- Pedagang : Masako 4 setengah, Royko 4 ribu, Mama Suka 3 lapan, Mgis Kaldu Blok 5 ratus per biji , pilih yang mana ? 2 renteng gratis kecap bango 30 mili
- Pembeli : Masako sapi 2 renteng, kasi diskon ya
- Pedagang : Oke, diskon lima ratus tanpa kecap

Dialog 10

Pembeli : Ada beras apa aja di sini mas, sekalian jelasin sama harganya dong

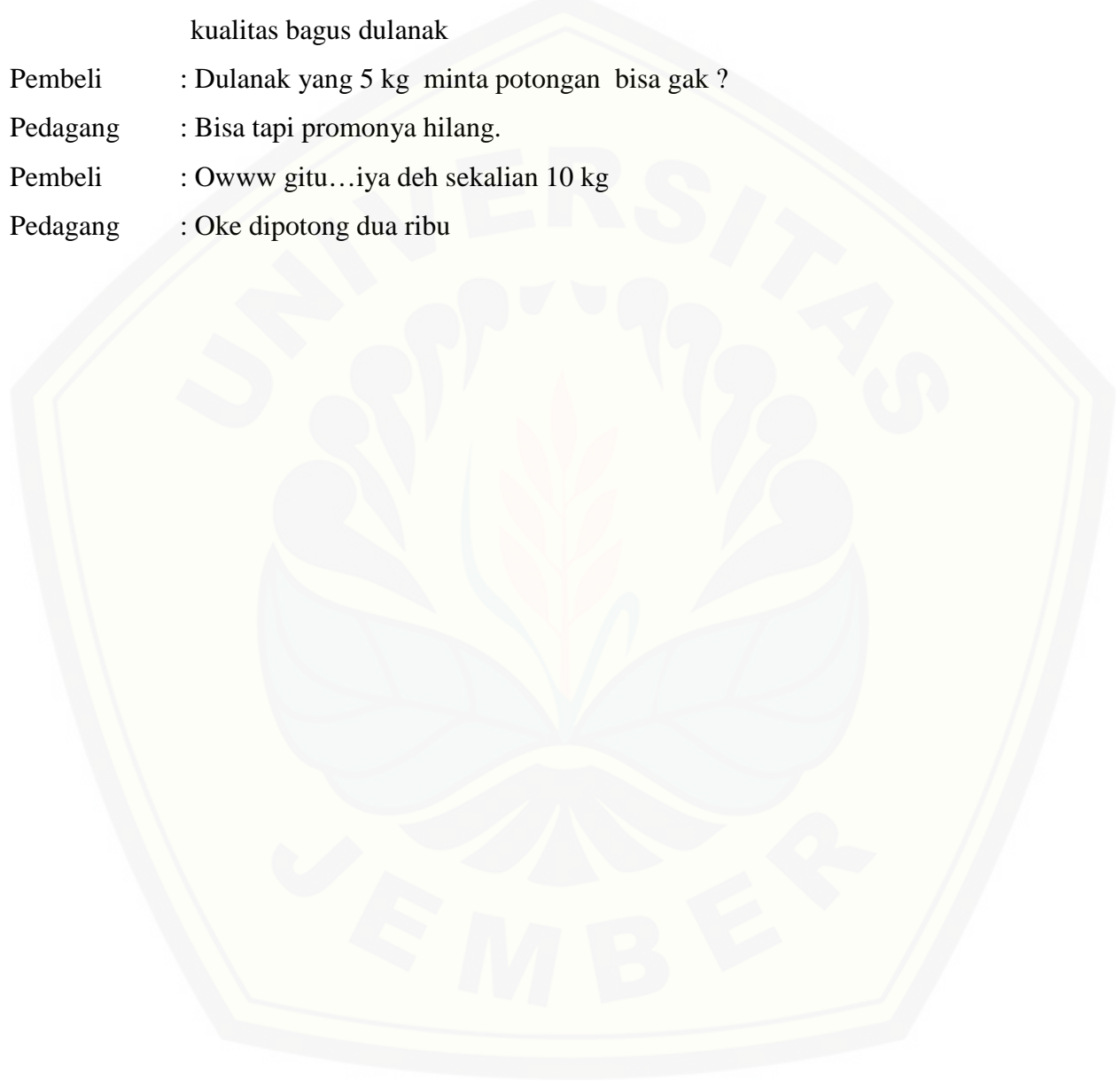
Pedagang : Kelinci per dua setengah kilo 20, macan 21, bambo 24, pandan wangi 25 sama dulanak juga 25. Mau yang mana. Kalo yang lagi promo dan kualitas bagus dulanak

Pembeli : Dulanak yang 5 kg minta potongan bisa gak ?

Pedagang : Bisa tapi promonya hilang.

Pembeli : Owww gitu...iya deh sekalian 10 kg

Pedagang : Oke dipotong dua ribu



Lampiran D

INSTRUMEN ANALISIS DIALOG PEDAGANG DALAM MENERIMA DAN MENOLAK PEMBELI DALAM KEGIATAN JUAL BELI DI PASAR TANJUNG

Jenis		Segmen Tutar	Konteks				
STTL	STTTL		Psikologis	Situasional	Aksional	Eksistensial	Koteks

Keterangan Jenis Strategi Tindak Tutar

STTL: Strategi Tindak Tutar Langsung

STTTL: Strategi Tindak Tutar Tidak Langsung

INSTRUMEN ANALISIS FUNGSI TUTURAN DIALOG PEDAGANG DALAM MENERIMA DAN MENOLAK PEMBELI DALAM KEGIATAN JUAL BELI DI PASAR TANJUNG

Jenis		Segmen Tutar	Konteks	Jenis Fungsi Tutaran			
STTL	STTTL			Kompetitif	Konvivial	Kolaboratif	Konflikatif

Keterangan Jenis Strategi Tindak Tutar

STTL: Strategi Tindak Tutar Langsung

STTTL: Strategi Tindak Tutar Tidak Langsung

INSTRUMEN ANALISIS MODUS TUTURAN DIALOG PEDAGANG DALAM MENERIMA DAN MENOLAK PEMBELI DALAM KEGIATAN JUAL BELI DI PASAR TANJUNG

Jenis		Segmen Tutar	Konteks	Jenis Modus Tutaran				
STTL	STTTL			Desideratif	Imperatif	Indikatif	Introkatif	Obligatif

Keterangan Jenis Strategi Tindak Tutar

STTL: Strategi Tindak Tutar Langsung

STTTL: Strategi Tindak Tutar Tidak Langsung

Lampiran E

ANALISIS DIALOG PENOLAKAN DALAM KEGIATAN JUAL BELI DI PASAR TANJUNG

Jenis		Segmen Tutar	Konteks			
STTL	STTTL		Psikologis	Situasional	Aksional	Eksistensial
		... Pedagang : Gak bisa ...	Pedagang: Keras hati Pembeli: Tidak mudah putus asa	Peracangan yang tidak terlalu ramai dengan pengunjung, dimana pedagang melayani pembeli dengan ramah.	Pedagang sedang melayani pembeli, penjual menggerakkan tangan ke kanan dan kiri tangan tanda tidak setuju, pembeli menarik nafas panjang dan mengangguk tanda setuju	Seorang pedagang peracangan dan pembeli, di toko peracangan pasar Tanjung pada waktu siang hari
		... Pedagang : Kalo gak ada kupon ya gak bisa ...	Pedagang: Cekatan Pembeli: Terperinci	Peracangan yang ramai dengan pengunjung, dimana pedagang melayani pembeli dengan terburu-buru.	Pedagang sedang melayani pembeli mengangguk tanda mengiyakan dan menggerakkan tangan ke kanan dan kiri tanda tidak setuju	Seorang pedagang peracangan dengan beberapa karyawan dan beberapa pembeli,, di toko peracangan pasar Tanjung pada waktu pagi hari
		... Pedagang: Untungnya dikit itu, kalo mau silahkan itu kalo gak coba cari di tempat lain ...	Pedagang: Keras hati Pembeli: Kecewa	Peracangan yang tidak terlalu ramai dengan pengunjung, dimana pedagang melayani pembeli dengan ramah.	Pedagang sedang melayani pembeli, mununjuk pada deretan rokok, pembeli melihat ke arah rokok kemudian mengangguk tanda setuju	Seorang pedagang peracangan dan pembeli, di toko peracangan pasar Tanjung pada waktu sore hari
		... Pedagang: Gak bisa, nunggu turun aja kalo mau murah ...	Pedagang: Cekatan Pembeli: Tidak mudah putus asa	Peracangan yang ramai dengan pengunjung, dimana pedagang melayani pembeli dengan terburu-buru.	Pedagang sedang melayani pembeli menggelengkan kepala tanda tidak setuju, pembeli tersenyum dan menggerakkan tangan ke kanan dan kiri tanda tidak setuju	Seorang pedagang peracangan dengan beberapa karyawan dan beberapa pembeli,, di toko peracangan pasar Tanjung pada waktu pagi hari
		... Pedagang : Harganya memang murah kardusan, tapi kalo campur ya gak dipotong. ...	Pedagang: Cekatan Pembeli: Kecewa	Peracangan yang ramai dengan pengunjung, dimana pedagang melayani pembeli dengan terburu-buru.	Pedagang sedang melayani pembeli berpikir sejenak kemudian menggelengkan kepala tanda tidak setuju, pembeli mengacungkan 5 jari manyatakan tidak jadi membeli	Seorang pedagang peracangan dengan beberapa karyawan dan beberapa pembeli, di toko peracangan pasar Tanjung pada waktu pagi hari
	 Pedagang : Gak dapat kalo cuma 5 kilo, harga tetep, sudah pas.	Pedagang: Keras hati Pembeli: Tidak mudah putus asa	Peracangan yang tidak terlalu ramai pengunjung,	Pedagang sedang melayani pembeli menggelengkan kepala tanda tidak setuju,	Seorang pedagang peracangan dan pembeli, di toko peracangan pasar

		Enam puluh, kalo mau. ...		dimana pedagang melayani pembeli dengan ramah.	pembeli menganggukkan kepala tanda setuju	Tanjung pada waktu siang hari
--	--	------------------------------	--	--	---	----------------------------------

Keterangan

STTL: Strategi Tindak Tuter Langsung

STTTL: Strategi Tindak Tuter Tidak Langsung



Lampiran F

ANALISIS DIALOG PENERIMAAN DALAM KEGIATAN JUAL BELI DI PASAR
TANJUNG

Jenis		Segmen Tutur	Konteks			
STTL	STTTL		Psikologis	Situasional	Aksional	Eksistensial
		... Pedagang : Oke deh buat ibuk special dapat potongan dua ribu tapi tanpa piring cantik	Pedagang: Ramah Pembeli: Ramah	Peracangan yang tidak terlalu ramai dengan pengunjung, dimana pedagang melayani pembeli dengan ramah.	Pedagang sedang melayani pembeli menunjukkan setiap jenis minyak yang ditawarkannya. Pembeli menunjuk minyak goreng yang diinginkannya	Seorang pedagang peracangan dan pembeli, di toko peracangan pasar Tanjung pada waktu siang hari
		... Pedagang : Oke karena sudah beli dua macem dapat potongan lima ratus rupiah tiap jenis ...	Pedagang: Ramah Pembeli: Ramah	Peracangan yang tidak terlalu ramai dengan pengunjung, dimana pedagang melayani pembeli dengan ramah.	Pedagang sedang melayani pembeli menunjuk jenis beras ketan dan menjelaskan harganya. Pembeli menunjuk beras ketan yang diinginkannya.	Seorang pedagang peracangan dan pembel di toko peracangan pasar Tanjung pada waktu siang hari
		... Pedagang : Oke, diskon lima ratus tanpa kecap ...	Pedagang: Ramah Pembeli: Ramah	Peracangan yang tidak terlalu ramai dengan pengunjung, dimana pedagang melayani pembeli dengan ramah.	Pedagang sedang melayani pembeli, mengambilkan bumbu masak yang digantung untuk menunjukkan jenisnya pada pembeli. Pembeli mengambil bumbu masak yang diinginkannya.	Seorang pedagang peracangan dan pembel di toko peracangan pasar Tanjung pada waktu siang hari
		... Pedagang: Oke dipotong seribu ...	Pedagang: Ramah Pembeli: Ramah	Peracangan yang tidak terlalu ramai dengan pengunjung, dimana pedagang melayani pembeli dengan ramah.	Pedagang sedang melayani pembeli, menunjukkan jenis telur dan harganya. Pembeli menunjuk jenis telur yang diinginkannya.	Seorang pedagang peracangan dan pembel di toko peracangan pasar Tanjung pada waktu siang hari
		... Pedagang: Oke dipotong dua ribu ...	Pedagang : Ramah Pembeli: Ramah	Peracangan yang tidak terlalu ramai dengan pengunjung, dimana pedagang melayani pembeli dengan ramah.	Pedagang sedang melayani pembeli Pembeli mengamati dan memegang beras untuk mengetahui	Seorang pedagang peracangan dan pembel di toko peracangan pasar Tanjung pada waktu sore hari

					kualitasnya	
		... Pedagang: Hemmm oke wes hari ini aja dipotong seribu ...	Pedagang: Ramah Pembeli: Ramah	Perancangan yang tidak terlalu ramai dengan pengunjung, dimana pedagang melayani pembeli dengan ramah.	Pedagang sedang melayani pembeli, menunjukkan jenis kecap dan harganya. Pembeli menunjuk jenis kecap yang diinginkannya.	Seorang pedagang perancangan dan pembeli di toko perancangan pasar Tanjung pada waktu siang hari
		... Pedagang: Oke potong 500 aja ...	Pedagang: Ramah Pembeli: Ramah	Perancangan yang ramai dengan pengunjung, dimana pedagang melayani pembeli dengan ramah.	Pedagang sedang menunjuk pada jenis sampo yang dipajang . Pembeli memilih sesuai dengan yang diinginkannya.	Seorang pedagang perancangan dan pembeli di toko perancangan pasar Tanjung pada waktu siang hari

Keterangan

STTL: Strategi Tindak Tutur Langsung

STTTL: Strategi Tindak Tutur Tidak Langsung

Lampiran G

STRATEGI TINDAK TUTUR LANGSUNG DAN TIDAK LANGSUNG PENERIMAAN DAN PENOLAKAN DALAM KEGIATAN JUAL BELI DITIJAU DARI FUNGSI TUTURAN DI PASAR TANJUNG

Jenis		Kelompok		Segmen Tutur	Koteks	Fungsi	
STTL	STTTL	Menerima	Menolak			Kompetitif	Konvivial
				... Pedagang: Oke potong 500 aja ...	Pembeli: Ada sampo sasetan, kalo ada sekalian harga sama macemnya ya Pedagang: Itu sudah dipajang sama harganya juga. Pembeli: Cuman ada yang dipajang ya? Pedagang: Iya lainnya kosong, ambil mana, berapa banyak? Pembeli: Pantine, 2 renteng, dipotong ya ? Pedagang: ~ . ~		
				... Pedagang: Oke dipotong seribu ...	Pembeli: Ada telur, kalo ada sekalian harga sama macemnya ya... Pedagang: Ada dua macem... Telur bebek sekilo 12, ayam sekilo 10. Beli sekaligus 2 macem ada potongan Pembeli : Aku beli campur ada potongan kan ? Pedagang: Iya...Mau beli berapa kilo? Pembeli: Aku beli telur ayam setengah, bebek sekilo. Pedagang: ~ . ~		
				... Pedagang: Hemmm oke wes hari ini aja dipotong seribu ...	Pembeli: Ada kecap botolan gede ya, kalo ada sekalian harga sama macemnya ya... Pedagang : Ada beberapa macem... Sate 12, Sedap 14, ABC 18, Bango 24. Pembeli : Cuman itu ja ya, gak ada yang di bawah 10 ? Pedagang: Ada tapi lagi kosong, jadi ambil mana, untuk sate ada promo. Pembeli: Ya wes ambil sate, kasi potongan ya? Pedagang: ~ . ~		
				... Pedagang: Gak bisa ...	Pembeli: Berasnya yang kedondong ada? Pedagang : Ada, ambil berapa ? Pembeli: 5 kilo aja, dapat potongan ya Pedagang: Kalo cuman segitu gak ada potongan Pembeli : Dipotonglah buk, berapa harganya ? Pedagang: 50 ribu. Pembeli : Gak bisa dipotong bener ya? Pedagang: ~ . ~		
				...	Pembeli: Ada mie instan ?		

			<p>Pedagang: Gak bisa ...</p>	<p>Pedagang: Ada, ecer apa kardus? Pembeli : Murah mana? Pedagang : Murah kardusan Pembeli : Iya 1 kardus dicampur Pedagang : Harganya murah kardus, tapi kalo campur ya gak dipotong Pembeli: Masak gak bisa dipotong buk? Pedagang: ~ . ~</p>		
			<p>... Pedagang: Gak dapat kalo cuma 5 kilo, harga tetep, sudah pas. Enam puluh,kalo mau ...</p>	<p>Pembeli : Beras boleh ngecer ? Pedagang: Boleh, ambil berapa ? Pembeli : Ada potongan ? Pedagang: Ada Pembeli : 5 kilo, harganya dipotong ya? Pedagang: ~ . ~ Pembeli: Duh kok mahal, gak ada yang lebih murah ya? Kasi potonglah buk per kilo? Pedagang : Berasnya enak itu sudah murah</p>		
			<p>... Pedagang: Oke deh buat ibuk special dapat potongan dua ribu tapi tanpa piring cantik ...</p>	<p>Pembeli: Mau cari minyak goreng, ada? Pedagang : Ya ada banyak...Filma 12, Tropika 13, Bimoli 11, Sanco 13, Rose Brand 12, Fitri sama Suramadu 10. Beli 2 liter tiap produk gratis piring cantik Pembeli: Itu yang Fitri atau Suramdu beli 2 liter, masak gak ada potongan, kan beli banyak ? Pedagang: ~ . ~</p>		
			<p>... Pedagang: Oke karena sudah beli dua macam dapat potongan lima ratus rupiah tiap jenis ...</p>	<p>Pembeli: Beras ketannya ada berapa macam sama harganya sekalian Pedagang: Ada hitam ada putih. Kalo yang hitam lebih murah, yang putih itu ada yang 10, 11 sama 12 yang hitam 9 ribu, jadi ambil mana?Kalo beli 2 macam ada potongan Pembeli: Oke ambil yang hitam setengah putih satu kilo, kasi potongan ya? Pedagang: ~ . ~</p>		
			<p>... Pedagang: Oke, diskon lima ratus tanpa kecap ...</p>	<p>Pembeli: Ada penyedap rasa Pedagang : Ada macem-macem Pembeli: Harganya sekalian dong Pedagang: Masako 4 setengah, Royko 4 ribu, Mama Suka 3 lapan, Mgis Kaldu Blok 5 ratus per biji , pilih yang mana ? 2 renteng gratis kecap bango 30mili Pembeli: Masako sapi 2 renteng, kasi diskon ya Pedagang: ~ . ~</p>		

			<p>... Pedagang: Oke dipotong dua ribu ...</p>	<p>Pembeli : Ada beras apa aja di sini mas, sekalian jelasin sama harganya dong Pedagang : Kelinci per dua setengah kilo 20, macan 21, bambo 24, pandan wangi 25 sama dulanak juga 25. Mau yang mana. Kalo yang lagi promo dan kualitas bagus dulanak Pembeli: Dulanak yang 5 kg minta potongan bisa gak ? Pedagang: Bisa tapi promonya hilang. Pembeli : Owww gitu...iya deh sekalian 10 kg Pedagang: ~ . ~</p>		
			<p>... Pedagang: Untungnya dikit itu, kalo mau silahkan itu kalo gak coba cari di tempat lain ...</p>	<p>Pembeli : Ada surya 12 Pedagang : Ada, ambil berapa ? Pembeli : 2 slop dipotong ya Pedagang : ya 1 slop 1000 Pembeli : Masak cuman dua ribu potongannya 2 slop buk tambain lagi lah. Pedagang : ~ . ~</p>		
			<p>... Pedagang: Gak bisa, nunggu turun aja kalo mau murah ...</p>	<p>Pembeli: Ada gula ? Pedagang: Ada, ambil berapa ? Pembeli: Kalo beli banyak dipotong ya? Pedagang: Minta potong berapa? Pembeli: Per kilo 1000 ya Pedagang: ~ . ~</p>		
			<p>... Pedagang: Kalo gak ada kupon ya gak bisa</p>	<p>Pembeli: Ada kopi saset ? Pedagang: Ada, kapal api 12, torabika 15, luwak 18 Pembeli: Hanya itu? Pedagang: Iya lainnya kosong Pembeli: Tiap jenisnya gak ada potongan ya? Pedagang: Ada untuk pembelian berkupon Pembeli: Kalo gak punya kupon gak bisa dipotong ya? Pedagang: ~ . ~</p>		

Keterangan

STTL: Strategi Tindak Tutur Langsung

STTTL: Strategi Tindak Tutur Tidak Langsung

Lampiran H

STRATEGI TINDAK TUTUR LANGSUNG DAN TIDAK LANGSUNG PENERIMAAN DAN PENOLAKAN DALAM KEGIATAN JUAL BELI DITIJAU DARI MODUS TUTURAN DI PASAR TANJUNG

Jenis		Kelompok		Segmen Tutur	Koteks	Modus		
STTL	STTTL	Menerima	Menolak			Desideratif	Imperatif	Indikatif
				... Pedagang: Oke potong 500 aja ...	Pembeli: Ada sampo sasetan, kalo ada sekalian harga sama macemnya ya Pedagang: Itu sudah dipajang sama harganya juga. Pembeli: Cuman ada yang dipajang ya? Pedagang: Iya lainnya kosong, ambil mana, berapa banyak? Pembeli: Pantine, 2 renteng, dipotong ya ? Pedagang: ~ . ~			
				... Pedagang: Oke dipotong seribu ...	Pembeli: Ada telur, kalo ada sekalian harga sama macemnya ya... Pedagang: Ada dua macem... Telur bebek sekilo 12, ayam sekilo 10. Beli sekaligus 2 macem ada potongan Pembeli : Aku beli campur ada potongan kan ? Pedagang: Iya...Mau beli berapa kilo? Pembeli: Aku beli telur ayam setengah, bebek sekilo. Pedagang: ~ . ~			
				... Pedagang: Hemmm oke wes hari ini aja dipotong seribu ...	Pembeli: Ada kecap botolan gede ya, kalo ada sekalian harga sama macemnya ya... Pedagang : Ada beberapa macem... Sate 12, Sedap 14, ABC 18, Bango 24. Pembeli : Cuman itu ja ya, gak ada yang di bawah 10 ? Pedagang: Ada tapi lagi kosong, jadi ambil mana, untuk sate ada promo. Pembeli: Ya wes ambil sate, kasi potongan ya? Pedagang: ~ . ~			
				... Pedagang: Gak bisa ...	Pembeli: Berasnya yang kedondong ada? Pedagang : Ada, ambil berapa ? Pembeli: 5 kilo aja, dapat potongan ya Pedagang: Kalo cuman segitu gak ada potongan Pembeli : Dipotonglah buk, berapa harganya ? Pedagang: 50 ribu. Pembeli : Gak bisa dipotong bener ya? Pedagang: ~ . ~			
				...	Pembeli: Ada mie instan ?			

				<p>Pedagang: Gak bisa ...</p>	<p>Pedagang: Ada, ecer apa kardus? Pembeli : Murah mana? Pedagang : Murah kardusan Pembeli : Iya 1 kardus dicampur Pedagang : Harganya murah kardus, tapi kalo campur ya gak dipotong Pembeli: Masak gak bisa dipotong buk? Pedagang: ~ . ~</p>			
				<p>... Pedagang: Gak dapat kalo cuma 5 kilo, harga tetep, sudah pas. Enam puluh,kalo mau ...</p>	<p>Pembeli : Beras boleh ngecer ? Pedagang: Boleh, ambil berapa ? Pembeli : Ada potongan ? Pedagang: Ada Pembeli : 5 kilo, harganya dipotong ya? Pedagang: ~ . ~ Pembeli: Duh kok mahal, gak ada yang lebih murah ya? Kasi potonglah buk per kilo? Pedagang : Berasnya enak itu sudah murah</p>			
				<p>... Pedagang: Oke deh buat ibuk special dapat potongan dua ribu tapi tanpa piring cantik ...</p>	<p>Pembeli: Mau cari minyak goreng, ada? Pedagang : Ya ada banyak...Filma 12, Tropika 13, Bimoli 11, Sanco 13, Rose Brand 12, Fitri sama Suramadu 10. Beli 2 liter tiap produk gratis piring cantik Pembeli: Itu yang Fitri atau Suramdu beli 2 liter, masak gak ada potongan, kan beli banyak ? Pedagang: ~ . ~</p>			
				<p>... Pedagang: Oke karena sudah beli dua macam dapat potongan lima ratus rupiah tiap jenis ...</p>	<p>Pembeli: Beras ketannya ada berapa macam sama harganya sekalian Pedagang: Ada hitam ada putih. Kalo yang hitam lebih murah, yang putih itu ada yang 10, 11 sama 12 yang hitam 9 ribu, jadi ambil mana?Kalo beli 2 macam ada potongan Pembeli: Oke ambil yang hitam setengah putih satu kilo, kasi potongan ya? Pedagang: ~ . ~</p>			
				<p>... Pedagang: Oke, diskon lima ratus tanpa kecap ...</p>	<p>Pembeli: Ada penyedap rasa Pedagang : Ada macem-macem Pembeli: Harganya sekalian dong Pedagang: Masako 4 setengah, Royko 4 ribu, Mama Suka 3 lapan, Mgis Kaldu Blok 5 ratus per biji , pilih yang mana ? 2 renteng gratis kecap bango 30mili Pembeli: Masako sapi 2 renteng, kasi diskon ya Pedagang: ~ . ~</p>			

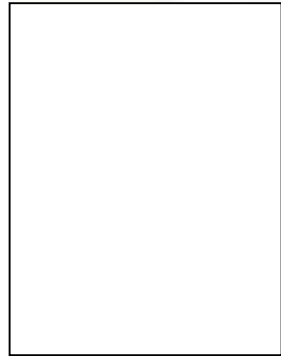
			<p>... Pedagang: Oke dipotong dua ribu ...</p>	<p>Pembeli : Ada beras apa aja di sini mas, sekalian jelasin sama harganya dong Pedagang : Kelinci per dua setengah kilo 20, macan 21, bambo 24, pandan wangi 25 sama dulanak juga 25. Mau yang mana. Kalo yang lagi promo dan kualitas bagus dulanak Pembeli: Dulanak yang 5 kg minta potongan bisa gak ? Pedagang: Bisa tapi promonya hilang. Pembeli : Owww gitu...iya deh sekalian 10 kg Pedagang: ~ . . ~</p>			
			<p>... Pedagang: Untungnya dikit itu, kalo mau silahkan itu kalo gak coba cari di tempat lain ...</p>	<p>Pembeli : Ada surya 12 Pedagang : Ada, ambil berapa ? Pembeli : 2 slop dipotong ya Pedagang : ya 1 slop 1000 Pembeli : Masak cuman dua ribu potongannya 2 slop buk tambain lagi lah. Pedagang : ~ . . ~</p>			
			<p>... Pedagang: Gak bisa, nunggu turun aja kalo mau murah ...</p>	<p>Pembeli: Ada gula ? Pedagang: Ada, ambil berapa ? Pembeli: Kalo beli banyak dipotong ya? Pedagang: Minta potong berapa? Pembeli: Per kilo 1000 ya Pedagang: ~ . . ~</p>			
			<p>... Pedagang: Kalo gak ada kupon ya gak bisa</p>	<p>Pembeli: Ada kopi saset ? Pedagang: Ada, kapal api 12, torabika 15, luwak 18 Pembeli: Hanya itu? Pedagang: Iya lainnya kosong Pembeli: Tiap jenisnya gak ada potongan ya? Pedagang: Ada untuk pembelian berkupon Pembeli: Kalo gak punya kupon gak bisa dipotong ya? Pedagang: ~ . . ~</p>			

Keterangan

STTL: Strategi Tindak Tuter Langsung

STTTL: Strategi Tindak Tuter Tidak Langsung

AUTOBIOGRAFI



Riska Firmanila merupakan anak tunggal dari pasangan Bapak Sunaryanto dan Ibu Sugyanti yang lahir di Banyuwangi, pada 21 Februari 1992. Pada tahun 1998 lulus dari TK Bhayangkari. Duduk di bangku Sekolah Dasar Negeri 5 Wringin Agung pada tahun 1997 dan lulus pada tahun 2004. SMP Negeri 2 Gambiran menjadi tujuan pendidikan selanjutnya dalam menuntut ilmu hingga tahun 2007. Selanjutnya melanjutkan ke jenjang pendidikan lebih tinggi yaitu SMA Negeri 1 Gambiran dan lulus tahun 2010. Untuk mewujudkan cita-cita menjadi seorang guru Bahasa Indonesia profesional, pada tahun 2011 melalui jalur UM diterima menjadi mahasiswa Program Studi Bahasa dan Sastra Indonesia, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Jember.

Selama menyelesaikan masa studi di Jember, tinggal di Jl. Jawa 4 no.16c Jember. Sementara itu, tempat asal di KTP Dusun Sumberjaya RT 01 RW 02 Desa Wringin Agung, Kecamatan Gambiran, Kabupaten Banyuwangi.