

PENERAPAN PRINSIP KERJA SAMA DALAM TRANSAKSI JUAL BELI

Charlina
Mangatur Sinaga
Dosen FKIP Universitas Riau

Abstrak: Penelitian ini dilatarbelakangi karena ketertarikan penulis pada tindak tutur yang terjadi saat berlangsungnya transaksi jual beli di pasar Senapelan Pekanbaru. Permasalahan yang dikaji pada penelitian ini adalah bagaimana penerapan prinsip kerja sama yang terjadi dalam transaksi jual beli. Metode yang digunakan adalah metode deskriptif. Hasil penelitian ini menunjukkan terdapat empat maksim dalam penerapan prinsip kerja sama. Maksim tersebut adalah maksim kualitas, maksim kuantitas, maksim hubungan, dan maksim cara.

Kata Kunci: Prinsip Kerja Sama dan Transaksi Jual Beli.

PENDAHULUAN

Bahasa merupakan alat komunikasi yang paling efektif bagi manusia saat berintegrasi dengan kelompok lainnya. Hampir semua kegiatan dalam masyarakat melibatkan penggunaan bahasa. Tanpa bahasa, segala kegiatan dalam masyarakat tidak akan terwujud dengan baik. Dengan adanya bahasa sebagai alat komunikasi, manusia dapat menyampaikan ide atau gagasan kepada orang lain.

Meskipun ada sarana komunikasi lain selain bahasa, kita melihat bahwa hal yang disampaikan melalui sarana lain tersebut selalu memiliki keterbatasan sehingga perlu juga diiringi dengan bahasa agar mudah dipahami oleh orang lain. Oleh karena itu, bahasa sebagai sarana komunikasi jauh lebih lengkap untuk

mengungkapkan pikiran dan perasaan daripada alat lainnya.

Komunikasi merupakan proses dinamis yang melibatkan penyampai dan penerima pesan bermakna melalui isyarat-isyarat yang dapat dipahami. Komunikasi dapat berupa penggunaan kata-kata (disebut komunikasi verbal) dan komunikasi yang digunakan tanpa menggunakan kata-kata (disebut komunikasi nonverbal).

Bahasa mampu menjadi medium untuk mengungkapkan maksud atau keinginan seseorang dalam menerima umpan balik terhadap tingkah laku dan memodifikasikan tingkah laku untuk sampai kepada orang lain agar orang lain tahu apa yang kita maksudkan. Untuk mencapainya diperlukan pengetahuan

tentang konteks situasi komunikasi itu. Tindak tutur tersebut membentuk sikap yang terekspresi dan yang akan memberikan ruang terjadinya berbagai tindak. Tindak ini dikenal dengan tindak lokusi (perbuatan), ilokusi (perbuatan yang ada dalam otak tentang sesuatu atau efek yang ada dalam otak dalam mengujarkan sesuatu), dan tindak perlokusi (efek yang ditimbulkan oleh tuturan yang membuat orang lain melakukan sesuatu atau reaksi terhadap orang lain dari tuturan).

Tindak tutur sering juga disebut sebagai tata krama atau sopan santun dalam kebahasaan. Tata krama ini merupakan acuan bagaimana bahasa berfungsi sebagai piranti pergaulan, piranti menjaga sesamanya termasuk untuk menjalin hubungan dengan ikatan sosial yang lebih baik dalam keanekaragaman budaya.

Masalah tutur rayuan dapat dikaji dari dua sudut pandang. Kedua sudut pandang tersebut adalah orang yang merayu (penjual) dan orang yang dirayu (pembeli). Dari sudut pandang perayu dapat dikaji bagaimana penjual mendayagunakan aspek verbal seperti diksi, gaya bahasa, prinsip kerja sama, dan prinsip sopan santun. Dari segi yang dirayu (pembeli) dapat diteliti hal-hal yang berkaitan dengan: (a) respon mental pembeli terhadap penjual (dalam hal ini apakah pembeli meyakini dan membenarkan apa yang dikatakan penjual atau tidak; apakah pembeli merasa bangga, tersipu-sipu atau malu terhadap apa yang dilakukan oleh si penjual), (b) tindakan yang dilakukan pembeli terhadap penjual (dalam hal ini

berkaitan dengan tindakan yang dilakukan pembeli, apakah pembeli menerima apa yang ditawarkan penjual atau apakah pembeli menerima apa yang ditawarkan penjual atau apakah pembeli setuju atau menolaknya sama sekali, (c) tanggapan pembeli terhadap objek yang dipromosikan oleh penjual (dalam hal ini menyangkut objek yang dipromosikan oleh penjual, apakah menarik bagi pembeli atau tidak; pembeli membeli atau tidak jadi membeli sama sekali).

Berdasarkan permasalahan tersebut, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah "Bagaimanakah penerapan prinsip kerjasama yang digunakan oleh pedagang dalam merayu pembeli di pasar Senapelan Pekanbaru?"

KAJIAN TEORI

Pragmatik adalah telaah mengenai segala aspek makna yang tidak tercakup dalam teori semantik. Maksudnya, yang ditelaah pada pragmatik adalah makna setelah dikurangi semantik. Semantik adalah telaah makna kalimat (*sentence*). Dengan demikian, semantik mengguluti makna kata atau klausa, tetapi makna yang bebas konteks (*context-independent*), makna yang stabil, sedangkan pragmatik mengguluti makna yang terikat konteks (*context-dependent*). (Purwo, 1990:16)

Dari pendapat Purwo tersebut, kita dapat mengatakan bahwa pragmatik adalah telaah mengenai segala aspek makna yang tidak tercakup dalam teori semantik. Atau dengan kata lain, pragmatik memperbincangkan segala aspek makna ucapan yang tidak dapat

dijelaskan secara tuntas oleh referensi langsung pada kondisi kebenaran kalimat yang diucapkan. Ruang lingkup pragmatik adalah variasi bahasa, dieksis, implikatur percakapan, praanggapan, dan tindak bahasa.

Munculnya teori tindak tutur ini dikemukakan oleh JR. Searle pada tahun 1969 (Nababan, 1992:30).. Menurut Searle, tindak tutur (*speech act*) memiliki nilai atau makna di dalam konteks. Konteks yang dimaksudkan adalah hasil pengungkapan pembicaraan dengan pendengar yang saling berkomunikasi. Komunikasi bahasa bukan hanya sekedar lambang kata atau kalimat, tetapi akan lebih tepat apabila disebut hasil atau produk dari lambang kata atau kalimat yang berwujud perilaku tindak tutur. Lebih tegasnya, tindak tutur adalah produk atau hasil dari suatu kalimat dalam kondisi tertentu dan merupakan kesatuan terkecil dari komunikasi bahasa.

Menurut Richards (dalam Syamsuddin, 1997:97) tindak tutur adalah "The things we actually do when we speak" atau "the minimal unit of speaking which can be said to have a function". Artinya, tindak tutur adalah sesuatu yang kita lakukan dalam rangka berbicara atau suatu unit bahasa yang berfungsi di dalam sebuah percakapan.

Percakapan adalah salah satu contoh peristiwa tutur. Kaidah-kaidah percakapan dapat dibedakan dari kaidah-kaidah untuk tipe-tipe peristiwa tutur yang lain. Misalnya: ceramah, argumen, upacara keagamaan, sidang pengadilan, wawancara, debat, dan rapat. Dalam setiap

peristiwa interaksi verbal, selalu terdapat unsur yang mengambil peranan dalam peristiwa tutur. Unsur itu terdiri atas: (1) pembicara, (2) lawan bicara, (3) pesan, (4) tempat, (5) suasana, dan (6) pokok pembicaraan.

Apa yang dikemukakan penutur kepada mitra tuturnya adalah makna atau maksud kalimat. Akan tetapi untuk menyampaikan makna atau maksudnya itu, penutur harus menuangkannya dalam wujud tindak tutur. Tindak tutur yang akan dipilihnya sangat bergantung pada beberapa faktor antara lain: dengan bahasa apa ia harus bertutur, kepada siapa ia akan menyampaikan ujarannya, dalam situasi bagaimana ujaran itu disampaikan, dan kemungkinan-kemungkinan struktur lain yang ada dalam bahasa yang dipergunakannya. Dengan demikian, untuk suatu maksud perlu dipertimbangkan berbagai kemungkinan tindak tutur sesuai dengan posisi penutur, situasi tutur, dan kemungkinan struktur yang ada dalam bahasa itu.

Tindak tutur dalam ujaran suatu kalimat merupakan penentu. Namun, makna suatu kalimat tidak ditentukan oleh satu-satunya tindak tutur seperti yang berlaku dalam kalimat yang sedang diujarkan itu, tetapi selalu dalam prinsip adanya kemungkinan untuk menyatakan secara tepat apa yang dimaksud oleh penuturnya. Oleh sebab itu, mungkin sekali dalam tindak tutur penutur menuturkan kalimat yang unik karena dia berusaha menyesuaikan ujaran sesuai dengan konteksnya. Dalam bertindak tutur kita harus memahami kaidah dan aturan

yang mengatur bagaimana penutur bertutur, memulai tuturan, melanjutkan tuturan, maupun mengakhiri tuturan. Kegiatan bertindak tutur tidak hanya menitikberatkan pada hubungan satu kalimat saja, tetapi juga ke kalimat yang lain antara pembicara dan mitra tutur.

Menurut analisis Grice, ada perangkat asumsi yang memandu tindakan orang dalam percakapan untuk mencapai hasil yang baik. Panduan itu adalah kerjasama yang diperlukan untuk dapat menggunakan bahasa secara efektif (berhasil) dan berdaya guna. Setiap tuturan memiliki penggabungan kalimat atau bahasa dalam konteks-konteks yang dihubungkan dalam norma-norma berbahasa. Prinsip tuturan tersebut dapat dibagi menjadi prinsip kerjasama (PK) dan prinsip sopan santun (PS).

Dalam prinsip kerjasama mencakup maksim kuantitas, maksim kualitas, maksim hubungan, dan maksim cara. *Secara kuantitas*, artinya memberikan informasi yang tepat. Maksudnya, informasi yang diberikan sesuai dengan yang dibutuhkan. Dalam arti kata, informasi itu tidak berlebih atau berkurang. *Secara kualitas*, artinya berusaha agar informasi yang diberikan benar. Maksudnya, dalam memberikan informasi tidak menggunakan kalimat yang panjang lebar dan bertele-tele. Dalam berbicara usahakan kalimat yang dikeluarkan teratur dan dapat dipahami oleh pendengar. *Secara hubungan (relasi) kerjasama* dilakukan dalam bentuk jawaban yang belum sesungguhnya, tergantung interpretasi penanya. sedangkan *secara cara* kerjasama dilakukan

dalam bentuk jawaban yang tidak langsung menjawab pertanyaan karena kebiasaan.

Perlu diketahui bahwa maksim-maksim prinsip kerjasama tidak merupakan kesemestaan bahasa karena pada beberapa masyarakat bahasa tidak semua maksim dapat diterapkan dengan cara yang sama pada semua masyarakat bahasa. Maka muncullah suatu bidang ilmu sosiopragmatik yang bertujuan menjelaskan bagaimana masyarakat-masyarakat yang berbeda menggunakan maksim-maksim tersebut.

Prinsip yang paling menonjol adalah prinsip sopan santun (PS). Pada dasarnya, prinsip sopan santun mempunyai peran yang lebih tinggi dari prinsip kerjasama, sebab dalam prinsip ini lebih mengutamakan hubungan baik dengan pihak lain. Jika hubungan baik sudah terjalin, tentunya dapat diharapkan orang lain akan bersedia bekerja sama. Jadi, intinya berusaha untuk bertutur kata yang sopan pada orang lain agar orang lain menjadi tertarik. Artinya, dalam keadaan-keadaan tertentu perayu dan yang dirayu merasa bahwa berbohong dapat dibenarkan walaupun jelas-jelas melanggar prinsip kerjasama. Dalam PS, kebohongan dan kejujuran mendapat sanksi yang longgar karena tujuannya untuk menyenangkan perasaan orang lain.

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif. Metode ini dilakukan dengan cara mendekati, mengambil, menganalisis, dan menjelaskan tentang sesuatu. Metode ini

menggambarkan hasil penelitian yang dilakukan dengan seobjektif mungkin berdasarkan fakta dan data.

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik observasi dan teknik sadap atau rekam. Peneliti merekam percakapan yang dilakukan penjual dan pembeli di Pasar Senapelan Pekanbaru. Dalam hal ini, peneliti bisa bertindak sebagai pembeli.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik padan pragmatis, yaitu suatu teknik atau hal menghubungkan hal-hal yang berada di luar bahasa (ekstralingual) yang menyangkut makna berdasarkan situasi dan konteksnya. Hal ini berarti alat penentunya adalah mitra tutur karena data berkaitan dengan tutur rayuan yang menimbulkan reaksi emosional tertentu pada mitra tutur. Daya pilah sebagai pembeda reaksi adalah (a) bertindak menuruti atau menentang apa yang dituturkan oleh perayu, (b) berkata dengan isi yang informatif, (c) bergerak emosinya, (d) diam tetapi menyimak dan berusaha mengerti apa yang dikatakan oleh perayu dan reaksi-reaksi lainnya.

HASIL PEMBAHASAN

Dari analisis data yang penulis lakukan, penulis menemukan bahwa terdapat beberapa maksim dalam prinsip kerjasama yang dilakukan oleh pedagang dalam merayu pembeli. Maksim kerjasama tersebut adalah:

1. Maksim Kualitas

Maksim kualitas menetapkan bahwa setiap peserta pembicaraan harus

mengatakan hal yang sebenarnya. Kontribusi peserta pembicaraan harus didasarkan pada bukti atau fakta yang memadai.

Prinsip kerjasama secara kualitas dapat dilihat pada data berikut ini:

- Pj. : A cari, diak!
'Cari apa, Dik'
- Pb. : Cari blezer, Da! Lai ado?
'cari blezer, Bang, Ada, Bang'
- Pj. : Lai. Iko barangnyo. Adiak nak model a! Iko banyak modelnyo. Iko barang baru, Diak! Baru seh tibo.
'Ada. Ini barangnya. Adik mau model yang bagaimana. Modelnya banyak. Ini barang baru, Dik. Barangnya baru saja datang.'
- Pb. : (sambil melihat-lihat barang yang ditawarkan). Yang iko buatan mano, Da!
'Yang ini buatan mana, Bang'
- Pj. : Itu buatan Jakarta, Diak! Indak buatan Bukik do. Barangnyo rancak!
'Yang ini buatan Jakarta, Dik. Bukan buatan Bukittingi. Barangnya bagus.'
- Pb. : Bara haragonyo, Da!
Berapa harganya, Bang!'
- Pj. : Indak maha do, duo ratuih limo puluah seh nyo.
"Tidak mahal, hanya dua ratus lima puluh ribu rupiah saja.'
- Pb. : Maha bana. Saratuih limo puluah yo, Da!
'Mahal sekali. Seratus lima puluh ribu rupiah saja, Bang!'

- Pj. : Alun depek lei do. Duo ratuih buliahlah.
'Belum bisa, Dik. Dua ratus ribu rupiah saja.'
- Pb. : Sagitulah, Da! Kalau iyo ambo ambiak.
'Hanya segitu, Bang. Kalau abang mau saya ambil.'
- Pj. : Tambah saketek lei, Diak!
'Tambah sedikit lagi, Dik!'
- Pb. : Alah tu, Da!
'Segitu saja, Bang!'
- Pj. : Buliahlah palaris pagi.
'Bolehlah sebagai pelaris pagi.'

Jika kita perhatikan apa yang dilakukan oleh penjual (Pj.) dan pembeli (Pb.) pada peristiwa tutur tersebut, kita dapat melihat bahwa apa yang dilakukan oleh Pj kepada Pb sudah menganut prinsip kerjasama ditinjau dari segi kualitas.

PK ini dapat dilihat dari kebenaran informasi yang diberikan oleh Pj. kepada Pb. Pj. mengatakan secara terus terang kepada Pb. tentang asal-usul blazer yang ditawarkan kepada Pb. Begitupun tentang kualitasnya disampaikan secara apa adanya sehingga Pb. mendapatkan informasi yang sebenarnya. Kualitas barang yang dikatakan berasal dari Jakarta secara kualitas lebih baik dari kualitas barang buatan Bukittinggi. Kecocokan harga antara Pj. dan Pb. ini, membuat barang yang dijual berpindah tangan kepada Pb.

MAKSIM KUANTITAS

Maksim kuantitas menetapkan bahwa setiap peserta pembicaraan memberikan kontribusi yang secukupnya

atau sesuai dengan yang diperlukan oleh lawan bicaranya. Dalam arti kata, informasi itu tidak berlebih atau berkurang.

Perhatikan data berikut ini:

Konteks: Seorang pembeli ingin membeli celana jeans. Beberapa saat kemudian, penjual memberikan celana yang diinginkan tersebut, tetapi si pembeli sedikit kecewa karena barang yang diinginkan tidak seperti barang baru.

Pj. : Iko barang baru, Diak!
Bantuaknyo sarupo ko dek taimpik dek barang yang lain.
Cubo adiak caliak dulu.
'Ini barang baru, Dik! Bentuknya seperti ini karena terhimpit oleh barang yang lain. Coba adik lihat dahulu.'

Pb. : (sambil melihat barang yang disodorkan penjual) Yang asli ado, Da.

'Yang asli ada, Bang.'

Pj. : Yang asli ado, tapi haragonyo indak samo do. Baa, diak.

'Yang asli ada, tetapi harganya tidak sama. Bagaimana, Dik.'

Pb. : cubo caliak da.

'Saya lihat dahulu, Bang.'

Pada tuturan tersebut terlihat bahwa si penjual berkata jujur dengan menyampaikan bahwa barang yang dijual adalah barang baru, tetapi bukanlah barang yang asli. Dengan bentuk tuturan seperti ini diharapkan kerja sama akan terjadi.

Bandingkan dengan data berikut ini!

Pb. : Ado sapatu merek Obuchi, Ni?

Pj. : Merek Carvil ko nan rancak, Diak!

Pada tuturan tersebut tidak

terdapat kerjasama yang baik karena Pj. memberikan kontribusi yang berlebihan. Kontribusi Pj. yang berupa informasi tentang merek sepatu Carvil lebih baik dari Obuchi belum diperlukan oleh Pb. Pb. menginginkan kontribusi dari Pj. tentang sepatu yang diinginkannya, yaitu sepatu merek Obuchi.

MAKSIM HUBUNGAN

Maksim hubungan dikenal juga dengan istilah maksim relevansi. Maksim hubungan menetapkan bahwa setiap peserta pembicaraan harus memberikam kontribusi yang relevan dengan masalah pembicaraan.

Maksim ini dapat dijumpai pada data berikut ini.

- Pj. : A cari, Ni. Masuaklah dulu.
'Cari apa, Dik.'
- Pb. : Celana putih ado Ni.
'Celana putih ada Kak.'
- Pj. : Lai. Levis atau katun, Ni.
'Ada. Levis atau katun, Kak.'
- Pb. : Levis, Ni.
'Levis, Kak.'

Jika kita perhatikan tuturan yang terjadi, kita dapat melihat bahwa terjadi percakapan yang saling berhubungan. Di mana setiap tuturan yang disampaikan memiliki hubungan dan tidak mengarah ke percakapan yang lain.

MAKSIM CARA

Maksim cara dikenal juga dengan maksim pelaksanaan. Maksim cara

menetapkan setiap peserta pembicaraan berbicara secara langsung, tidak kabur, tidak taksa (ambigu), dan tidak berlebihan serta runtut.

Perhatikan data berikut ini.

- Pj. : A bali Diak, calana, kaus, atau kameja.
'Adik mau membeli apa, celana, kaus, atau kemeja.'
- Pb. : Calana, Ni.
'Celana, Kak.'
- Pj. : Iko mode baru, Diak. Kapatang tibonyo.
'Ini model baru, Dik. Kemarin datangny.'
- Pb. : Yang putih ado, Ni.
'Yang putih ada, Kak.'
- Pj. : Yang putih indak ado. Yang itam iko juo rancak.
'Yang putih tidak ada. Yang hitam ini juga bagus.'
- Pb. : Yang itam lah ado, Ni.
'Yang hitam, saya sudah punya.'
- Pj. : Kalau indak suko jo yang itam, baa jiko yang coklat iko. Indak nampak kotornyo.

'Kalau Adik tidak suka yang hitam, bagaimana jika yang coklat ini. Tidak kelihatan kotornya.'

Jika kita perhatikan dialog antara penjual dan pembeli tersebut, kita dapat melihat bahwa ada cara tertentu yang dipakai oleh penutur dan petutur. Cara yang dipakai adalah berbicara secara tidak berlebih-lebihan dan runtut. Hal yang berbeda terjadi pada tuturan berikut ini:

- Pb. : Ado tas yang rancak, Da?
'Ada tas yang bagus, Bang?'
- Pj. : Ado. A mereknyo, Diak?

- 'Ada. Mereknya apa, Dik?'
- Pb. : Bonia.
'Bonia'
- Pj. : Lai. Banyak modenyo masuaklah ka mari. Adiak nio yang mano.
'Ada. Modelnya banyak, masuaklah ke mari. Adik mau yang mana.'
- Pb. : Yang warna putih itam tu, bara Da?
'Yang berwarna putih hitam itu berapa harganya, Bang?'
- Pj. : Yangiko Diak. Iko aragonyo tigo ratuah limo puluah.
'Yang ini, Dik. Ini harganya tiga ratus lima puluh ribu rupiah.'
- Pb. : Maha bana, Da. Kw bara tu, Da.
'Mahal sekali, Bang. Itu kualitas nomor berapa.'
- Pj. : Memang agak maha tapi barangnyo rancak. Tas ko tahan lamo, Diak. Picayolah jo Uda.
'Barangnyo memang agak mahal, tetapi barangnyo bagus. Tas ini tahan lama. Percayalah adik dengan abang'
- Jika kita perhatikan dialog antara Pb. dan Pj. pada tuturan tersebut, kita lihat bagaimana cara Pj. untuk mengalihkan pembicaraan dari pertanyaan yang

dilontarkan Pb. Ketika Pb. bertanya tentang kualitas barang yang akan dibeli, si Pj. mengalihkan dengan mengatakan bahwa barang tersebut adalah barang yang bagus dan tahan lama, dan tidak mau menyebutkan kualitas dari barang yang akan dijual sehingga terasa kabur.

DAFTAR PUSTAKA

- Chaer, Abdul dan Leonie Agustina. 2004. *Sosiolinguistik Perkenalan Awal*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Charlina dan Mangatur Sinaga. 2007. *Pragmatik*. Pekanbaru:Cendikia Insani.
- Haliday, M.A.K. dan Hasan R. 1992. *Bahasa, Konteks, dan Teks*. Yogyakarta: Gajahmada Universitas Press.
- Leech, Geoffrey. 1993. *Prinsip-Prinsip Pragmatik*. Jakarta: Universitas Indonesia
- Nababan, P.W.J. 1992. *Ilmu Pragmatik: Teori dan Penerapannya*. Jakarta:P2LPTK.
- Purwo, Bambang Kaswanti. 1990. *Pragmatik dan Pengajaran Bahasa*. Yogyakarta:Kanisius.
- Syamsuddin. 1997. *Studi Wacana Bahasa Indonesia*. Jakarta: P dan K.