

**PENGGUNAAN RAGAM KATA SAPAAN PENJUAL DALAM INTERAKSI
JUAL BELI DI PASAR BIMA
(KAJIAN SOSIOLINGUISTIK)**

Abdul Azis, Nini Ernawati
Universitas Negeri Makassar
Program Pascasarjana Universitas Negeri Makassar

Pos-el: Niningvaganza@gmail.com.

Abstrak

Penjual di pasar Bima memiliki pola interaksi yang unik. Mengingat tingginya persaingan antarpedagang membuat mereka harus berusaha keras menyiapkan strategi-strategi untuk menarik hati pembeli. Salah satu strategi yang digunakan oleh penjual di pasar Bima adalah dengan menggunakan kata-kata sapaan yang dapat menarik hati pembeli yang datang di pasar. Penelitian yang berjudul "Penggunaan ragam kata sapaan penjual dalam interaksi jual beli di pasar Bima" ini bertujuan: (1) mendeskripsikan penggunaan ragam kata-kata sapaan penjual dalam interaksi jual beli di pasar Bima, dan (2) mendeskripsikan faktor-faktor yang melatarbelakangi penggunaan kata-kata sapaan dalam interaksi jual beli di pasar Bima. Jenis penelitian ini tergolong penelitian kualitatif. Adapun sumber datanya diperoleh dari penjual dan pembeli. Data penelitian ini adalah tuturan penjual dalam melakukan interaksi jual beli. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, simak, perekam, dan wawancara. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: Pertama, ditemukan 13 bentuk kata sapaan yang digunakan penjual dalam interaksi jual beli di pasar Bima. Ketiga belas bentuk kata sapaan tersebut adalah Dek, Kak, Bu, Pak, Mbak, Mas, Om, Tante, Aji, Umi, Bro, Sayang, dan Cantik. Kedua, faktor-faktor yang melatarbelakangi penggunaan kata sapaan penjual meliputi faktor kelas sosial, jenis kelamin dan usia.

Kata-kata Kunci: Penggunaan, ragam, kata sapaan, penjual, interaksi, jual, beli, pasar.

Abstract

The sellers in the Bima market have unique interaction patterns. Given the high competition among traders, they have to strive to prepare strategies to attract buyers. One of the strategies used by sellers in the Bima market is to use greeting words that can attract the hearts of buyers who come in the market. The study, entitled "The use of various sellers 'greetings in the interaction of buying and selling in Bima market" aims to: (1) describe the use of sellers' greetings in buying and selling interactions in the Bima market, and (2) describing the factors behind the use of greeting words in the interaction of buying and selling in the market Bima. This type of research is qualitative research. The source data obtained from sellers and buyers. The data of this research is seller's speech in interaction of

buying and selling. Data collection techniques used are observations, references, recorders, and interviews. The results of this study indicate that: First, found 13 forms of greeting words used by sellers in the interaction of buying and selling in the market Bima. The thirteen forms of the greeting words are Dek, Kak, Bu, Pak, Mbak, Mas, Om, Auntie, Aji, Umi, Bro, Sweetheart and Beautiful. Secondly, the factors behind the use of sellers' hermit terms include social class factors, gender and age.

Keywords: Use, variety, greeting, seller, interaction, sell, buy, market.

PENDAHULUAN

Bahasa adalah alat komunikasi yang digunakan oleh masyarakat untuk berinteraksi dengan masyarakat lainnya. Masyarakat pemakai bahasa sangat tidak homogen. Ketidakhomogenan tersebut dapat dilihat dari segi usia, dan jenis kelamin pemakai bahasa. Hal ini memungkinkan timbulnya perbedaan dalam pemakaian kata sapaan. Sejalan dengan pendapat tersebut Fishman dalam Suwito (1982) juga mengatakan bahwa sosiolinguistik memandang bahasa sebagai alat komunikasi. Sebagai alat komunikasi, bahasa tidak dipandang sebagai sebuah struktur yang kaku, tetapi bahasa dipandang sebagai alat untuk melakukan interaksi sosial. Dalam berinteraksi, penggunaan bahasa harus mempertimbangkan aspek-aspek seperti: siapa yang berbicara, kepada siapa, untuk tujuan apa, dalam situasi apa, dan dimana bahasa itu digunakan.

Sistem sapaan dalam interaksi sosial memiliki sebutan lain yaitu tutur sapa. Orang akan saling bertegur sapa karena masing-masing memiliki kepentingan dan ketergantungan antarsesama. Kondisi seperti inilah yang dapat diamati di pusat-pusat perbelanjaan ataupun di pasar tradisional. Interaksi antara penjual dan pembeli berlangsung dengan baik karena pembeli dan penjual memiliki ketergantungan antara keduanya. Penjual berusaha menggunakan kata-kata sapaan yang dapat mengangkat harkat dan martabat pembelinya. Bahkan, tidak jarang ada penjual yang sengaja memilih kata-kata sapaan penanda keintiman dan kekerabatan agar pembeli memiliki kedekatan emosional dengan penjual. Penjual di pasar Bima memiliki pola interaksi yang unik. Mengingat tingginya persaingan antarpedagang membuat mereka harus berusaha keras menyiapkan strategi-strategi untuk menarik

hati pembeli. Salah satu strategi yang digunakan oleh penjual di pasar Bima adalah dengan menggunakan kata-kata sapaan yang dapat menarik hati pembeli yang datang di pasar.

Sebelumnya, penelitian tentang kata sapaan pernah dilakukan oleh Munira Hasyim (2017) dengan judul penelitian “variasi kata sapaan pedagang dalam transaksi jual beli di pasar Butung Makassar”. Hasil penelitiannya menunjukkan (1) kata sapaan yang digunakan oleh pedagang di pasar Butung Makassar, yaitu Bu haji, Pak haji, Daeng, Puang aji, Mas, Mbak, cewek, cowok, Pak, Bu, Om, Tante, brow, sis, cantik, ganteng, sayang, nak dek (2) ragam kata sapaan para pedagang di pasar Butung Makassar meliputi kata ganti, kata intim, dan istilah kekerabatan, dan (3) faktor-faktor yang melatarbelakangi meliputi faktor kelas sosial, jenis kelamin, etnisitas, dan usia.

Penelitian mengenai ragam kata sapaan sangat penting dilakukan untuk mengetahui maksud penjual menggunakan kata sapaan yang bersifat intim dan kekeluargaan serta faktor-faktor yang melatarbelakanginya. Berdasarkan uraian tersebut, maka peneliti tertarik untuk meneliti tentang penggunaan ragam kata sapaan penjual dalam interaksi jual beli di pasar Bima.

Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Bagaimanakah penggunaan ragam kata-kata sapaan penjual dalam interaksi jual beli di pasar Bima?
2. Faktor-faktor apa saja yang melatarbelakangi penggunaan kata-kata sapaan penjual dalam interaksi jual beli di pasar Bima?

Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Mendeskripsikan penggunaan ragam kata-kata sapaan penjual dalam interaksi jual beli di pasar Bima.
2. Mendeskripsikan faktor-faktor yang melatarbelakangi penggunaan kata-kata sapaan penjual dalam interaksi jual beli di pasar Bima.

LANDASAN TEORI

1. Sociolinguistik

Menurut Rahardi (2001), sociolinguistik mengkaji bahasa dengan memperhitungkan hubungan antara bahasa dan masyarakat, khususnya masyarakat penutur bahasa itu. Sociolinguistik mempertimbangkan keterkaitan antara dua hal, seperti linguistik untuk segi kebahasaan dan sosiologi untuk segi kemasyarakatan. Sociolinguistik tidak hanya mempertimbangkan unsur bahasa tetapi juga unsur masyarakat sebagai pengguna bahasa. Sociolinguistik tidak sekadar membicarakan bahasa sebagai sebuah disiplin ilmu melainkan membicarakan juga bagaimana sebuah bahasa digunakan dalam masyarakat.

Sociolinguistik menempatkan kedudukan bahasa dalam hubungannya dengan pemakaian bahasa di dalam masyarakat. Ini berarti sociolinguistik memandang bahasa pertamanya sebagai sistem sosial dan sistem komunikasi. Sebagai sistem sosial, bahasa merupakan bagian dari kebudayaan tertentu. Sebagai sistem komunikasi, bahasa merupakan bentuk interaksi sosial yang terjadi dalam situasi kongkret Appel dalam Samsuddin (2011).

Interaksi sosial tidak menempatkan individu terpisah dari yang lain di dalam masyarakat. Individu merupakan anggota dari kelompok sosial. Oleh sebab itu, bahasa dan pemakaian bahasa tidak diamati secara individual, tetapi selalu

dihubungkan dengan kegiatannya di dalam masyarakat. Bahasa tidak hanya dipandang sebagai gejala individu tetapi juga gejala sosial Suwito (1982).

Sebagai gejala sosial, bahasa dan pemakaian bahasa tidak hanya ditentukan oleh faktor-faktor sosial nonlinguistik, seperti faktor sosial. Faktor-faktor sosial yang mempengaruhi pemakaian bahasa antara lain: status sosial, tingkat pendidikan, umur, tingkat ekonomi, dan jenis kelamin. Di samping itu, pemakaian bahasa juga dipengaruhi oleh faktor-faktor situasional, seperti: siapa, berbicara dengan bahasa apa, kepada siapa, kapan, dimana, dan mengenai masalah apa. Secara ringkas dirumuskan: *who speaks, what language to whom and when* Penny dalam Suandi (2014).

Adanya faktor sosial dan faktor situasional yang mempengaruhi pemakaian bahasa maka timbullah variasi-variasi bahasa. Sedangkan adanya berbagai variasi bahasa menunjukkan bahwa bahasa dan pemakaian bahasa bersifat aneka ragam. Keanekaragaman bahasa nampak dalam pemakaiannya baik secara individu maupun secara kelompok. Secara individu, peristiwa itu dapat diamati pada pemakaian bahasa seseorang. Setiap orang berbeda cara pemakaiannya. Perbedaan itu dapat dilihat dari segi lagu atau intonasi, pilihan kata, susunan kalimat cara mengemukakan ide Suandi (2014).

Secara kelompok, pemakaian bahasa dapat dikenal antara lain dengan memperhatikan adanya berbagai dialek. Dialek menunjukkan adanya kekhususan pemakaian bahasa di dalam daerah tertentu atau tingkat masyarakat tertentu yang berbeda dengan pemakaian bahasa di daerah lain. Perbedaan pemakaian bahasa yang disebabkan oleh perbedaan daerah penuturnya akan melahirkan dialek geografis, sedangkan perbedaan bahasa karena perbedaan tingkat kemasyarakatan penuturnya akan melahirkan dialek sosial Fishman dalam Suwito (1982).

Pendapat-pendapat di atas menunjukkan bahwa sosiolinguistik memandang bahasa sebagai alat komunikasi. Sebagai alat komunikasi, bahasa tidak dipandang sebagai sebuah struktur yang kaku, tetapi bahasa dipandang sebagai alat untuk melakukan interaksi sosial. Dalam berinteraksi, penggunaan bahasa harus mempertimbangkan aspek-aspek seperti: siapa yang berbicara, kepada siapa, untuk tujuan apa, dalam situasi apa, dan dimana bahasa itu digunakan. Penggunaan bahasa

dalam interaksi sosial akan melahirkan dialek-dialek berdasarkan penutur, berdasarkan pekerjaan atau instansi dan berdasarkan geografis. Bahasa sekaligus menunjukkan ciri individu juga ciri sosial masyarakat tertentu.

2. Ragam Bahasa

Menurut Chaer dan Agustina (2014) sebagai sebuah *langue*, sebuah bahasa mempunyai sistem dan subsistem yang dipahami oleh sebuah penutur bahasa itu. Namun, karena penutur bahasa tersebut, meski berada dalam masyarakat tutur, tidak merupakan kumpulan manusia yang homogen, maka wujud bahasa yang kongkret, yang disebut *parole*, menjadi tidak seragam, bahasa itu menjadi beragam dan bervariasi. Terjadinya keragaman atau kevariasian bahasa bahasa itu bukan hanya disebabkan oleh para penuturnya yang tidak homogen, tetapi karena kegiatan interaksi sosial yang mereka lakukan sangat beragam. Setiap kegiatan memerlukan atau menyebabkan terjadinya keragaman bahasa itu. Keragaman ini akan semakin bertambah kalau bahasa tersebut digunakan oleh penutur yang sangat banyak serta dalam wilayah yang luas.

Penggunaan bahasa tidak hanya dipengaruhi oleh faktor linguistik, tetapi dipengaruhi oleh faktor-faktor nonlinguistik. Faktor nonlinguistik yang dimaksud adalah faktor sosial dan faktor situasional. Faktor sosial yang mempengaruhi pemakaian bahasa terdiri atas siapa yang berbicara, dengan bahasa apa, kepada siapa, kapan, dimana dan mengenai masalah apa. Faktor sosial dan faktor situasional inilah yang menyebabkan munculnya variasi bahasa Fishman dalam Chaer dan Leonie Agustina (2014).

Menurut Chaer dan Agustina (2014) variasi dari segi penutur ada empat yaitu, idiolek, dialek, kronolek, dan sosiolek.

1. Idiolek adalah variasi bahasa yang bersifat individual. Menurut konsep idiolek, setiap orang mempunyai variasi bahasanya atau idioleknnya masing-masing. Variasi idiolek ini berkaitan dengan warna suara, diksi, gaya bahasa, susunan kalimat, dan sebagainya.

2. Dialek adalah variasi bahasa dari sekelompok penutur yang jumlahnya relatif, yang berada pada satu tempat, wilayah, atau area tertentu.
3. Kronolek adalah variasi bahasa yang digunakan oleh kelompok sosial pada masa tertentu. Misalnya, variasi bahasa Indonesia pada masa tahun tigapuluhan, variasi yang digunakan tahun limapuluhan, dan variasi yang digunakan pada masa kini. Perbedaannya terletak pada lafal, ejaan, morfologi, sintaksis, dan sebagainya.
4. Sosiolek adalah variasi bahasa yang berkaitan dengan status, golongan dan kelas sosial para penuturnya. Dalam sosiolinguistik biasanya variasi inilah yang paling banyak dibicarakan dan paling banyak menyita waktu untuk membicarakannya, karena variasi ini menyangkut semua masalah pada penuturnya, seperti usia, pendidikan, pekerjaan, tingkat kebangsawanan, keadaan sosial ekonomi, dan sebagainya Chaer dan Agustina (2014). Adapun penjelasannya yaitu sebagai berikut.

a) Variasi Bahasa Berdasarkan Usia

Variasi bahasa berdasarkan usia yaitu variasi bahasa yang digunakan berdasarkan tingkat usia. Misalnya, variasi bahasa anak-anak akan berbeda dengan variasi remaja atau orang dewasa.

Usia sangat menentukan seseorang untuk menggunakan ragam bahasa yang berbeda bila ia berbicara dengan orang lain. Misalnya seorang anak akan menggunakan bahasa yang sopan bila ia berbicara dengan orangtuanya, berbeda bila ia berbicara dengan teman akrabnya yaitu akan menggunakan ragam bahasa santai. Begitu juga dengan bahasa yang digunakan seorang penjual dan pembeli di pasar akan menjadi beraneka ragam karena faktor usia.

b) Variasi Bahasa Berdasarkan Pendidikan

Variasi bahasa berdasarkan pendidikan, yaitu variasi bahasa yang terkait dengan tingkat pendidikan si pengguna bahasa. Misalnya, orang yang hanya mengenyam pendidikan sekolah dasar akan berbeda variasi bahasanya dengan orang yang lulus sekolah tingkat atas. Demikian pula, orang lulus pada tingkat sekolah menengah atas akan berbeda penggunaan variasi bahasanya dengan mahasiswa atau para sarjana.

c) Variasi Bahasa Berdasarkan Seks

Variasi bahasa berdasarkan seks adalah variasi bahasa yang terkait dengan jenis kelamin dalam hal ini pria atau wanita. Misalnya, variasi bahasa yang digunakan oleh ibu-ibu akan berbeda dengan variasi bahasa yang digunakan oleh bapak-bapak.

d) Variasi Bahasa Berdasarkan Profesi

Variasi bahasa berdasarkan profesi adalah variasi bahasa yang terkait dengan jenis profesi, pekerjaan dan tugas para pengguna bahasa tersebut. Misalnya, variasi yang digunakan oleh para buruh, guru, mubalik, pedagang, dokter, dan lain sebagainya tentu mempunyai perbedaan variasi bahasa.

e) Variasi Bahasa Berdasarkan Tingkat Kebangsawanan

Variasi bahasa berdasarkan tingkat kebangsawanan adalah variasi yang terkait dengan tingkat dan kedudukan penutur (kebangsawanan atau raja-raja) dalam masyarakatnya. Misalnya, adanya perbedaan variasi bahasa yang digunakan oleh raja (keturunan raja) dengan masyarakat biasa dalam bidang kosa kata, seperti kata mati digunakan untuk masyarakat biasa, sedangkan para raja menggunakan kata mangkat.

f) Variasi Bahasa Berdasarkan Tingkat Ekonomi Para Penutur

Variasi bahasa berdasarkan tingkat ekonomi para penutur adalah variasi bahasa yang mempunyai kesamaan dengan variasi bahasa berdasarkan tingkat kebangsawanan hanya saja tingkat ekonomi bukan mutlak sebagai warisan sebagaimana halnya dengan tingkat kebangsawanan. Misalnya, seseorang yang mempunyai tingkat ekonomi yang tinggi akan mempunyai variasi bahasa yang berbeda dengan orang yang mempunyai tingkat ekonomi lemah.

g) Variasi Bahasa Berdasarkan Tingkat Golongan, Status, dan Kelas Sosial

Variasi bahasa berdasarkan tingkat golongan, status dan kelas sosial para penuturnya dikenal adanya variasi bahasa akrolek, basilek, vulgar, slang, kulokial,

jargon, argot, dan ken Chaer dan Agustina (2004). Adapun penjelasan tentang variasi bahasa tersebut adalah sebagai berikut.

1. Akrolek adalah variasi sosial yang dianggap lebih tinggi atau lebih bergengsi dari variasi sosial lainnya.
2. Basilek adalah variasi sosial yang dianggap kurang bergengsi atau bahkan dipandang rendah.
3. Vulgar adalah variasi sosial yang ciri-cirinya tampak pada pemakai bahasa yang kurang terpelajar atau dari kalangan yang tidak berpendidikan.
4. Slang adalah variasi sosial yang bersifat khusus dan rahasia.
5. Kolokial adalah variasi sosial yang digunakan dalam percakapan sehari-hari yang cenderung menyingkat kata karena bukan merupakan bahasa tulis.
6. Jargon adalah variasi sosial yang digunakan secara terbatas oleh kelompok sosial tertentu.
7. Argot adalah variasi sosial yang digunakan secara terbatas oleh profesi tertentu dan bersifat rahasia.
8. Ken adalah variasi sosial yang bernada memelas, dibuat merengek-rengok penuh dengan kepura-puraan, biasanya digunakan oleh para penggemar.

3. Kata Sapaan

Menurut Kridalaksana, kata sapaan merujuk pada kata atau ungkapan yang dipakai untuk menyebut dan memanggil para pelaku dalam suatu peristiwa bahasa. Adapun para pelaku yang dimaksud merujuk pada pembicara, lawan bicara, serta orang yang sedang dibicarakan Kridalaksana (1982).

Kridalaksana telah menggolongkan kata sapaan dalam bahasa Indonesia menjadi sembilan jenis, yakni sebagai berikut: (1) kata ganti, seperti *aku*, *kamu*, dan *ia*, (2) nama diri, seperti *Galih* dan *Ratna*, (3) istilah kekerabatan, seperti *bapak* dan *ibu*, (4) gelar dan pangkat, seperti *dokter* dan *guru*, (5) bentuk *pe + V* (erbal) atau kata pelaku, seperti *penonton* dan *pendengar*, (6) bentuk *N* (nominal) + *ku*, seperti *kekasihku* dan *tuhanku*, (7) kata deiksis atau penunjuk, seperti *sini*, dan *situ*, (8) kata benda lain, seperti *tuan* dan *nyonya*, serta (9) ciri zero atau nol, yakni adanya suatu makna kata tanpa disertai bentuk kata tersebut.

Dalam bahasa Indonesia, kata sapaan yang digunakan pembicara untuk menyapa lawan bicaranya cukup bervariasi. Meskipun demikian, jenis kata sapaan yang nampaknya paling banyak digunakan adalah istilah kekerabatan Kridalaksana (1982). Pemilihan suatu bentuk kata sapaan dipengaruhi oleh dua faktor, yakni faktor status dan fungsi. Status dapat diartikan sebagai posisi sosial lawan bicara terhadap pembicara. Status tersebut dapat pula diartikan sebagai usia maupun jenis kelamin. Adapun fungsi yang dimaksud di atas adalah jenis kegiatan atau jabatan lawan bicara dalam suatu peristiwa bahasa atau pembicaraan. Berikut tabel status dan fungsi yang mempengaruhi kata sapaan terhadap lawan bicara dalam bahasa Indonesia.

Tabel 2.2 Status dan Fungsi dalam Kata Sapaan Bahasa Indonesia.

Status		Fungsi	
Lebih tinggi	Bapak, ibu, dsb.	Kata pelaku	Pembaca, dsb.
Sama	Saudara, anda, dsb.	Pangkat/gelar	Dokter, guru, dsb.
Lebih rendah	Saudara, adik, dsb.		

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah deskriptif kualitatif yaitu menggambarkan penggunaan ragam kata sapaan dalam interaksi jual beli dan faktor-faktor yang melatarbelakangi penggunaan kata sapaan dalam interaksi jual beli di pasar Bima. Data penelitian ini adalah tuturan penjual dan pembeli dalam melakukan interaksi jual beli di Pasar Bima. Sumber data penelitian ini adalah penjual dan pembeli di pasar Bima.

Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan teknik perekaman, teknik observasi, dan teknik wawancara. Melalui teknik perekaman ini, peneliti berusaha semaksimal mungkin rekaman interaksi penjual dan pembeli. Teknik

observasi digunakan untuk mengumpulkan data penunjang berupa fenomena dan gejalagejala sosial yang muncul ketika interaksi jual beli berlangsung. Teknik wawancara digunakan untuk memperoleh data yang tidak terekam dengan *tape recorder* dan tidak teramati atau tidak tercatat saat observasi. Dalam hal ini, teknik wawancara sangat diperlukan untuk memperoleh data, seperti alasan penutur menggunakan kata sapaan. Teknik wawancara yang dilakukan berupa pengajuan pertanyaan yang bersifat konfirmasi. Analisis data dalam penelitian ini dilakukan dalam empat tahap, yaitu;(1), pengumpulan data (2) reduksi data, (3) penyajian data, dan (4) kesimpulan/verifikasi.

HASIL PENELITIAN

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat 13 (Tiga belas) ragam kata sapaan yang digunakan oleh penjual dalam interaksi jual beli di pasar Bima. Ragam kata sapaan tersebut meliputi kata sapaan *Dek, Pak, Mbak, Kak, Mas, Om, Bu, Tante, Bro, Sayang, Cantik, Aji, Umi, dan Bro*. Ketiga belas ragam kata sapaan tersebut dapat dilihat pada data berikut.

1. Penggunaan ragam kata-kata sapaan penjual dalam interaksi jual beli di pasar Bima.
 - a) Dek
 - (1) Penjual : Cari apa, *Dek*?
 - Pembeli : Ada senar gitar nomor 2?
 - Penjual : Ada! Mau berapa?
 - Penjual : Dua saja.
 - Penjual : Iya. Tunggu sebentar.
 - b) Pak
 - (2) Pembeli : Permisi! Ada bingkai foto ukuran 10R?
 - Penjual : Iya. Mau berapa?
 - Pembeli : Satu saja, *Pak* .

c) Mbak

(3) Penjual : Cari apa, *Mbak*?

Pembeli : Ini Pak saya mau beli Flash Disk.

Penjual : Yang berapa giga?

Pembeli : Yang delapan giga saja, *Pak*. Harganya berapa?

Penjual : Seratus ribu, *Mbak*.

d) Kak

(4) Pembeli : *Pulsa* lima ribu berapa, *Kak*?

Penjual : Tujuh ribu, *Dek*.

Pembeli : Uangnya.

Penjual : Ada uang pas?

Pembeli : Nggak ada, *Kak*.

e) Mas

(5) Penjual : *Mas*, mau dipotong dulu fotonya?

Pembeli : Ndak, begitu saja.

Penjual : Oh, iya.

Pembeli : Makasih.

Penjual : *Mas*, kembaliannya.

Pembeli : Astaga lupa.

f) Om

(6) Penjual : Cari apa, *Om*?

Pembeli : Ada *speaker* kecil?

Penjual : Iya, ada, *Om*. Pilih aja model dan warnanya.

Pembeli : Saya mau *warna* merah ini. Berapa harganya?

Penjual : kalau yang ini *harganya* 75.000.

Pembeli : Iya, yang ini saja.

g) Bu

(7) Pembeli : Ada jual Flash Disk yang 8 GB?

Penjual : Ada, *Bu*!

Pembeli : Satu aja yang warna biru.

Penjual : Baik, *Bu*. Mohon tunggu sebentar.

h) Tante

(8) Penjual : Silakan, *Tante*.

Pembeli : Ada anti gores HP Xiaomi?

Penjual : Tunggu sebentar yah *Tan*, saya cari dulu.

i) Bro

(9) Penjual : Silakan, *Bro!*

Pembeli : Saya mau *instal* laptop. *Berapa* biayanya?

Penjual : Lima puluh ribu.

Pembeli : Kira-kira kapan bisa diambil, *Bro?*

Penjual : Ndak lama kok. Sekitar dua jam saja. Kalau mau
silakan menunggu saja.

Pembeli : Saya tunggu aja, *Bro*.

Penjual : Ok, *Bro*.

j) Sayang

(10) Penjual : Hei! Kok baru ke sini lagi sih, *Sayang?*

Pembeli : Iya ney, soalnya sibuk.

Penjual : Mau cari apa?

Pembeli : Anti gores HP soalnya dah pecah karena jatuh
kemarin.

k) Cantik

(11) Penjual : Cari apa, *cantik*.

Pembeli : Ada kipas angin?

Penjual : Ada, mau merek apa?

Pembeli : Merek panasonik. Berapa harganya?

Penjual : Kalau itu seratus lima puluh ribu aja.

Pembeli : Bisa kurang?

Penjual : Saya kasih kurang sepuluh ribu.

Pembeli : Ini uangnya!

Penjual : Makasih yah, *cantik*.

l) Aji

(12) Penjual : Lihat-lihat dulu *Aji*.

Pembeli : Nanti.

m) Umi

(13) Penjual : Cari Mukenah *Umi*?

Pembeli : Ada ukuran anak-anak?

Penjual : Iya ada *Umi*.

Pada data 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, dan 8 penjual menggunakan kata sapaan *Dek*, *Pak*, *Mbak*, *Kak*, *Mas*, *Om*, *Bu*, dan *Tante* untuk menyapa pembeli yang datang ke tokonya. Sapaan-sapaan tersebut merupakan istilah kekerabatan yang digunakan oleh penjual untuk menjalin hubungan kekerabatan dengan para pembeli.

Kata sapaan *Bro* pada data 9 juga sering digunakan oleh penjual di pasar Bima. Penggunaan kata *Bro* dalam bentuk orang kedua tunggal digunakan untuk menggantikan kata *kamu*. Selain itu, terdapat pula penggunaan kata sapaan *Sayang*, *Cantik* pada data 10 dan 11. Kata sapaan *sayang* dan *cantik* digunakan oleh penjual sebagai bentuk usahanya untuk mengakrabkan diri dengan pembeli. Sedangkan kata sapaan *Aji* dan *Umi* pada data 12 dan 13 digunakan oleh penjual di pasar Bima sebagai penanda kesantunan dan juga sebagai bentuk penghormatannya kepada orang yang lebih tua serta sudah menunaikan ibadah haji.

2. Faktor-faktor yang melatarbelakangi penggunaan kata-kata sapaan penjual dalam interaksi jual beli di pasar Bima.

Faktor-faktor penentu penggunaan bahasa sapaan penjual dalam interaksi jual beli di pasar Bima adalah:

a. Kelas sosial

Faktor-faktor pembentukan kata sapaan yang berdasarkan kelas sosial ditunjukkan oleh penggunaan kata sapaan *Aji* dan *Umi*. Kata sapaan *Aji* dan *Umi* hanya digunakan untuk menyapa orang yang sudah menunaikan ibadah haji. Dalam hal ini pasti tingkat sosialnya juga sangat tinggi.

b. Jenis Kelamin

Faktor-faktor pembentukan kata sapaan yang berdasarkan jenis kelamin ditunjukkan oleh penggunaan kata sapaan *Mas*, *Mbak*, *Bu*, dan *Pak*.

- Kata sapaan *Mbak* digunakan untuk menyapa seseorang perempuan yang memiliki usia lebih tua, belum dikenal, dihormati oleh penutur serta dianggap belum berkeluarga.
- Kata sapaan *Mas* digunakan digunakan untuk menyapa seseorang laki-laki yang memiliki usia lebih tua, belum dikenal, dihormati oleh penutur serta dianggap belum berkeluarga.
- Kata sapaan *Bu* digunakan untuk menyapa seseorang yang berjenis kelamin perempuan yang memiliki usia lebih tua, belum dikenal, dihormati oleh penutur serta dianggap sudah berkeluarga.
- Kata sapaan *Pak* digunakan untuk menyapa seseorang laki-laki yang memiliki usia lebih tua, belum dikenal, dihormati oleh penutur serta dianggap telah berkeluarga.

c. Usia

Faktor-faktor pembentukan kata sapaan yang berdasarkan umur ditunjukkan oleh penggunaan kata sapaan *Dek*, yaitu kata sapaan kepada seseorang baik laki-laki atau perempuan yang memiliki umur lebih muda.

PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil penelitian yang berjudul “Penggunaan Ragam Kata Sapaan Penjual dalam Interaksi Jual-Beli di Pasar Bima” ditemukan dua hal yang merupakan jawaban dari rumusan masalah yang telah dipaparkan pada bagian awal atau pendahuluan. Kedua hal tersebut adalah penggunaan ragam kata sapaan penjual dalam interaksi jual beli dan faktor-faktor yang melatarbelakangi penggunaan kata sapaan dalam interaksi jual beli di pasar Bima.

Sistem kata sapaan muncul akibat adanya interaksi sosial. Interaksi diantara mereka yang disebabkan adanya hubungan sekolah yang berbeda, tempat tinggal atau asal daerah yang berbeda akan menimbulkan suatu sistem sapaan yang berbeda-beda. Keterkaitan kesamaan masyarakat dan budaya, satu tempat kerja,

satu asal daerah menimbulkan adanya suatu sistem penggunaan bahasa lisan yang berbeda-beda dikalangan pedagang. Hal tersebut sebagaimana pendapat Kridalaksana (1982) yang menjelaskan bahwa sistem tutur sapa yakni sistem yang mempertautkan seperangkat kata-kata atau ungkapan-ungkapan yang dipakai untuk menyebut dan memanggil para pelaku dalam suatu peristiwa bahasa.

Penggunaan bahasa sapaan dikalangan pedagang tersebut tentunya tidak hadir begitu saja, namun dipengaruhi oleh faktor usia, tingkat sosial dan jenis kelamin. Hasil penelitian tersebut sejalan dengan pendapatnya Chaer dan Agustina (2014), yang mengatakan bahwa sosiolek adalah variasi bahasa yang berkaitan dengan status, golongan dan kelas sosial para penuturnya. Dalam sosiolinguistik biasanya variasi inilah yang paling banyak dibicarakan dan paling banyak menyita waktu untuk membicarakannya, karena variasi ini menyangkut semua masalah pada penuturnya, seperti usia, pendidikan, pekerjaan, tingkat kebangsawanan, keadaan sosial ekonomi, dan sebagainya. Selain itu, pendapat Chaer dan Agustina juga diperkuat oleh teorinya Suwito (1982), yang mengatakan bahwa penggunaan bahasa juga sangat dipengaruhi oleh faktor-faktor sosial seperti usia, tingkat pendidikan, dan jenis kelamin. Ketiga faktor tersebut akan peneliti uraikan sebagai berikut.

KESIMPULAN

1. Ragam kata sapaan penjual dalam interaksi jual beli di pasar Bima meliputi Dek, Mbak, Mas, Tante, Om, Pak, Bu, Bro, Sayang, Cantik, Aji, Umi, dan Kak.
2. Faktor-faktor yang melatarbelakangi penggunaan kata sapaan penjual di pasar Bima meliputi faktor kelas sosial, jenis kelamin, dan umur.

DAFTAR PUSTAKA

- Chaer, Abdul & Leonie Agustina. (2014). *Sosiolinguistik Perkenalan Awal*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Hasyim, Munira. (2017). *Variasi Kata Sapaan Pedagang dalam Transaksi Jual Beli di Pasar Butung Makassar*. Makassar: Universitas Hasanuddin.
- Kridalaksana, Harimurti. (1981). *Fungsi Bahasa dan Sikap Bahasa*. Ende: Nusa Indah.
- Rahardi, Kunjana. (2001). *Kajian Sosiolinguistik: Ihwal Kode dan Alih Kode*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Samsuddin. (2011). Penggunaan Bahasa Indonesia dalam Aktivitas Jual Beli di Pasar Anduonohu dan Mall Mandonga Kota Kendari. *tesis* tidak diterbitkan Makassar: Universitas Hasanudin Makassar.
- Suandi, I Nengah. (2014). *Sosiolinguistik*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Suwito. (1982). *Sosiolinguistik: Teori dan Problem*. Surakarta: Henary Offset.

