

Penerapan Wacana Dalam Konteks Perdagangan Di Pasar Bei Abuk Betun

Yustina Sako

STKIP Sinar Pancasila Betun

Joel Tasmam

STKIP Sinar Pancasila Betun

Address : Jln. Bakateu No.9 Betun, Wehali, Kec. Malaka Tengah,
Kab. Malaka, Nusa Tenggara Tim.

Corresponding author : sakoyustina820@gmail.com

Abstract: *One form of communication is discourse. Discourse means 'performing speech acts', discourse can be in oral or written form. Discourse is an attempt to understand linguistic elements because the distinguishing element between discourse and non-discourse lies in the presence or absence of a unified meaning. One form is conversational description and exposition, where this discourse aims to describe a real situation and convey facts in an orderly, logical, interconnected manner with the aim of explaining ideas, terms, problems, processes, etc. so that they are known by other people. This discourse is appropriate to use for interactions in the field of commerce, because it tries to explain and invite someone to be interested in what we describe and explain.*

Keywords: *Discourse, Description, Exposition, interaction*

Abstrak: Salah satu bentuk komunikasi berupa wacana. Wacana berarti 'melakukan tindak ujar', wacana dapat berbentuk lisan maupun tulis. Wacana merupakan upaya untuk memahami unsur kebahasaan karena unsur pembeda antara wacana dan bukan wacana terletak pada ada tidaknya kesatuan makna yang dimilikinya. Salah satu bentuknya adalah percakapan deskripsi dan eksposisi, yang mana wacana ini bertujuan untuk menggambarkan sebuah situasi sebenarnya dan menyampaikan fakta-fakta secara teratur, logis, saling bertautan dengan maksud penjelasan ide, istilah, masalah, proses, dan lain-lain agar diketahui oleh orang lain. Wacana ini tepat digunakan untuk berinteraksi dalam bidang perdagangan, karena berusaha memaparkan dan mengajak agar seseorang dapat tertarik tentang apa yang kita gambarkan dan paparkan.

Kata Kunci: *Wacana, Deskripsi, Eksposisi, interaksi*

PENDAHULUAN

Dalam kehidupan sehari-hari kita sebagai makhluk sosial pastinya membutuhkan komunikasi dengan sesama makhluk sosial lainnya. Dalam berkomunikasi sehari-hari tak lepas dari fungsi komunikasi itu sendiri. Di mana komunikasi dapat bertujuan untuk mempererat tali persaudaraan, mengembangkan ilmu pengetahuan, sampai bisnis perdagangan. Bisnis perdagangan ini menjadi salah satu bentuk komunikasi antar makhluk sosial yang sering terjadi bahkan selalu terjadi dalam kehidupan. Karena perdagangan menjadi salah satu kebutuhan pokok dalam kelangsungan hidup manusia.

Berinteraksi setiap hari dalam perdagangan pastinya menggunakan bahasa dan wacana untuk keberlangsungannya. Wacana berarti 'melakukan tindak ujar', wacana dapat berbentuk lisan maupun tulis. Wacana merupakan upaya untuk memahami unsur kebahasaan yang relatif Sebenarnya wacana bersifat pragmatis, apalagi pemakaian dan pemahaman wacana

dalam komunikasi memerlukan berbagai alat. Tujuannya agar membekali pemakai bahasa agar dapat memahami dan memakai bahasa dengan baik dan benar, baik lisan maupun tulisan.

Unsur pembeda antara wacana dan bukan wacana terletak pada ada tidaknya kesatuan makna yang dimilikinya. Oleh karenanya, kriteria yang relatif paling menentukan dalam wacana adalah keutuhan maknanya. Ketiga seseorang di suatu warung makan mengatakan “*soto, es jeruk, dua*”, ucapan itu dimaknai sebagai wacana karena mengandung keutuhan makna yang lengkap. Keutuhan tersirat karena urutan kata ditata secara teratur, makna dan amanatnya berkesinambungan, diucapkan di tempat yang sesuai (kontekstual), dan antara penyapa dan pesapa saling dapat memahami makna tuturan singkat tersebut.

Istilah “wacana” berasal dari bahasa Sanskerta *wac/wakk; vak*, artinya ‘berkata’, ‘berucap’ Douglas (dalam Achmad dan Abdullah, 2013:127). Apabila dilihat dari jenisnya, kata wacana dalam lingkup morfologi bahasa Sanskerta, termasuk kata kerja golongan III parasmaepada yang bersufat aktif, yaitu ‘melakukan tindak ujar’. Kata tersebut kemudian mengalami perubahan menjadi wacana. (Winarsih, 2009:50) menyatakan bahwa wacana atau *discourse* adalah satuan kebahasaan yang terluas dalam sistem bahasa. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa wacana merupakan satuan bahasa terlengkap yang dalam hierarki gramatikal merupakan satuan gramatikal tertinggi atau terbesar. Wacana, dalam arti luas dapat berupa hanya sebuah kata atau tuturan yang sangat panjang, dapat juga berwujud tuturan lisan atau tulis.

Wacana deskripsi atau perian adalah wacana yang melukiskan sesuatu sesuai dengan keadaan sebenarnya sehingga pembaca dapat mencitra (melihat, mendengar, mencium, dan merasakan) hal yang dilukiskan atau sesuai dengan citra penulisnya. Wacana ini bertujuan menyampaikan kesan-kesan tentang sesuatu dengan kesan utama sebagai pengikat sesuatu kesan yang dilukiskan. Pelukisan ini bertujuan menghadirkan barang dan manusia dengan sifat gerak-geriknya.

Wacana eksposisi atau paparan adalah wacana yang berusaha menerangkan atau menjelaskan pokok pikiran yang dapat memperluas pengetahuan pembaca karangan itu. Wacana ini bertujuan menyampaikan fakta-fakta secara teratur, logis, dan saling bertautan dengan maksud penjelasan ide, istilah, masalah, proses, dan lain-lain agar diketahui oleh orang lain. Dalam paparannya, wacana ini dapat menjelaskan dan memberikan keterangan belaka, atau dapat pula mengembangkan gagasan menjadi luas dan gampang dimengerti. Untuk memberikan kesan supaya paparan lebih jelas, digunakan cara pemeparan (1) identifikasi, (2) perbandingan dan pertentangan, (3) ilustrasi, (4) klasifikasi, (5) analisis, (6) definisi.

Wacana dalam konsep pragmatik dalam interaksi komunikatif yaitu mengenai makna, konteks, dan komunikasi. Salah satu jenis pragmatik yang relevan dengan wacana adalah teori kerjasama Grice. Konsep sentral pragmatik Grice adalah makna penutur (*speaker meaning*) dan prinsip kerjasama (*cooperative principle*). Dalam suatu percakapan pembicara harus berusaha agar apa yang dikatakannya relevan dengan situasi di dalam percakapan itu, jelas dan mudah dipahami oleh pendengar. Grice mengemukakan bahwa implikatur ialah ujaran yang menyiratkan sesuatu yang berbeda dengan yang sebenarnya diucapkan. Sesuatu “yang berbeda” tersebut adalah maksud pembicara yang tidak dikemukakan secara eksplisit. Dengan kata lain, implikatur adalah maksud, keinginan, atau ungkapan-ungkapan hati yang tersembunyi.

Pemahaman terhadap apa yang diujarkan merupakan pokok dari wacana. Ketika berinteraksi dalam dunia perdagangan pastinya banyak model dan alternatif wacana yang digunakan oleh pedagang untuk dapat menarik perhatian pengunjung atau pembeli. Wacana yang digunakan bersifat persuasi, yang artinya memaparkan sesuatu untuk memunculkan daya tarik agar orang dapat tertarik tentang apa yang kita paparkan, dalam hal ini adalah perdagangan. Dari sini penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui bagaimana penggunaan wacana, bentuk wacana, implementasi wacana dalam bisnis perdagangan yang ada di pasar wisata Chang Hoo pandaan.

Adapun Rumusan Masalah dalam penelitian ini yakni: (1) Bagaimanakah implementasi pemakaian wacana antara pedagang dan pembeli di pasar wisata Chang Hoo Pandaan. (2) Apakah dampak yang dihasilkan dari pemakaian wacana tersebut. Sedangkan tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana bentuk wacana di pasar wisata Chang Hoo Pandaan. Mengetahui bentuk pemakaian wacana antara pedagang dan pembeli di pasar wisata Chang Hoo Pandaan. Dan mengetahui apakah dampak yang dihasilkan dari pemakaian wacana tersebut.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dan teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik triangulasi, yang mana teknik ini berupaya untuk menggabungkan dari berbagai teknik pengumpulan data dan sumber data yang telah ada. Dalam teknik triangulasi ini peneliti menggunakan teknik pengumpulan data yang berbeda-beda untuk mendapatkan data dari sumber yang sama. Data dalam penelitian ini bentuk pemakaian wacana dalam berinteraksi, dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dokumen. Dokumen yang digunakan adalah dokumen hasil percakapan

dan penggunaan wacana dalam interaksi antara penjual dan pembeli di pasar wisata Chang Hoo Pandaan. Instrumen penelitian berupa catatan harian, hasil wawancara, dan dokumentasi.

Teknik analisis data dilakukan dengan cara: (1) reduksi data, Pada langkah ini data yang diperoleh dicatat dalam uraian yang terperinci. Dari data-data yang sudah dicatat tersebut, kemudian dilakukan penyederhanaan data. (2) identifikasi data, dalam mengidentifikasi data dengan cara menentukan dan menetapkan data yang sudah diperoleh dengan cara dicatat dalam rangka memperoleh data yang diinginkan. (3) interpretasi data, dalam langkah ini ditafsirkan tentang penjelasan data yang sudah diperoleh serta ditetapkan kemudian disusun secara teratur dan terperinci agar mudah dipahami. Data-data tersebut kemudian dianalisis sehingga diperoleh deskripsi tentang penggunaan bentuk wacana yang digunakan, kejelasan makna dari wacana.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Hasil dari penelitian ini terdiri atas observasi, wawancara dan pengamatan terstruktur yang dilakukan oleh peneliti. Adapun data dari observasi yang dilakukan bahwa penerapan wacana yang digunakan oleh para atau sebagian pedagang yakni menggunakan wacana deskripsi dan eksposisi. Wacana deskripsi terlihat dari percakapan di bawah ini.

- Pedagang : “Silahkan Pak, Buk! Mau mencari apa?”
- Pembeli : “Apelnya berapa Pak?”
- Pedagang : “Oiya silahkan masuk, mau mencari apel apa? Yang hijau ini apel manalagi manis, yang ada merahnya ini apel ana ada asemnya, yang ini apel rumbiuti manis asem.”
- Pembeli : “yang apel manalagi ini berapa harganya satu kilo Pak?”
- Pedagang : “macam-macam Buk, yang ini 15 ribu perkilo, yang atasnya itu 20 perkilo, yang itu 25 perkilo, ada juga yang di atas ini 25 isinya dua kilo.”
- Pembeli : ”.....”

Terlihat dari percakapan di atas bahwa pedagang menggunakan wacana deskripsi, yang mana wacana ini berusaha melukiskan sesuatu sesuai dengan keadaan yang sebenarnya. Di mana yang disebutkan oleh pedagang memanglah hal yang sebenarnya dan bukan sebuah ucapan semata. Adapun pedagang lain yang menggunakan wacana eksposisi, terlihat dari percakapan di bawah ini.

- Pedagang : “Ayo kripik-kripiknya buat oleh-oleh, murah-murah.”

- Pembeli : “ada kripik nangka Mbak?”
- Pedagang : “Oiya ada Mbak, ini Mbak. Yang ini 25 ribu, yang agak tanggung 20, ada juga yang kemasan kecil 15 ribu.”
- Pembeli : “Ini harga pas ya ini Mbak?”
- Pedagang : “Iya harganya pas.”
- Pembeli : “yang ini berapa Mbak?”
- Pedagang : “yang itu agak murah Mbak, 20 ribu,”
- Pembeli : “kog lebih murah itu Mbak? Padahal ukurannya sama?”
- Pedagang : “Iya soalnya beda merk Mbak, yang ini kemasannya pakek almunium, jadi isinya tidak kelihatan, isinya sama 200 gram. Tapi gak tau isinya, mending yang kelihatan isinya Mbak, kan yang ini gak kelihatan isinya, tapi terserah Mbaknya mau yang mana.”
- Pembeli : “.....”

Dari percakapan di atas tampak bahwa pedagang menggunakan wacana eksposisi. Karena pedagang berupaya memaparkan apa yang ditanyakan oleh pembeli, hal ini ditunjukkan dengan pemaparan pedagang tentang kripik nangka yang berbeda tipe, merk, dan kemasan.

Selain dari percakapan di atas, hasil penelitian juga bersumber dari hasil wawancara peneliti dengan sebagian pedagang. Hasil wawancara menunjukkan bahwa pedagang mematok harga yang tidak terlalu mahal, dan tidak terlalu murah. Kemudian dalam pemanfaatan barang dagangan, pedagang cenderung menampilkan barang yang baik dari segi kualitas dan kuantitas barang. Barang yang dianggap baik di taruk di bagian depan agar lebih memberikan daya tarik bagi para pengunjung untuk membeli barang yang diperjual.

Penggunaan wacana yang baik ternyata juga berdampak positif dalam konteks interksi. Ada beberapa pedagang yang cenderung monoton dan tidak menggunakan wacana deskripsi dan eksposisi dengan baik. Hal ini menyebabkan daya tarik yang ditimbulkan menjadi berkurang, karena adanya interaksi yang kurang. Contoh percakapan tanpa menggunakan wacana deskripsi dan eksposisi adalah sebagai berikut.

- Pembeli : “Pak pisang Ambonnya itu berapa?”
- Pedagang : “satu Curung itu 90 ribu Buk.”
- Pembeli : “kog mahal Pak, gakk bisa kurang ya pak?”
- Pedagang : “iya harganya pas itu.”
- Pembeli : “50 ribu gak ya pak.”

- Pedagang : “iya pas itu harganya, soalnya barangnya bagus.”
- Pembeli : “masak segitu Pak harganya, kurang ya. 50 saja, tak ambil semua itu.”
- Pedagang : “sudah murah Buk itu, ya sudah 80 tidak apa-apa.”
- Pembeli : “ya itu Pak kalau boleh 50 ribu.”
- Pedagang : “masih gak boleh Buk.”

Dari percakapan di atas tampak bahwa pedagang hanya berbicara monoton dan tidak menggunakan wacana yang baik dalam proses transaksi dengan pembeli. Pedagang tidak menggambarkan atau memaparkan sebuah wacana untuk memberi daya tarik kepada pembeli, sehingga pembeli langsung pergi dan tidak jadi membeli barang yang diinginkan. Hal ini seharusnya dapat diantisipasi oleh pedagang dengan berusaha menyakinkan pembeli tentang barang tersebut. Misalnya dengan memaparkan bentuk barang, bagus tidaknya, dan barang yang dicari jarang ditemukan sehingga harganya menjadi mahal dsb. Namun tidak menutup kemungkinan dalam dunia perdagangan hal ini sudah menjadi hal yang biasa, berhasil tidaknya sebuah transaksi bergantung pada bagaimana upaya pedagang untuk berusaha menyakinkan pembeli dan pengaruh pembeli apakah benar-benar ingin membeli barang yang dicari atau hanya ingin mengetahui harga barang di pasaran.

PEMBAHASAN

Proses interaksi menjadi dasar dalam penelitian ini. Dalam proses ini terjadi penggunaan wacana yang menjadi tujuan dari penelitian. Yakni mengetahui bagaimana penggunaan wacana dalam proses perdagangan di pasar wisata Chang Hoo Pandaan. Dari hasil data yang dikumpulkan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi, penggunaan wacana yang dilakukan oleh sebagian besar pedagang adalah bentuk wacana deskripsi dan eksposisi. Wacana deskripsi sendiri adalah wacana yang berusaha melukiskan sesuatu sesuai dengan keadaan sebenarnya sehingga pembaca dapat mencitra (melihat, mendengar, mencium, dan merasakan) hal yang dilukiskan atau sesuai dengan apa yang digambarkan oleh pedagang. Kemudian wacana eksposisi berusaha menerangkan atau menjelaskan pokok pikiran yang dapat memperluas pengetahuan pembaca karangan itu. Wacana ini bertujuan menyampaikan fakta-fakta secara teratur, logis, dan saling bertautan dengan maksud penjelasan ide, istilah, masalah, proses, dan lain-lain agar diketahui oleh orang lain. Dalam paparannya, wacana ini dapat menjelaskan dan memberikan keterangan belaka, atau dapat pula mengembangkan gagasan menjadi luas dan gampang dimengerti. Untuk memberikan kesan supaya paparan lebih jelas, digunakan cara pemeparan (1) identifikasi, (2) perbandingan dan pertentangan, (3) ilustrasi, (4) klasifikasi, (5) analisis, (6) definisi.

Dari contoh hasil percakapan menunjukkan bahwa pedagang lebih sering menggunakan wacana deskripsi dan eksposisi untuk menawarkan dan berinteraksi dengan pengunjung atau pembeli. Hal ini dimaksudkan untuk memperoleh hasil yang maksimal dalam menjual barang yang diperdagangkan. Di pasar wisata Chang Hoo Pandaan ini yang dijual sangat beragam. Terdapat 50 stan pusat oleh-oleh yang terdiri atas 20 stan pusat oleh-oleh yang menjual berbagai makanan seperti keripik, makanan ringan, buah, dan lain-lain. 20 stan yang menjual makanan dan minuman siap saji seperti rawon, lalapan, bakso, rujak, pecel, dan lain sebagainya. Dan 10 stan yang menjual pakaian, souvenir, boneka, dan lain sebagainya.

KESIMPULAN

Dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa bentuk wacana yang digunakan oleh para pedagang di pasar wisata Chang Hoo Pandaan adalah wacana deskripsi dan wacana eksposisi. Wacana ini digunakan oleh para pedagang karena wacana ini bersifat melukiskan dan memaparkan sesuatu, yang dimaksud di sini adalah barang dagangan. Hal ini terbukti dengan adanya percakapan yang menunjukkan bahwa sebagian besar pedagang menggunakan wacana deskripsi dan eksposisi dalam berinteraksi dengan para pembeli. Bentuk wacana ini terbukti mampu meningkatkan daya tarik tersendiri bagi para pengunjung atau pembeli.

DAFTAR PUSTAKA

- Achmad dan Abdullah. 2013. *Linguistik Umum*. Jakarta: Erlangga.
- Bertens. K. 2010. *Pengantar Etika Bisnis*. Yogyakarta: Kanisius.
- Muslich, Masnur. 2014. *Tata Bentuk Bahasa Indonesia: Kajian ke Arah Tata Bahasa Deskriptif*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Rahardi, Kunjana. 2005. *Prakmatik: Kesantunan Imperatif Bahasa Indonesia*. Jakarta: Erlangga.
- Saddhono dan Slamet. 2014. *Pembelajaran Keterampilan Berbahasa Indonesia: Teori dan Aplikasinya*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Winarsih, Suko. 2009. *Linguistik Umum*. Malang: Surya Pena Gemilang.