

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Bahasa adalah alat komunikasi yang digunakan manusia ketika berinteraksi satu dengan lainnya. Pemakaian bahasa untuk kegiatan komunikasi harus disesuaikan dengan situasi dan kondisi tuturan. Pemakaian bahasa yang berbeda akan menciptakan strategi penggunaan bahasa yang berbeda pula. Salah satu bentuk komunikasi adalah percakapan. Pembicaraan atau tuturan dalam suatu percakapan yang terjadi antara penutur dan mitra tutur dapat berbentuk tindak tutur langsung dan tindak tutur tidak langsung. Ilmu yang berkaitan dengan bahasa salah satunya adalah pragmatik. Menurut Yule (dalam Suhartono, 2020:11), pragmatik adalah studi hubungan antara bentuk-bentuk bahasa dan penggunaannya. Bentuk bahasa dalam hal ini mengacu pada tuturan. Oleh karena itu, pragmatik adalah ujaran-ujaran dalam bahasa tertentu yang terjadi ketika penutur dan mitra tutur ingin menyampaikan informasi. Dalam kegiatan sehari-hari, manusia sering berinteraksi dan berkomunikasi untuk menyampaikan informasi yang ingin disampaikan serta memiliki tujuan di dalam kesehariannya. Sudah pasti manusia selalu berkomunikasi karena komunikasi adalah hal yang sering dilakukan dalam masyarakat, dan bahasa yang digunakan sudah pasti beragam.

Pasar adalah salah satu tempat utama untuk interaksi sosial. Wahyuni (2021:1) menyebutkan bahwa pasar berfungsi sebagai lokasi di mana masyarakat melakukan transaksi jual-beli secara langsung. Pengunjung pasar datang dari berbagai latar belakang sosial, dengan tujuan memenuhi kebutuhan sehari-hari. Keberagaman ini memunculkan variasi penggunaan bahasa yang terlihat di pasar. Dalam perdagangan, bahasa memegang peranan penting sebagai media komunikasi antara penjual dan pembeli. Para pedagang sering kali menggunakan bahasa yang ramah dan spontan untuk menarik minat pembeli. Komunikasi yang baik memastikan proses transaksi berjalan lancar dan mencapai tujuan yang diinginkan.

Bertemunya pedagang dan pembeli dalam interaksi jual-beli adalah melakukan penawaran barang. Interaksi tersebut terjadi antara pedagang dan pembeli, yang tentunya memiliki tujuan. Pedagang menggunakan bahasa yang memikat pembelinya dengan tuturan yang meyakinkan mengenai kualitas produk yang dijualnya. Pembeli juga membuat pedagang memberi harga yang lumayan untuk memikat para pembelinya. Sese kali, pedagang akan melakukan tuturan berjanji untuk meyakinkan si pembeli tentang kualitas yang ditawarkan. Tindak tutur ini juga dapat berupa nazar, berjanji untuk memikat hati pembeli. Oleh karena itu, bahasa tuturan yang disampaikan para pedagang berfungsi untuk menawarkan, menazarkan, dan menjanjikan, yang termasuk ke dalam tindak tutur komisif.

Tindak tutur komisif biasanya ditemukan di pasar. Banyak bentuk bahasa komisif antara lain menjanjikan, menawarkan, dan bernazar. Komunikasi tersebut menyampaikan gagasan dari pedagang tentang bagaimana si pedagang meyakinkan pembelinya terhadap pengaruh bahasa komisif dalam mendorong pembeli untuk membeli produk yang dijual oleh si pedagang. Dengan adanya tindak tutur komisif, terjadinya tuturan menjadi lebih efektif. Penuturnya menggunakan tindak tutur secara langsung dan tidak langsung, karena kelangsungan dan keberlangsungan dalam tindak tutur komisif tersebut dimanfaatkan pedagang untuk mendapatkan keuntungan saat transaksi. Dalam hal ini, pedagang mendapatkan kepuasan terhadap apa yang dibeli, dan penjual mendapatkan tambahan pelanggan, sehingga para pembeli semakin yakin untuk membeli. Pedagang menggunakan cara tersebut.

Yule dalam Trisanti (2022: 37) menyatakan bahwa tindak tutur komisif adalah tindak tutur yang dipahami oleh penutur untuk mengikatkan dirinya terhadap tindakan-tindakan di masa yang akan datang. Tindak tutur ini menyatakan apa saja yang dimaksudkan oleh penutur. Pedagang menggunakan bahasa sebagai sarana untuk menyampaikan maksud agar tercapai kesepakatan dalam proses jual beli. Tindak tutur komisif adalah tindakan yang membuat mitra tuturnya yakin dengan apa yang diucapkan oleh penuturnya untuk meyakinkan mitra tuturnya. Peneliti pernah melakukan observasi dan menemukan bahwa

pedagang Induk Cureh menggunakan alasan tersendiri dalam menggunakan tuturan yang dapat memengaruhi minat pembeli. Tuturan yang biasanya sering terjadi adalah menawarkan dan menazarkan. Hal ini dilakukan untuk menarik para pelanggannya agar membeli; contohnya, seorang pedagang yang sama-sama menjual barang dagangan yang serupa tetapi memilih cara tersendiri dan tidak sama dalam menjajakan dagangannya. Terlihat perbedaan dalam menjanjikan barang dengan menggunakan tuturan yang berbeda. Di tempat tersebut, dapat terlihat bahwa tuturan seseorang dapat membawa keuntungan bagi pedagang.

Berdasarkan uraian di atas, alasan peneliti melakukan penelitian tentang "Tindak Tutar Komisif pada Pedagang di Pasar Induk Cureh, Kabupaten Bireuen: Kajian Pragmatik" adalah sebagai berikut. Pertama, peneliti memilih Pasar Induk Cureh karena pasar tersebut adalah pasar utama yang banyak dikunjungi masyarakat untuk melakukan aktivitas jual-beli. Pasar tersebut dibuka setiap hari, sehingga warga lebih sering mengunjungi pasar ini. Dalam wawancara awal yang dilakukan peneliti, data yang ditemukan menunjukkan bahwa lebih kurang ada 350 pengunjung yang mengunjungi Pasar Induk Cureh setiap hari. Oleh sebab itu, pasar ini merupakan pasar utama yang sering dikunjungi oleh masyarakat yang tinggal di sekitar wilayah Kabupaten Bireuen. Kedua, pasar ini juga belum pernah diteliti mengenai tindak tutur komisif, sehingga peneliti dapat mengetahui tindak tutur apa saja yang ada di Pasar Induk Cureh, Kabupaten Bireuen. Ketiga, penelitian ini memfokuskan pada bentuk tindak tutur komisif dan fungsi tindak tutur komisif pada pedagang di Pasar Induk Cureh, Kabupaten Bireuen.

1.2 Identifikasi masalah

Dari beberapa uraian yang dikemukakan maka dapat diidentifikasi masalah sebagai berikut: Fungsi tindak tutur pada pedagang di Pasar Induk Cureh, Kabupaten Bireuen.

1.1 Fokus Masalah

Tindak tutur komisif pada pedagang di pasar Induk Cureh Kabupaten Bireuen.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, rumusan masalah pada penelitian ini adalah bagaimanakah fungsi tindak tutur komisif pada pedagang di Pasar Induk Cureh, Kabupaten Bireuen?

1.3 Tujuan penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, tujuan penelitian ini yaitu: Mendeskripsikan fungsi tindak tutur komisif pada pedagang di Pasar Induk Cureh, Kabupaten Bireuen.

1.4 Manfaat penelitian

a. Manfaat Teoritis

1. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi tambahan wawasan atau ide bagi para pembaca mengenai kajian pragmatik, khususnya tindak tutur komisif.
2. Penelitian ini juga diharapkan bermanfaat untuk kepentingan perkembangan ilmu bahasa di bidang pragmatik, serta berguna bagi pembelajaran bahasa dalam membedakan tuturan komisif dengan tuturan lainnya.
3. Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai acuan dalam penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan kajian pragmatik, terutama yang membahas tentang tindak tutur komisif.

b. Manfaat praktis

1. Bagi peneliti sendiri, penelitian ini dapat memberikan informasi tentang bentuk tindak tutur komisif yang digunakan dalam perdagangan dan kehidupan sehari-hari, khususnya tindak tutur yang digunakan di Pasar Induk Cureh, Kabupaten Bireuen.
2. Bagi mahasiswa Pendidikan Bahasa Indonesia, penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan, wawasan, serta bahan pembelajaran terkait tindak tutur komisif.

3. Bagi peneliti selanjutnya, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi tolak ukur dalam meneliti masalah tentang tindak tutur komisif.