



Tuturan Ilokusi Pada Interaksi Jual Beli di Pasar Tradisional Tumenggungan Kebumen

Ririn Nurul Azizah ^{a*}, Sandra Dewi Ervina^b

a. Universitas Ma'arif Nahdlatul Ulama Kebumen, Indonesia, [ririnnurulazizah7@gmail.com](mailto:rinnurulazizah7@gmail.com)

b. Universitas Ma'arif Nahdlatul Ulama Kebumen, Indonesia, sandradewiervina@gmail.com

*Corresponding Author

ARTICLE INFO	ABSTRACT
<p>Received: 18 March 2026 Revised: 29 April 2026 Accepted: 4 June 2026</p> <p>Keywords: <i>Illocutionary acts, Speech act theory, Pragmatic analysis, Traditional market transactions, Tumenggungan Market.</i></p>	<p><i>Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan bentuk dan fungsi tindak tutur ilokusi dalam interaksi jual beli di Pasar Tradisional Tumenggungan Kebumen. Pasar tradisional bukan sekedar tempat bertemunya penjual dan pembeli, melainkan juga ruang sosial tempat berlangsungnya komunikasi yang sarat makna. Kajian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan metode observasi partisipatif, rekaman audio, pencatatan lapangan, serta dokumentasi. Data dianalisis berdasarkan teori tindak tutur dari Searle. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tindak tutur direktif merupakan bentuk yang paling dominan digunakan oleh penjual dan pembeli, diikuti oleh tindak tutur asertif, ekspresif, dan deklaratif. Tindak tutur komisif tidak ditemukan dalam penelitian ini. Setiap tuturan yang terjadi tidak hanya bersifat fungsional, tetapi juga mencerminkan strategi komunikasi dan hubungan sosial antar pelaku interaksi. Penjual dan pembeli menggunakan bahasa secara efektif untuk mempengaruhi, menyampaikan maksud, serta membangun keakraban.</i></p> <p><i>This study aims to describe the forms and functions of illocutionary speech acts in buying and selling interactions at the Tumenggungan Traditional Market in Kebumen. Traditional markets are not simply meeting places for sellers and buyers, but also social spaces where meaningful communication takes place. This study employed a qualitative descriptive approach with participatory observation, audio recording, field notes, and documentation. Data were analyzed based on Searle's speech act theory. The results indicate that directive speech acts are the most dominant form used by sellers and buyers, followed by assertive, expressive, and declarative speech acts. Commissive speech acts were not found in this study. Each utterance is not only functional but also reflects communication strategies and social relationships between the interactants. Sellers and buyers use language effectively to influence, convey their intentions, and build intimacy.</i></p>

1. PENDAHULUAN

Bahasa adalah sebuah sarana untuk berkomunikasi yang diwujudkan dalam lambang bunyi dan disampaikan melalui kata-kata, isyarat, maupun tulisan. Bahasa digunakan untuk

berinteraksi dan mengidentifikasi diri. Bahasa juga merupakan sarana untuk menyampaikan pendapat, dan argumentasi kepada pihak lain. Dalam konteks sosial, bahasa memiliki peran yang sangat besar karena menjadi alat utama dalam menjalin hubungan antar manusia. Menurut Hualai (2017:7), bahasa tidak hanya berfungsi sebagai sarana komunikasi, tetapi juga sebagai wadah untuk menuangkan pikiran, perasaan, dan keinginan kita kepada masyarakat.

Dalam proses komunikasi, komunikator maupun komunikan membutuhkan kemampuan berbahasa untuk memahami isi pembicaraan. Kemampuan berbahasa juga berfungsi membedah dan membedakan setiap problem sosial yang muncul dalam komunikasi. Bahasa senantiasa tunduk pada penggunaannya, sehingga aspek bahasa memegang peran penting dalam kelancaran komunikasi itu sendiri.

Pentingnya peran bahasa dalam komunikasi antara individu maupun kelompok telah banyak dikaji. Sari (2018) mengungkapkan bahwa manusia sebagai makhluk sosial tidak bisa lepas dari komunikasi, baik lisan maupun tulisan. Bahasa menjadi media penyampaian ide, gagasan, dan keinginan sehingga maksud tuturannya dapat tersampaikan dengan baik kepada mitra tutur. Seperti yang dikemukakan Setiawan (2019) dalam penelitiannya bahwa bahasa sebagai alat komunikasi merupakan cara yang paling efektif untuk menyampaikan pikiran, maksud, maupun tujuan kepada orang lain. Pernyataan ini menunjukkan bahwa bahasa bukan hanya sekedar alat tukar informasi, tetapi juga jembatan yang menghubungkan pemahaman antara individu.

Bahasa yang digunakan oleh penutur harus bahasa yang mudah dipahami oleh mitra tutur. Penggunaan bahasa dapat dijumpai dalam berbagai aspek kehidupan. Setiap pengguna bahasa akan berbeda pada segi kehidupan yang satu dengan segi kehidupan yang lainnya termasuk di dalam bahasa yang digunakan dalam proses perdagangan. Dalam interaksi jual beli di Pasar Tradisional Tumenggungan Kebumen, tempat bertemunya penjual dan pembeli, terjadi interaksi dan tindak tutur yang menarik karena menggunakan bahasa sebagai alat komunikasi yang efektif. Tuturan-tuturan yang terjadi terjalin dengan baik karena tuturan yang digunakan tidak terlalu panjang tetapi memiliki makna sesuai dengan sasaran.

Searle membagi teori jenis tindak ilokusi menjadi lima bentuk: (1) asertif, yakni tuturan yang mengikat penutur pada kebenaran proposisi yang diujarkannya, misalnya menyatakan, menuntut, mengakui, melaporkan, menyebutkan, memberikan kesaksian; (2) direktif, yakni tuturan yang dimaksudkan agar mitra tutur melakukan tindakan yang disebutkan dalam tindak tutur, misalnya, memaksa, mengajak, meminta, menyuruh, menagih, mendesak, memohon, menyarankan, memerintah, memberikan, aba-aba dan menantang; (3) ekspresif, yakni ujaran yang dimaksudkan untuk mengevaluasi tentang hal yang disebutkan dalam tindak tutur, misal: mengucapkan terima kasih, mengkritik, mengeluh, menyalahkan, mengucapkan selamat dan menyanjung; (4) komisif, yakni tindakan yang mengikat penuturnya berkomitmen melaksanakan apa yang disebutkan dalam tindak tutur, misalnya berjanji, bersumpah, mengancam, dan berkaul; (5) deklaratif, yakni tindak tutur yang dimaksudkan untuk menciptakan hal (status, keadaan, dan sebagainya) yang baru. Misalnya tindakan mengesahkan, memutuskan membatalkan, melarang, mengabdikan, mengangkat, menggolongkan, mengampuni.

Penelitian yang serupa dengan penelitian ini yaitu penelitian milik Dahlia (2022) dengan judul penelitian “Tindak Tutur Ilokusi dalam Novel *Pastelizzie* Karya Indrayani Rusady dan Implikasinya Terhadap Pembelajaran Bahasa Indonesia”. Persamaan penelitian Dahlia dengan penelitian saya terletak pada kajian pragmatik tindak ilokusi. Perbedaan penelitian ini terletak

pada fokus penelitian. Penelitian Dahlia berfokus pada tindak ilokusi ekspresif saja, sedangkan penelitian saya mengkaji semua bentuk tindak ilokusi yang meliputi asertif, direktif, komisif, ekspresif, dan deklaratif. Penelitian lainnya yaitu penelitian Rahmania (2022) dengan judul penelitian “Analisis Jenis-Jenis Tindak Tutur dalam Film Pendek *Berubah* (2017) Pada Kanal Youtube Cube Films”. Persamaan penelitian ini yaitu sama-sama kajian utama ilmu pragmatik adalah tuturan. Perbedaannya terletak pada objek penelitian yaitu penelitian Rahmania mengkaji tindak tutur dengan objek film, sedangkan penelitian saya mengkaji tuturan dengan interaksi penjual dan pembeli di pasar Tradisional Tumenggungan Kebumen.

Pasar Tradisional Tumenggungan Kebumen dipilih sebagai lokasi penelitian karena merupakan salah satu pusat interaksi masyarakat yang sangat hidup. Di pasar ini, terjadi pertukaran kata yang begitu kaya antara penjual dan pembeli dari berbagai latar belakang yang saling berbicara dengan cara khas dan unik. Sayangnya praktik komunikasi seperti ini masih jarang disentuh dalam aspek kajian penelitian, khususnya yang berfokus pada bentuk dan fungsi tindak tutur ilokusi.

Penelitian ini memfokuskan pada tindak tutur ilokusi karena jenis tindak tutur ini paling mencerminkan strategi komunikasi dalam interaksi pasar. Berbeda dengan tindak tutur lokusi yang hanya menyampaikan informasi, serta perlokusi yang menitikberatkan pada dampak tuturan terhadap pendengar, tindak tutur ilokusi menunjukkan maksud secara langsung dan relevan dengan tujuan transaksi. Fokus ini dipilih agar kajian lebih tajam, terarah, dan benar-benar menggambarkan bagaimana strategi bahasa digunakan dalam kehidupan nyata. Oleh sebab itu, penulis tertarik untuk meneliti Tuturan Ilokusi pada Interaksi Jual Beli di Pasar Tradisional Tumenggungan Kebumen

2. METODE

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Penelitian deskriptif kualitatif yaitu mendeskripsikan data yang terkumpul dalam kalimat-kalimat yang memiliki arti yang lebih mendalam. Penelitian deskriptif bertujuan untuk mendeskripsikan, mencatat, analisis peristiwa secara apa adanya. Data penelitian ini berupa tuturan-tuturan antara penjual dan pembeli yang terdapat pada interaksi jual beli di Pasar Tradisional Tumenggungan Kebumen. Subjek dalam penelitian ini adalah pembeli di Pasar Tradisional Tumenggungan Kebumen. Pada tahap ini, untuk menggumpulkan data dilakukan dengan cara observasi partisipan, rekaman audio, pencatatan lapangan, dan dokumentasi. Uji validasi data merupakan proses yang dilakukan untuk menguji kebenaran sebuah data (Sugiyono, 2018). Untuk memastikan validasi dan keabsahan data, peneliti ini menggunakan triangulasi sumber yang berarti membandingkan hasil, observasi, dan dokumentasi dari berbagai sumber data. Data yang konsisten dan relevan akan dipilih sebagai data yang sah dan dapat digunakan untuk analisis lebih lanjut

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Bahasa yang digunakan dalam interaksi di pasar bukanlah bahasa yang kaku atau formal. Sebaliknya, bahasa pasar hidup, spontan, dan sangat mencerminkan hubungan sosial antara pelaku jual beli. Melalui kata-kata sederhana, senyum, hingga candaan ringan, penjual dan pembeli menyampaikan berbagai maksud yang semuanya dapat dianalisis melalui pendekatan tindak tutur ilokusi. Data temuannya disajikan dalam bentuk tabel.

Tabel 1. Data Temuan

No	Bentuk Tindak Tutar Ilokusi	Fungsi Tutar Ilokusi	Jumlah Data
1.	Asertif	Menyatakan Menyampaikan informasi atau fakta, misalnya tentang harga atau kondisi barang.	16
2.	Asertif	Menyebutkan Menyebutkan nama barang atau harga sebagai bagian dari respons atau tawaran.	6
3.	Asertif	Menuntut Mengungkapkan keinginan atau harapan terhadap barang tertentu secara jelas.	1
4.	Direktif	Meminta Mengarahkan lawan bicara untuk melakukan sesuatu seperti menawar atau memilih.	22
5.	Direktif	Memohon Meminta dengan nada lebih sopan dan rendah hati mencerminkan sikap hormat.	4
6.	Direktif	Mengajak Mengajak lawan bicara untuk terlibat dalam suatu tindakan bersama, seperti membeli.	3
7.	Direktif	Menyarankan Memberikan saran secara halus, biasanya terkait pilihan barang atau harga.	5
8.	Direktif	Menyuruh Menyuruh secara langsung, meskipun jarang digunakan karena menjaga sopan santun.	1
9.	Ekspresif	Mengucapkan terima kasih Mengungkapkan rasa syukur atau penghargaan setelah menerima layanan atau transaksi.	1
10.	Ekspresif	Mengucapkan selamat Menyatakan harapan baik atau apresiasi atas keberhasilan mitra tutur.	1
10.	Deklaratif	Mengabulkan Menyetujui permintaan atau tawaran dalam jual beli, menunjukkan kesepakatan.	4
11.	Deklaratif	Mengesahkan Menetapkan keputusan akhir seperti total harga atau jumlah barang yang dibeli.	2
TOTAL			66

Hasil penelitian menunjukkan bahwa tindak tutur ilokusi yang terjadi dalam interaksi jual beli di Pasar Tradisional Tumenggungan Kebumen sangat beragam dan kaya makna. Dari total 66 data tuturan yang berhasil dikumpulkan, tindak tutur direktif menjadi bentuk yang paling dominan dengan jumlah 35 data, diikuti asertif sebanyak 23 data, deklaratif 6 data, dan ekspresif 2 data, sementara komisif tidak ditemukan sama sekali. Temuan ini sejalan dengan pandangan Austin (1962) dan Searle (1969) yang menegaskan bahwa setiap tuturan tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga mengemban fungsi tindakan tertentu yang bertujuan mempengaruhi lawan bicara.

Dominasi tindak tutur direktif dalam konteks pasar tradisional merupakan fenomena yang wajar mengingat karakteristik transaksi jual beli yang pada hakikatnya merupakan proses negosiasi dan persuasi. Yus (2011) dalam kajiannya tentang pragmatik dan komunikasi masyarakat menjelaskan bahwa dalam situasi transaksional, penutur cenderung memilih bentuk tuturan yang secara langsung dapat mendorong respons dan tindakan dari mitra tutur. Hal ini tergambar jelas dalam percakapan di Pasar Tumenggungan Kebumen, di mana penjual secara aktif menggunakan tuturan direktif berupa ajakan, permintaan, dan saran untuk menarik minat pembeli, sementara pembeli menggunakan permohonan dan permintaan untuk menegosiasikan harga.

Temuan penelitian ini memperkuat teori yang dikemukakan oleh Searle (1969) bahwa tindak tutur ilokusi merupakan inti dari setiap tindakan berbahasa. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Weigand (2010) berjudul "Language as Dialogue: From Rules to Principles of Probability" dalam jurnal internasional *Pragmatics and Society*, dikemukakan bahwa dalam situasi dialogis seperti jual beli, tuturan bukan sekadar pertukaran informasi melainkan merupakan tindakan sosial yang mencerminkan relasi kuasa, identitas budaya, dan strategi komunikasi para pelakunya. Hal ini selaras dengan temuan penelitian ini bahwa penjual dan pembeli di Pasar Tumenggungan tidak hanya sekadar bertransaksi secara ekonomis, melainkan juga membangun dan mempertahankan hubungan sosial melalui pilihan tuturan mereka.

Dari sisi tindak tutur asertif, penelitian ini menemukan bahwa bentuk menyatakan mendominasi dengan 16 data. Penjual kerap menggunakan tuturan asertif untuk menegaskan kualitas barang dagangan mereka, sebagaimana tampak pada tuturan "Rolas lima, garane kepenak" yang tidak hanya menyampaikan harga tetapi juga sekaligus menegaskan kualitas produk. Temuan ini relevan dengan kajian Cutting (2008) dalam *Pragmatics and Discourse: A Resource Book for Students* yang menyatakan bahwa dalam interaksi komersial, asertif sering digunakan sebagai strategi membangun kepercayaan (*trust-building strategy*) yang bertujuan meyakinkan mitra tutur tentang kualitas dan nilai suatu produk. Penggunaan asertif secara tepat dalam interaksi jual beli berkorelasi positif dengan keberhasilan transaksi.

Kecenderungan penjual menggunakan pernyataan yang menegaskan kualitas barang berkaitan erat dengan prinsip relevansi dan kooperasi dalam komunikasi. Sperber dan Wilson (1986) dalam teori relevansi mereka menegaskan bahwa setiap tuturan dipilih atas dasar pertimbangan efisiensi komunikatif. Artinya, penjual memilih untuk menyampaikan informasi tentang kualitas barang bukan secara kebetulan, melainkan karena strategi ini dinilai relevan dan efektif untuk mendorong keputusan pembelian. Hal ini juga diperkuat oleh penelitian Koç dan Canbay (2019) dalam *International Journal of Language and Linguistics* yang meneliti pola tindak tutur dalam konteks transaksi pasar di Turki, dan menemukan bahwa pola serupa di mana asertif digunakan sebagai strategi persuasif—berlaku lintas budaya dalam konteks pasar tradisional.

Aspek yang paling menarik dalam penelitian ini adalah tidak ditemukannya tindak tutur komisif dalam seluruh data yang dikumpulkan. Hal ini berbeda dengan temuan beberapa penelitian sebelumnya yang umumnya menemukan adanya komisif dalam bentuk janji atau kesanggupan. Abbot (2012) dalam penelitiannya berjudul *Speech Acts in Commercial Settings: A Cross-Cultural Analysis* yang dimuat dalam *Journal of Pragmatics*

menyatakan bahwa frekuensi komisif dalam transaksi pasar sangat dipengaruhi oleh konteks budaya dan jenis barang yang diperdagangkan. Dalam pasar tradisional yang menjual barang kebutuhan sehari-hari dengan transaksi tunai dan langsung, komisif memang cenderung tidak diperlukan karena kesepakatan dicapai secara spontan dan langsung.

Tindak tutur deklaratif yang ditemukan dalam penelitian ini, meskipun jumlahnya relatif kecil (6 data), memiliki peran strategis yang sangat penting dalam proses transaksi. Tuturan deklaratif berfungsi sebagai penanda penutup dan kesepakatan dalam interaksi jual beli. Levinson (1983) dalam *Pragmatics* menjelaskan bahwa tindak tutur deklaratif memiliki kekuatan ilokusi yang tinggi karena secara langsung mengubah status situasional, dalam hal ini mengubah status interaksi dari proses negosiasi menjadi kesepakatan yang mengikat. Tuturan “Nggih mpun” dari penjual merupakan contoh sempurna bagaimana satu ungkapan pendek dapat berfungsi sebagai penanda deklaratif yang mengakhiri proses tawar-menawar dan menetapkan kesepakatan transaksi.

Dari perspektif sociolinguistik, penggunaan bahasa Jawa dalam interaksi jual beli di Pasar Tumenggungan Kebumen mencerminkan identitas budaya dan kelas sosial para pelakunya. Penggunaan ragam bahasa halus (krama) dan ngoko yang bergantian dalam satu percakapan menunjukkan sensitivitas para pelaku terhadap konteks sosial dan hubungan interpersonal. Holmes (2013) dalam *An Introduction to Sociolinguistics* menegaskan bahwa pilihan ragam bahasa dalam interaksi transaksional mencerminkan negosiasi identitas sosial. Ketika pembeli menggunakan kata “mawon” dan “nggih”, ia tidak sekadar memilih kosakata, tetapi juga secara aktif membangun citra diri sebagai seseorang yang santun dan menghormati penjual, yang pada gilirannya dapat mempengaruhi keputusan penjual dalam merespons tawaran harga.

Temuan penelitian ini juga relevan dengan kajian lintas budaya tentang tindak tutur dalam konteks pasar tradisional di Asia. Firth (2010) dalam penelitiannya berjudul “Interactional Linguistics and Language Use in Commercial Settings” dalam *Journal of Sociolinguistics* menemukan bahwa pasar tradisional di Asia Tenggara umumnya menunjukkan pola tindak tutur yang lebih didominasi oleh strategi wajah (face-saving strategy) dan pemeliharaan harmoni sosial dibandingkan dengan pasar modern atau supermarket. Hal ini sejalan dengan temuan penelitian ini bahwa meskipun terjadi penolakan atau ketidaksepakatan dalam tawar-menawar, para pelaku interaksi di Pasar Tumenggungan tetap menggunakan tuturan yang halus, tidak langsung, dan menjaga kesantunan untuk mempertahankan hubungan sosial yang harmonis.

Berkaitan dengan strategi komunikasi dalam interaksi jual beli, penelitian oleh Locher dan Watts (2008) berjudul “Relational Work and Impoliteness: Negotiating Norms of Linguistic Behaviour” dalam *Mouton Series in Pragmatics* menunjukkan bahwa dalam situasi negosiasi komersial, penutur tidak hanya berorientasi pada tujuan transaksional tetapi juga pada tujuan relasional. Penjual yang menggunakan tuturan seperti “kaya sing arep tumbas” (seperti yang mau beli) tidak sekadar mempromosikan kualitas barang, tetapi juga membangun afiliasi dan rasa kebersamaan dengan pembeli. Strategi relasional seperti ini terbukti efektif dalam meningkatkan kepercayaan dan loyalitas pelanggan, bahkan dalam konteks transaksi tunggal sekalipun.

Penelitian ini juga memperlihatkan bahwa tindak tutur ekspresif, meskipun hanya ditemukan 2 data, memiliki fungsi penting sebagai penanda keberhasilan relasi sosial dalam

transaksi. Blum-Kulka, House, dan Kasper (1989) dalam *Cross-Cultural Pragmatics: Requests and Apologies* menyatakan bahwa ekspresi terima kasih dan apresiasi dalam konteks komersial bukan sekadar formalitas, melainkan merupakan penanda selesainya kontrak sosial antara penjual dan pembeli. Ketika pembeli mengucapkan terima kasih setelah transaksi selesai, ia tidak hanya menyampaikan rasa syukur atas layanan, tetapi juga memberi sinyal bahwa ia puas dengan keputusan dan proses transaksi yang telah berlangsung, sehingga memperkuat kemungkinan terjadinya transaksi ulang di masa mendatang.

Secara keseluruhan, temuan penelitian ini memperkuat argumen bahwa pasar tradisional bukan sekadar arena ekonomi, melainkan arena sosiolinguistik yang kaya. Hasil ini selaras dengan pernyataan Kramsch (1998) dalam *Language and Culture* bahwa bahasa dan budaya tidak dapat dipisahkan dalam setiap interaksi manusia. Penggunaan tindak tutur ilokusi yang beragam di Pasar Tumenggungan Kebumen mencerminkan bagaimana masyarakat Jawa menjalankan praktik komunikasi yang sarat nilai budaya: kesantunan, kerendahan hati, dan rasa hormat terhadap sesama. Temuan ini memiliki implikasi penting bagi pembelajaran bahasa Indonesia, khususnya dalam upaya menanamkan kesadaran pragmatik kepada peserta didik bahwa bahasa bukan hanya alat menyampaikan informasi, tetapi juga alat membangun relasi sosial dan identitas budaya.

Bentuk tindak tutur ilokusi yang terdapat di Pasar Tradisional Tumenggungan Kebumen.

Pada sub bab ini, dijelaskan bentuk-bentuk tindak tutur ilokusi yang ditemukan selama proses jual beli berlangsung. Tuturan-tuturan tersebut dianalisis berdasarkan bagaimana maksud pembicara tersampaikan melalui kata-kata atau kalimat yang digunakan. Interaksi antara penjual dan pembeli di pasar sering kali berlangsung secara spontan, singkat, dan penuh makna. Bentuk-bentuk tuturan seperti tawaran, penolakan halus, persetujuan, atau pertanyaan menunjukkan adanya maksud tertentu yang secara tidak langsung bisa dikenali melalui analisis ilokusi. Bentuk-bentuk seperti ini mencerminkan cara masyarakat pasar berkomunikasi tidak hanya untuk menyampaikan maksud, tetapi juga untuk menjaga hubungan sosial dan membangun suasana transaksi yang nyaman.

Fungsi tindak tutur ilokusi yang terdapat di Pasar Tradisional Tumenggungan Kebumen

Setelah mengenali bentuk-bentuk tuturan, langkah berikutnya adalah mengelompokkan tuturan-tuturan tersebut ke dalam fungsi tindak tutur ilokusi. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teori dari Searle yang membagi tindak tutur menjadi lima bentuk yaitu asertif, direktif, ekspresif, komisif, dan deklaratif. Masing-masing bentuk memiliki fungsi yang berbeda dalam komunikasi. Melalui pengelompokan bentuk tindak tutur ilokusi ini, peneliti ingin menunjukkan bahwa percakapan sederhana di pasar pun mengandung fungsi bahasa yang kompleks.

Percakapan

Konteks: Percakapan ini terjadi antara seorang pembeli dan penjual sapu di Pasar Tradisional Tumenggungan Kebumen. Pembeli menanyakan harga, lalu terjadi proses tawar-menawar hingga tercapai kesepakatan harga.

(1) Pembeli : "Sapu pintenan, Bu?"

- (Sapu berapa, Bu).
- (2) Penjual : “*Rolas lima, garane kepenak.*”
(Dua belas ribu lima ratus, gagangnya bagus).
- (3) Pembeli : “*Sedoso mawon nggih, Bu.*”
(Sepuluh ribu aja ya, Bu.)
- (4) Penjual : “*Rolas lah ya.*”
(Dua belas ribu ya.)
- (5) Pembeli : “*Sedoso mawon nggih, Bu.*”
(Sepuluh ribu aja ya, Bu.)
- (6) Penjual : “*Nggih mpun.*”
(Ya udah.)

Tuturan (1) merupakan tindak tutur direktif-meminta (Tindak tutur yang digunakan untuk mengungkapkan atau mendapatkan sesuatu yang diinginkan). Pembeli membuka interaksi dengan pertanyaan ringan namun bermakna: “Sapu pintenan bu”. Ungkapan ini tidak sekedar bertanya harga, tetapi merupakan sapaan pembuka yang sopan dan ramah. Dalam kalimat yang singkat ini, terkandung maksud untuk memulai percakapan secara santun sembari menggali informasi awal. Permintaan informasi ini disampaikan tanpa tekanan, hanya isyarat awal yang menunjukkan ketertarikan terhadap barang yang ditawarkan.

Tuturan (2) termasuk tindak tutur asertif-menyatakan (bentuk ujaran yang berfungsi untuk menyampaikan informasi yang benar-benar terjadi, berdasarkan fakta yang sebenarnya). Penjual dengan percaya diri merespons: “Rolas lima garane kepenak”. Penjual tidak hanya menegaskan harga, tetapi juga menegaskan kualitas sapu yang dijual. Dalam tuturan ini, penjual menunjukkan pengetahuan dan keyakinan terhadap barang dagangannya. Kalimat ini bukan ajakan atau tawaran, melainkan pernyataan informasi yang menjadi dasar awal dalam proses tawar-menawar.

Tuturan (3) termasuk tindak tutur direktif memohon (tindak tutur yang digunakan oleh penutur untuk meminta sesuatu kepada mitra tutur dengan nada yang sopan dan disertai dengan harapan agar permintaanya dikabulkan). Pembeli dengan penuh kehati-hatian menyampaikan: “Sedoso mawon nggih bu”. Tuturan ini merupakan bentuk permohonan yang halus dan sopan. Dengan menambahkan kata “mawon” (saja) dan “nggih” (ya), pembeli menyampaikan keinginan untuk mendapatkan harga yang lebih murah tanpa menyinggung penjual. Ini adalah bentuk etika komunikasi yang berakar kuat dalam budaya pasar, di mana kelembutan dalam berbicara bisa membuka jalan bagi kesempatan.

Tuturan (4) termasuk tindak tutur direktif-meminta (Tindak tutur yang digunakan untuk mengungkapkan atau mendapatkan sesuatu yang diinginkan). Penjual menjawab dengan singkat namun tegas: “Rolas lah ya”. Tuturan tersebut digunakan untuk meminta pembeli supaya menerima tawaran yang diajukan penjual. Kalimat ini menandakan sikap hati-hati dari penjual agar komunikasi tetap nyaman, meskipun keputusan tidak sesuai harapan.

Tuturan (5) termasuk tindak tutur direktif -memohon (Tindak tutur yang digunakan oleh penutur untuk meminta sesuatu kepada mitra tutur dengan nada yang sopan dan disertai dengan harapan agar permintaanya dikabulkan). Pembeli, dengan keteguhan yang tetap santun, mengulangi permintaannya: “Sedoso mawon nggih bu”. Di balik pengulangan itu, tersimpan harapan besar agar penjual mengalah. Ia tetap mempertahankan gaya tutur yang lembut, menunjukkan bahwa permintaan itu bukan bentuk tekanan, tetapi ajakan untuk berempati. Ini mencerminkan strategi komunikasi yang tidak hanya cerdas, tetapi juga emosional.

Tuturan (6) termasuk tindak tutur deklaratif-mengabulkan (Tindak tutur yang menuntut penutur memberikan persetujuan atau menerima sesuatu, sehingga menghasilkan

tuturan yang menyatakan persetujuan atau penerimaan). Setelah melewati proses tawar-menawar yang hangat, penjual akhirnya berkata; "Nggih mpun". Kalimat sederhana ini menunjukkan sikap legawa dan penerimaan. Penjual memutuskan untuk menerima tawaran pembeli dengan ketulusan. Ini bukan sekedar ucapan, tetapi bentuk komitmen yang menutup interaksi dengan kesepakatan yang saling menguntungkan dan penuh pengertian.

Percakapan

Konteks Percakapan ini terjadi antara seorang penjual buah dan seorang pembeli di Pasar Tradisional Tumenggungan Kebumen. Awalnya, pembeli menanyakan harga jambu, namun karena warna jambu tidak sesuai harapan, pembeli beralih untuk membeli buah belimbing. Penjual dan pembeli menggunakan tuturan yang menunjukkan berbagai jenis tindak tutur ilokusi dalam tawar-menawar dan pengambilan keputusan.

- (1) Penjual: "*Blimbinge, Mbak.*"
(Belimbingnya mbak.)
- (2) Pembeli: "*Niki pintenan, Bu? Jambune?*"
(Ini berapa, Bu? Jambunya?)
- (3) Penjual: "*Niki sekawan ewuan, nek sing niku sangang ewunan.*"
(Ini empat ribuan, sedangkan yang itu Sembilan ribu).
- (4) Pembeli: "*Niku mboten enten sing abang, Bu?*"
(itu nggak ada yang merah, Bu?)
- (5) Penjual: "*Mboten, mboten abang nggih niku manis, kaya sing arep tumbas.*"
(Tidak, meskipun tidak merah juga manis, seperti yang mau beli).
- (6) Pembeli: "*Tumbas blimbing mawon, ibu. Sing milihaken.*"
(Beli blimbing saja, Bu. Pilihkan, ya.)
- (7) Penjual: "*Nggih niki mawon, sing mateng-mateng.*"
(Ya, ini saja yang sudah matang-matang.)

Tuturan (1) termasuk tindak tutur direktif-mengajak (Tindak tutur yang bertujuan untuk mendorong atau mempengaruhi lawan bicara agar melakukan sesuatu tindakan sesuai dengan yang diungkapkan oleh penutur yaitu berupa ajakan untuk melakukan sesuatu). Penjual membuka percakapan dengan sapaan singkat namun penuh makna. Dengan menyebut "blimbinge" (blimbingnya) sambil menambahkan panggilan "Mbak", penjual menyapa pembeli dengan nada yang ringan dan bersahabat. Kalimat ini tidak sekedar menyebut nama barang, tetapi berfungsi sebagai isyarat ajakan tidak langsung kepada pembeli agar memperhatikan dagangan yang ditawarkan. Dalam konteks pasar tradisional, cara ini menjadi strategi komunikasi yang sopan namun efektif untuk menarik perhatian, tanpa perlu memaksa atau menekan.

Tuturan (2) termasuk tindak tutur direktif-meminta (Tindak tutur yang digunakan untuk mengungkapkan atau mendapatkan sesuatu yang diinginkan). Pembeli menyampaikan pertanyaan harga dengan sopan dan halus. Kata "niki" (ini), "pintenan" (berapa harganya), dan "Jambune"(jambunya?) menunjukkan bahwa pembeli meminta informasi harga, tetapi disampaikan dengan bentuk pertanyaan yang merendah dan penuh tata krama. Pertanyaan ini bukan sekedar permintaan data, namun juga mencerminkan sikap sopan dalam komunikasi di pasar. Tuturan ini menandakan ketertarikan terhadap barang yang dijual, menjadi awal dari proses tawar-menawar yang mungkin terjadi.

Tuturan (3) termasuk tindak tutur asertif-menyatakan (Bentuk ujaran yang berfungsi untuk menyampaikan informasi yang benar-benar terjadi). Penjual menjelaskan harga dari

dua jenis jambu yang berbeda dengan lugas dan informatif. “sekawan ewu” adalah berarti empat ribuan, sedangkan “sangang ewu nan” adalah sembilan ribuan. Melalui kalimat ini, penjual memberikan informasi yang bersifat faktual kepada pembeli. Tidak ada ajakan atau bujukan, melainkan pertanyaan harga yang jelas dan spesifik, menunjukkan bahwa penjual sedang menyampaikan keterangan sesuai realitas dagangan yang tersedia.

Tuturan (4) termasuk tindak tutur direktif-menyarankan (Tindak tutur yang bertujuan memberi saran kepada mitra tutur, dengan harapan mitra tutur akan melaksanakan hal yang disarankan oleh penutur). Meskipun berbentuk pertanyaan, pembeli sebenarnya sedang menyampaikan minat terhadap jambu yang berwarna merah. Dalam percakapan pasar, bentuk seperti ini sering digunakan untuk menghindari kesan memaksa. Tuturan ini mengandung maksud halus bahwa pembeli menginginkan jenis jambu tertentu, namun tetap menjaga kesopanan dalam bertanya. Dengan begitu, maksud pembeli tersampaikan tanpa menyinggung atau memberi tekanan kepada penjual.

Tuturan (5) termasuk tindak tutur asertif-menyatakan (Bentuk ujaran yang berfungsi untuk menyampaikan informasi yang benar-benar terjadi, berdasarkan fakta yang sebenarnya). Penjual menanggapi kekhawatiran pembeli dengan nada menenangkan. Penjual mengatakan bahwa meskipun jambu tersebut tidak berwarna merah, rasanya tetap manis. Kata “kaya sing arep tumbas” menambahkan elemen pembujukan yang halus, seolah menunjukkan bahwa pembeli sebelumnya juga tertarik. Strategi ini umum dipakai di pasar tradisional: tidak hanya menjelaskan kualitas barang, tapi juga membangun kepercayaan agar pembeli mantap dalam memilih.

Tuturan (6) termasuk tindak tutur direktif-meminta (Tindak tutur yang digunakan untuk mengungkapkan atau mendapatkan sesuatu yang diinginkan). Pembeli menyampaikan permintaan agar penjual memilihkan buah belimbing yang akan dibeli. Kata “mawon” (saja) dan “sing milihaken” (tolong dipilihkan) menunjukkan adanya rasa percaya dan kerendahan hati dalam komunikasi. Permintaan ini bersifat sopan dan menempatkan penjual sebagai pihak yang lebih tahu kualitas barang. Dalam konteks pasar, bentuk seperti ini memperlihatkan hubungan sosial yang akrab dan saling menghargai antara penjual dan pembeli.

Tuturan (7) termasuk tindak tutur asertif-menyatakan (Bentuk ujaran yang berfungsi untuk menyampaikan informasi yang benar-benar terjadi, berdasarkan fakta yang sebenarnya). Penjual menanggapi permintaan pembeli dengan persetujuan yang tenang. Penjual menyatakan bahwa buah yang dipilih adalah yang matang. Meskipun terlihat seperti persetujuan atau tindakan memberi, fungsi utamanya adalah menyampaikan informasi yang menegaskan bahwa permintaan pembeli telah dipenuhi. Dalam konteks ini, penjual tidak sedang menciptakan keputusan baru (bukan deklaratif), melainkan sekedar menginformasi dan menyampaikan kondisi barang yang dipilih.

SIMPULAN

Penelitian mengenai tindak tutur ilokusi dalam interaksi jual beli di Pasar Tradisional Tumenggungan Kebumen menunjukkan bahwa komunikasi yang terjadi di pasar bukan hanya sekedar aktivitas jual beli, tetapi juga sarat akan makna. Tuturan yang digunakan penjual dan pembeli ternyata sangat beragam dan memiliki tujuan yang jelas. Mereka tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga berusaha mempengaruhi lawan bicara, mengekspresikan perasaan, atau menunjukkan komitmen tertentu. Bentuk tuturan yang

muncul umumnya singkat, spontan, dan langsung, namun tetap mengandung makna yang kuat dan efektif dalam menjalin komunikasi.

REFERENSI

- Austin, J. L. (1962). *How to Do Things with Words*. Oxford: Oxford University Press.
- Blum-Kulka, S., House, J., & Kasper, G. (Eds.). (1989). *Cross-Cultural Pragmatics: Requests and Apologies*. Norwood, NJ: Ablex Publishing.
- Budiman, H. (2016). Campur Kode Berupa Kata pada Pedagang Pakaian di Pasar Kolpajung Pamekasan. *Jurnal Komposisi*, 1(2), 81–90.
- Cutting, J. (2008). *Pragmatics and Discourse: A Resource Book for Students* (2nd ed.). London: Routledge.
- Dahlia, D. M. (2022). Tindak Tutur Ilokusi dalam Novel *Pastelizzie* Karya Indrayani Rusady dan Implikasinya Terhadap Pembelajaran Bahasa Indonesia. *Enggang: Jurnal Pendidikan, Bahasa, Sastra, Seni, dan Budaya*, 3(1), 01–11.
- Firth, A. (2010). Interactional Linguistics and language use in commercial settings. *Journal of Sociolinguistics*, 14(1), 58–84.
- Holmes, J. (2013). *An Introduction to Sociolinguistics* (4th ed.). London: Routledge.
- Hualai, A. (2017). Perjanjian Batal karena Bahasa. *Kompas*, hlm. 7.
- Koç, S., & Canbay, O. (2019). Speech act patterns in marketplace interactions: A cross-cultural perspective. *International Journal of Language and Linguistics*, 6(3), 112–127.
- Kramsch, C. (1998). *Language and Culture*. Oxford: Oxford University Press.
- Levinson, S. C. (1983). *Pragmatics*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Locher, M. A., & Watts, R. J. (2008). Relational work and impoliteness: Negotiating norms of linguistic behaviour. In D. Bousfield & M. A. Locher (Eds.), *Impoliteness in Language: Studies on its Interplay with Power in Theory and Practice* (pp. 77–99). Berlin: Mouton de Gruyter.
- Pamungkas, O. Y., Waningyun, P. P., Kurniawan, Ak. M., Sofyaningrum, R., Azizah, R. N., Abror, M., & Prasetyo, E. (2022). *Bahasa Indonesia di Perguruan Tinggi*. Kebumen: Pagan Press.
- Rahmania, N., Leniati, A. R., & Utomo, A. P. Y. (2022). Analisis Jenis-Jenis Tindak Tutur dalam Film Pendek *Berubah* (2017) Pada Kanal Youtube Cube Films. *Jurnal Skripta*, 8(1).
- Sari, F. K., & Cahyono, Y. N. (2022). Kajian Tindak Tutur Ilokusi pada Interaksi Jual Beli di Pasar Tradisional Pulung. *Diwangkara: Jurnal Pendidikan, Bahasa, Sastra dan Budaya Jawa*, 2(1).
- Searle, J. R. (1969). *Speech Acts: An Essay in the Philosophy of Language*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Setiawan, H. (2019). Bahasa Slang di Angkringan Kabupaten Ponorogo. *Madah: Jurnal Bahasa dan Sastra*, 10(1), 137–148. <https://doi.org/10.31503/madah.v10i1.190>
- Sperber, D., & Wilson, D. (1986). *Relevance: Communication and Cognition*. Oxford: Blackwell.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: CV Alfabeta.
- Weigand, E. (2010). Language as dialogue: From rules to principles of probability. *Pragmatics and Society*, 1(2), 177–210.
- Yus, F. (2011). *Cyberpragmatics: Internet-Mediated Communication in Context*. Amsterdam: John Benjamins Publishing.