

**POLA STRATEGI KESANTUNAN DALAM INTERAKSI PERDAGANGAN  
DI WARUNG TRADISIONAL**  
*(Politeness Strategy Patterns in Trade Interactions in Traditional Stalls)*

**Anak Agung Ayu Dian Andriyani, Yusuf Muflikh Raharjo, & I Gusti Ayu Vina  
Widiadnya Putri**  
**Universitas Mahasaraswati Denpasar**  
**Jl. Kamboja No.11A, Dangin Puri Kangin, Kec. Denpasar Utara, Kota Denpasar,  
Bali, Indonesia**  
**Pos-el: agungdianjepang@unmas.ac.id**  
(Diterima: 31 Agustus 2021; Direvisi: 8 Februari 2023; Disetujui: 11 April 2023)

**Abstract**

*This study aims to find politeness strategy patterns in Trade Interactions in Traditional Stalls in the interaction between sellers and buyers in traditional stalls. This study used a qualitative descriptive method, a pragmatic equivalent approach by paying attention to the context of the situation in each dialogue that occurs in traditional stalls in Denpasar City and Badung Regency. The method used in this study is the observation method with data collection techniques, namely, recording, listening, and taking notes, as well as interviewing traders. The results showed that there were implementations of positive and negative politeness strategies. Although traders prefer silence, there is no interaction by speaking verbally, when serving consumers, nonverbal interactions occur between speech participants. However, it does not reduce the value of politeness and the form of service from the seller to the buyer. This is due to the same background knowledge among the speech participants and the crowded context of the situation so that buyers understand this condition. Interactions in the trading domain in traditional stores predominantly use short, concise, straightforward speech, and when the shop is crowded, buyers speak more dominantly than sellers. This study implies that the politeness strategy used by the seller to the buyer is largely determined by the context of the situation when the interaction occurs. Although the speech is short, the service is fast, and according to the wishes of consumers, buying and selling interactions can run harmoniously. The contribution of this study can add to the treasures in the study of linguistic politeness. In addition, it is a guideline for language learners that the context of the situation has an important role in determining language politeness strategies.*

**Keywords:** *pragmatics, politeness strategy, traditional stalls, sellers and buyers*

**Abstrak**

*Penelitian ini bertujuan untuk menemukan pola strategi kesantunan dalam interaksi perdagangan di warung tradisional pola kesantunan berbahasa pada interaksi antara penjual dan pembeli di warung tradisional. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif, pendekatan padan pragmatik dengan memperhatikan konteks situasi dalam setiap dialog yang terjadi di warung tradisional di Kota Denpasar dan Kabupaten Badung. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode observasi dengan teknik pengumpulan data yaitu, merekam, menyimak dan mencatat, serta mewawancarai para pedagang. Hasil penelitian menunjukkan adanya implementasi dari strategi kesantunan positif dan negatif. Meskipun pedagang lebih banyak memilih diam tidak terjadi interaksi dengan menuturkan secara lisan, ketika melayani konsumen, tetapi terjadi interaksi secara nonverbal di antara peserta tutur. Meskipun demikian, tidak mengurangi nilai kesantunan dan wujud pelayanan dari penjual kepada pembeli. Hal ini disebabkan oleh background knowledge di antara peserta tutur sama dan konteks situasi ramai sehingga pembeli memaklumi kondisi ini. Interaksi dalam domain perdagangan di warung tradisional secara dominan menggunakan tuturan pendek, singkat, tidak bertele-tele, dan ketika warung dalam kondisi ramai, pembeli lebih dominan bertutur dibandingkan penjual. Penelitian ini memberikan implikasi bahwa strategi kesantunan yang digunakan penjual kepada pembeli sangat ditentukan oleh konteks situasi saat terjadinya*

interaksi. Meskipun tuturan singkat, tetapi pelayanan yang cepat sesuai keinginan konsumen interaksi jual beli dapat berjalan harmonis. Adapun kontribusi dari hasil penelitian ini dapat menambah khazanah dalam kajian kesantunan berbahasa. Di samping itu, menjadikan suatu pedoman bagi pembelajar bahasa bahwa konteks situasi memiliki peran penting dalam menentukan strategi kesantunan berbahasa.

**Kata-kata kunci:** pragmatik, strategi kesantunan, warung tradisional, penjual dan pembeli

---

DOI: 10.26499/jk.v19i1.3986

**How to cite:** Adriyani, A.A.A. Dian dkk. (2023). Pola Strategi Kesantunan dalam Interaksi Perdagangan di Warung Tradisional. *Kandai*, 19(1), 77—90 (DOI: 10.26499/jk.v19i1.3986)

---

## PENDAHULUAN

Warung tradisional menjadi sebuah pilihan yang dekat dengan masyarakat Indonesia yang masih menginginkan kepraktisan dan tentu saja harga yang terjangkau. Warung tradisional menawarkan berbagai jenis, makanan, minuman, kebutuhan rumah tangga, dan lain-lain yang masih menggunakan sistem pembayaran secara tradisional atau disebut dengan istilah sistem tawar-menawar.

Warung tradisional menjadi tempat interaksi antara penjual dan pembeli. Interaksi tersebut tentu saja mengarah pada komunikasi yang terjalin ketika konteks situasi jual beli berlangsung. Terjadi penawaran dan permintaan. Namun, dikarenakan ini berkonteks tradisional maka terjadi juga sebuah interaksi yang berbeda dengan warung modern, yang lebih mengedepankan sistem pembayaran modern.

Berbagai hasil penelitian telah mengkaji kesantunan dalam berbagai domain, yaitu domain pariwisata menemukan adanya prinsip kesantunan berbahasa antara pemandu wisata dan wisatawan Jepang di Candi Prambanan (Kajian Analisis Pragmatik) sebagai dasar pemandu berinteraksi dengan wisatawan khususnya wisatawan Jepang

(Atiqah & Salindri, 2018). Adanya temuan dalam domain yang sama berupa *Gradasi dan Pergeseran Strategi Kesantunan Berbahasa Pelaku Pariwisata terhadap Wisatawan Jepang di Bali* (Andriyani, 2019). Selain itu, dalam domain pendidikan adanya Wujud

Kesantunan Berbahasa Mahasiswa dalam Berinteraksi di Lingkungan Universitas Tidar salah satu Kajian Sosiopragmatik (Cahyani & Rokhman, 2017). Selain itu, kesantunan berbahasa dalam proses pembelajaran di Sekolah Dasar (Febriasari & Wijayanti, 2018).

Pada masa serba digital seperti saat ini kesantunan berbahasa di media sosial online dalam tinjauan deskriptif menjadi acuan dasar agar tidak terjadi kesalahpahaman (Palupi & Endahati, 2019). Pentingnya peran kesantunan mengakibatkan berbagai domain telah menemukan kesantunan berbahasa. Hal ini dapat dilihat pada hasil penelitian dalam domain politik tentang kesantunan bahasa iklan politik pada slogan caleg dalam spanduk pemilu legislatif 2009 di Surakarta (A. Wijayanti & Shalima, 2020) serta kesantunan berbahasa antara pembeli dan penjual di pasar tradisional Kota Ternate (Ismail, 2020). Penelitian ini membuktikan fenomena penggunaan strategi kesantunan dalam ranah jual beli di warung tradisional yang sangat terikat dengan konteks situasi serta adanya prinsip kerjasama yang baik di antara penjual dan pembeli sebagai peserta tutur. Meskipun tuturan sangat singkat dan pendek, tetapi pelayanan cepat dan sesuai keinginan pembeli menjadi poin penting dalam pelayanan di warung tradisional.

Berdasarkan paparan penelitian yang telah ada, penelitian ini berkontribusi pada ranah memperluas pemahaman kepada masyarakat melalui kajian sosiopragmatik bahwa terdapat urgensi pada kesantunan dalam proses interaksi jual beli di warung tradisional. Urgensi

tersebut mengungkapkan bahwa kesantunan berbahasa antara pembeli dan penjual warung tradisional mampu meningkatkan pelayanan dalam ranah jual beli. Hal ini dikarenakan apabila interaksi berjalan dengan harmonis didukung dengan pelayanan yang baik maka pembeli akan merasa nyaman

## LANDASAN TEORI

Kesantunan merupakan pola yang digunakan oleh peserta tutur dalam berkomunikasi. Kesantunan identik dengan tata cara berinteraksi untuk bisa menjaga muka mitra tutur dengan baik. Kesantunan identik dengan etika bertingkah laku sesuai dengan saat berinteraksi (Yule, 1996). Kesantunan dapat disamakan dengan tata krama, kebiasaan atau adat yang berlaku dalam suatu masyarakat guna menciptakan dan memelihara hubungan baik saat manusia berinteraksi (Sibarani, 2004). Interaksi sosial ditentukan oleh peserta tutur terfokus pada mitra tutur baik secara verbal maupun nonverbal yang direalisasikan oleh setiap negara berbeda-beda tergantung dari budaya yang dimiliki (Ciubancan, 2015). Manusia dalam kesehariannya sangat terikat oleh sesama di lingkungan sekitarnya. Hal ini mengharuskan manusia selaku peserta tutur memahami mitra tuturnya agar terjalin komunikasi yang harmonis. Manusia secara umum memiliki dua muka. Seseorang memiliki muka positif karena sifat manusia menginginkan untuk dihargai yang berbeda dengan muka negatif saat manusia tidak ingin untuk direndahkan (Brown & Levinson, 1978; Jumanto, 2011). Berdasarkan fenomena ini maka peserta tutur wajib saling menjaga muka satu sama lain agar terhindar dari tindak pengancaman muka yang mengakibatkan komunikasi kurang baik (Nadar, 2009). Tindak pengancaman muka (*FTA*= *face threatening acts*) disesuaikan dengan muka yang dimiliki

oleh manusia yaitu tindakan mengancam muka positif milik mitra tutur melalui tindakan menunjukkan rasa dekat, memperlihatkan perhatian, rasa kesetiakawanan, memperlihatkan seolah olah penutur juga memiliki keinginan yang sama dengan mitra tutur (Mulyani, 2012; Yule, 1996).

Tindak penyelamatan muka dapat dilakukan dengan strategi yang tepat (Brown & Levinson, 1978; Susanthi & Warmadewi, 2020). Jenis strategi ini dapat diklasifikasikan menjadi lima strategi yaitu, 1) *Bald on record*, merupakan strategi tutur tanpa basa-basi. 2) *Positive politeness* merupakan strategi bertutur kesantunan positif. 3) *Negative politeness*, yaitu strategi bertutur kesantunan negatif. 4) *Don't do the FTA*, yaitu strategi bertutur secara tidak langsung. 5) *Don't do the FTA*, yaitu strategi diam. Strategi ini akan dapat terealisasikan dengan baik atas dukungan adanya suatu konteks. Makna tuturan dari peserta tutur sangat ditentukan dari konteks. Dengan memahami konteks maka peserta tutur dapat dengan mudah menafsirkan maksud yang tersirat pada sebuah tuturan (Andriyani, 2019; Mulyani, 2012). Hal ini dipengaruhi karena makna dalam suatu konteks erat kaitannya dengan siapa penutur, tuturan ditujukan kepada siapa. Konteks merupakan dasar dalam suatu tuturan karena tanpa adanya konteks peserta tutur tidak dapat menafsirkan makna yang tersirat dari tuturan yang dituturkan penutur kepada mitra tutur. Artinya, konteks identik dengan latar belakang pengetahuan yang sama-sama dimiliki oleh peserta tutur baik penutur maupun mitra tutur yang selalu mengikuti tuturan (Leech, 1996).

Penutur yang memahami situasi dan konteks saat berbicara dengan mitra tutur jika terjadi FTA maka terkadang memilih untuk diam dan tidak menjawab secara verbal apa yang dituturkan penutur atau memilih menggunakan strategi

kesantunan lain agar terhindar dari kesalahpahaman yang dapat mengganggu kualitas komunikasi. Penutur yang memahami situasi dan konteks seperti ini tentu saja akan mengerti tindakan atau perlakuan yang harus diambil setelah menangkap respon dari mitra tutur tersebut (Sifianou, 1995). Situasi dan kondisi memiliki tingkat kekerabatan dan waktu yang singkat/ komunikasi efektif.

Interaksi antara penutur maupun mitra tutur menjadikan komunikasi peran yang sangat penting karena dengan berkomunikasi peserta tutur dapat berbagi ide, pikiran, dan perasaan. Komunikasi dapat diklasifikasikan menjadi beberapa bentuk baik secara verbal ke tuturan lisan atau bentuk gerak tubuh hingga bahasa tubuh namun memiliki tujuan komunikasi agar tersampaikan ke mitra tutur. Gaya komunikasi penutur sangat unik ada yang menggunakan strategi diam sebagai wujud interaksi yang lebih baik dibandingkan merespon tuturannya (Kaushal & Mishra, 2017). Selain itu, dalam interaksi juga memungkinkan adanya pelanggaran kesantunan terutama pada lokasi yang sering dikunjungi oleh peserta tutur yaitu di pasar tradisional.

Pasar tradisional adalah tempat bertemunya penjual dan pembeli dengan berbagai aktivitas sehingga muncul berbagai pelanggaran kesantunan maupun menaati pola kesantunan saat berinteraksi. Berbagai jenis pelanggaran maksim kesantunan dalam proses jual beli di pasar tradisional Kota Ternate namun hanya pada maksim kesimpatian (*symphaty maxim*) tidak ditemukan pelanggaran tuturan saat penjual berkomunikasi dengan pembeli. Hal ini memiliki tujuan bahwa dengan menaati maksim kesimpatian maka dapat menarik simpati dari pembeli. Selain itu, meskipun terjadi pelanggaran maksim namun proses jual beli di pasar tradisional dapat berjalan (Ismail, 2020). Penelitian - penelitian tersebut telah menghasilkan

berbagai fenomena kesantunan berbahasa, tetapi belum menemukan adanya fenomena berbeda dalam ranah perdagangan terutama mengkaji warung tradisional yang saat ini mengalami kendala akibat adanya minimarket sehingga mengakibatkan eksistensi warung tradisional mulai berkurang. Kurangnya modal kerja yang dimiliki dibandingkan minimarket serta menurunnya jumlah pembeli yang datang ke warung tradisional untuk memenuhi kebutuhannya, sehingga sangat berdampak pada berkurangnya pendapatan dari pedagang di warung tradisional. (N. K. A. T. Dewi et al., 2014). Secara pelayanan warung tradisional memiliki tata cara berjualan tanpa memperhatikan pelayanan sehingga konsumen dapat melihat secara jeli perbedaan pelayanan antara warung tradisional dengan *minimarket* (N. K. A. T. Dewi et al., 2014; P. Wijayanti & WIRATNO, 2011). Dalam ranah perdagangan tradisional selain warung, pasar merupakan tempat yang sangat diminati masyarakat untuk dikunjungi dalam memenuhi kebutuhan makanan. Di pasar terjalin interaksi sosial tumbuhnya rasa persaudaraan, nilai gotong-royong saling menghargai, menghormati, empati dan simpati dari para peserta tutur (Syarifuddin, 2018). Warung tradisional identik dengan warung makan tradisional, warung camilan, warung buah serta warung kelontong. Idealnya warung merupakan tempat menjual berbagai barang dagangan hasil olahan sendiri maupun barang dengan sistem kerja yang fleksibel, waktu kerjanya tidak terstruktur serta modal yang digunakan tidak banyak (I. Dewi & Budhi, 2017). Warung tradisional secara umum memiliki tingkat kualitas jasa pelayanan yang lebih rendah jika dibandingkan dengan warung modern (Hadisiwi & Ridhatullah, 2014). Kondisi ini menjadi suatu kendala karena adanya persaingan usaha warung tradisional dengan toko

modern oleh karenanya warung tradisional harus meningkatkan kualitas pelayanan agar tetap dapat dikunjungi oleh masyarakat dalam memenuhi kebutuhan hidup (Mardhiyah & Safrin, 2021). Meskipun para peneliti terdahulu telah menghasilkan penelitian pada interaksi penjual dan pembeli di lokasi yang berbeda-beda, ada di pasar tradisional menghasilkan adanya pelanggaran maksim, tetapi interaksi antara pembeli dan penjual dapat berjalan sesuai konteks masing-masing. Selain itu, terdapat hasil penelitian yang membuktikan adanya kesantunan berbahasa masyarakat Kota Pekalongan Etnik Tionghoa dalam Ranah Perdagangan (Adyana & Christian, 2021).

Objek penelitian yang menarik tidak saja pasar, tetapi juga warung-warung tradisional seperti warung makan. Warung makan merupakan lokasi yang sering dicari oleh masyarakat baik pekerja kantoran maupun masyarakat umum yang lebih memilih membeli makanan yang disediakan di warung daripada memasak di rumah dengan dasar pertimbangan lebih praktis, murah dan efisien waktu. Pada interaksinya penjual di warung makan umumnya tidak memiliki pramusaji seperti restoran pada umumnya sehingga pedagang sekaligus memberikan pelayanan yang dibutuhkan oleh pembeli saat menikmati hidangan di warung makan tersebut. Dalam ranah jual beli pelayanan merupakan hal terpenting dalam memberikan kenyamanan terhadap konsumen. Dalam domain perdagangan memberikan kenyamanan merupakan satu bagian penting dari pelayanan adalah menjaga interaksi dapat berjalan dengan baik menggunakan strategi kesantunan yang tepat. Pelayanan atau dalam istilah asing dikenal dengan *hospitality* mengandung makna 'ramah', 'murah hati' atau 'dermawan'. Artinya terjalin hubungan antara tamu dengan tuan rumah dengan keramah-tamahan, sikap atau

perilaku yang penuh dengan keramahan dalam memberikan pelayanan maupun perhatian dan kebaikan kepada siapa pun yang memerlukan (Sujatno, 2011). Warung tradisional tidak terlalu mementingkan *hospitality* karena interaksi antara penjual dan pembeli bergantung pada tujuan hanya untuk memperoleh apa yang dibutuhkan pembeli.

Tolok ukur keberhasilan pelayanan ditentukan oleh tingkat kepuasan penerima layanan, sedangkan tingkat kepuasan penerima layanan ini akan dapat diperoleh apabila seorang penerima layanan tersebut mendapatkan jenis pelayanan sesuai dengan yang mereka harapkan dan butuhkan. Kondisi ini ditemukan dalam interaksi antara penjual dan pembeli yang memberikan nilai kepuasan apabila dapat dilayani dengan cepat dan baik tanpa perlu tuturan-tuturan yang panjang dan bertele-tele.

Berbagai hasil penelitian mengambil objek penelitian domain perdagangan dalam mengkaji kesantunan belum menemukan fenomena yang terjadi pada interaksi antara penjual dan pembeli di warung-warung tradisional. Lokasi pengamatan penelitian ini terfokus pada warung-warung tradisional seperti warung makan, warung camilan, warung kelontong, warung sayur atau buah. Lokasi tersebut dijadikan sebagai target penelitian karena dapat menemukan kebaruan dalam mengimplementasikan pola kesantunan yang dilihat pada dialog antara peserta tutur yaitu, penjual dan pembeli di warung-warung tradisional sangat menarik apabila dikaji lebih dalam. Di samping itu, dengan mengetahui pola kesantunan pedagang di warung tradisional maka pembeli bisa lebih memahami strategi kesantunan yang tidak sepenuhnya sesuai dengan teori yang digunakan disebabkan oleh berbagai jenis faktor sosial dan konteks yang mengikuti setiap interaksi yang terjadi. Penelitian ini dapat menemukan

adanya implementasi strategi kesantunan berbahasa di antaranya strategi kesantunan positif dan negatif, sehingga menciptakan suatu pola kesantunan berbahasa antara penjual dengan pembeli dalam menciptakan keharmonisan ketika berinteraksi sosial di warung-warung tradisional yang secara umum sangat ditentukan oleh konteks situasi tuturannya dan adanya *background knowledge* sehingga mengakibatkan tuturan pendek dan menggunakan interaksi secara nonverbal yang secara tidak langsung juga menggunakan prinsip kerjasama yang secara khusus pada maksim cara dan kuantitas.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif dengan tujuan untuk mendeskripsikan implementasi dari pola kesantunan berbahasa antara penjual dan pembeli di warung tradisional yaitu, warung makan, warung camilan, warung kelontong, dan warung buah. Lokasi penelitian dilakukan di Denpasar sebagai ibu kota Provinsi Bali dan pusat pemerintahan serta perdagangan sehingga banyak para pekerja baik dari sektor pemerintahan maupun perdagangan datang untuk berbelanja memenuhi kebutuhan pangan ke warung tradisional yang sudah memiliki nama. Selain harganya murah, bersih juga cita rasa makanan yang dijual sangat enak. Selain itu, peneliti juga mengambil lokasi di Kabupaten Badung sebagai bentuk varian data yang muncul.

Teknik sampling pada penelitian ini menggunakan purposive sampling. Peneliti melakukan pengamatan secara detail pada karakteristik tiap warung tradisional sehingga terpilih 20 warung tradisional yang memenuhi kriteria sampling. Sebanyak dua puluh warung tradisional tersebut berlokasi di daerah Denpasar. Warung-warung yang khusus

menjual nasi campur di antaranya Warung Bude, Warung Pojok, Warung Glory, Warung Men Tude, ,Warung Sari Manis, Warung Nasi Kedaton, dan Warung Kroya; warung yang menjual sembako yaitu, Warung Bu Asep dan Warung Puncak Karang; serta warung yang menjual camilan yaitu Putri Agung Camilan.

Sedangkan warung yang berlokasi di Kabupaten Badung menjual lauk dan makan siang di antaranya Warung Vegetarian, Warung Singaraja, Warung Betutu, Liku, Warung Be Guling Prama, Warung Babi Guling Men Sri, Warung Nasi Lawar Lukluk, Warung Be Genyol Yenyen, Warung Nasi Campur Eka; serta warung yang menjual buah-buahan, yaitu Warung Buah Risky, Warung Yadnya, Warung Jawa, Warung Buah Bu Gung, dan Warung Kelontong Agung. Acuan peneliti dalam memilih 20 warung tersebut sebagai sumber data adalah karena intensitas kunjungan pembeli sangat tinggi. Pengamatan dilakukan terutama pada saat pagi hari ketika pembeli memerlukan kebutuhan pokok untuk pergi ke warung kelontong atau warung sayur serta buah untuk memenuhi kebutuhan makanan setiap harinya, atau jam sarapan pagi dan makan siang ketika pembeli membutuhkan lauk ataupun bekal untuk kebutuhan sarapan pagi ataupun makan siang. Dalam kurun waktu satu jam terdapat lebih dari sepuluh pembeli yang datang ke warung-warung tersebut. Sumber data primer berupa dialog antara penjual warung tradisional dengan pembeli yang ada di Kota Denpasar dengan intensitas pembeli sangat tinggi.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode observasi dengan teknik pengumpulan data yaitu, merekam, menyimak dan mencatat, serta mewawancarai dua puluh pedagang warung makan yang berada di Kota Denpasar. Penelitian ini menggunakan pendekatan padan pragmatik dengan

memperhatikan konteks situasi dalam setiap dialog. Metode padan pragmatik adalah metode dalam teknik analisis yang alatnya berupa mitra wicara (Kesuma, 2007). Metode ini sangat tepat digunakan karena sesuai dengan data yang diperoleh berupa dialog. Adapun tahapannya yaitu setelah mendapatkan data, kemudian dikelompokkan berdasarkan strategi kesantunan bahasa yang digunakan dalam dialog dan dilanjutkan dengan menganalisis data yang diperoleh.

Triangulasi data dilakukan dengan mengomunikasikan kepada pakar yang tepat dalam bidang kesantunan serta teori yang tepat sebagai sumber referensi. Hasil analisis kemudian dideskripsikan menggunakan kata-kata biasa yang bersifat tidak formal.

## PEMBAHASAN

Penelitian kualitatif ini menemukan adanya implementasi dari pola kesantunan berbahasa antara penjual dan pembeli di warung tradisional. Kesantunan merupakan kajian dalam ranah ilmu pragmatik karena memfokuskan pada penggunaan bahasa sebagai alat tutur manusia yang sangat terikat dengan konteks (Mey, 1993:42). Pola kesantunan antara penjual dan pembeli di warung makan secara dominan menggunakan strategi kesantunan positif dan negatif. Meskipun dalam interaksi awal banyak ditemukan pedagang memilih untuk *diam* karena memfokuskan pada aktivitas melayani konsumen sebelumnya, tetapi terjadi

interaksi secara nonverbal melalui *anggukan, senyuman, tatapan mata sambil melihat mitra tutur* sebagai wujud memahami maksud yang diinginkan oleh pembeli selaku mitra tutur. Namun meskipun pelayanan yang dilakukan penjual tidak seperti layaknya pelayanan di restoran. Hal ini menunjukkan bahwa pelayanan tidak harus serta merta sesuai standar dari restoran, tetapi disesuaikan dengan konteks situasi serta lokasi tuturan.

Pelayanan di warung-warung tradisional cenderung lebih rendah dibandingkan warung modern. Artinya, bahwa tidak memerlukan standar pelayanan yang sangat tinggi, tetapi salah satu bentuk pelayanan yang dilakukan adalah melayani keinginan pembeli sesuai kebutuhannya merupakan satu bentuk pelayanan (Hadisiwi & Ridhatullah, 2014). Di samping itu adanya *background knowledge* yang sama mengakibatkan tuturan lebih singkat karena warung yang ramai sangat diminati pembeli lainnya. Satu tindakan ekspresif yaitu mengucapkan terima kasih sebagai bentuk apresiasi kepada pembeli dan pelayanan yang cepat merupakan pelayanan yang dibutuhkan oleh pembeli di warung tradisional.

Strategi kesantunan positif dan negatif dalam satu konteks mendukung interaksi, tetapi tuturan lebih pendek dan singkat. Ciri-ciri khusus dari tuturan yang terjadi di warung-warung tradisional dapat dilihat pada data berikut.

**Tabel 1**  
**Ciri Khusus Tuturan yang Terjadi di Warung Tradisional**

Strategi kesantunan	Penanda tuturan
Strategi kesantunan negatif	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Kalimat interogatif dituturkan secara singkat</li> <li>- Menggunakan bentuk penghormatan</li> <li>- Menggunakan bentuk impersonal</li> <li>- Menggunakan kalimat yang menyatakan minta maaf</li> <li>- Menggunakan kalimat pernyataan maupun kalimat berita</li> </ul>
Strategi kesantunan positif	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Penutur memaksimalkan sikap simpati kepada mitra tutur</li> </ul>

- 
- Penutur memberikan perhatian terhadap kebutuhan dari mitra tutur
  - Penutur meskipun diam di awal dialog karena fokus melayani pembeli sebelumnya, tetapi merespon balik tuturan pembeli berdasarkan pada konteks situasi sebagai bentuk keadaan yang menyatakan paham atau mengerti akan keinginan mitra tutur
  - Penutur menyatakan hubungan secara timbal balik.
  - Penutur memberikan simpati dan pengertian atas apa yang diinginkan oleh mitra tutur selaku konsumen
  - Penutur menuturkan lelucon kepada konsumen yang sudah dikenal baik oleh penjual
- 

### Data Tuturan 1: Warung Nasi Campur

#### Konteks Situasi Tutur

Pelaku	: Penjual (25~30 Tahun/P)
Mitra tutur	: Pembeli (30~40 Tahun/P)
Topik	: Menjual nasi
Percakapan	: Campur di Warung Makan
Waktu	: 11:30-12:30 Wita

#### Dialog

Penjual	: <i>(Setelah melayani pembeli sebelumnya, secara nonverbal tampak penjual hanya melihat pembeli berikutnya tanpa bertutur).</i>
Pembeli	: Nasi campur Rp15.000,00-an, bungkus tiga.
Penjual	: <i>(Penjual membungkus nasi campur sesuai keinginan pembeli tanpa berkata apa-apa).</i>
Pembeli	: <i>(Pembeli diam dan langsung menyerahkan uang pas sebesar Rp45.000,00).</i>
Penjual	: Terima kasih, Bu.

#### Analisis

Data tuturan (1) merupakan interaksi yang terjadi di warung tradisional. Tidak

banyak interaksi verbal yang terjadi. Namun di antara peserta tutur yang terlibat yaitu, penjual dan pembeli saling memahami satu dengan lainnya. Diam karena situasi saat itu tidak memerlukan dialog karena pelayanan kepada penjual menjadi poin nomor satu. Namun pada akhir interaksi penjual tidak diam, tetapi bertutur sebagai wujud apresiasi dengan mengatakan, “Terima kasih, Bu”. Tuturan ini merupakan salah satu wujud dari strategi kesantunan positif. Meskipun pada awal penjual tampak diam secara nonverbal melalui tatapan mata, tetapi di antara kedua belah pihak saling memahami dan mengerti satu sama lain. Strategi diam tanpa menuturkan apa-apa, tetapi lebih memfokuskan pada pelayanan dengan hanya melihat mitra tutur merupakan bentuk tindakan secara nonverbal yang dilakukan penjual ketika konteks situasi terjadi di warung makan di tengah Kota Denpasar yang sedang ramai melayani konsumen yang makan maupun membungkus untuk makan siang. Diam dalam konteks situasi ini telah dipahami pembeli selain itu, kedua peserta tutur telah memahami maksud masing masing secara nonverbal telah terjadi interaksi. Artinya, *background knowledge* peserta tutur sama meskipun secara nonverbal tidak bertutur hanya melihat pembeli, tetapi interaksi dapat berjalan dengan baik. Hubungan kekerabatan antara penjual dan pembeli tergolong tidak akrab, tetapi pembeli ini

sering datang untuk membeli makanan di warung ini.

Hal ini dibuktikan dengan terjadinya interaksi jual beli antara penjual dengan konsumen sampai akhir sesuai dengan harapan pembeli mendapatkan barang yang dibutuhkannya. Konteks ini sesuai dengan hasil penelitian bahwa dalam domain perdagangan meskipun terdapat pelanggaran maksim, tetapi interaksi antara pembeli dan penjual dapat berjalan dengan baik karena sesuai konteks situasi tutur masing-masing. Selain itu, pada akhir tuturan terlihat secara jelas tuturan singkat dari penjual menuturkan ucapan *terima kasih* sebagai bentuk apresiasi kepada pembeli yang telah membeli di warung tempatnya berjualan. Ungkapan *terima kasih* merupakan satu bentuk ungkapan dalam menerapkan strategi kesantunan positif yaitu, tuturan yang menunjukkan perhatian, apresiasi terhadap mitra tutur (Brown & Levinson, 1978; Yule, 1996) serta merupakan bagian dari pelayanan. Pelayanan atau dalam bahasa Jepang dengan dengan *omotenashi* mengandung makna memberi pelayanan kepada konsumen ditujukan untuk berbagai sektor terutama dalam dunia usaha (Nakano, 2008; Arakawa, 2016).

### Data Tuturan 2: Warung Masakan Singaraja di Kabupaten Badung

Konteks Situasi Tutur

Pelaku	: Penjual (25~30 Tahun/P)
Mitra tutur	: Pembeli (30~40 Tahun/L)
Topik Percakapan	: Penjual nasi di warung makan melayani pelanggan
Waktu	: 11.00 – 11.30 Wita

### Dialog

Penjual : “Ya, Pak?”

- Pembeli : “Biasa, satu.”
- Penjual : (Penjual telah memahami kebiasaan bapak tersebut makan sayur kangkung. Dikarenakan sayur kangkung habis, penjual bertanya kepada pembeli apakah berkenan makan sayur lain).  
“Ada sayur nangka gimana, Pak?”
- Pembeli : “Kangkung habis, ya?”
- Penjual : “Iya, Pak.”
- Pembeli : “Iya boleh.”  
(Diam dan mengeluarkan uang Rp50.000,00).
- Penjual : (Diam menerima uang dan memberikan uang kembalian).
- Pembeli : (Diam dan mengambil uang kembalian lalu pergi).

### Analisis

Data tuturan (2) merupakan dialog antara penjual dengan pelanggan warung makan yang sudah saling akrab. Dialog ini terjadi di Warung Makan Jawa yang menyediakan layanan makan di tempat dan bungkus. Interaksi dalam kehidupan masyarakat sebagai pengguna bahasa diharapkan untuk bertutur menggunakan bahasa yang santun untuk menghindari tindak pengancaman muka dengan harapan interaksi terjalin secara harmonis (Chaer, 2010; Rahardi, 2005). Berdasarkan dialog (2), kedua peserta tutur ini merupakan (*partisipants*) berfungsi sebagai unsur terpenting karena melalui interaksi dapat mengetahui peran antara penjual makanan selaku penutur dengan mitra tutur yaitu pelanggan. Ketika penjual mengonfirmasi dengan

menuturkan, “Seperti biasa, Pak?” memiliki cukup kedekatan karena intensitas pertemuan dikategorikan sering bertemu karena intensitas pelanggan untuk makan di warung tersebut sering sehingga penjual sudah memahami menu kesukaan dari pelanggan tersebut. Namun meskipun demikian, strategi kesantunan dengan menggunakan pilihan kata *Pak* sebagai wujud kesantunan kepada pelanggan meskipun sudah saling kenal. Saat pelanggan datang, penjual langsung menyapa menggunakan kalimat interogatif yang dituturkan secara singkat, menggunakan bentuk penghormatan dengan pronominal *Pak* sebagai wujud penghargaan kepada seorang pelanggan dengan gender laki-laki. Tuturan tersebut mencerminkan adanya implementasi dari strategi kesantunan negatif. Selain itu, dalam dialog ini ditemukan adanya penggunaan strategi kesantunan positif untuk menjaga muka positif dari pelanggan dituturkan dengan memaksimalkan sikap simpati kepada mitra tutur. Kondisi ini dapat terlihat pada tuturan sapaan menandakan penjual menyambut pelanggan yang sudah sering makan di warung tersebut. Penjual juga memberikan perhatian terhadap kebutuhan dari mitra tutur saat memberikan rekomendasi bahwa karena sayur tumis kangkung habis maka sayur nangka juga enak untuk dinikmati. Saat akan mengakhiri dialog tampak pembeli tanpa menuturkan apa-apa mengeluarkan uang sebesar Rp50.000,00 untuk diserahkan kepada penjual dan tampak interaksi secara nonverbal diantara kedua belah pihak sampai interaksi berakhir. Meskipun demikian, hal ini terjadi karena konteks situasi warung makan sangat ramai sehingga pembeli memaklumi apabila penjual tidak banyak bertutur.

### **Data Tuturan 3: Warung Kue Swalayan** Konteks Situasi Tutur

Pelaku : Penjual (55~60 Tahun/P)  
Mitra tutur : Pembeli (30~40 Tahun/P)  
Topik : Interaksi di warung  
Percakapan : kue dan camilan  
Waktu : 07.00 – 07.30 Wita

#### **Dialog**

Penjual : (*Diam sambil menerima berbagai jenis kue dan camilan yang telah diletakkan di nampan*).  
Pembeli : (*Diam hanya menyerahkan nampan berisi kue*).  
Penjual : “Dua belas ribu.”  
Pembeli : (*Diam sambil menyerahkan uang sebesar Rp12.000,00*)  
Penjual : (*Diam dan Menerima uang dan melanjutkan melayani pembayaran pembeli lainnya*).

#### **Analisis**

Data tuturan (3) merupakan dialog yang terjadi di warung tempat menjual jajanan yang pembeli melayani diri mereka sendiri dan penjual hanya memberikan pelayanan dalam pembayaran. Warung tradisional ini menyediakan sarapan nasi jingo (nasi campur dibungkus daun pisang) nasi kuning dibungkus plastik mika, lauk lauk yang sudah terbungkus plastik serta jajanan basah yang sangat bervariasi. Interaksi yang terjadi pada konteks situasi di atas dominan penjual tidak bertutur apa apa menerima nampan yang telah berisi jajanan serta lauk-pauk sambil melihat ke pembeli dan langsung memasukkan ke dalam plastik. Diam pada konteks ini penjual memahami kebutuhan pembeli dan menyetujui kalau pembeli

mengambil jajanan yang telah di letakkan di atas meja. Mitra tutur yaitu pembeli juga melakukan tindakan yang sama secara nonverbal menatap penjual yang menginformasikan total belanja yang harus dibayarkan sambil menyerahkan uang pas sebesar Rp12.000,00. Diam yang telah dilakukan pembeli mengandung makna menyetujui jumlah yang harus dibayarkan. Kemudian penjual mengambil uang dari pembeli dan melanjutkan ke pembeli berikutnya yang tampak antri untuk menunggu pesanan yang diinginkan jadi sesuai harapan. Secara umum interaksi antara penjual dan pembeli tidak memperlihatkan adanya pelayanan kepada konsumen yang biasanya dilakukan oleh penjual terhadap pembeli apalagi dalam dunia usaha (Nakano, 2008; Arakawa, 2016). Fenomena ini telah membuktikan bahwa pelayanan di warung tradisional cenderung lebih rendah dibandingkan warung modern (Hadisiwi& Ridhatullah, 2014).

#### **Data Tuturan 4: Warung Bubur Tradisional**

Konteks Situasi Tutur

Pelaku	: Penjual (60~65 Tahun/P)
Mitra tutur	: Pembeli (40~45 Tahun/P)
Topik Percakapan	: Interaksi di Warung Bubur Tradisional Bali
Waktu	: 12.30—13.00 Wita

#### **Dialog**

Penjual	: “Ibu?”
Pembeli	: “Bu, buburnya empat bungkus, pedas!”
Penjual	: ( <i>Diam dan membungkus bubur dan memasukkan ke dalam plastik putih</i> ).

Pembeli	: ( <i>Diam sambil menyerahkan uang Rp50.000,00</i> ).
Penjual	: ( <i>Diam sambil menyerahkan uang kembalian kepada pembeli</i> ).
Pembeli	: (Langsung pergi setelah menerima uang kembalian).

#### **Analisis**

Dialog (4) merupakan interaksi yang terjadi di warung yang menjual bubur bumbu Bali. Bubur ini selain murah dan bersih rasanya juga sangat enak sehingga banyak pembeli rela antri saat mulai dibuka pukul 12.00 Wita. Pada awal interaksi pembeli menyapa dengan ramah seolah-olah memberikan simpati dan memahami kebutuhan dari pembeli untuk membeli bubur Bali. Saat itu pembeli merespon dan menginformasikan kepada pembeli bahwa bubur yang dibeli dibungkus dan dibawa pulang. Setelah mendengar informasi tersebut penjual melayani sesuai dengan keinginan pembeli yaitu membungkus bubur untuk dibawa pulang. Pembeli tanpa bertutur apa-apa menyerahkan uang sebesar Rp. 50.000,00 dan kemudian diikuti penjual yang diam menyerahkan uang kembalian sambil melihat ke arah pembeli dan akhirnya pembeli pergi dan penjual melanjutkan melayani pembeli yang sedang antri berikutnya. Fenomena kebahasaan ini menemukan adanya interaksi dengan cara *diam* dalam konteks interaksi penjual dan pembeli saat situasi ramai dapat terjalin dengan baik meskipun standar pelayanan secara umum tidak dilakukan sebagaimana mestinya. Strategi positif dengan kalimat pendek menyapa dan bersimpati sudah cukup mewakili bahwa penjual menyambut kedatangan pembeli selaku konsumen.

## PENUTUP

Implementasi pola kesantunan berbahasa pada interaksi antara penjual dan pembeli di warung tradisional ditemukan adanya penggunaan strategi kesantunan positif dan negatif, diikuti oleh konteks situasi dalam pertuturan. Meskipun penjual secara dominan ketika memberikan pelayanan kepada pembeli dalam konteks situasi ramai, tetapi terjalin komunikasi yang baik diantara peserta tutur. Hal ini dikarenakan sikap saling pengertian. sehingga tidak diperlukan komunikasi verbal. Pelayanan merupakan dasar utama dalam domain perdagangan, tetapi bentuk pelayanan dalam domain perdagangan di restoran akan berbeda dengan warung tradisional karena secara konsep pelayanan yang diberikan jauh lebih rendah dari pelayanan di warung modern. Fenomena terbalik dalam pelayanan di warung tradisional bahwa memberikan pelayanan dengan cepat dan sesuai keinginan pembeli merupakan suatu bentuk pelayanan yang baik dan berterima bagi pembeli. Artinya, standar pelayanan yang diterapkan di warung tradisional berbeda dengan standar pelayanan warung modern seperti *minimarket* dan restoran. Warung tradisional lebih dominan interaksi dilakukan oleh pembeli dan warung pembeli lebih aktif bertutur daripada penjual. Warung tradisional meyakini bahwa faktor kebutuhan pembeli untuk mendapatkan makanan yang dijual tanpa memperhitungkan pelayanan yang maksimal karena standar pelayanan tidak memerlukan tuturan panjang karena *background knowledge* yang sama menyebabkan komunikasi dapat berjalan harmonis.

## DAFTAR PUSTAKA

Adyana, S., & Christian, A. O. (2021). Kesantunan berbahasa

masyarakat Kota Pekalongan etnik Tionghoa dalam ranah perdagangan. *Sasando: Jurnal Bahasa, Sastra Indonesia, dan Pengajarannya Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat Universitas Pancasakti Tegal*, 4(1), 56–69.

Andriyani, A. A. A. D. (2019). *Kesantunan berbahasa* (pertama). Yogyakarta: Erhaka Utama.

Andriyani, A. A. A. D. (2019). *Gradasi dan pergeseran strategi kesantunan berbahasa pelaku pariwisata terhadap wisatawan Jepang di Bali*. Disertasi. Universitas Sebelas Maret, Solo.

Atiqah, A. N., & Salindri, Y. A. (2018). Prinsip kesantunan berbahasa antara pemandu wisata dan wisatawan Jepang di Candi Prambanan (Kajian analisis pragmatik). *Kepariwisata: Jurnal Ilmiah*, 12(01), 65–78.

Brown & Levinson, S. (1978). *Politeness. in reading*. Cambridge: Cambridge University Press.

Brown, P., & Levinson, S. (1978). Politeness: Some universals in language use. In *Studies in Interactional Sociolinguistics 4*. <https://doi.org/10.2307/3587263>

Cahyani, D. N., & Rokhman, F. (2017). Kesantunan berbahasa mahasiswa dalam berinteraksi di lingkungan Universitas Tidar: Kajian sosiopragmatik. *Seloka: Jurnal Pendidikan Bahasa Dan Sastra Indonesia*, 6(1), 44–52.

Ciubancan, M. (2015). *Principles of communication in Japanese indirectness and hedging*. *Romanian Economic and Business Review*, 10(4), 246–254.

Dewi, I., & Budhi, M. K. S. (2017). Analisis pendapatan usaha warung tradisional dengan

- munculnya minimarket di Kota Denpasar. *E-Jurnal EP Unud*, 6(12), 2379–2407.
- Dewi, N. K. A. T., Astawa, I. B. M., & Suditha, I. N. (2014). Dampak minimarket terhadap eksistensi warung tradisional di Kota Singaraja. *Jurnal Pendidikan Geografi Undiksha*, 2(3), 1–12.
- Febriasari, D., & Wijayanti, W. (2018). Kesantunan berbahasa dalam proses pembelajaran di sekolah dasar. *KREDO: Jurnal Ilmiah Bahasa Dan Sastra*, 2(1), 140–156.
- Gunawan, F. (2013). Wujud kesantunan berbahasa mahasiswa terhadap dosen di STAIN Kendari: Kajian Sosiopragmatik. *Jurnal Arbitrer*, 1(1), 8–18.
- Hadisiwi, P., & Ridhatullah, M. K. R. (2014). Kualitas jasa pelayanan warung tradisional di tengah persaingan global: Studi deskriptif kualitatif tentang kualitas jasa pelayanan warung tradisional di tengah persaingan dengan minimarket. *Jurnal Kajian Komunikasi*, 2(2), 118–125.
- Ismail, A. (2020). Kesantunan berbahasa antara pembeli dan penjual di pasar tradisional Kota Ternate. *Jurnal Bilingual*, 10(2), 25–31.
- Jaworski, A. (1992). *The power of silence: Social and pragmatic perspectives*. Thousand Oaks: Sage Publications.
- Jumanto. (2011). *Pragmatik: Dunia linguistik tak selebar daun kelor*. Yogyakarta: Morfalingua.
- Kaushal, N., & Mishra, S. (2017). A Review of pauses and silence in communication. *International Journal of Research-Granthaalayah*, 5(5), 170–181.
- Leech, G.N., (1996). *Principles of Pragmatics*. London: Routledge.
- Mardhiyah, A., & Safrin, F. A. (2021). Persaingan usaha warung tradisional dengan toko modern. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 6(1), 91–99.
- Mulyani. (2012). *Bahasa guru: Tindakan tutur direktif guru dalam kegiatan belajar mengajar di kelas*. Surakarta: UNS Press.
- Nadar, F. X. (2009). *Pragmatik dan penelitian*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Palupi, M. T., & Endahati, N. (2019). Kesantunan berbahasa di media sosial online: Tinjauan deskriptif pada komentar berita politik di Facebook. *Jurnal Skripta*, 5(1), 26–31.
- Sibarani. (2004). *Pengajaran pragmatik*. Bandung: Angkasa.
- Sifianou, M. (1995). *Do we need to be silent to be extremely polite? Silence and FTAs. International Journal of Applied Linguistics*, 5(1), 95–110. <https://doi.org/10.1111/j.1473-4192.1995.tb00074.x>
- Sujatno, B. (2011). *Hospitality: Secret skills, attitudes, and performances for restaurant manager*. CV Andi Press.
- Susanthi, I. G. A. A. D., & Warmadewi, A. A. I. M. (2020). Kesantunan dalam percakapan pemandu wisata di Ubud Bali. *Kulturistik: Jurnal Bahasa Dan Budaya*, 4(1), 22–27.
- Syarifuddin, D. (2018). Pasar tradisional dalam perspektif nilai daya tarik wisata. *Jurnal Manajemen Resort dan Leisure*, 15(1), 19–32.
- Wijayanti, A., & Shalima, I. (2020). Kesantunan berbahasa pada judul berita politik di media massa online. *Transformatika: Jurnal Bahasa, Sastra, dan Pengajarannya*, 4(1), 28–37.

- Wijayanti, P., & Wiratno, W. (2011). *Analisis pengaruh perubahan keuntungan usaha warung tradisional dengan munculnya minimarket (Studi kasus di Kecamatan Pedurungan Kota Semarang)*. Tesis. Universitas Diponegoro.
- Yule, G. (1996). *Pragmatics*. Oxford: Oxford University Press.