

Kesantunan Berbahasa pada Percakapan Pedagang dan Pembeli Di Pasar Tradisional Arengka Pekanbaru

**Rinanda Setyanisa
Guntoro¹**

Universitas Riau,
Email:

rinanda.setyanisa6891@grad.unri.ac.id

**Eka Setia
Pratiwi²**

Universitas Riau,
Email:

eka.setia6897@grad.unri.ac.id

**Dedek Dwi Suci
Ramadhani³**

Universitas Riau,
Email:

dedek.dwi7479@grad.unri.ac.id

Hermendra⁴

Universitas Riau,
Email:

hermendra@lectu.re.unri.ac.id

*Corresponding author: Rinanda Setyanisa Guntoro¹: Email: rinanda.setyanisa6891@grad.unri.ac.id

Diterima: 05-11-2026

Direvisi: 28-02-2026

Tersedia Daring: 07-06-2026

Abstrak: Kesantunan berbahasa merupakan bagian penting dalam komunikasi sosial karena berfungsi menjaga keharmonisan hubungan antarindividu, termasuk dalam aktivitas transaksi jual beli di pasar tradisional. Interaksi antara pedagang dan pembeli membutuhkan penggunaan bahasa yang santun agar proses komunikasi berlangsung lancar dan tidak menimbulkan konflik. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan bentuk-bentuk kesantunan berbahasa yang digunakan pedagang dan pembeli di Pasar Tradisional Arengka Pekanbaru, menganalisis faktor sosial budaya yang memengaruhi penggunaan bahasa santun, serta menelaah implikasi sosial penggunaan kesantunan berbahasa dalam aktivitas transaksi. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan pendekatan pragmatik. Data penelitian berupa tuturan lisan dalam interaksi jual beli yang diperoleh melalui observasi langsung, rekaman percakapan, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Data dianalisis melalui tahap reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan menggunakan teori kesantunan Brown dan Levinson. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi kesantunan positif dan kesantunan negatif digunakan secara dominan dalam interaksi pasar. Kesantunan positif tampak melalui penggunaan sapaan akrab seperti kak, buk, dek, dan pak, sedangkan kesantunan negatif terlihat melalui penggunaan ungkapan mitigasi seperti "maaf ya, bisa kurang sedikit?". Penggunaan kesantunan berbahasa dipengaruhi oleh faktor usia, kedekatan interpersonal, dan status sosial. Penelitian ini menyimpulkan bahwa kesantunan berbahasa memiliki peran penting dalam menjaga kelancaran transaksi, membangun hubungan sosial yang harmonis, serta meningkatkan kepercayaan dan loyalitas pelanggan di pasar tradisional.

Kata Kunci: komunikasi pasar, kesantunan berbahasa, pedagang, pembeli, pragmatik

Abstract: Language politeness is an important part of social communication because it functions to maintain harmonious relationships between individuals, including in buying and selling transaction activities in traditional markets. Interaction between traders and buyers requires the use of polite language so that the communication process runs smoothly and does not cause conflict. This research aims to describe the forms of polite language used by traders and buyers at the Arengka Pekanbaru Traditional

Market, analyze socio-cultural factors that influence the use of polite language, and examine the social implications of using polite language in transaction activities. This research uses a descriptive qualitative method with a pragmatic approach. The research data is in the form of oral speech in buying and selling interactions obtained through direct observation, recorded conversations, in-depth interviews, and documentation. The data was analyzed through the stages of data reduction, data presentation, and drawing conclusions using Brown and Levinson's politeness theory. The research results show that positive politeness and negative politeness strategies are used dominantly in market interactions. Positive politeness can be seen through the use of familiar greetings such as *sis*, *ma'am*, *dek*, and *sir*, while negative politeness can be seen through the use of mitigating expressions such as "I'm sorry, can you make a little less?". The use of language politeness is influenced by factors such as age, interpersonal closeness, and social status. This research concludes that language politeness has an important role in maintaining smooth transactions, building harmonious social relationships, and increasing customer trust and loyalty in traditional markets.

Keywords: market communication, language politeness, traders, buyers, pragmatics

Pendahuluan

Bahasa merupakan sarana utama dalam membangun komunikasi sosial di masyarakat. Fungsi bahasa tidak hanya sebagai alat penyampai informasi, tetapi juga sebagai media untuk menjaga hubungan sosial, menunjukkan identitas budaya, dan mencerminkan nilai kesopanan dalam interaksi sehari-hari. Dalam masyarakat Indonesia, kesantunan berbahasa menjadi bagian penting dalam proses komunikasi karena berkaitan dengan norma sosial yang menjunjung tinggi etika, penghormatan, dan keharmonisan antarindividu. Penggunaan bahasa yang santun dapat menciptakan komunikasi yang nyaman, mengurangi potensi konflik, dan memperlerat hubungan sosial antarmasyarakat.

Praktik kesantunan berbahasa dapat ditemukan dalam berbagai lingkungan sosial, salah satunya di pasar tradisional. Pasar tradisional bukan hanya ruang ekonomi, tetapi juga ruang interaksi sosial yang mempertemukan masyarakat dengan latar belakang usia, budaya, pendidikan, dan ekonomi yang beragam. Dalam aktivitas jual beli, pedagang dan pembeli melakukan komunikasi secara langsung melalui proses tawar-menawar, penawaran barang, maupun percakapan interpersonal lainnya. Situasi tersebut menuntut penggunaan strategi bahasa yang tepat agar transaksi berjalan lancar dan hubungan sosial tetap terjaga. Brown dan Levinson (1987) menjelaskan bahwa kesantunan berbahasa berkaitan dengan upaya menjaga citra diri atau *face* penutur dan mitra tutur dalam

interaksi sosial. Dengan demikian, penggunaan bahasa santun dalam transaksi pasar memiliki fungsi sosial sekaligus fungsi ekonomi.

Pasar tradisional hingga saat ini masih mempertahankan pola komunikasi langsung yang khas dan sarat nilai budaya lokal. Sari dan Wibowo (2022) menyatakan bahwa pasar tradisional merupakan arena sosial tempat norma budaya dan pola komunikasi masyarakat terintegrasi dalam aktivitas ekonomi sehari-hari. Dalam konteks tersebut, penggunaan sapaan kekerabatan, ungkapan persuasif, serta pilihan kata yang halus menjadi bagian dari strategi komunikasi pedagang untuk menciptakan kedekatan emosional dengan pembeli. Nurhadi (2021) menemukan bahwa penggunaan sapaan seperti kak, dek, buk, dan pak berfungsi memperlerat hubungan interpersonal dalam transaksi jual beli. Sementara itu, Abdullah (2024) menegaskan bahwa kesantunan berbahasa memiliki pengaruh terhadap loyalitas pelanggan karena pembeli cenderung merasa nyaman berinteraksi dengan pedagang yang komunikatif dan santun.

Berdasarkan survei literatur, penelitian mengenai kesantunan berbahasa di pasar tradisional umumnya berfokus pada bentuk tuturan santun, penggunaan prinsip kesantunan, dan strategi komunikasi pedagang dalam transaksi ekonomi. Beberapa penelitian sebelumnya lebih banyak mengkaji kesantunan berbahasa menggunakan teori prinsip kesantunan Leech atau strategi kesantunan Brown dan Levinson pada konteks pasar tertentu. Namun, penelitian yang secara khusus membahas kesantunan berbahasa di Pasar Tradisional Arengka Pekanbaru masih terbatas. Selain itu, kajian sebelumnya cenderung berfokus pada bentuk bahasa santun tanpa mengaitkan secara mendalam faktor sosial yang memengaruhi penggunaan strategi kesantunan dalam interaksi pasar yang heterogen.

Kondisi tersebut menunjukkan adanya kesenjangan penelitian (research gap). Pertama, belum banyak penelitian yang mengkaji praktik kesantunan berbahasa pada pasar tradisional di wilayah Pekanbaru, khususnya Pasar Tradisional Arengka yang memiliki intensitas interaksi sosial tinggi dan pelaku ekonomi yang heterogen. Kedua, penelitian terdahulu lebih dominan mendeskripsikan bentuk tuturan santun, sedangkan faktor sosial dan implikasi penggunaan bahasa santun terhadap hubungan antara pedagang dan pembeli

belum dianalisis secara komprehensif. Ketiga, perubahan pola komunikasi masyarakat akibat perkembangan sosial dan pengaruh bahasa digital belum banyak dibahas dalam konteks komunikasi pasar tradisional.

Berdasarkan kesenjangan tersebut, penelitian ini memiliki kebaruan (*novelty*) pada fokus kajian yang tidak hanya mendeskripsikan bentuk kesantunan berbahasa, tetapi juga menganalisis faktor-faktor sosial yang memengaruhi penggunaan strategi kesantunan serta implikasi sosialnya dalam interaksi transaksi di Pasar Tradisional Arengka Pekanbaru. Penelitian ini juga menghadirkan konteks kajian yang lebih aktual karena dilakukan pada lingkungan pasar tradisional yang berada di tengah perubahan pola komunikasi masyarakat modern.

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan bentuk-bentuk kesantunan berbahasa yang digunakan pedagang dan pembeli di Pasar Tradisional Arengka Pekanbaru, menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi penggunaan kesantunan berbahasa, serta menelaah implikasi sosial penggunaan bahasa santun dalam aktivitas transaksi jual beli. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis dalam pengembangan kajian pragmatik, khususnya terkait kesantunan berbahasa dalam komunikasi sosial masyarakat. Selain itu, penelitian ini juga memberikan kontribusi praktis sebagai referensi bagi masyarakat dan pelaku perdagangan mengenai pentingnya penggunaan bahasa santun dalam menciptakan hubungan sosial yang harmonis dan komunikasi ekonomi yang efektif.

Metode

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan metode deskriptif. Penelitian kualitatif dipilih karena penelitian ini bertujuan memahami fenomena penggunaan kesantunan berbahasa secara mendalam dalam konteks interaksi sosial di pasar tradisional. Metode deskriptif digunakan untuk menggambarkan bentuk-bentuk kesantunan berbahasa yang muncul dalam komunikasi antara pedagang dan pembeli tanpa melakukan manipulasi terhadap situasi penelitian. Pendekatan ini memungkinkan peneliti memperoleh gambaran

nyata mengenai penggunaan bahasa santun dalam aktivitas transaksi jual beli di lingkungan pasar tradisional.

Pendekatan penelitian yang digunakan adalah pendekatan pragmatik. Pendekatan pragmatik digunakan karena penelitian ini berfokus pada penggunaan bahasa dalam konteks sosial tertentu, terutama pada makna tuturan, strategi komunikasi, dan tujuan penggunaan bahasa dalam interaksi antara pedagang dan pembeli. Kajian pragmatik dalam penelitian ini diarahkan untuk menganalisis bentuk kesantunan berbahasa berdasarkan situasi tutur, hubungan sosial antarpener, serta strategi komunikasi yang digunakan untuk menjaga keharmonisan interaksi selama proses transaksi berlangsung.

Data penelitian berupa tuturan lisan yang mengandung unsur kesantunan berbahasa dalam interaksi jual beli di Pasar Tradisional Arengka Pekanbaru. Tuturan tersebut meliputi sapaan, penawaran, tawar-menawar, ungkapan persuasif, dan bentuk komunikasi lainnya yang digunakan oleh pedagang maupun pembeli selama proses transaksi. Selain data tuturan, penelitian ini juga menggunakan data hasil wawancara terkait pandangan pedagang dan pembeli mengenai pentingnya penggunaan bahasa santun dalam aktivitas perdagangan. Sumber data dalam penelitian ini terdiri atas sumber data primer dan sumber data sekunder. Sumber data primer diperoleh langsung dari interaksi antara pedagang dan pembeli di Pasar Tradisional Arengka Pekanbaru. Penelitian melibatkan 15 pedagang dan 20 pembeli yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling. Teknik purposive sampling digunakan karena peneliti memilih informan yang dianggap mampu memberikan data sesuai dengan tujuan penelitian. Informan dipilih dari berbagai latar belakang usia, jenis kelamin, dan jenis dagangan untuk memperoleh variasi penggunaan bahasa dalam transaksi pasar tradisional. Sumber data sekunder diperoleh dari buku, jurnal ilmiah, dan penelitian terdahulu yang berkaitan dengan kesantunan berbahasa dan kajian pragmatik.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi, rekaman percakapan, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Observasi dilakukan secara langsung di lingkungan pasar untuk mengamati situasi komunikasi antara pedagang dan pembeli. Rekaman percakapan digunakan untuk memperoleh data

tuturan secara alami sehingga peneliti dapat menganalisis bentuk kesantunan berbahasa secara lebih akurat. Wawancara mendalam dilakukan kepada beberapa pedagang dan pembeli untuk mengetahui faktor-faktor yang memengaruhi penggunaan bahasa santun dalam transaksi jual beli. Dokumentasi digunakan sebagai data pendukung berupa catatan lapangan dan transkrip hasil percakapan selama penelitian berlangsung.

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan model analisis interaktif yang meliputi reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Pada tahap reduksi data, peneliti memilih dan mengelompokkan tuturan yang mengandung strategi kesantunan berbahasa. Tahap penyajian data dilakukan dengan mendeskripsikan bentuk tuturan berdasarkan konteks interaksi dan kategori strategi kesantunan. Selanjutnya, tahap penarikan kesimpulan dilakukan dengan menginterpretasikan data berdasarkan teori kesantunan Brown dan Levinson (1987) yang telah diadaptasi dengan konteks lokal sebagaimana dijelaskan oleh Rahardjo (2021). Analisis dilakukan untuk mengetahui bentuk kesantunan berbahasa, faktor-faktor yang memengaruhinya, serta implikasi sosial penggunaan bahasa santun dalam interaksi pasar tradisional.

Hasil Dan Pembahasan

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan bentuk-bentuk kesantunan berbahasa, menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi penggunaan bahasa santun, serta menelaah implikasi sosial kesantunan berbahasa dalam interaksi pedagang dan pembeli di Pasar Tradisional Arengka Pekanbaru. Berdasarkan hasil observasi, rekaman percakapan, dan wawancara, ditemukan bahwa kesantunan berbahasa memiliki peran penting dalam menjaga kelancaran transaksi dan membangun hubungan sosial yang harmonis antara pedagang dan pembeli. Strategi kesantunan digunakan secara dinamis sesuai situasi komunikasi dan hubungan antarpenutur.

1. Bentuk Kesantunan Positif dalam Interaksi Pedagang dan Pembeli

Hasil penelitian menunjukkan bahwa bentuk kesantunan positif paling dominan digunakan oleh pedagang ketika melayani pembeli. Kesantunan positif terlihat

melalui penggunaan sapaan akrab seperti *kak*, *dek*, *buk*, *pak*, dan *bang*. Selain itu, pedagang juga menggunakan ungkapan persuasif seperti “silakan dipilih dulu”, “murah saja, kak”, atau “khusus untuk ibu saya kurangi”. Penggunaan bahasa tersebut bertujuan menciptakan suasana akrab dan nyaman sehingga pembeli merasa dihargai.

Berdasarkan hasil wawancara, sebagian besar pedagang menyatakan bahwa penggunaan bahasa santun dapat menarik perhatian pembeli dan meningkatkan kemungkinan terjadinya transaksi. Pedagang menilai bahwa komunikasi yang ramah membuat pembeli lebih nyaman untuk bertanya maupun melakukan tawar-menawar. Temuan ini menunjukkan bahwa kesantunan positif tidak hanya berfungsi menjaga hubungan sosial, tetapi juga menjadi strategi ekonomi dalam aktivitas perdagangan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Abdullah (2024) yang menyatakan bahwa strategi kesantunan positif digunakan pedagang untuk membangun kedekatan emosional dan loyalitas pelanggan. Penelitian Nurhadi (2021) juga menunjukkan bahwa penggunaan sapaan kekerabatan di pasar tradisional mampu mempererat hubungan interpersonal antara penjual dan pembeli. Dengan demikian, temuan penelitian ini memperkuat pandangan bahwa kesantunan positif memiliki fungsi sosial sekaligus fungsi persuasif dalam interaksi ekonomi masyarakat.

Jika dikaitkan dengan teori Brown dan Levinson (1987), penggunaan sapaan akrab dan ungkapan persuasif merupakan bentuk strategi kesantunan positif yang bertujuan menunjukkan solidaritas dan kedekatan sosial antara penutur dan mitra tutur. Dalam konteks pasar tradisional, strategi tersebut digunakan untuk menciptakan hubungan yang lebih personal sehingga interaksi berlangsung lebih cair dan komunikatif.

2. Bentuk Kesantunan Negatif dalam Proses Tawar-Menawar

Selain kesantunan positif, penelitian ini juga menemukan penggunaan strategi kesantunan negatif dalam proses tawar-menawar. Pembeli umumnya menggunakan ungkapan yang bersifat hati-hati dan tidak langsung ketika meminta potongan harga. Bentuk tuturan seperti “maaf ya, bisa kurang sedikit?”,

“kalau segini boleh tidak?”, atau “jangan mahal-mahal ya, buk” menunjukkan adanya upaya pembeli untuk mengurangi ancaman terhadap muka pedagang.

Penggunaan ungkapan permintaan maaf sebelum menawar harga menunjukkan bahwa pembeli berusaha menjaga perasaan pedagang agar proses negosiasi tetap berlangsung dengan baik. Dalam beberapa situasi, pedagang juga menggunakan strategi kesantunan negatif ketika menolak tawaran pembeli, misalnya dengan mengatakan “maaf, modalnya sudah tinggi” atau “belum bisa kurang lagi, kak”. Strategi tersebut digunakan agar penolakan tidak terdengar kasar atau menyinggung lawan tutur.

Temuan ini konsisten dengan penelitian Rahmah (2022) yang menjelaskan bahwa kesantunan negatif berfungsi meminimalkan potensi konflik dalam interaksi jual beli. Penelitian tersebut menegaskan bahwa penggunaan ungkapan tidak langsung dan bentuk mitigasi bahasa dapat menjaga stabilitas komunikasi antara pedagang dan pembeli selama proses transaksi berlangsung. Dalam perspektif teori Brown dan Levinson (1987), strategi kesantunan negatif digunakan untuk menghormati kebebasan bertindak lawan tutur dan mengurangi tekanan dalam komunikasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi tersebut efektif digunakan dalam proses tawar-menawar karena mampu menjaga hubungan sosial tetap harmonis meskipun terjadi perbedaan kepentingan antara penjual dan pembeli.

3. Faktor Sosial Budaya yang Memengaruhi Kesantunan Berbahasa

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan kesantunan berbahasa di Pasar Tradisional Arengka Pekanbaru dipengaruhi oleh beberapa faktor sosial budaya, seperti usia, status sosial, jenis kelamin, dan tingkat kedekatan antara penutur dan mitra tutur. Pedagang yang berusia lebih tua cenderung menggunakan bahasa yang lebih formal dan penuh penghormatan. Sebaliknya, pedagang muda lebih sering menggunakan bahasa santai dan fleksibel dalam berkomunikasi dengan pembeli.

Selain faktor usia, kedekatan personal juga memengaruhi penggunaan bahasa santun. Pedagang yang sudah mengenal pelanggan tetap biasanya menggunakan bahasa yang lebih akrab dibandingkan kepada pembeli baru. Hal tersebut

menunjukkan bahwa tingkat keakraban memengaruhi pilihan kata dan strategi komunikasi yang digunakan dalam transaksi pasar.

Penelitian ini mendukung hasil penelitian Wijayanti (2021) yang menyatakan bahwa variasi penggunaan kesantunan berbahasa dipengaruhi oleh karakteristik sosial penutur, terutama usia dan hubungan interpersonal. Penelitian Sari dan Wibowo (2022) juga menjelaskan bahwa pasar tradisional merupakan ruang sosial budaya yang mempertahankan norma komunikasi masyarakat lokal melalui praktik bahasa sehari-hari.

Jika dibandingkan dengan teori pragmatik, faktor sosial budaya memiliki hubungan erat dengan konteks tutur. Dalam teori pragmatik, makna bahasa tidak hanya dipahami melalui bentuk tuturan, tetapi juga melalui situasi sosial yang melatarbelakangi komunikasi. Oleh karena itu, penggunaan kesantunan berbahasa di pasar tradisional tidak dapat dipisahkan dari kondisi sosial masyarakat yang membentuk pola interaksi antarpelaku pasar.

4. Implikasi Sosial Kesantunan Berbahasa dalam Transaksi Pasar

Penelitian ini menemukan bahwa kesantunan berbahasa memiliki implikasi sosial yang cukup besar dalam aktivitas perdagangan di pasar tradisional. Pedagang yang dikenal ramah dan santun cenderung lebih dipercaya oleh pembeli serta memiliki pelanggan tetap. Pembeli merasa lebih nyaman melakukan transaksi dengan pedagang yang menggunakan bahasa sopan, tidak kasar, dan komunikatif. Selain berdampak pada hubungan ekonomi, kesantunan berbahasa juga berperan dalam membentuk citra sosial pedagang di lingkungan pasar. Pedagang yang santun dianggap memiliki etika baik dan lebih mampu menjaga hubungan sosial dengan masyarakat sekitar. Sebaliknya, pedagang yang menggunakan bahasa kasar cenderung dihindari oleh pembeli karena dianggap kurang menghargai pelanggan. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian Sari dan Wibowo (2022) yang menyatakan bahwa komunikasi santun dapat meningkatkan kepercayaan dan loyalitas pelanggan dalam aktivitas perdagangan tradisional. Penelitian Abdullah (2024) juga menunjukkan bahwa bahasa santun menjadi salah satu bentuk modal sosial yang mendukung keberlangsungan usaha pedagang.

Berdasarkan teori kesantunan Brown dan Levinson, penggunaan bahasa santun berfungsi menjaga hubungan interpersonal dan mengurangi potensi konflik sosial. Temuan penelitian ini memperlihatkan bahwa kesantunan berbahasa tidak hanya menjadi bagian dari norma budaya masyarakat, tetapi juga memiliki nilai praktis dalam mendukung keberhasilan transaksi ekonomi di pasar tradisional.

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa kesantunan berbahasa memiliki posisi yang sangat penting dalam interaksi antara pedagang dan pembeli di Pasar Tradisional Arengka Pekanbaru. Kesantunan berbahasa tidak hanya berfungsi sebagai bentuk etika komunikasi, tetapi juga menjadi strategi sosial yang mendukung terciptanya hubungan interpersonal yang harmonis dalam aktivitas perdagangan. Melalui penggunaan bahasa yang santun, proses komunikasi antara pedagang dan pembeli dapat berlangsung dengan lebih nyaman, akrab, dan minim konflik sehingga aktivitas transaksi berjalan secara efektif.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa bentuk kesantunan yang digunakan dalam interaksi jual beli meliputi kesantunan positif dan kesantunan negatif. Kesantunan positif tampak melalui penggunaan sapaan akrab seperti kak, dek, buk, dan pak, serta penggunaan ungkapan persuasif yang bertujuan membangun kedekatan emosional antara pedagang dan pembeli. Strategi tersebut digunakan untuk menciptakan suasana interaksi yang lebih hangat sehingga pembeli merasa dihargai dan nyaman saat melakukan transaksi. Penggunaan kesantunan positif juga menunjukkan bahwa hubungan antara pedagang dan pembeli di pasar tradisional tidak semata-mata bersifat ekonomi, tetapi juga mengandung unsur sosial dan budaya yang kuat.

Selain itu, penelitian ini juga menemukan adanya penggunaan kesantunan negatif dalam proses tawar-menawar. Pembeli maupun pedagang cenderung menggunakan ungkapan yang bersifat hati-hati dan tidak langsung ketika menyampaikan permintaan, penawaran, maupun penolakan harga. Ungkapan

seperti “maaf ya, bisa kurang sedikit?” atau “belum bisa kurang lagi, kak” menunjukkan adanya upaya menjaga perasaan lawan tutur agar komunikasi tetap berjalan baik tanpa menimbulkan ketegangan. Hal tersebut membuktikan bahwa strategi kesantunan negatif berfungsi untuk meminimalkan ancaman terhadap muka atau harga diri lawan tutur selama proses negosiasi berlangsung.

Penelitian ini juga membuktikan bahwa penggunaan kesantunan berbahasa dipengaruhi oleh berbagai faktor sosial budaya. Faktor usia, status sosial, tingkat kedekatan personal, dan pengalaman komunikasi menjadi unsur yang memengaruhi pilihan bahasa dalam interaksi pasar. Pedagang yang lebih tua cenderung menggunakan bahasa yang lebih formal dan penuh penghormatan, sedangkan pedagang muda lebih fleksibel dan santai dalam berkomunikasi dengan pembeli. Selain itu, hubungan kedekatan antara pedagang dan pelanggan tetap juga memengaruhi tingkat keakraban bahasa yang digunakan dalam transaksi sehari-hari.

Temuan penelitian menunjukkan bahwa pasar tradisional tidak hanya menjadi tempat berlangsungnya aktivitas ekonomi, tetapi juga menjadi ruang sosial budaya yang mempertahankan nilai kesopanan dan norma komunikasi masyarakat. Interaksi yang terjadi di pasar tradisional memperlihatkan bahwa bahasa santun masih memiliki peran penting dalam membangun hubungan sosial di tengah perkembangan pola komunikasi modern yang semakin praktis dan langsung. Kesantunan berbahasa dalam konteks pasar tradisional menjadi bentuk adaptasi sosial yang membantu menjaga keseimbangan hubungan antara kepentingan ekonomi dan keharmonisan sosial.

Dari sisi implikasi sosial, penelitian ini menemukan bahwa pedagang yang menggunakan bahasa santun cenderung lebih dipercaya dan disukai oleh pembeli. Kesantunan berbahasa mampu membentuk citra positif pedagang sehingga pelanggan merasa nyaman untuk kembali bertransaksi. Dengan demikian, bahasa santun dapat dipahami sebagai modal sosial yang memberikan keuntungan tidak hanya dalam hubungan sosial, tetapi juga dalam keberlangsungan usaha perdagangan. Pedagang yang komunikatif, ramah, dan santun memiliki peluang lebih besar dalam mempertahankan loyalitas pelanggan

dibandingkan pedagang yang menggunakan bahasa kasar atau kurang menghargai pembeli.

Hasil penelitian ini juga memperkuat teori kesantunan Brown dan Levinson yang menyatakan bahwa strategi kesantunan digunakan untuk menjaga hubungan interpersonal dan melindungi muka penutur maupun mitra tutur dalam komunikasi. Dalam konteks pasar tradisional, teori tersebut terbukti relevan karena penggunaan strategi kesantunan positif dan negatif ditemukan secara nyata dalam berbagai bentuk interaksi antara pedagang dan pembeli. Selain itu, penelitian ini memperlihatkan bahwa praktik kesantunan berbahasa dipengaruhi oleh konteks budaya lokal dan kondisi sosial masyarakat setempat.

Secara teoritis, penelitian ini memberikan kontribusi terhadap pengembangan kajian pragmatik, khususnya dalam bidang kesantunan berbahasa pada konteks komunikasi ekonomi masyarakat tradisional. Penelitian ini juga memperluas pemahaman mengenai hubungan antara bahasa, budaya, dan aktivitas ekonomi dalam kehidupan sosial masyarakat. Secara praktis, hasil penelitian diharapkan dapat menjadi referensi bagi masyarakat, pedagang, maupun peneliti lain mengenai pentingnya penggunaan bahasa santun dalam menciptakan komunikasi yang efektif dan harmonis.

Penelitian ini masih memiliki keterbatasan karena hanya dilakukan pada satu lokasi pasar tradisional dengan jumlah informan yang terbatas. Oleh sebab itu, penelitian selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan kajian kesantunan berbahasa pada konteks pasar yang berbeda atau pada lingkungan perdagangan modern agar diperoleh gambaran yang lebih luas mengenai perkembangan praktik kesantunan berbahasa dalam masyarakat. Selain itu, penelitian berikutnya juga dapat mengkaji pengaruh perkembangan media digital dan perubahan gaya komunikasi generasi muda terhadap penggunaan bahasa santun dalam aktivitas ekonomi sehari-hari.

Daftar Pustaka

- Abdullah, R. (2024). Kesantunan bahasa dalam interaksi pasar tradisional. *Jurnal Bahasa dan Budaya*, 15(1), 45-60.
- Brown, P., & Levinson, S. (1987). *Politeness: Some universals in language usage*. Cambridge University Press.
- Kharismawati, N., Putri, A., & Lestari, D. (2024). Evaluasi instrumen pembelajaran berbasis literasi. *Jurnal Pendidikan*, 18(2), 101-115.
- Nurhadi, A. (2021). Kesantunan berbahasa dalam transaksi jual beli di pasar tradisional. *Jurnal Linguistik*, 12(3), 223-235.
- Rahardjo, B. (2021). Konteks lokal dalam penerapan teori kesantunan. *Jurnal Pragmatik Indonesia*, 9(1), 34-50.
- Rahmah, L. (2022). Strategi kesantunan dalam tawar-menawar di pasar tradisional. *Jurnal Komunikasi Sosial*, 14(2), 87-99.
- Rachman, M. (2023). Relevansi teori kesantunan Brown & Levinson di era modern. *Jurnal Bahasa*, 17(1), 55-70.
- Saputro, Y., & Handayani, S. (2020). Pasar tradisional sebagai ruang komunikasi sosial. *Jurnal Antropologi*, 8(2), 144-159.
- Sari, D., & Wibowo, T. (2022). Kesantunan berbahasa dalam komunikasi masyarakat urban. *Jurnal Bahasa dan Sastra*, 13(2), 99-112.
- Wijayanti, F. (2021). Variasi kesantunan berbahasa berdasarkan usia penutur. *Jurnal Linguistik Terapan*, 11(4), 233-245.
- Zhou, X. (2023). Politeness strategies in Chinese traditional markets. *Asian Journal of Linguistics*, 19(1), 67-82.
- Telaumbanua, Y. (2022). Peran evaluasi pembelajaran terhadap hasil belajar siswa. *Jurnal Pendidikan Modern*, 11(2), 88-97.
- Suratmi, E. (2023). Instrumen evaluasi berbasis kompetensi abad 21. *Jurnal Pendidikan Inovatif*, 15(3), 201-213.
- Putri, R., & Santoso, H. (2021). Pragmatik dan kesantunan berbahasa dalam komunikasi sehari-hari. *Jurnal Humaniora*, 19(2), 134-148.
- Kurniawan, A. (2025). Kesantunan dalam interaksi sosial masyarakat multikultural. *Jurnal Ilmu Sosial*, 20(1), 22-35.
- Lestari, M., & Pratama, D. (2020). Analisis bahasa dalam konteks ekonomi lokal. *Jurnal Ekonomi dan Budaya*, 5(2), 77-89.
- Yusuf, I. (2023). Sapaan dan kesantunan dalam interaksi pedagang dan pembeli. *Jurnal Bahasa Lokal*, 14(1), 56-70.

Setiawan, E. (2024). Strategi komunikasi pedagang pasar dalam menjaga loyalitas pelanggan. *Jurnal Ekonomi Rakyat*, 12(3), 145-159.

Hidayat, N. (2022). Fungsi pragmatik dalam wacana jual beli. *Jurnal Pragmatik Indonesia*, 10(2), 110-127.

Maulana, R. (2025). Perubahan pola komunikasi di pasar tradisional era digital. *Jurnal Komunikasi*, 18(1), 44-60.

