**BAB V**

**KESIMPULAN DAN SARAN**

**5.1 Kesimpulan**

Dari hasil analisis terhadap percakapan transaksi masyarakat pedagang dan pembeli di pasar tradisional Majalaya, kita dapat melihat bahwa percakapan mereka memilki beberapa ciri yang dapat dirasakan terutama dalam konsep percakapan, pilihan bahasa, pola giliran bicara serta beberapa pengaruh yang ditimbulkan. Dengan mengacu pada pertanyaan penelitian dan proses analisis yang ada pada pembahasan dengan berladaskan teori yang relevan maka terdapat beberapa hasil yang dapat dikerucutkan berkaitan dengan variasi dan kode bahasa percakapan transaksi pedagang dan pembeli di pasar Majalaya yaitu :

Penggunaan kode bahasa Sunda sangat penting digunakan dalam percakapan transaksi pedagang dan pembeli di pasar tradisional Majalaya. Dilihat berdasarkan data yang diambil dalam percakapan yang terjadi dalam 16 data percakapan yang diambil dari pedagang dan pembeli berdasarkan jenis kelamin mereka maka penggunaan bahasa sunda hampir muncul dan bertahan dipergunakan oleh mereka pada setiap tuturan yang mereka lakukan. Kode yang muncul adalah bahasa sunda dengan diksi prefiks *sa-* seperti dalam kata *sabaraha* dan *sakit,* awalan sa-, dengan kalimat “*satengah”* yang berarti memesan sejumlah setengah dalam kilogram. Diksi lain yang menunjukan intensitas penggunaan bahasa Sunda yaitu dengan akhiran *–na* dalam kata “*wayahna*”*,* akhiran *–eun* seperti dalam kata *sarebuen* dan lain-lain. Berupa ucapan terimakasih “*sumuhun haturnuhun*” yang biasanya digunakan pada bahasa sunda tingkatan tutur *lemes* (halus) diluar penggunaan tingkat tutur loma (akrab) yang mereka gunakan.

Temuan selanjutnya adalah yang menggambar kode bahasa yang dipergunakan dalam transaksi antara pedagang dan pembeli adalah bahwa mereka menggunakan pilihan bahasa sunda dengan pilhan dialek Bandung dari sembilan buah dialek yang ada. Dialek tersebut adalah dialek Bandung, dialek Banten, dialek Cianjur, dialek Purwakarta, dialek Cirebon, dialek Kuningan, dialek Sumedang, dialek Garut, dan dialek Ciamis. Ini terjadi karena pengaruh letak geografis Kecamatan Majalaya yang ada di tataran kabupaten Bandung.

Dalam menjalan transaksi nya terdapat dua pilihan tingkat tutur yaitu tingkat tutur halus (*lemes)* dan *loma* (Akrab) yang dipergunakan baik dalam tuturan pedagang ataupun pembeli. Berdasarkan jenis kelamin mereka maka, pedagang perempuan paling banyak menggunakan tingkat tutur lemes dengan hampir 13,04% dari seluruh tuturan yang ada dalam percakapan. Pedagang laki-laki berada diurutan selanjutnya yaitu dengan menggunakan sekitar 7,28% tuturannya menggunakan bahasa lemes. Lalu pedagang laki-laki dengan 7,87% dan paling jarang adalah pembeli perempuan yang hanya menggunakan 4,55% ujarannya untuk berkata halus. Sebenarnya dapat dipahami jika seorang pedagang berkata halus maka pembelinya akan merasa senang. Tapi ternyata hal itu bukan merupakan sebuah hal yang mutlak karena ternyata pedagang dan pembeli hanya sedikit saja menggunakan bahasa tersebut. Maka dapat dipastikan bahwa tuturan akrab merupakan cara yang lebih disukai baik pembeli atau pedagang dalam bertransaksi.

Kode bahasa lain yang muncul pada tataran percakapan pedagang dan pembeli adalah penggunaan bahasa kolokial. Bahasa yang kita kenal dengan bahasa berupa singkatan ini dalam beberapa potongan ujaran muncul sebagai ciri khas percakapan mereka yang cenderung bersifat efektif dan cepat. Seperti kata **tilu lima** merupakan representasi dari kata *“ tiga ribu lima ratus”*. Kata ini beragam artinya. Sehingga mungkin kata *tilu lima* itu bertati *tiga ribu lima ratus, tiga puluh lima ribu atau bahkan tiga juta lima ratus*. Ketentuan yang pasti belum ada dengan variasi penggunan kata yang bersifat kolokial seperti ini, namun yang pasti kepastian jumlah harga tersebut hanya dapat diketahui oleh pedagang dan pembeli saja.

Hasil analisis pola interaksi percakapan menunjukan bahwa pembukaan percakapan dalam transaksi pedagang dan pembeli sering kali tidak diawali pembukaan percakapan pada umumnya. Percakapan hanya diawali dengan ungkapan keingintahuan pembeli dengan bertanya harga atau langsung menawar harga barang yang dijajakan. Sementara dalam penutupan percakapan pedagang dan pembeli lebih banyak dengan menggunakan kalimat verbal berupa kalimat *mangga* dari pedagang yang menyerahkan barang belanjaan atau pembeli yang memberikan uangnya kepada pembeli.

Untuk bagian inti dari percakapan sendiri berdasarkan pasangan ujaran berdekatan *(Adjacency Pairs)* secara keseluruhan maka pasangan ujaran yang paling sering muncul adalah 1) Pasangan pertanyaan🡪.Jawaban, 2) Pasangan Penolakkan 🡪Penolakkan, 3) Pasangan Permintaan 🡪Pemersilakan, 4) Pasangan Keluhan🡪sangkalan, 5) Pasangan Permintaan🡪 penolakkan, 6) Pasangan Penawaran🡪Penolakkan, 7) Pasangan Penolakkan🡪Ucapan Terimakasih, 8) Pasangan Hinaan🡪Pembelaan dan 9) Pasangan Permintaan🡪Pertanyaan.

Sementara itu menurut jenis kelamin mereka maka pasangan pedagang laki-laki dengan pembeli laki-laki menggunakan pasangan ujaran pertanyaan🡪jawaban sebagai pasangan ujaran yang paling banyak digunakan. Lebih dari 30% pasangan ujaran berdekatan yang ada merupakan pasangan tersebut. Sisanya berupa pasangan permintaaan🡪pemersilakan (23%), Hinaan🡪pembelaaan (23%), penolakkan🡪penolakkan (7,69%) dan keluhan🡪sangkalan (7,69%). Sementara itu pedagang laki-laki dan pembeli perempuan banyak menggunakan pasangan ujaran pertanyaan🡪jawaban (46,15%), permintaan🡪pemersilakan (15,38%), penolakkan🡪penolakkan (7,69%), penolakkan🡪Berterimakasih (7,69 %), permintaan🡪penolakkan (15,38%), dan permintaan🡪pertanyaan (7,69%). Pedagang perempuan dan pembeli laki-laki pasangan ujaran yang muncul adalah permintaan🡪pertanyaan (25%), permintaan🡪 pemersilakan (25%), Hinaan🡪 sangkalan (16,66%) dan Pertanyaan🡪jawaban (33,33%). Pada pedagang perempuan dan pembeli perempuan adalah pertanyaan🡪jawaban (48,14%), permintaan—pemersilakan (14,81%), permintaan🡪penolakkan (22,22%), Hinaan🡪pembelaan (3,70%) dan permintaan🡪pertanyaan (11,11%).

Dalam pola distribusi tuturan (*turn taking)* terdapat tiga buah pola tuturan yang menjadi tiang utama pada percakapan yang mereka laksanakan yaitu pertama pembicara awal menunjuk pembicara selanjutnya. Pola giliran bicara ini ditandakan dengan pada saat pedagang atau pembeli bertanya dengan menyebutkan sapaan terhadap pembicara berikutnya. Kedua adalah pembicara selanjutnya memilih dirinya sendiri untuk berbicara. Pada pola ini ditandakan dengan pada saat pembeli bertanya, mereka tidak mencantumkan sapaan kepada pedagang, namun pedagang berinisiatif untuk menjawab. Ketiga adalah pembicara terdahulu melanjutkan pembicaraanya. Pola semacam ini menggunakan dua buah input yaitu tanggapan sekaligus pemicunya dalam satu kesempatan tutur dan yang ketiga peserta tutur mengganggu giliran bicara mitra tuturnya Proses percakapan memang sangat berjalan dengan cepat dalam situasi pasar yang menuntut setiap peserta tuturnya untuk berbicara cepat dan keras. Sering kali seseorang dalam melakukan transaksi tidak sabr untuk mengambil giliran tuturnya sehingga mengganggu giliran tutur lawan tuturnya. Ini ditandai dengan banyaknya tumpang tindih tuturan yang terdapat dalam tuturan percakapan pedagang dan pembelinya.

Dengan munculnya berbagai variasi dan pola interaksi bahasa yang muncul maka terdapat beberapa pengaruh yang muncul terhadap percakapan pedagang dan pembeli di pasar Majalaya yaitu bagi:

1. **Pedagang Laki-laki**

Pedagang laki-laki lebih berhati-hati dalam berbicara dengan pembelinnya. Ini dapat terlihat jika kita melihat penggunaan tingkat tutur akrab (63,82%) dan lemes dengan (36,18%) penggunaanya. Penggunaan bahasa lemes yang seperti itu akan membuat pembeli seolah dihormati atau dihargai sehingga secara langsung akan membuat pembeli ingin kembali membeli di kemudian hari. Namun terdapat kelemahan yang ada pada seorang pedagang laki-laki adalah dimana mereka juga kurang banyak berbicara yang menimbulkan kurangnya peralihan tema pada transaksi yang dilakukan. Pedagang laki-laki tidak banyak menawarkan barang daganganya dan cenderung lebih memilih untuk melayani dan menjawab. Maka dari itu transaksi yang terjadi pada pedagang laki-laki lebih sederhana dengan tingkat penjualan hanya satu atau dua barang saja. Pedagang laki-laki berprinsip lebih senang untuk mengajak banyak pembeli dengan berharap banyak transaksi yang terjadi daripada harus membujuk seorang pembeli untuk memesan barang lebih banyak.

1. Pedagang Perempuan

Pedagang perempuan secara garis besar menggunakan bahasa Sunda standar yang digunakan untuk berinteraksi dengan pembelinya. Bahasa Sunda yang dipakai dicirikan dengan banyaknya penggunaan sufiks –an, -na, -eun dan lain-lain. Penggunaan bahasa Sunda akrab memang mendominasi bahasa yang ada namun bila dibandingkan dengan pedagang laki-laki maka frekuensi bahasa *lemes* yang dipakai pedagang perempuan lebih tinggi. Dengan menggunakan banyak bahasa lemes, ini menimbulkan kesan kurang akrab kepada pembeli sehingga pembeli tidak begitu percaya dengan apa yang diujarkan sehingga lebih banyak memberikan pertanyaan. Pembukaan percakapan yang diawali oleh permintaan pembeli membuat proses terjadinya transaksi menjadi lebih cepat dan langsung kepada intinya. Variasi jawaban, pemersilakan sangkalan dan pertanyaan adalah bentuk yang paling sering diungkapkan pedagang perempuan. Dengan melihat pola seperti ini, maka pada pedagang perempuan akan lebih banyak berbicara dan lebih mendapatkan pesanan barang yang didapat. Artinya bahwa pedagang perempuan berprinsip untuk mengajak seorang pembeli dengan banyak barang belanjaan daripada mengajak banyak pembeli namun sedikit barang yang dipesan.

1. Pembeli Laki-laki

Pada beberapa kesempatan penggunaan kata “*ceu”* menjadi efektif untuk membujuk pedagang perempuan. Ini mengindikasikan bahwa pembeli menganggap pedagang sangat dekat dengan dirinya atau seolah menganggap punya kedekatan secara persaudaraaan. Sapaan itu setidaknya meninggalkan kesan keakraban yang kental dan membuat pedagang mau menurunkan harga barangnya seperti pada saudara sendiri. Pembeli laki-laki menggunakan tuturan akrabnya sekitar 92% dari keseluruhan ujaran yang disampaikan. Sisanya merupakan ungkapan halus dengan cara merayu dan menyapa pedagang barang yang hendak dibelinya. Dengan frekuensi ini setidaknya menandakan bahwa pembeli laki-laki jarang sekali menggunakan bahasanya yang bersifat halus kepada pedagang. Dengan kata lain mereka sangat menyukai keakraban dalam berbelanja.

1. Pembeli Perempuan

Pembeli perempuan membeli banyak barang kepada seorang pedagang. Hal ini dibuktikan dengan pasangan ujaran yang menggambarkan dominasi pertanyaan-jawaban dan permintaan-pemersilakan yang terjadi hampir di seluruh percakapan baik dengan pedagang laki-laki ataupun perempuan. Pembeli perempuan lebih aktif bertanya karena dipengaruhi faktor seperti pemahamannya akan kebutuhan rumah tangga. Jadi mereka berusaha mengetahui sebanyak mungkin harga barang yang ada di pasar. Maka dengan seperti itu sepertinya pembeli wanita tidak akan terlalu banyak mencari pedagang utnuk menawar harga tetapi lebih suka berbelanja banyak barang sekaligus pada suatu tempat.

**5.2 Saran**

 Melihat apa yang telah dipaparkan dan dibahas maka peneliti hendak memberikan saran bahwa:

1. Kepada para peneliti terutama dalam bidang sosiolinguistik agar dapat terus mengembangkan penelitian sehingga proses pembelajaran bahasa dapat diteruskan hinga masa selanjutnya. Penelitian ini dibatasi oleh jenis kelamin dari setiap pedagang dan pembeli maka untuk selanjtnya dapat dikembangkan dengan divisi yang lain misalkan tingkat ekonomi, usia dan lain sebagainya.
2. Sebelum melakukan penelitian, terlebih dahulu kita harus mengetahui konsep dan teori yang benar-benar jelas sehingga kita dapat dengan mudah mencerna data yang telah dikumpulkan.