

**ANALISIS PRINSIP KERJA SAMA GRICE DALAM TUTURAN ANTARA
PENJUAL ALAT RUMAH TANGGA DAN PEMBELI DI PASAR SINDANGKASIH**

Silviani¹, Agi Ahmad Ginanjar²

^{1,2}Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia FKIP Universitas Siliwangi

¹ silviaani27@gmail.com, ² agiahmad@unsil.ac.id

ABSTRACT

Interaction is a fundamental part of life, one of which is widely used when buying and selling transactions. Sindangkasih market is interesting to be an arena to study the dynamics in this communication. This study aims to analyze Grice's principle of cooperation in the speech between sellers and buyers in the market. Grice's principle of cooperation consists of four maxims, namely, maxims of quantity, quality, relevance and manner, which function to ensure communication runs effectively and coherently. This research uses descriptive qualitative method with data collection techniques using listening and note-taking techniques so that conversations between sellers and buyers are analyzed in depth. The results showed that in the conversation all maxims in Grice's cooperative principle were obeyed by all participants. The seller provided accurate and relevant information in accordance with the expectations of the buyer. No violations of the maxims of Grice's cooperative principle were found, thus showing that the communication between sellers and buyers in Sindangkasih Market runs effectively and efficiently.

Keywords: *Grice's Cooperation Principle, Communication, Maxims.*

ABSTRAK

Interaksi adalah bagian mendasar dalam kehidupan salah satunya banyak digunakan ketika melakukan transaksi jual beli. Pasar Sindangkasih menarik untuk menjadi arena mengkaji dinamika dalam komunikasi ini. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis prinsip kerja sama grice dalam tuturan antara penjual dan pembeli di pasar tersebut. Prinsip kerja sama grice terdiri dari empat maksim yaitu, maksim kuantitas, kualitas, relevansi dan cara, yang berfungsi untuk memastikan komunikasi berjalan secara efektif dan koheren. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan datanya menggunakan teknik simak libat cakap dan catat sehingga percakapan antara penjual dan pembeli dianalisis secara mendalam. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam percakapan tersebut semua maksim dalam prinsip kerja sama grice dipatuhi oleh semua partisipan. Penjual memberikan informasi yang akurat dan relevan sesuai dengan harapan dari pembeli. Tidak ditemukan pelanggaran terhadap maksim prinsip kerja sama grice sehingga menunjukkan bahwa komunikasi yang terjadi antara penjual dan pembeli di Pasar Sindangkasih berjalan secara efektif dan efisien.

Kata Kunci: Prinsip Kerja Sama Grice, Komunikasi, Maksim.

A. Pendahuluan

Sebagai makhluk sosial interaksi merupakan aktivitas yang paling dasar dalam kehidupan. Interaksi dikatakan berhasil jika komunikasi antara penutur dan mitra tutur dapat saling memahami satu sama lain. Dalam berkomunikasi, bahasa menjadi peran sentral untuk menyampaikan sebuah gagasan, ide, informasi maupun pendapat. Salah satu bentuk komunikasi yang sering terjadi adalah interaksi verbal dalam kegiatan jual beli. Komunikasi ini melibatkan penjual dan pembeli yang berusaha mencapai kesepakatan dengan mengandalkan efektivitas pertukaran informasi.

Dalam penggunaannya, bahasa diikat oleh sebuah aturan yang dikaji dalam ilmu pragmatik. Menurut Levinson (dalam Surono, 2014) pragmatik merupakan ilmu bahasa yang mengkaji penggunaan bahasa disesuaikan dengan konteks atau keadaan yang ada. Dengan kata lain pragmatic mengkaji hal-hal yang menimbulkan timbal balik antara bentuk dan fungsi dari sebuah tuturan berdasarkan prinsip kerjanya. Sehingga bahasa

yang diujarkan pantas dan sesuai dengan situasi.

Penutur dan mitra tutur tidak terlepas dari kaidah yang mengatur tindakan dalam penggunaan bahasa. Di dalam pragmatik ada lingkup yang mengkaji perihal kemampuan penggunaan bahasa yang disesuaikan berdasarkan situasi dan konteks yakni prinsip kerja sama. Prinsip kerja sama dikenalkan oleh Herbert Paul Grice (1975) dan beliau membaginya menjadi empat maksim, yaitu maksim kuantitas, kualitas, relevansi dan cara. Keempat maksim ini bersama-sama membentuk kerangka kerja untuk interaksi yang koheren dan efisien. Dalam praktiknya, kepatuhan atau pelanggaran terhadap maksim-maksim ini dapat memengaruhi kualitas interaksi, khususnya dalam situasi informal seperti di pasar tradisional.

Pasar Sindangkasih merupakan pasar tradisional yang berada di daerah perbatasan Tasikmalaya dan Ciamis. Lokasi ini menjadi ideal untuk mengkaji penenrapan prinsip kerja sama Grice. Komunikasi antar penjual dan pembeli di pasar ini memiliki karakteristik unik,

seperti penggunaan bahasa lokal, ungkapan-ungkapan idiomatik, hingga strategi komunikasi nonverbal. Fenomena ini menarik untuk diteliti karena dapat memberikan gambaran tentang bagaimana prinsip-prinsip kebahasaan diterapkan dalam interaksi yang terjadi di luar konteks formal.

Sebelumnya, penelitian hal ini telah dilakukan oleh Kusnul Khotimah (2022) yang berjudul “Analisis Prinsip Kerja Sama Grice Pada Tuturan Tindak Komunikatif dalam Anime Kimi No Na Wa Karya Makoto Shinkai”. Penelitian ini membahas mengenai prinsip kerja sama grice dalam tuturan tindak komunikatif film anime kimi no na wa. Di dalamnya ada dua fokus yang ditelitinya yaitu tidak komunikatif yang meliputi menyapa, menerima, mengundang, menjamu dan lainnya serta prinsip kerja sama grice yang meliputi maksim kuantitas, kualitas, cara dan relevansi. Sedangkan perbedaan pada penelitian ini adalah penelitian ini berfokus pada penerapan prinsip kerja sama grice saja dengan objek yang ditelitinya pun berbeda yakni penelitian ini menggunakan objek percakapan yang terjadi Pasar Sindangkasih.

Penelitian selanjutnya adalah “Pelanggaran Prinsip Kerja Sama Grice dalam Pertuturan Interaksional Gigolo Di Surabaya” oleh Gumelar tahun 2017. Penelitian tersebut membahas mengenai pelanggaran Prinsip Kerja Sama Grice dalam tuturan interaksional gigolo di Surabaya dan dianalisis melalui wujud dan dampak pelanggaran Prinsip Kerja Sama Grice. Sedangkan pada penelitian ini membahas penerapan prinsip kerja sama grice dalam sebuah kegiatan transaksi jual beli di pasar. Sehingga bisa diketahui apakah percakapan tersebut memenuhi prinsip kerja sama atau tidak.

Berdasarkan beberapa penelitian yang telah dilakukan sebelumnya, penelitian ini berfokus pada penerapan prinsip kerja sama grice dalam sebuah kegiatan transaksi jual beli di Pasar Sindangkasih dan bagaimana hasil transkrip percakapan-percakapan tersebut mematuhi akan prinsip kerja sama grice,

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan kajian pragmatik, khususnya dalam memahami komunikasi interpersonal

di lingkungan sosial tertentu. Selain itu, penelitian ini juga dapat menjadi referensi bagi pembelajaran bahasa yang berbasis konteks budaya lokal, sehingga mendukung penguatan nilai-nilai budaya dalam pendidikan bahasa.

B. Metode Penelitian

Metode penelitian merupakan acuan dalam pelaksanaan penelitian yang telah direncanakan sebelumnya, berdasarkan pendekatan yang telah dipegang atau dijadikan dasar pijakan oleh peneliti sendiri. Sejalan dengan pendapat Ismawati (2012) mengemukakan bahwa metode penelitian adalah cara pelaksanaan penelitian berdasarkan pendekatan yang dianut. Dalam proses implementasinya, penelitian metode ini bisa tercapai berupa prosedur atau langkah-langkah yang ditempuh oleh peneliti untuk mencapai tujuannya.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Metode deskriptif merupakan metode yang dilakukannya penelitian secara terurai dalam bentuk kata-kata bukan angka. Sedangkan pendekatan kualitatif merupakan pendekatan yang

mengembangkan pola pikir secara induktif (Heryadi, 2014). Sehingga dalam proses menjawab suatu persoalan tidak mesti bertolak pada teori, aksioma, dan prinsip-prinsip sebagai kebenaran yang sudah ada, melainkan pada fakta-fakta yang muncul secara alamiah di lapangan. Adapun prosedur penelitian yang akan dilakukan yaitu, pengumpulan data dari objek yang akan diteliti, menganalisis data yang telah didapat kemudian mengklasifikasikan data yang didapat untuk mengetahui penerapan prinsip kerja sama di pasar Sindangkasih, terakhir verifikasi data yaitu mengambil simpulan akhir dari analisis yang telah dilakukan.

Teknik pengumpulan datanya menggunakan teknik simak libat cakap dan teknik catat. Teknik simak libat cakap melibatkan peneliti menjadi pembeli dengan mengajukan beberapa pertanyaan kepada penjual dan merekam semua tuturan dirinya dengan penjual guna mendapatkan data yang diinginkan. Setelah itu, peneliti menggunakan teknik catat untuk mentranskripsikan data rekaman ke dalam bentuk tulisan untuk dianalisis lebih lanjut. Sumber data yang digunakan diperoleh dari

dialog percakapan antara penjual dan pembeli di salah satu toko perabotan yang ada di Pasar Sindangkasih, Ciamis.

C.Hasil Penelitian dan Pembahasan **(Huruf 12 dan Ditebalkan)**

Data hasil penelitian yang telah diperoleh selanjutnya dianalisis untuk melihat sejauh mana prinsip kerja sama Grice digunakan dalam tuturan. Prinsip kerja sama grice dalam ilmu pragmatik terdapat empat maksim, yaitu maksim kuantitas, kualitas, relevansi dan cara. Keempat maksim ini berfungsi sebagai indikator pemenuhan dalam sebuah percakapan. Prinsip ini dapat diterapkan dalam interaksi yang terjadi di sebuah pasar.

1. Maksim Kualitas

Indikator dari pematuhan maksim kualitas yaitu harus sesuai kenyataan, dan didukung dengan bukti yang cukup. Adapun data yang ditemukan di lapangan yaitu,

Pembeli : *“pak ngagaduhan gayung teu?”* (pak, ada gayung tidak di sini?)

Penjual : *“aya teh, sok ka palih dieu. Bade nukumaha? Aya anu 5 ribu, 7 ribu, 15 ribu dugi ka 18 ribu. Tah anu koneng mah 15 ribu”* (ada kak, di sebelah sini. Mau yang seperti apa? Ada yang harganya 5 ribu, 7 ribu, 15 ribu sampai 18 ribu. Nah, yang kuning itu 15 ribu)

Tuturan di atas memenuhi maksim kualitas. Tuturan yang menunjukkan bahwa telah terjadinya pematuhan maksim kualitas yaitu Ketika pembeli bertanya tentang ketersediaan gayung di toko tersebut, penjual menjawabnya dengan fakta yang ada bahwa gayung yang ditanyakan pembeli tersedia di tokonya dan juga menunjukkannya kepada pembeli. Karena informasi yang dibutuhkan pembeli terjawab maka percakapan

tersebut memenuhi maksim kualitas.

2. Maksim Kuantitas

Indikator dari maksim kuantitas yaitu tidak berlebihan memberikan informasi dan informasi disampaikan dengan seinformatif mungkin. Pada tuturan yang ditemukan di lapangan yaitu,

Pembeli : *“pak ngagaduhan gayung teu?”* (pak, ada gayung tidak di sini?)

Penjual : *“aya teh, sok ka palih dieu. Bade nukumaha? Aya anu 5 ribu, 7 ribu, 15 ribu dugi ka 18 ribu. Tah anu koneng mah 15 ribu”* (ada kak, di sebelah sini. Mau yang seperti apa? Ada yang harganya 5 ribu, 7 ribu, 15 ribu sampai 18 ribu. Nah, yang kuning itu 15 ribu)

Pembeli : *“ooh, ari ieu anu biru sabaraha?”* (oh, kalau yang warna biru berapa?)

Penjual : *“eta mah 5 ribuan”* (itu 5 ribu)

Pembeli : *“ari anu hejo eta sabaraha?”* (kalau yang warna hijau berapa?)

Penjual : *“7 ribu anu hejo mah, rada ageung saalit ti anu harga 5 ribu”* (7 ribu yang warna hijau bedanya lebih besar sedikit dari yang harga 5 ribu)

Tuturan pada data di atas merujuk pada pemenuhan maksim kuantitas dalam prinsip kerja sama. Penggalan yang membuktikan pemenuhan terhadap maksim kuantitas yakni ketika pembeli bertanya serta memberikan informasi kepada penjual atas apa yang sedang dicarinya dan juga bertanya mengenai harga-harga dari gayung yang ada, kemudian penjual paham dan

menjawabnya sesuai dengan apa yang diharapkan pembeli yakni terkait ketersediaan gayung dan harganya.

3. Maksim Relevansi

Indikator pemenuhan maksim relevansi yaitu, mengatakan hal yang relevan, dan berbicara sesuai permasalahan.

Pembeli : *"ieu anu biru hargana 5 ribu pas pak? Teu tiasa kirang?"* (yang warna biru harganya pas 5 ribu pak? Tidak bisa kurang?)

Penjual : *"teu acan eung teh, tah aya oge anu 4 ribu the, tapi rada alit"* (belum bisa kak, nah itu ada yang 4 ribu, tapi kecil. Jadinya mau beli yang mana kak?)

Pembeli : *"enya pak alit eung."* (iya pak kecil.)

Penjual : *"jantena bade nu mana the?"* (jadinya, mau yang mana kak?)

Pembeli : *"tos we anu biru pak"* (yasudah, yang warna biru saja pak)

Pada tuturan di atas memenuhi maksim relevansi. Penjual memahami keinginan pembeli yang menginginkan harga gayung kurang dari 5 ribu, namun beliau tidak bisa menurunkan harga gayung tersebut, untuk harga di bawah 5 ribu itu ada namun dengan ukuran yang kecil. Sehingga pembelipun setuju akan harga yang ditawarkan oleh penjual.

4. Maksim Cara

Pemenuhan maksim cara ini mengharuskan penutur berbicara secara sistematis, tidak bertele-tele, tanpa menimbulkan ambiguitas, harus ringkas dan jelas sehingga mudah dipahami.

Penjual : *"sabaraha hiji teh?"* (mau berapa banyak kak?)

Pembeli : *“hiji we”* (satu saja pak)

Penjual : *“naon deui teh? Emberna moal?”*
(ada tambahan?
Barangkali
embernya kak?)

Pembeli : *“moal pak, aya keneh di bumi ge”* (sudah pak itu saja, kebetulan ember saya masih bagus)

Percakapan pada data di atas menunjukkan adanya pemenuhan maksim cara. Percakapan berjalan dengan jelas dan tidak menimbulkan ambiguitas antar penutur. Hal ini tergambar saat penjual bertanya mengenai jumlah gayung yang akan dibeli oleh si pembeli, dan pembeli pun menjawab bahwa gayung yang akan dibelinya hanya satu saja. Selain itu, maksim cara ini juga tergambar Ketika penjual bertanya kepada pembeli apakah ada lagi yang akan dibeli selain gayung, missal ember kemudian pembeli

menjawabnya tidak ada dengan alasan embernya masih ada dan masih bagus di rumahnya.

Secara keseluruhan setelah dilakukan analisis terhadap data yang diperoleh, maka bisa disimpulkan bahwa percakapan diatas memenuhi maksim kerja sama tanpa ada pelanggaran terhadap maksim tersebut. Sehingga komunikasi dalam percakapan tersebut lancar dan tidak ada kesalahpahaman.

E. Kesimpulan

Berdasarkan data-data yang telah ditemukan dalam penelitian ini, data disimpulkan bahwa penerapan Prinsip Kerja Sama Grice dalam tuturan antara penjual dan pembeli di Pasar Sindangkasih umumnya cukup efektif dalam menjaga kelancaran komunikasi. Setiap maksim, mulai dari kuantitas, kualitas, relevansi, dan cara dipatuhi dengan baik dalam sebagian besar percakapan. Penjual memberikan informasi yang akurat, cukup, relevan dan disampaikan dengan jelas sehingga kebutuhan informasi pembeli terpenuhi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa

komunikasi di pasar tradisional dapat berjalan secara kooperatif dan efisien serta mendukung keberhasilan interaksi meskipun berada dalam lingkup lingkungan informal.

Penelitian ini memberikan kontribusi penting dalam kajian pragmatik, khususnya dalam memahami dinamika komunikasi antarindividu di pasar tradisional. Sebagai saran, penelitian lebih lanjut dapat dilakukan dengan cakupan lokasi atau budaya yang berbeda untuk memperkaya temuan mengenai penerapan prinsip kerja sama dalam berbagai konteks.

DAFTAR PUSTAKA

- Arta, I. M. R. (2016). Prinsip Kerjasama dan Kesantunan pada Pembelajaran Bahasa Indonesia. *Palapa*, 4(2), 143.
- Fadli, I., & Kasmawati, K. (2020). Maksim Kerja Sama Berbahasa Model Grice dalam Peristiwa Tutur Di Pasar Tramo Kabupaten Maros: Kajian Pragmatik. *Jurnal Idiomatik: Jurnal Pendidikan Bahasa Dan Sastra Indonesia*, 3(2), 67–72.
<https://doi.org/10.46918/idiomatik.v3i2.675>
- Gumelar, E. (2017). Pelanggaran Prinsip Kerja Sama Grice dalam Pertuturan Interaksional Gigolo di Surabaya. Artikel: Uneriversitas Negeri Surabaya. Diambil kembali dari [Pelanggaran Prinsip Kerja Sama Grice dalam Pertuturan Interaksional Gigolo di Surabaya - Neliti](#)
- Heryadi, D. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Bahasa*. Pusbill.
- Ismawati, E. (2012). *Metode Penelitian Bahasa dan Sastra*. Pustaka Billah.
- Khotimah, K. (2022). Analisis Prinsip Kerja Sama Pada Tuturan Tindak Komunikatif Dalam Anime Kimi No Na Wa Karya Makoto Shinkai. *Hikari*, 6(2), 83–95.
- Zani, Y. (2022). Penerapan Prinsip Kerja Sama Pada Tuturan Penjual dan Pembeli di Pasar Simpang Bata Kota Jambi. 5(2), 30–40.