



Analisis Variasi Bahasa Salesman PT Karyatama Maju Berjaya Serta Pemanfaatannya Sebagai Bahan Ajar Teks Negosiasi

Asmida Rahmawati¹, Uah Maspuroh², Roni Nugraha Syafroni³

^{1,2,3} Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Singaperbangsa
Karawang

Received: 01 Mei 2024

Revised: 08 Mei 2024

Accepted: 15 Mei 2024

Abstrak

In carrying out activities as a social creature, it is necessary and can cause language variations. Language variations that have different forms but have forms that resemble language in general. Language variants do not arise as a result of different speakers, but may exist as a result of the emergence of social interactions carried out in various ways. In this research, we examine language variations in terms of formality in the speech of salesmen and buyers in several points in the East Jakarta area with the problem of 1) How do the variations in language used by PT Karyatama salesmen advance successfully to buyers, and 2) What are the results of utilizing the language variations used? by the salesman of PT Karyatama Maju Berjaya to buyers as teaching material for class The theory used is the theory of Martin Joos and Abdul Chaer and Agustina (2010) which relates to language variations in terms of formality. The method used by the author is a descriptive qualitative method and the approach used is a sociolinguistic approach. Based on the research results, it can be concluded as follows: 1) 97 data were found, of which 15 data were in the form of casual variety, 42 data were in the form of familiar variety, and 40 data were in the form of business variety. Meanwhile, for the frozen variety and formal variety, the author did not find this data, and 2) the form of use was in the form of teaching materials in the form of handouts for negotiation text material for class X SMA.

Keywords: language variations, teaching materials, negotiation texts.

(*) Corresponding Author: asmidarahma@gmail.com

How to Cite: Rahmawati, A., Maspuroh, U., & Syafroni, R. N. (2024). Analisis Variasi Bahasa Salesman PT Karyatama Maju Berjaya Serta Pemanfaatannya Sebagai Bahan Ajar Teks Negosiasi. <https://doi.org/10.5281/zenodo.11348161>.

PENDAHULUAN

Sosiolinguistik merupakan cabang ilmu linguistik yang interdisipliner atau gabungan antara dua disiplin ilmu, yaitu sosiologi dan linguistik. Sosiolinguistik sebagai cabang ilmu linguistik yang menempatkan kedudukan bahasa pada masyarakat karena dalam bermasyarakat manusia tidak lagi individu, tetapi sebagai masyarakat sosial. Sebagai masyarakat sosial, segala sesuatu dipengaruhi oleh keadaan, khususnya pada saat bertutur. Dalam proses pembelajaran, sosiolinguistik membantu pengajar dan peserta didik dalam menentukan bahasa yang akan digunakan di dalam lingkungan sekolah. Sosiolinguistik juga memiliki peran mengembangkan pembelajaran khususnya pembelajaran bahasa Indonesia, karena adanya keterkaitan antara pembelajaran bahasa dengan lingkungan pengajar dan peserta didik.



Ciri khas seseorang bisa dilihat dari bahasa, bahasa bisa membedakan ciri khas antara yang satu dengan lainnya. Topik yang sedang dibicarakan oleh seseorang bisa menjadi suatu ciri ragam bahasa yang digunakan oleh seseorang. Pada saat berkomunikasi, pertukaran bahasa dan ragam bahasa bisa terjadi pada masyarakat bilingual atau multilingual. Sebagai makhluk sosial yang memerlukan interaksi, dalam berinteraksi manusia juga memerlukan bahasa baik secara formal maupun informal. Interaksi bisa dilakukan di lingkungan rumah, di sekolah, di kantor, maupun di pasar.

Penggunaan bahasa yang dilakukan sebagai pertukaran informasi dalam bertransaksi biasa dilakukan oleh *salesman* dan pembeli. Pada saat bertransaksi, bahasa yang digunakan adalah bahasa yang terjadi pada komunikasi sehari-hari. Maka dari itu, bahasa yang digunakan harus sesuai dengan keperluannya. Dikutip dari indozone.id, pada tanggal 30 April 2021 seorang *salesman* membunuh pemilik toko karena tidak terima dagangannya dihina. Bahasa yang digunakan pada saat bertransaksi harus sesuai agar tidak menimbulkan bahasa-bahasa yang tidak diinginkan satu sama lain. *Salesman* yang pekerjaannya menawarkan produk secara langsung dengan komunikasi kepada pembeli untuk menarik perhatian harus bisa menggunakan bahasa yang sesuai. Sebagai pembeli, pembeli juga harus bisa membalas dengan bahasa yang baik.

Oleh karena itu, variasi bahasa memiliki dua pandangan. Pertama, dilihat sebagai akibat yang terdapat pada keragaman sosial, penutur bahasa dan keragaman dari fungsi bahasa tersebut. Variasi bahasa bisa terjadi karena adanya keragaman sosial dan keragaman fungsi bahasa. Kedua, variasi bahasa sudah ada untuk memenuhi fungsi sebagai alat interaksi dalam berkomunikasi dalam kegiatan masyarakat yang beraneka ragam. Dari pandangan tersebut bisa saja ditolak, tetapi variasi bahasa sendiri dapat diklasifikasikan berdasarkan adanya kegiatan di dalam masyarakat sosial, Chaer dan Agustina (2010:62). Ragam bahasa atau variasi bahasa bisa disebabkan karena adanya kegiatan interaksi sosial yang dilakukan oleh masyarakat secara beragam. Keragaman ini akan semakin bertambah jika bahasa yang digunakan oleh penutur tersebut sangat banyak dan dalam wilayah yang luas, Chaer dan Agustina (2010:61)

Dalam teks negosiasi peserta didik memiliki kesulitan, pertama dalam memahami keuntungan atau penawaran yang terdapat di dalam teks. Kesulitan kedua yang dialami peserta didik masih kesulitan dalam pemilihan kata. Selain itu, peserta didik juga masih kesulitan dalam mengidentifikasi teks negosiasi. Dengan penelitian variasi bahasa pada segi keformalan ini, siswa dapat mengetahui proses bernegosiasi yang dilakukan oleh *salesman* dengan pembeli. Maka dari itu, hasil penelitian ini bisa menjadi rekomendasi dalam bahan ajar pada materi teks negosiasi kelas X SMA. Agar siswa dapat memahami isi teks negosiasi dan mengetahui bagaimana cara menyampaikan pengajuan, penawaran dan penyampaian persetujuan dalam teks negosiasi yang dibuat oleh siswa dan dapat mengidentifikasi teks negosiasi dengan tepat.

Berdasarkan permasalahan di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “Analisis Variasi Bahasa Salesman PT Karyatama Maju Berjaya serta Pemanfaatannya sebagai Bahan Ajar Teks Negosiasi Kelas X”. Dengan rumusan masalahnya 1) bagaimana bentuk variasi bahasa yang digunakan oleh *salesman* PT Karyatama maju berjaya kepada pembeli 2) bagaimana bentuk

hasil pemanfaatan variasi bahasa yang digunakan oleh *salesman* PT Karyatama maju berjaya kepada pembeli sebagai bahan ajar teks negosiasi kelas X. Penulis menggunakan Teori Martin Joos (Chaer dan Agustina, 2010:70-71) dalam bukunya *The Five Clock* variasi bahasa dibagi menjadi beberapa bagian, yaitu gaya atau ragam beku (*frozen*), gaya atau ragam resmi (*formal*), gaya atau ragam usaha (*konsuliatif*), gaya atau ragam santai (*casual*), dan gaya atau ragam akrab (*intimate*). Tujuan penelitian ini adalah Menjelaskan variasi bahasa pada segi keformalan yang terdapat pada tuturan *salesman* kepada pembeli dan Membuat pemanfaatan bahan ajar teks negosiasi kelas X SMA.

METODOLOGI PENELITIAN

Penulis menggunakan pendekatan teoretis dan metodologis. Dalam penelitian ini pendekatan teoritis yang digunakan oleh penulis adalah pendekatan sosiolinguistik, yaitu pendekatan yang berkaitan dengan teori penggunaan bahasa dalam masyarakat. Sosiolinguistik merupakan cabang ilmu linguistik yang memiliki sifat interdisipliner dengan ilmu sosiologi, dengan objek yang diteliti adalah hubungan antara bahasa dengan faktor-faktor sosial yang terdapat pada suatu masyarakat tutur.

Sedangkan metodologis yang digunakan oleh penulis adalah kualitatif deskriptif. Kualitatif deskriptif menurut Koentjaraningrat (Marisi Barbutar, 2022:33) menyebutkan bahwa penelitian kualitatif deskriptif adalah penelitian yang memberi gambaran secara cermat mengenai individu atau kelompok tertentu tentang keadaan dan gejala yang terjadi. Hasil dari penelitian ini berupa deskripsi dari tuturan *salesman* kepada pembeli.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Menurut Chaer dan Agustina, (2010:2) sosiolinguistik adalah ilmu antardisiplin antara sosiologi dan linguistik, dua bidang ilmu empiris yang mempunyai kaitan sangat erat. Menguasai sosiolinguistik membutuhkan pemahaman tentang sosiologi dan linguistik. Sosiologi adalah cabang studi yang mengeksplorasi bagaimana masyarakat berevolusi, terjadi, dan terus ada. Bidang ilmu yang mempelajari bahasa atau mengambil bahasa yang menjadi objek untuk dikaji disebut dengan linguistik. Menurut Fishman (Sowieto, 1983) sosiolinguistik lebih cenderung menggunakan sosiologi bahasa, dengan mempertimbangkan studi yang mengkaji masalah sosial dalam hubungannya dengan pemakaian bahasa. Sedangkan menurut Pateda (1992:3) sosiolinguistik diberi batasan sebagai cabang ilmu yang mempelajari bahasa dan pemakaian dalam konteks budaya. Dalam berbahasa seseorang harus memperhatikan konteks budaya tempat dalam bertutur.

Berdasarkan penjelasan para ahli di atas dapat disimpulkan bahwa sosiolinguistik merupakan cabang ilmu linguistik yang memiliki sifat interdisipliner dengan ilmu sosiologi, dengan objek yang diteliti adalah hubungan antara bahasa dengan faktor-faktor sosial yang terdapat pada suatu masyarakat tutur. Bahasa dalam sosiolinguistik tidak hanya dipandang sebagai struktur, tetapi

dipandang juga sebagai sistem sosial, sistem komunikasi dan bagian dari kebudayaan masyarakat tertentu.

Identitas sosial pada penutur, dapat diketahui dari pernyataan apa dan siapa penutur tersebut dan bagaimana hubungannya dengan lawan tuturnya. Maka dari itu, identitas penutur dapat berupa anggota keluarga, teman karib, atasan atau bawahan yang terdapat pada lingkungan kerja, guru dan murid, tetangga, penjabat, orang yang sudah dituakan dan yang lainnya. Identitas penutur tersebut dapat mempengaruhi pilihan kode dalam bertutur.

Cabang ilmu sosiolinguistik salah satunya ialah variasi bahasa. Variasi bahasa yang merupakan varian bahasa yang memiliki bentuk berbeda-beda, tetapi memiliki bentuk yang menyerupai bahasa pada umumnya. Varian bahasa tidak muncul sebagai hasil dari berbagai penutur, tetapi mungkin ada sebagai akibat dari munculnya interaksi sosial yang dilakukan dengan berbagai cara. Variasi bahasa yang dikemukakan oleh Chaer dan Agustina (2010:62-73) dapat diklasifikasikan sebagai berikut: 1) dari segi penutur, 2) dari segi pemakaian, 3) dari segi formalitas, dan 4) dari segi sarana.

Variasi Bahasa dari Segi Keformalan Situasi Pertama

Tuturan variasi bahasa ini terjadi di pasar pada hari Rabu tanggal 13 September 2023 di toko Tri, pasar Jangkrik. Penutur terdiri dari *salesman* dan satu orang pembeli yaitu pemilik toko. Pada data di bawah ini *salesman* menagih tagihan dan menawarkan barang.

Dialog

Salesman : “Assalamualaikum.”

Pembeli : “Waalaikumsalam.”

Salesman : “Gimana barang? Masih ada?”

Pembeli : “Masih, Bang. Lagi sepi dah ini. Tumben tuh masih ada.”

Salesman : “Emang lagi semua kayaknya.”

Pembeli : “Yaudah dah, Bang. Tagihan minggu depan aja.”

Salesman : “Oke, dah, gampang. Oh iya, ini ada barang baru.”

Pembeli : “Apa itu?”

Salesman : “Marshmallow, dijual gopean perbiji, modalnya RP. 164.500.”

Pembeli : “Nanti dulu aja deh, Bang.”

Salesman : “Oke, dah, sip. Makasih ya.”

Pembeli : “Sama-sama. Ati-ati, Bang.”

Data di atas termasuk ke dalam variasi bahasa segi keformalan, diantaranya ragam akrab, ragam santai dan ragam usaha. Penjelasannya adalah sebagai berikut:

Salesman : “Gimana barang? Masih ada?”

Pembeli : “Masih, Bang. Lagi sepi dah ini. Tumben tuh masih ada.”

Salesman : “Emang lagi semua kayaknya.”

Tuturan dalam data di atas termasuk ke dalam variasi bahasa dari segi keformalan yaitu ragam santai (*casual*). Kata tuh yang merupakan variasi dari kata itu yang memiliki maksud menunjuk suatu objek. Pada keadaan santai dalam percakapan, penutur lebih memilih tidak menghiraukan aturan baku ketika sedang berbicara. Pada hal ini biasa terjadi pada proses jual beli.

Salesman : “Oke, dah, sip. Makasih ya.”
Pembeli : “Sama-sama. Ati-ati, Bang.”

Tuturan dalam data di atas termasuk ke dalam variasi bahasa dari segi keformalan yaitu ragam santai (*casual*). Pada saat berbicara dengan teman atau keluarga biasa menggunakan ragam santai, karena ragam santai dapat dikenakan pada saat kondisi tidak resmi. Bentuk pada ragam santai ini memakai bentuk alegro. pengertian alegro sendiri adalah bentuk kata ujaran yang dipendekkan. Memiliki kosakata yang mencakup komponen leksikal dialek dan bahasa daerah. Struktur, morfologi, dan sintaksis semuanya sama, Chaer dan Agustina (2010:71). Kata ati-ati termasuk ke dalam bahasa Sunda yang memiliki arti hati-hati. Pada keadaan santai dalam percakapan, penutur lebih memilih tidak menghiraukan aturan baku ketika sedang berbicara. Pada hal ini biasa terjadi pada proses jual beli.

Pembeli : “Yaudah dah, Bang. Tagihan minggu depan aja.”
Salesman : “Oke, dah, gampang. Oh iya, ini ada barang baru.”

Tuturan pada data di atas termasuk ke dalam variasi bahasa dari segi keformalan yaitu ragam akrab (*intimate*). Ragam variasi bahasa yang dapat dikenakan pada saat berbicara dengan keluarga mau pun teman yang sudah akrab bisa menggunakan ragam akrab. Ragam akrab sendiri bisa dilihat dari penggunaan bahasa yang tidak utuh dan saat diucapkan sering kali kurang jelas, tetapi dapat dipahami. Hal tersebut bisa terjadi karena antar satu dengan yang lain sudah saling paham dan memiliki pemikiran yang sama, Chaer dan Agustina (2010:71). Hal ini terlihat dari pembeli yang meminta tagihan dipindahkan di minggu depan dan disetujui oleh *salesman*. Dalam percakapan tersebut penggunaan kata yang singkat dan pemilihan kalimat yang menunjukkan bahwa *salesman* dan pembeli tersebut terlihat akrab.

Salesman : “Oke, dah, gampang. Oh iya, ini ada barang baru.”
Pembeli : “Apa itu?”
Salesman : “Marshmellow, dijual gopean perbiji, modalnya RP. 164.500.”

Tuturan pada data di atas termasuk ke dalam variasi bahasa dari segi keformalan yaitu ragam usaha (*konsultatif*). Ragam pada variasi bahasa yang diterapkan pada saat pembicaraan biasa atau pembicaraan yang memiliki tujuan dan menghasilkan hasil atau produksi adalah ragam usaha. Dikatakan ragam usaha karena berada di antara ragam formal dan ragam informal atau ragam santai, Chaer dan Agustina (2010:71). Hal ini terlihat dari *salesman* yang menawarkan produk dan menjelaskan suatu produk kepada pembeli. Dalam percakapan tersebut terdapat kalimat yang memiliki tujuan dan menghasilkan suatu produk atau produksi.

Situasi Kedua

Tuturan variasi bahasa ini terjadi di pasar pada hari Rabu tanggal 13 September 2023 di toko Ujang, pasar Enjo. Penutur terdiri dari *salesman* dan satu orang pembeli yaitu pemilik toko. Pada data di bawah ini *salesman* menagih tagihan dan menawarkan barang.

Dialog

- Salesman* : “Assalamualaikum.”
Pembeli : “Waalaikumsalam.”
Salesman : “Dari Choco nih, Pak.”
Pembeli : “Oh, tagihan, ya?”
Salesman : “Iya nih, Pak.”
Pembeli : “Ada berapa tagihannya?”
Salesman : “RP. 208.500, Pak.”
Pembeli : “Oke, sebentar.”
Salesman : “Oh iya, ini ada barang baru Marshmellow.”
Pembeli : “Berapa itu?”
Salesman : “Kalau dijual Marshmellow RP. 500 aja.”
Pembeli : “Modalnya berapa tuh?”
Salesman : “Modalnya RP. 164.500.”
Pembeli : “Oh, nanti aja deh itu. Ini tagihannya, udah ya.”
Salesman : “Oke deh, makasih Pak.”
Pembeli : “Sama-sama.”

Data di atas termasuk ke dalam variasi bahasa segi keformalan, diantaranya ragam akrab, ragam santai dan ragam usaha. Penjelasannya adalah sebagai berikut:

- Salesman* : “Dari Choco nih, Pak.”
Pembeli : “Oh, tagihan, ya?”

Tuturan pada data di atas termasuk ke dalam variasi bahasa dari segi keformalan yaitu ragam akrab (*intimate*). Ragam variasi bahasa yang dapat dikenakan pada saat berbicara dengan keluarga mau pun teman yang sudah akrab bisa menggunakan ragam akrab. Ragam akrab sendiri bisa dilihat dari penggunaan bahasa yang tidak utuh dan saat diucapkan sering kali kurang jelas, tetapi dapat dipahami. Hal tersebut bisa terjadi karena antar satu dengan yang lain sudah saling paham dan memiliki pemikiran yang sama, Chaer dan Agustina (2010:71). Hal ini terlihat dari pembeli yang sudah tau maksud dari kedatangan *salesman* untuk menagih tagihan. Dalam percakapan tersebut penggunaan kata yang singkat dan pemilihan kalimat yang menunjukkan bahwa *salesman* dan pembeli tersebut terlihat akrab.

- Salesman* : “Iya nih, Pak.”
Pembeli : “Ada berapa tagihannya?”

Tuturan dalam data di atas termasuk ke dalam variasi bahasa dari segi keformalan yaitu ragam santai (*casual*). Pada saat berbicara dengan teman atau keluarga biasa menggunakan ragam santai, karena ragam santai dapat dikenakan pada saat kondisi tidak resmi. Bentuk pada ragam santai ini memakai bentuk alegro.

pengertian *alegro* sendiri adalah bentuk kata ujaran yang dipendekkan. Memiliki kosakata yang mencakup komponen leksikal dialek dan bahasa daerah. Struktur, morfologi, dan sintaksis semuanya sama, Chaer dan Agustina (2010:71). Kata nih yang memiliki arti kata petunjuk pada sesuatu. Pada keadaan santai dalam percakapan, penutur lebih memilih tidak menghiraukan aturan baku ketika sedang berbicara. Pada hal ini biasa terjadi pada proses jual beli.

Pembeli : “Modalnya berapa tuh?”
Salesman : “Modalnya RP. 164.500.”

Tuturan dalam data di atas termasuk ke dalam variasi bahasa dari segi keformalan yaitu ragam santai (*casual*). Pada saat berbicara dengan teman atau keluarga biasa menggunakan ragam santai, karena ragam santai dapat dikenakan pada saat kondisi tidak resmi. Bentuk pada ragam santai ini memakai bentuk *alegro*. pengertian *alegro* sendiri adalah bentuk kata ujaran yang dipendekkan. Memiliki kosakata yang mencakup komponen leksikal dialek dan bahasa daerah. Struktur, morfologi, dan sintaksis semuanya sama, Chaer dan Agustina (2010:71). Kata tuh yang merupakan variasi dari kata itu yang memiliki maksud menunjuk suatu objek. Pada keadaan santai dalam percakapan, penutur lebih memilih tidak menghiraukan aturan baku ketika sedang berbicara. Pada hal ini biasa terjadi pada proses jual beli.

Salesman : “Oh iya, ini ada barang baru Marshmellow.”
Pembeli : “Berapa itu?”
Salesman : “Kalau dijual Marshmellow RP. 500 aja.”
Pembeli : “Modalnya berapa tuh?”
Salesman : “Modalnya RP. 164.500.”

Pada data di atas tuturan tersebut termasuk ke dalam variasi bahasa dari segi keformalan yaitu ragam usaha (*konsuliatif*). Ragam pada variasi bahasa yang diterapkan pada saat pembicaraan biasa atau pembicaraan yang memiliki tujuan dan menghasilkan hasil atau produksi adalah ragam usaha. Dikatakan ragam usaha karena berada di antara ragam formal dan ragam informal atau ragam santai, Chaer dan Agustina (2010:71). Hal ini terlihat dari *salesman* yang menawarkan produk dan menjelaskan suatu produk kepada pembeli. Dalam percakapan tersebut terdapat kalimat yang memiliki tujuan dan menghasilkan suatu produk atau produksi.

Pembahasan

Pada pembahasan hasil penelitian ini dijelaskan hasil dari tujuan yang penulis lakukan yaitu variasi bahasa pada segi keformalan yang terdapat pada tuturan *salesman* kepada pembeli. Sebagaimana yang telah dipaparkan pada analisis data, penulis menemukan adanya variasi bahasa dari segi keformalan yang terdapat pada tuturan *salesman* dan pembeli beberapa titik, yaitu pasar Enjo, pasar Jangkrik, pasar Pal Meriam, pasar Matraman dan pasar Kebon Pala yang bertempat di Jakarta Timur yang dilakukan pada tanggal 13 September 2023.

Berdasarkan tingkat keformalannya, menurut Martin Joos (Chaer dan Agustina, 2010:70-71) dalam bukunya *The Five Clock* variasi bahasa dibagi menjadi beberapa bagian, yaitu gaya atau ragam beku, gaya atau ragam resmi, gaya atau ragam usaha, gaya atau ragam santai, dan gaya atau ragam akrab. Variasi bahasa dari segi keformalan yang terdapat dalam tuturan *salesman* dan pembeli setelah dilakukannya analisis data oleh penulis, maka ditemukan delapan data.

Berdasarkan data di atas, penulis menemukan empat data berupa ragam santai. Ragam santai yang digunakan pada saat berbicara dengan teman atau keluarga biasa, karena ragam santai dapat dikenakan pada saat kondisi tidak resmi. Bentuk pada ragam santai ini memakai bentuk *alegro*. pengertian *alegro* sendiri adalah bentuk kata ujaran yang dipendekkan. Memiliki kosakata yang mencakup komponen leksikal dialek dan bahasa daerah. Struktur, morfologi, dan sintaksis semuanya sama, Chaer dan Agustina (2010:71). Tuturan antara *salesman* dan pembeli termasuk ke dalam ragam santai, karena tuturan yang dipakai tidak menghiraukan aturan baku ketika sedang berbicara. Hal ini biasa terjadi karena adanya proses jual beli.

Selanjutnya, pada ragam akrab penulis menemukan dua ragam akrab. Ragam akrab sendiri bisa dilihat dari penggunaan bahasa yang tidak utuh dan saat diucapkan sering kali kurang jelas, tetapi dapat dipahami. Hal tersebut bisa terjadi karena antar satu dengan yang lain sudah saling paham dan memiliki pemikiran yang sama, Chaer dan Agustina (2010:71). Bisa dilihat dari pembeli yang sudah tau maksud dari kedatangan *salesman*. Dalam percakapan tersebut penggunaan kata yang singkat dan pemilihan kalimat menunjukkan bahwa *salesman* dan pembeli tersebut terlihat akrab.

Dan yang terakhir, penulis menemukan dua data pada ragam usaha. Ragam pada variasi bahasa yang diterapkan pada saat pembicaraan biasa atau pembicaraan yang memiliki tujuan dan menghasilkan hasil atau produksi adalah ragam usaha. Dikatakan ragam usaha karena berada di antara ragam formal dan ragam informal atau ragam santai, Chaer dan Agustina (2010:71). Hal ini terlihat dari *salesman* yang menawarkan produk dan menjelaskan suatu produk kepada pembeli. Dalam percakapan tersebut terdapat kalimat yang memiliki tujuan dan menghasilkan suatu produk atau produksi.

Berdasarkan variasi bahasa dari segi keformalan yang ditemukan dalam tuturan *salesman* dan pembeli, penulis menemukan delapan data berupa dua ragam usaha, empat ragam santai dan dua ragam akrab. Pada ragam beku dan ragam formal penulis tidak menemukan dalam variasi bahasa tersebut. Ragam usaha, ragam santai dan ragam akrab. Data terbanyak yang ditemukan adalah variasi bahasa dari segi keformalan yaitu ragam akrab, karena *salesman* dan pembeli dalam percakapannya menggunakan kata yang singkat dan pemilihan kalimat yang menunjukkan bahwa *salesman* dan pembeli tersebut terlihat akrab

KESIMPULAN

Berdasarkan data yang telah diambil oleh penulis mengenai variasi bahasa dari segi keformalan pada tuturan *salesman* dan pembeli di beberapa titik, yaitu pasar Enjo, pasar Jangkrik, pasar Pal Meriam, pasar Matraman dan pasar Kebon Pala yang berada di Jakarta Timur. Dapat disimpulkan bahwa ditemukan delapan data pada variasi bahasa dari segi keformalan yang terjadi pada *salesman* dan pembeli. Berdasarkan tingkat keformalannya, variasi bahasa dibagi menjadi beberapa bagian, maka dari itu dari data di atas ditemukan empat data berupa ragam santai, dua data berupa ragam akrab, dan dua data berupa ragam usaha. Sedangkan pada ragam beku dan ragam formal, penulis tidak menemukan data tersebut.

Pada data yang ditemukan oleh penulis dapat dimanfaatkan sebagai bahan ajar materi teks negosiasi kelas X pada tingkat Sekolah Menengah Atas (SMA). Bahan ajar berupa *handout* yang dapat membantu guru dalam proses pembelajaran di dalam kelas, khususnya pada Pelajaran Bahasa Indonesia kelas X materi teks negosiasi. Bahan ajar berupa *handout* ini dapat membantu siswa dalam proses pembelajaran, karena di dalam *handout* sudah terdapat materi, contoh, maupun latihan soal.

DAFTAR PUSTAKA

- Baduara, Sortan dan Sabar Martin Sirait. (2014). *Salesmanship*. Jakarta: PT Bumi Aksara
- Chaer, Abdul dan Agustina, Leoni. (2010). *Sosiolinguistik Perkenalan Awal*. Jakarta: Rieneka Cipta.
- Kotler, Philip. (2012). *Manajemen Pemasaran, Analisis, Perencanaan dan Pengendalian*. Jakarta. Edisi VIII. Jilid I. Alih bahasa: Jaka Wasana. Erlangga.
- Magdalena, I., Sundari, T., Nurkamilah, S., Nasrullah, N., & Amalia, D. A. (2020). *Analisis Bahan Ajar*. Nusantara, 2(2):322
- Marisi, Barbutar dkk. (2022). *Metodologi Penelitian: Pendekatan Multidisipliner*. Bandung: Media Sains Indonesia.
- Nana. (2019). *Pengembangan Bahan Ajar*. Penerbit Lakeisha: Jawa Tengah.
- Pateda, Mansoer. (1992). *Sosiolinguistik*. Bandung: Angkasa.
- S. Margono. *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Jakarta: Rieneka Cipta.
- Soewito. (1985). *Sosiolinguistik: Teori dan Problemnya*. Surakarta: Kenanga Offset.
- Sumarsono. (2007). *Sosiolinguistik*. Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Sutarno. (2019). *Cermat Berbahasa Indonesia*. Sukabumi: Jejak.
- Sutrisno dan Kusmawan, Ruswandi. (2007). *Modul Melakukan Negosiasi Bisnis dan Manajemen*. Sukabumi: Yudhistira.
- Swasta, Basu. (2012). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta. Edisi II. Cetakan Keempat. Liberty.