

Kajian Prinsip Kerja Sama pada Tindak Tutur Transaksional di Depo Air Minum Isi Ulang Sehat Lestari

Taufiq Hidayat¹, Taswirul Afkar², Seftia Wulan Ayu Ningrum³, Falah Arifbillah Subagio⁴

¹⁻⁴ Program Studi Pendidikan Bahasa Indonesia, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Islam Majapahit, Indonesia

Email: taufiqhdyt0525@gmail.com¹, taswirulafkar@unim.ac.id², wulanayun0@gmail.com³, omfalahfungky@gmail.com⁴

Abstract: *This study aims to examine the realization of Grice's cooperative principles in transactional speech acts between sellers and buyers at the Depo Air Minum Isi Ulang Sehat Lestari (Healthy Refill Drinking Water Depot). The cooperative principles consist of four maxims: quantity, quality, relevance, and manner. The research is motivated by the importance of effective communication in sales interactions, particularly to avoid misunderstandings in conveying intentions and information. A qualitative descriptive method was employed, with data collected through participatory observation and recorded conversations. The findings indicate that all four maxims were naturally realized in daily interactions. Utterances such as "Mas, air satu" ("One gallon, please"), "Air galon segar loh" ("The water is fresh"), and "Tolong kirim air 10 galon" ("Please deliver 10 gallons") reflect contextually appropriate and functionally effective applications of the maxims. Furthermore, the use of concise, clear, and straightforward speech structures shows that the cooperative principles are not only evident in content but also in the linguistic form used. These findings highlight that communication in micro-level services such as water refill depots tends to be pragmatic, efficient, and shaped by local social norms and contextual understanding.*

Keywords: *drinking water depot, pragmatics, principles of cooperation, speech acts, transactional*

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji realisasi prinsip kerja sama Grice dalam tindak tutur transaksional antara penjual dan pembeli di Depo Air Minum Isi Ulang Sehat Lestari. Prinsip kerja sama yang dimaksud mencakup empat maksim, yaitu maksim kuantitas, kualitas, relevansi, dan cara. Kajian ini dilatarbelakangi oleh pentingnya komunikasi yang efektif dalam interaksi jual beli, terutama untuk menghindari kesalahpahaman dalam penyampaian maksud dan informasi. Metode yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data berupa observasi partisipatif dan rekaman percakapan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keempat maksim Grice terealisasi secara alami dalam komunikasi antarpemenuhan. Tuturan-tuturan seperti "Mas, air satu", "Air galon segar loh", hingga "Tolong kirim air 10 galon" mencerminkan kepatuhan terhadap maksim-maksim tersebut secara kontekstual dan fungsional. Selain itu, struktur tuturan yang singkat, jelas, dan lugas juga menunjukkan bahwa prinsip kerja sama tidak hanya diterapkan dalam isi percakapan, tetapi juga dalam bentuk kebahasaan yang digunakan. Temuan ini menunjukkan bahwa komunikasi dalam layanan mikro seperti depo air minum bersifat pragmatis, efisien, dan sangat dipengaruhi oleh norma sosial dan konteks lokal.

Kata Kunci: prinsip kerja sama, tindak tutur, transaksional, pragmatik, depo air minum.

1. PENDAHULUAN

Bahasa sebagai alat komunikasi memiliki peranan yang sangat penting dalam kehidupan manusia, karena melalui bahasa, seseorang dapat menyampaikan berbagai bentuk gagasan, perasaan, pendapat, dan informasi kepada orang lain. Seperti yang dikemukakan oleh (Devi & Utomo, 2021) dalam penelitiannya bahasa digunakan oleh manusia ketika berkomunikasi untuk menyampaikan pesan atau maksud yang ingin disampaikan kepada lawan bicara agar tidak terjadi suatu kesalahpahaman. Menurut Kridalaksana (2008:17), bahasa adalah sistem lambang bunyi yang dipilih secara acak dan digunakan oleh anggota kelompok sosial untuk berkomunikasi, bekerja sama, dan mengidentifikasi diri. Menurut definisi ini,

bahasa memungkinkan interaksi sosial yang lebih luas dan ekspresi pribadi. Bahasa dapat digunakan oleh manusia baik secara lisan maupun tulisan, tergantung pada konteks, tujuan komunikasi, dan keadaan. Bahasa dapat beradaptasi dengan berbagai kebutuhan sosial dan budaya karena fleksibilitasnya.

Istilah tindak tutur muncul ketika mengucapkan sesuatu seorang penutur tidak hanya semata mata menyatakan tuturan, tetapi dapat mengandung sebuah maksud dibalik tuturan yang diucapkan. Sehingga kedua belah pihak dapat memahami maksud dan tujuan dari percakapan, penutur dan lawan bicara harus dapat memahami percakapan. Hal ini sangat penting untuk komunikasi yang efektif dan lancar tanpa kesalahpahaman atau interpretasi berbeda. Faktor-faktor seperti penggunaan bahasa yang tepat, konteks percakapan, dan kemampuan untuk menyesuaikan diri dengan lawan bicara sangat memengaruhi keberhasilan komunikasi untuk mencapai pemahaman yang sama. Oleh karena itu, (Fauzi & Aulida, 2020) mengemukakan untuk menghindari hasil yang salah, situasi tutur harus dipertimbangkan saat mempelajari maksud tuturan.

Pragmatik adalah bidang ilmu linguistik yang mempelajari komunikasi dan percakapan. Menurut definisi, pragmatik adalah ilmu linguistik yang fokusnya pada hubungan antara makna dan fungsi, dan mempelajari bagaimana bahasa digunakan, komunikasi, konteks, dan penafsiran. Menurut Yule (dalam Nasution et al., 2023) mengungkapkan setidaknya ada empat kriteria dalam pragmatik, yakni (1) bidang kajian yang membahas makna pembicara; (2) bidang yang mengkaji makna bicara menurut konteksnya; (3) bidang yang mengkaji lebih dari kajian tentang makna yang dituturkan oleh pembicara; (4) bidang yang mengkaji bentuk ekspresi para penutur dan mitra tutur yang terlobat dalam konteks pembicaraan.

Komunikasi dikatakan berhasil untuk dimengerti ketika pembicara dan lawan bicara memiliki pemahaman yang sejalan dalam menangkap konteks pembicaraan yang baik, sehingga pesan yang disampaikan dapat diterima dan dipahami secara jelas oleh kedua belah pihak (Nasution et al., 2023). Keberhasilan ini dicapai ketika keduanya mampu menyesuaikan cara mereka berkomunikasi, menggunakan bahasa yang mudah dipahami, dan menghindari kesalahpahaman yang mungkin terjadi karena perbedaan persepsi. Komunikasi bisa terjadi dimana saja, salah satunya terjadi pada saat transaksi penjual dan pembeli di Depo Air Minum Sehat Lestari. Proses komunikasi yang terjadi pada penjual dan pembeli ini haruslah efektif agar mengetahui maksud dan tujuan penutur.

Terdapat kaidah-kaidah tertentu yang harus dipatuhi oleh si penutur maupun mitra tutur. Kaidah tersebut dinamakan prinsip kerjasama. Prinsip kerja sama pertama kali

dikemukakan oleh Grice, yang memperkenalkan sebuah teori mengenai cara berbahasa. Teori ini menekankan bahwa penggunaan bahasa sebaiknya dilakukan secara kooperatif agar pembicara dapat menyampaikan maksudnya dengan jelas dan efektif. (Leech dalam Nasution et al., 2023). Prinsip kerja sama berperan dalam mengarahkan pemilihan kata oleh pembicara, dengan tujuan agar pendengar dapat memahami dengan jelas apa yang disampaikan. Dalam pembicaraan penjual dan pembeli di Depo Air Minum Sehat Lestari terdapat penyimpangan prinsip kerjasama. Penyimpangan terhadap prinsip kerja sama terbagi ke dalam beberapa jenis, yaitu: 1) pelanggaran maksim kuantitas, 2) pelanggaran maksim kualitas, 3) pelanggaran maksim relevansi, dan 4) pelanggaran maksim pelaksanaan.

Penelitian mengenai prinsip kerja sama dalam kajian pragmatik telah banyak dilakukan sebelumnya. Misalnya, Waruwu et al. (2022) menganalisis percakapan antara pedagang dan pembeli di Pasar Sentral Medan dan menemukan bahwa maksim kebijaksanaan dan maksim kuantitas adalah yang paling dominan digunakan. Sementara itu, Silviani & Ginanjar (2025) mengungkapkan bahwa semua maksim Grice dipatuhi dalam interaksi di Pasar Sindangkasih, menunjukkan komunikasi yang efektif. Penelitian oleh Sulistianing et al. (2022) justru menyoroti penyimpangan prinsip kerja sama di pusat elektronik Ponorogo, yang menunjukkan bentuk-bentuk pelanggaran maksim sebagai strategi komunikasi tertentu. Penelitian-penelitian tersebut umumnya dilakukan di pasar tradisional atau pusat perbelanjaan, namun belum banyak yang mengkaji percakapan transaksional dalam konteks layanan jasa modern seperti depo air minum.

Penelitian ini menawarkan kontribusi baru dalam kajian pragmatik dengan mengkaji penerapan prinsip kerja sama Grice secara spesifik pada interaksi transaksional di Depo Air Minum Isi Ulang, sebuah ranah komunikasi yang jarang disentuh dalam penelitian sebelumnya. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana prinsip kerja sama tersebut terwujud dalam dialog transaksional di Depo Air Minum Isi Ulang Sehat Lestari. Penelitian sebelumnya yang berfokus pada analisis sintaksis telah menunjukkan jenis-jenis klausa yang digunakan dalam tuturan (Hidayat, 2024.) namun belum membahas secara spesifik aspek kerja sama pragmatis dalam komunikasi tersebut.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif untuk mengungkap dan menganalisis bentuk-bentuk pematuhan serta pelanggaran prinsip kerja sama dalam tuturan antara penjual dan pembeli di Depo Air Minum Sehat Lestari. Pendekatan ini dipilih karena sesuai untuk menggambarkan fenomena kebahasaan secara mendalam dan kontekstual tanpa

menggunakan data numerik. Sumber data dalam penelitian ini adalah tuturan yang terjadi secara langsung antara penjual dan pembeli selama proses transaksi berlangsung. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi partisipatif dan rekaman percakapan, yang kemudian ditranskripsi secara tertulis. Data yang telah dikumpulkan dianalisis dengan menggunakan teori prinsip kerja sama yang dikemukakan oleh Grice, yang meliputi empat maksim: maksim kuantitas, kualitas, relevansi, dan pelaksanaan. Setiap tuturan dianalisis untuk mengidentifikasi bentuk pematuhan maupun pelanggaran terhadap maksim-maksim tersebut. Langkah-langkah analisis data meliputi: (1) reduksi data, yaitu memilah tuturan yang relevan dengan fokus penelitian; (2) penyajian data dalam bentuk kutipan-kutipan tuturan; dan (3) penarikan kesimpulan berdasarkan temuan yang diperoleh. Validitas data diperkuat dengan triangulasi teknik dan sumber, yakni membandingkan hasil observasi dengan rekaman serta pendapat informan terkait konteks komunikasi yang terjadi.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa bentuk tuturan dalam transaksi air galon sangat dipengaruhi oleh kebutuhan untuk menyampaikan informasi dengan jelas, cepat, dan relevan. Berikut ini pemetaan maksim-maksim Grice dalam dialog:

- **Maksim Kuantitas**

Tuturan seperti *"Mas, air satu"* atau *"Galon saya kosong"* mencerminkan penerapan maksim kuantitas dalam prinsip kerja sama Grice, yaitu memberikan informasi secukupnya sesuai kebutuhan lawan tutur, tidak kurang dan tidak lebih. Dalam konteks transaksi jual beli, khususnya di lingkungan masyarakat perkotaan atau pedesaan yang sudah terbiasa dengan pola komunikasi cepat dan efisien, bentuk tuturan ini sangat relevan. Kalimat-kalimat tersebut ringkas namun sudah menyampaikan maksud secara jelas, tanpa perlu penjabaran tambahan yang justru dapat menghambat proses interaksi. Misalnya, ucapan *"Mas, air satu"* sudah dipahami sebagai permintaan untuk satu galon air isi ulang, tanpa harus menjelaskan panjang lebar seperti *"Saya ingin membeli satu galon air minum isi ulang, tolong diantar ke rumah saya."* Efisiensi ini menunjukkan bagaimana maksim kuantitas digunakan untuk menciptakan komunikasi yang efektif, hemat waktu, namun tetap sopan dan dapat dipahami. Selain itu, hal ini juga mencerminkan norma kebahasaan lokal yang menekankan pada kesepahaman praktis antar penutur, yang sering kali telah dibangun dari konteks sosial yang sama atau pengalaman komunikasi berulang.

- **Maksim Kualitas**

Tuturan seperti *"Air galon segar loh"* dan *"Sumber airnya dari pegunungan"* merupakan contoh penerapan maksim kualitas dalam prinsip kerja sama Grice, yaitu memberikan informasi yang benar dan dapat dipercaya. Dalam interaksi jual beli, khususnya pada sektor kebutuhan pokok seperti air minum, aspek kepercayaan sangat krusial. Penjual berusaha meyakinkan pembeli bahwa produk yang ditawarkan memiliki kualitas baik dan layak konsumsi, dengan menyampaikan informasi yang diyakini kebenarannya. Pernyataan bahwa air berasal dari sumber pegunungan, misalnya, bukan hanya berfungsi sebagai promosi, tetapi juga sebagai bentuk jaminan mutu terhadap barang yang dijual. Penerapan maksim ini membantu membangun relasi jangka panjang antara penjual dan pelanggan, karena konsumen cenderung setia pada penjual yang dianggap jujur dan transparan

- **Maksim Relevansi**

Penerapan maksim relevansi dalam komunikasi jual beli tercermin dalam tuturan yang tetap terfokus pada tujuan interaksi, seperti *"Silakan dibeli air galonnya"* atau *"Tolong kirim air 10 galon"*. Tuturan-tuturan ini menunjukkan bahwa pembicara memberikan kontribusi yang relevan dengan konteks pembicaraan, yaitu transaksi air galon. Tidak adanya penyimpangan topik atau pembahasan yang tidak berkaitan mencerminkan efisiensi dan kepaduan komunikasi. Dalam konteks layanan sehari-hari, seperti jual beli air isi ulang, relevansi sangat penting untuk menghindari kesalahpahaman dan mempercepat proses interaksi. Baik penjual maupun pembeli saling memahami bahwa komunikasi mereka bersifat fungsional dan terarah pada pemenuhan kebutuhan tertentu, bukan pada obrolan sosial atau topik di luar kepentingan transaksi. Secara pragmatik, hal ini memperlihatkan kesadaran para penutur terhadap konteks situasional dan tujuan percakapan, sekaligus menunjukkan nilai budaya lokal yang menghargai komunikasi yang langsung, jelas, dan berorientasi pada hasil.

- **Maksim Cara**

Dalam interaksi jual beli air galon, penerapan maksim cara tampak melalui tuturan yang lugas, jelas, dan bebas dari ambiguitas, seperti *"Airnya baru dikirim"* atau *"Pesan air diantar sore"*. Kalimat-kalimat tersebut menggunakan struktur bahasa yang sederhana namun padat makna, sehingga mudah dipahami oleh lawan tutur tanpa menimbulkan

kebingungan. Kepatuhan terhadap maksim cara bertujuan untuk menghindari kesalahpahaman, terutama dalam komunikasi yang berlangsung cepat dan singkat, seperti dalam layanan antar air minum isi ulang. Selain itu, bentuk tuturan yang langsung dan tidak bertele-tele menunjukkan adanya kesadaran pragmatis dari penutur untuk menyampaikan maksud secara efektif, tanpa menyulitkan penerima pesan dalam menafsirkan informasi. Dalam konteks sosial, penggunaan bahasa yang jelas dan tepat semacam ini juga mencerminkan norma komunikasi yang berlaku di lingkungan masyarakat, di mana kejelasan dan keterusterangan lebih dihargai daripada penggunaan bahasa yang berbelit atau terlalu formal.

Selain itu, struktur sintaksis yang ditemukan terdiri dari klausa verba, klausa adjektiva, klausa preposisional, hingga klausa numeral. Pemilihan bentuk klausa ini bukan hanya untuk memenuhi fungsi gramatikal, tetapi juga mendukung prinsip kerja sama dalam komunikasi. Pola-pola tuturan juga menunjukkan adanya adaptasi terhadap konteks sosial dan hubungan interpersonal antara penjual dan pembeli.

4. KESIMPULAN

Prinsip kerja sama dalam komunikasi transaksional antara penjual dan pembeli di Depo Air Minum Isi Ulang Sehat Lestari terbukti terimplementasi secara alami dan efektif. Keempat maksim Grice dapat ditemukan dalam tuturan sehari-hari yang digunakan, baik dari sisi penjual maupun pembeli. Hal ini menunjukkan bahwa kesadaran pragmatis muncul secara intuitif dalam interaksi sosial yang bersifat ekonomis. Selain itu, pemilihan struktur klausa yang ringkas dan jelas juga mendukung ketercapaian maksud komunikasi secara efisien. Penelitian ini menyarankan perlunya penguatan kajian pragmatik dalam pembelajaran bahasa Indonesia, khususnya dalam konteks komunikasi fungsional sehari-hari. Kajian ini juga relevan untuk pengembangan strategi pelayanan pelanggan dalam bisnis mikro, di mana komunikasi langsung menjadi faktor penentu keberhasilan transaksi.

DAFTAR PUSTAKA

- Alwi, H., & Sugono, D. (2003). *Kramat: Kesantunan dalam berbahasa Indonesia*. Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional.
- Chaer, A., & Agustina, L. (2010). *Sosiolinguistik: Perkenalan awal*. Rineka Cipta.
- Cutting, J. (2002). *Pragmatics and discourse: A resource book for students*. Routledge.
- Devi, R. P. I., & Utomo, A. P. Y. (2021). Tindak tutur ilokusi pada interaksi jual beli di Pasar Tradisional Bandarjo Ungaran dalam kajian pragmatik. *Riksa Bahasa*, 6(2), 185–196.

- Fauzi, A., & Aulida, R. G. (2020). Memahami macam-macam tuturan direktif dalam gambar imbauan pada KRL Jabodetabek: Tinjauan pragmatik. Prosiding Seminar Nasional Linguistik dan Sastra (SEMANTIKS), 2, 228–238. <https://jurnal.uns.ac.id/prosidingsemantiks>
- Hidayat, T. (2024). Analisis sintaksis penyusunan klausa pada dialog penjual dan pembeli air galon di Depo Isi Ulang Sehat Lestari. *Jurnal Sintaksis*, 6(1), 35–45.
- Leech, G. N. (1983). *Principles of pragmatics*. Longman.
- Mulyani, N. S., & Anshori, D. (2019). Kesantunan berbahasa dalam interaksi jual beli di pasar tradisional dan implikasinya terhadap pembelajaran bahasa Indonesia. *Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia Metalingua*, 4(2), 234–244. <https://doi.org/10.21107/metalingua.v4i2.7033>
- Nadar, F. X. (2009). *Pragmatik dan penelitian pragmatik*. Graha Ilmu.
- Nasution, M. M., Izar, J., Afria, R., & Putri, Y. E. (2023). Prinsip kerjasama pada keterangan saksi Susi asisten rumah tangga Ferdy Sambo pada sidang lanjutan Bharada Eliezer ditinjau dengan kajian pragmatik. *Jurnal Sastra Indonesia*, 12(1), 31–39. <https://doi.org/10.15294/jsi.v12i1.65038>
- Nurhidayah, L., & Safitri, D. (2022). Pelanggaran prinsip kerja sama dalam interaksi jual beli di pasar tradisional. *Jurnal Bahasa, Sastra, dan Pembelajarannya*, 9(1), 12–21. <https://doi.org/10.26714/jbsp.v9i1.7890>
- Silviani, & Ginanjar, A. A. (2025). Analisis prinsip kerja sama Grice dalam tuturan antara penjual alat rumah tangga dan pembeli di Pasar Sindangkasih. *Jurnal Ilmiah Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia STKIP Subang*, 6, 22–30.
- Sulistianing, T. D., Astuti, C. W., & ... (2022). Penyimpangan prinsip kerja sama dalam percakapan jual beli di Pusat Perbelanjaan Elektronik Ponorogo. *Jurnal Bahasa dan Sastra*, 2(April), 26–34. <https://jurnal.stkipgriponorogo.ac.id/index.php/Leksis/article/download/163/213>
- Waruwu, D. I., Saragih, E. L. L., & Sitorus, P. J. (2022). Realisasi kesantunan berbahasa para pedagang dan pembeli dalam interaksi jual beli di Pusat Pasar Sentral Medan: Kajian pragmatik. *JiIP: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 5(10), 3947–3951. <https://doi.org/10.54371/jiip.v5i10.1019>
- Yule, G. (1996). *Pragmatics*. Oxford University Press.