

VARIASI BAHASA DAN STRATEGI KOMUNIKASI DALAM INTERAKSI KASIR DAN PEMBELI : TINJAUAN SOSIOLINGUISTIK DI TOKO PENCILS LINE BSD

Desi Wulandari¹, Helia Yunita², Tubagus Anwar³, Ulfah Julianti⁴, Ahmad Faizal Lubis⁵

^{1,2,3,4,5}Universitas Pamulang, Indonesia

desiwulandari706@gmail.com¹, heliayunita0812@gmail.com², tebeeanwar@gmail.com³,

dosen02554@unpam.ac.id⁴, faizallubis570@gmail.com⁵

ABSTRACT; *This study uses a sociolinguistic approach to examine the phenomenon of language in the interaction between cashiers and buyers at the Pencils Line BSD Store. The main focus of the study includes the types of greetings used, language variations, and communication strategies used to maintain politeness and effectiveness of interaction. The method used is descriptive qualitative through participant observation, conversation recordings, and interviews with cashiers and buyers from various backgrounds. The results of the study indicate that factors of age, social status, and power relations influence the form and function of the language used. Cashiers tend to adjust their communication style based on the characteristics of the buyer, while buyers follow the standard of efficient short interactions. The functions of language in this interaction include instrumental, interactional, personal, and heuristic functions. This study confirms that communication in retail services is not only a transaction tool, but also a reflection of a dynamic micro social structure.*

Keywords: *Service Communication, Language Variation, Cashier-Buyer Interaction, Communication Strategy, Sociolinguistics.*

ABSTRAK; Penelitian ini menggunakan pendekatan sosiolinguistik untuk mengkaji fenomena bahasa dalam interaksi antara kasir dan pembeli di Toko Pencils Line BSD. Fokus utama penelitian meliputi jenis sapaan yang digunakan, variasi bahasa, serta strategi komunikasi yang digunakan untuk menjaga kesantunan dan efektivitas interaksi. Metode yang digunakan adalah deskriptif kualitatif melalui observasi partisipatif, rekaman percakapan, dan wawancara dengan kasir dan pembeli dari berbagai latar belakang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor usia, status sosial, dan hubungan kekuasaan memengaruhi bentuk dan fungsi bahasa yang digunakan. Kasir cenderung menyesuaikan gaya komunikasi berdasarkan karakteristik pembeli, sedangkan pembeli mengikuti standar interaksi singkat yang efisien. Fungsi bahasa dalam interaksi ini meliputi fungsi instrumental, interaksional, personal, dan heuristik. Studi ini menegaskan bahwa komunikasi dalam layanan ritel tidak hanya sebagai alat transaksi, tetapi juga sebagai refleksi struktur sosial mikro yang dinamis.

Kata Kunci: Komunikasi Pelayanan, Variasi Bahasa, Interaksi Kasir-Pembeli, Strategi Komunikasi, Sociolinguistik.

PENDAHULUAN

Komunikasi merupakan komponen penting dari interaksi sosial yang terjadi di berbagai aspek kehidupan sehari-hari, termasuk dalam bisnis ritel. Interaksi antara kasir dan pembeli adalah salah satu bentuk komunikasi yang paling umum dan penting. Sebagai salah satu toko alat tulis dan perlengkapan kreatif yang sangat populer di kawasan BSD, Pencils Line BSD menjadi tempat yang menarik untuk melihat bagaimana komunikasi berfungsi di sini. Interaksi kasir-pembeli bukan hanya pertukaran informasi tentang barang dan pembayaran, tetapi juga proses sosial yang dipengaruhi oleh banyak faktor sosiokultural.

Pendekatan sociolinguistik meletakkan bahasa dalam konteks sosialnya, sehingga memberikan kerangka yang tepat untuk mengkaji fenomena ini. Bahasa dipandang sebagai praktik sosial yang dipengaruhi oleh usia, gender, latar belakang budaya, dan tujuan komunikasi. Variasi bahasa yang digunakan oleh kasir dan pembeli menunjukkan posisi sosial mereka, tingkat keakraban, dan strategi komunikasi untuk mencapai tujuan tertentu, seperti menumbuhkan kepercayaan atau mendorong pembelian. Interaksi antara kasir dan pembeli di toko ritel seperti Toko Pencils Line BSD tidak hanya berfungsi sebagai proses pertukaran informasi mengenai produk dan transaksi pembayaran, tetapi juga sebagai arena sosial di mana berbagai aspek kebahasaan dan sosial budaya saling berinteraksi. Dalam konteks ini, bahasa berperan sebagai alat untuk membangun hubungan sosial, mengekspresikan identitas, serta mengatur interaksi sesuai norma sosial yang berlaku.

Dalam perspektif sociolinguistik, bahasa tidak hanya berfungsi sebagai alat komunikasi tetapi juga sebagai representasi identitas sosial, hubungan kekuasaan, dan norma budaya masyarakat. Oleh karena itu, analisis lebih lanjut dapat dilakukan terhadap percakapan yang dilakukan antara kasir dan pembeli di Toko Pencils Line BSD untuk mengetahui bagaimana variasi bahasa, fungsi bahasa, dan teknik komunikasi yang digunakan mencerminkan dinamika sosial di tempat tersebut. Misalnya, penggunaan sapaan seperti "Mbak" atau "Kak" tidak hanya menunjukkan rasa hormat, tetapi juga menunjukkan hierarki sosial dan tingkat kedekatan yang ada di antara orang.

Selain itu, lingkungan sosial dan budaya yang memengaruhi interaksi ini juga memengaruhi cara kasir dan pembeli berbicara satu sama lain. Usia, latar belakang pendidikan, pengalaman berbelanja, dan tujuan pembelian adalah beberapa faktor penting yang memengaruhi pilihan bahasa dan gaya komunikasi pelanggan. Kasir yang dapat

memperhatikan preferensi pelanggannya dapat membuat interaksi lebih nyaman dan efektif, yang pada gilirannya dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan kesetiaan pelanggan.

Penelitian ini juga penting mengingat perkembangan dunia ritel yang semakin kompetitif, di mana komunikasi yang efektif menjadi salah satu kunci keberhasilan dalam pelayanan pelanggan. Di Toko Pencils Line BSD, yang menjual berbagai produk alat tulis dengan segmentasi pelanggan yang beragam, kemampuan kasir dalam menggunakan bahasa secara tepat dan strategi komunikasi yang persuasif sangat diperlukan untuk membantu pembeli dalam memilih produk yang sesuai serta memengaruhi keputusan pembelian mereka.

Pembeli toko alat tulis ini sangat beragam, termasuk siswa, pekerja kreatif, dan orang tua yang membeli perlengkapan sekolah anak, sehingga fenomena komunikasi di toko alat tulis ini menarik untuk dipelajari. Agar pelayanan mereka efektif dan berkesan, karyawan harus mampu beradaptasi dengan berbagai pembeli melalui penggunaan berbagai gaya bahasa dan pendekatan komunikasi. Oleh karena itu, tujuan dari penelitian ini adalah untuk menjelaskan berbagai jenis bahasa, fungsi bahasa, dan pendekatan komunikasi yang digunakan kasir, serta bagaimana hal ini memengaruhi perilaku pembelian konsumen.

Selain itu, untuk menyelidiki hubungan ini, penelitian ini menggunakan pendekatan linguistik fungsional sistemik dan analisis wacana kritis. Metode ini memungkinkan peneliti untuk melihat bukan hanya aspek linguistik tetapi juga bagaimana konteks sosial dan kekuasaan memengaruhi cara orang menggunakan bahasa saat berbicara dengan kasir dan pembeli. Diharapkan temuan penelitian ini akan memberikan kontribusi secara teoritis dan praktis, khususnya untuk meningkatkan penelitian sosiolinguistik di Indonesia dan mengembangkan strategi komunikasi yang efektif di dunia ritel.

Berbagai penelitian di Indonesia telah membahas fenomena komunikasi di dunia ritel dan pasar. Penelitian oleh Aisyah dan Andri (2018) juga menyoroti ragam bahasa lisan para pedagang pasar sebagai cerminan interaksi sosial. Pratiwi (2022) membahas komunikasi kasir dengan pelanggan di minimarket dan menekankan pentingnya penggunaan bahasa yang sopan dan ramah. Sari (2021) meneliti komunikasi verbal dan nonverbal antara kasir dan pelanggan di toko swalayan, sementara Lestari (2020) menyoroti peran komunikasi kasir dalam membangun kepercayaan pelanggan di toko ritel modern. Wulandari (2019) membahas pengaruh gaya bahasa kasir terhadap keputusan pembelian konsumen di toko alat tulis. Rahmawati (2018) mengkaji variasi bahasa dalam interaksi jual beli di pasar tradisional dan menemukan adanya penyesuaian bahasa sesuai dengan karakteristik pembeli. Putri (2017)

meneliti strategi komunikasi kasir dalam menghadapi pelanggan yang beragam di toko ritel. Santoso (2016) membahas hubungan antara komunikasi kasir dan loyalitas pelanggan di toko retail.

Penelitian-penelitian tersebut menunjukkan bahwa komunikasi kasir-pembeli di Indonesia sangat dipengaruhi oleh faktor sosial, budaya, dan personal, serta memiliki dampak signifikan terhadap pengalaman dan perilaku pembelian konsumen.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan di Toko Pencils Line BSD selama dua minggu pada bulan Mei 2025. Data dikumpulkan melalui observasi partisipatif serta wawancara mendalam dengan dua kasir dan lima pembeli dari berbagai latar belakang usia dan profesi. Observasi dilakukan secara langsung untuk menangkap interaksi alami antara kasir dan pembeli, sedangkan rekaman percakapan digunakan untuk menganalisis variasi bahasa dan strategi komunikasi secara lebih rinci. Wawancara mendalam bertujuan untuk menggali persepsi dan pengalaman para informan terkait penggunaan bahasa dalam interaksi tersebut.

Analisis data dilakukan dengan mengidentifikasi variasi bahasa, fungsi bahasa, strategi komunikasi, serta faktor-faktor sosial yang memengaruhi pola interaksi. Data dianalisis menggunakan kerangka linguistik fungsional sistemik dan analisis wacana kritis. Kerangka ini memungkinkan peneliti untuk melihat bukan hanya aspek linguistik, tetapi juga bagaimana konteks sosial dan kekuasaan memengaruhi cara orang menggunakan bahasa saat berbicara dengan kasir dan pembeli. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang komprehensif mengenai dinamika komunikasi di lingkungan ritel alat tulis.

HASIL DAN PEMBAHASAN

a. Variasi Bahasa dalam Interaksi Kasir dan Pembeli

Interaksi kasir dan pembeli di Toko Pencils Line BSD sangat dinamis. Variasi bahasa yang digunakan dipengaruhi oleh usia, latar belakang budaya, status sosial, dan tujuan komunikasi. Pilihan sapaan seperti “Ibu”, “Bapak”, atau “Kak” digunakan untuk menunjukkan kesopanan sekaligus kedekatan sosial (Wulandari, 2019). Kasir juga menyesuaikan penggunaan bahasa formal atau informal sesuai dengan profil pembeli. Untuk pelanggan baru atau lebih tua, kasir cenderung menggunakan bahasa Indonesia formal. Sementara untuk

pelanggan muda atau yang sudah akrab, kasir menggunakan bahasa santai, campuran bahasa gaul, atau istilah khusus alat tulis (Rahmawati, 2018).

Dalam situasi ini, cara kasir dan pembeli berbicara mencerminkan nilai-nilai sosial, standar kesopanan, dan identitas budaya mereka selain kemampuan bahasa mereka. Oleh karena itu, mempelajari variasi bahasa yang muncul dalam interaksi ini sangat penting untuk memahami bagaimana bahasa berfungsi sebagai alat sosial yang memiliki banyak fungsi.

- **Pilihan Sapaan dan Gaya Bahasa**

Kasir di Toko Pencils Line BSD menggunakan berbagai bentuk sapaan yang disesuaikan dengan usia dan tingkat keakraban pembeli. Misalnya, sapaan "Ibu", "Bapak", atau "Kak" digunakan untuk menunjukkan kesopanan sekaligus kedekatan sosial. Pilihan sapaan ini juga mencerminkan norma budaya lokal yang mengedepankan penghormatan dalam interaksi sehari-hari.

- **Penggunaan Bahasa Formal dan Informal**

Kasir cenderung menggunakan bahasa Indonesia yang formal dan baku saat melayani pelanggan baru atau yang lebih tua untuk menciptakan kesan profesional dan sopan. Namun, saat melayani pelanggan yang seumurannya atau lebih dikenal, kasir lebih sering menggunakan bahasa yang santai tetapi tetap sopan, campuran bahasa gaul, atau istilah khusus alat tulis yang lebih akrab dan komunikatif.

- **Pengaruh Konteks Sosial dan Budaya**

Selain itu, latar belakang budaya pembeli memengaruhi bahasa yang digunakan oleh kasir. Kasir kadang-kadang menyesuaikan bahasa mereka dengan pembeli yang berasal dari wilayah tertentu, menggunakan dialek atau istilah lokal untuk membuat interaksi lebih intim dan ramah.

- **Penggunaan Bahasa Inggris dan Istilah Teknis**

Kasir menggunakan bahasa Inggris dasar atau istilah teknis alat tulis dalam beberapa situasi, terutama saat melayani pembeli yang berbahasa asing atau membutuhkan penjelasan tentang produk tertentu. Ini menunjukkan kemampuan mereka untuk menyesuaikan diri dengan kebutuhan komunikasi yang lebih luas dan beragam.

- **Interaksi Dinamik dan Konteks Sosial Interaksi**

Dimulai dengan sapaan ramah, diikuti dengan penjelasan tentang produk atau promosi, proses transaksi, dan ucapan terima kasih. Adat istiadat lokal, seperti penggunaan bahasa lokal

atau istilah khusus alat tulis, memengaruhi cara kasir dan pembeli berinteraksi satu sama lain. Jika pembeli tidak cukup memahami istilah produk, kadang-kadang perlu negosiasi makna atau klarifikasi.

b. Fungsi Bahasa

Bahasa dalam interaksi ini memiliki berbagai fungsi, antara lain:

- Fungsi instrumental: menyampaikan informasi produk dan mengatur proses transaksi.
- Fungsi regulator: mengatur jalannya transaksi, misalnya mengarahkan antrean.
- Fungsi interaksional: membangun keakraban dan suasana nyaman.
- Fungsi personal: mengekspresikan sikap dan perasaan kasir.
- Fungsi heuristik: membantu pembeli memperoleh informasi produk.
- Fungsi imajinatif: menggunakan bahasa kreatif saat promosi (Pratiwi, 2022; Sari, 2021).

c. Strategi Komunikasi Kasir

Kasir menggunakan strategi komunikasi persuasif, seperti menawarkan promosi, menggunakan humor, dan menyesuaikan register bahasa dengan profil pembeli (Putri, 2017). Misalnya, untuk anak-anak menggunakan nada ceria dan kata sederhana, sedangkan untuk orang dewasa lebih formal dan informatif. Humor dan empati juga digunakan untuk membangun kedekatan dan kepercayaan.

d. Pengaruh Komunikasi terhadap Perilaku Pembelian

Komunikasi kasir yang efektif dapat meningkatkan minat beli dan loyalitas pelanggan. Edukasi produk yang diberikan kasir juga meningkatkan pengetahuan dan minat pembeli terhadap produk alat tulis tertentu (Lestari, 2020; Santoso, 2016).

e. Contoh Data Interaksi

Kasir: "Selamat datang. Ada yang bisa dibantu, Kak?"

Pembeli: "Saya mau cari sketchbook, ada nggak, Kak?"

Kasir: "Oh, ada, Kak. Di sebelah sini ya, mau yang ukuran apa, biar saya bantu carikan."

Pembeli: "Ukuran A4, Kak."

Kasir: "Baik, ada lagi mungkin tambahannya, Kak?"

Pembeli: “Sudah, Kak. Cukup itu dulu saja.”

Kasir: “Baik, totalnya jadi Rp25.000. Terima kasih, Kak.”

KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa variasi bahasa dan strategi komunikasi kasir di Toko Pencils Line BSD sangat dipengaruhi oleh faktor usia, latar belakang budaya, dan tujuan komunikasi. Fungsi bahasa yang beragam dan strategi komunikasi yang adaptif menjadi kunci keberhasilan dalam pelayanan pelanggan dan membangun loyalitas. Hasil ini menegaskan pentingnya kompetensi komunikasi kasir dalam dunia ritel yang kompetitif. Penelitian selanjutnya dapat memperluas kajian pada toko-toko ritel lain atau menggunakan pendekatan kuantitatif untuk memperkuat temuan.

DAFTAR PUSTAKA

- Aisah, S., & Noviadi, A. (2018). Ragam Bahasa Lisan Para pedagang Buah Pasar Langensari Kota Banjar. *Literasi: Jurnal Bahasa dan Sastra Indonesia serta Pembelajarannya*, 2(1), 81-87
- Bachri, B. S. (2010). Metodologi Penelitian Kualitatif. Malang: Universitas Negeri Malang.
- Hisbullah, H., dkk. (2016). Metode Penelitian Sociolinguistik. *Jurnal Bahasa dan Sastra*, 17(2), 123-134.
- Lestari, D. (2020). Peran Komunikasi Kasir dalam Membangun Kepercayaan Pelanggan di Toko Ritel Modern. *Jurnal Komunikasi Indonesia*, 12(2), 45-56.
- Putri, S. (2017). Strategi Komunikasi Kasir dalam Menghadapi Pelanggan yang Beragam di Toko Ritel. *Jurnal Komunikasi Bisnis*, 9(2), 112-124.
- Rahmawati, N. (2018). Variasi Bahasa dalam Interaksi Jual Beli di Pasar Tradisional. *Jurnal Sociolinguistik Indonesia*, 3(1), 51-62.
- Santoso, B. (2016). Hubungan Komunikasi Kasir dan Loyalitas Pelanggan di Toko Retail. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 5(2), 89-100.
- Sari, M. (2021). Komunikasi Verbal dan Nonverbal antara Kasir dan Pelanggan di Toko Swalayan. *Jurnal Komunikasi Ritel*, 11(1), 34-46.
- Wulandari, F. (2019). Pengaruh Gaya Bahasa Kasir terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Toko Alat Tulis. *Jurnal Pemasaran Indonesia*, 8(3), 77-88.