

Pola Tuturan Negosiasi Penjual Sebagai Upaya Meraih Minat Pembeli di Pasar Tradisional Raya Mekongga Kolaka

Retno Susanto^{*1}, Gusnawaty², Asriani Abbas³

^{1,2,3}Hasanuddin University, Cultural Sciences Faculty; Jl. Perintis Kemerdekaan,
telp/fax 0411-587223

e-mail: ^{*1}Susantor18f@student.unhas.ac.id, ²gusnawaty@unhas.ac.id,
³asriani.abbas@unhas.ac.id

Abstract

This study aimed to describe how the utterance patterns of negotiation interaction between buyers and sellers in Kolaka traditional market. The research method was qualitative based on the principles of descriptive methods. The data sources of this study were all of the utterances that came from the direct utterance of the sellers and the buyers in the buying and selling negotiation process in Kolaka traditional market. The techniques used in this study were the recording technique and the note-taking technique. The analysis stages used were; (1) identifying data, (2) classifying data, (3) analyzing data, and (4) concluding the data analysis results. The results of this study found four utterances patterns used by the seller, namely, the calling-answering patterns, asking-giving information patterns, asking-inviting patterns, offering-accepting patterns, and the offering-refusing patterns.

Keywords: *conversation, buyers and sellers, speech patterns*

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan bagaimana pola tuturan interaksi negosiasi penjual dan pembeli di pasar tradisional Kolaka. Metode penelitian ini adalah kualitatif berdasarkan prinsip metode deskriptif. Sumber data penelitian ini adalah keseluruhan tuturan-tuturan yang bersumber dari tuturan langsung penjual dan pembeli dalam proses negosiasi jual-beli di pasar tradisional Kolaka. Teknik yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu teknik rekam dan Teknik simak catat. Adapun, tahap-tahap analisis yang digunakan, sebagai berikut. (1) mengidentifikasi data, (2) mengklasifikasi data, (3) menganalisis data, (4) menyimpulkan hasil analisis data. Hasil penelitian ini ditemukan empat pola tuturan yang digunakan oleh penjual. Yaitu, pola panggilan-jawaban, pola permintaan informasi-

pemberian informasi, pola permintaan-mempersilakan, pola tawaran-penerimaan, dan pola tawaran-penolakan.

Kata kunci: percakapan, penjual dan pembeli, pola tuturan

A. Pendahuluan

Negosiasi adalah proses interaksi yang dilakukan oleh dua belah pihak untuk mencapai tujuan atau kesepakatan secara bersama-sama. Dalam proses negosiasi dibutuhkan bahasa sebagai alat atau media penyampaian pesan. Bahasa yang dimaksud adalah tuturan atau ujaran yang digunakan dalam komunikasi. Seperti yang dikatakan Gusnawaty (2009) bahwa telah banyak pandangan para ahli mengenai fungsi bahasa dalam aktivitas kehidupan ini, tetapi yang paling penting dari semuanya adalah fungsi bahasa sebagai alat komunikasi.

Negosiasi adalah proses dengan jalan berunding guna mencapai kesepakatan bersama. Oleh karena itu, negosiasi menjadi penting sebagai alat yang digunakan oleh kedua belah pihak untuk melakukan interaksi dalam mencapai tujuan atau kesepakatan bersama dalam memenuhi kebutuhan setiap individu maupun kelompok. Levinson (1983) menjelaskan bahwa percakapan adalah jenis pembicaraan antara dua atau lebih partisipan. Pada aktivitas percakapan bahasa merupakan media utama yang digunakan, hal ini bahasa memiliki peran penting dalam kehidupan kelompok masyarakat dalam berinteraksi.

Gusnawaty (2013) menjelaskan bahwa pelaku komunikasi perlu menggunakan strategi tertentu dalam komunikasi berupa pilihan-pilihan kata sopan atau pantas karena kalau tidak maka kontak komunikasi akan putus. Hal ini dilakukan agar pesan tersampaikan dengan baik ke pendengar. Terkait hal ini, Harziko (2017) telah melakukan penelitian dengan judul “Tindak Tutur Ekspresif Bahasa Indonesia dalam Transaksi Jual-Beli Di Pasar tradisional Kota Baubau: Tinjauan Pragmatik”. Penelitian ini bertujuan ingin mendeskripsikan penggunaan modus penjual dan pembeli, serta fungsi ekspresif penjual dan pembeli dalam negosiasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan modus tuturan penjual terdiri atas modus deklaratif, modus interogatif, dan modus imperatif. Adapun, penggunaan modus tuturan pembeli terdiri atas modus deklaratif, modus interogatif,

dan modus imperatif. Selanjutnya, fungsi tuturan ekspresif penjual terdiri atas fungsi mengucapkan terima kasih, fungsi memuji, fungsi mengeluh, dan fungsi marah. Selanjutnya, fungsi tuturan ekspresif pembeli, yaitu fungsi mengucapkan terima kasih, fungsi memuji, fungsi mengeluh, dan fungsi mengejek.

Selanjutnya, penelitian yang dianggap relevan yaitu penelitian yang dilakukan oleh Henry Trias Puguh Jatmiko, Budhi Setiawan, dan Edy Tri Sulisty (Proceeding of 2nd International Conference of Arts Language And Culture). dengan judul *“The Language Function In Oral Discourse At Sell-buy Transaction In Klewer Market Surakarta And Its Relevance As Indonesian Learning Materials In Senior High School”*. Hasil penelitiannya menunjukkan fungsi heuristik mendominasi percakapan antara penjual dan pembeli di pasar Klewer Surakarta dalam transaksi jual-beli. Hal tersebut mencakup fungsi instrumental, fungsi pengaturan, fungsi representasi, fungsi interaksi, fungsi heuristik, dan fungsi imajinatif.

Riskiartista (2017) menjelaskan bahwa bentuk negosiasi biasanya dilakukan dengan bertemu langsung antara dua belah pihak bahkan lebih. Akan tetapi, bentuk negosiasi juga bisa dilakukan dengan cara tidak langsung yaitu melalui proses *chatting* di media elektronik. Namun, dalam proses negosiasi kadang-kadang proses tawar-menawar tidak selamanya tercapai hasil kesepakatan seperti yang diinginkan. Hal ini terjadi akibat kedua belah pihak yang sedang melakukan negosiasi tidak mencapai apa yang diharapkan sehingga negosiasi yang dilakukan gagal.

Aktivitas tuturan negosiasi dapat kita temui dimana saja, salah satunya yakni pasar. Hal ini dikarenakan ada aktivitas jual-beli yang dilakukan oleh kelompok masyarakat untuk memenuhi kebutuhannya. Kotler & Amstrong (2002) menjelaskan bahwa pasar merupakan suatu tempat fisik dimana pembeli dan penjual berkumpul untuk mempertukarkan barang dan jasa. Pasar merupakan tempat atau kompleks pedagang/penjual untuk menjual barang-barang. Pasar terbagi atas dua jenis, yaitu pasar tradisional dan pasar modern. pasar tradisional merupakan tempat bertemunya penjual dan pembeli serta ditandai dengan adanya proses transaksi jual-beli secara langsung dan biasanya ada proses tawar-menawar.

Adapun, pasar modern adalah pasar dengan sistem pelayanan mandiri sehingga proses tawar-menawar jarang ditemui antara penjual dan pembeli. Pasar modern yang dimaksud seperti Mall, minimarket, department store, hypermart, supermarket, dan lainnya.

Pelaku komunikasi perlu menggunakan strategi tertentu dalam komunikasi berupa pilihan-pilihan kata sopan atau pantas karena kalau tidak maka kontak komunikasi akan putus. Oleh karena itu, konteks interaksi jual-beli ditemukan pola tuturan. Dikarenakan pada konteks interaksi jual-beli penjual dan pembeli bergantian dalam menyampaikan maksud tuturan. Schegloff & Sacks (dalam Purwoko, 2008:8) menyebut urutan atau giliran bicara dalam percakapan tersebut dengan istilah pasangan berdampingan (*adjacency pairs*). Hal ini penjual dan pembeli adalah pasangan berdekatan yang saling tukar informasi atau maksud dalam konteks negosiasi jual-beli. Oleh karena itu, penulis tertarik untuk menelaah dan menemukan pola tuturan apa saja yang terdapat dalam konteks negosiasi jual-beli di pasar tradisional Kolaka. Hal ini juga membuktikan bahwa dalam aktivitas tuturan ada pola atau struktur yang tidak disadari oleh setiap individu atau pelaku bahasa yang sedang bertutur, khususnya strategi komunikasi penjual dalam upaya melariskan dagangannya.

B. Metode Penelitian

Penelitian ini termasuk penelitian kualitatif yang menyajikan hasil penelitian secara deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan sekelompok masyarakat atau individu serta perilaku yang diamati oleh peneliti. Penelitian dirancang berdasarkan prinsip metode deskriptif, yaitu mengumpulkan data, mengklasifikasikan data, menganalisis data, dan menyajikan data secara objektif sesuai dengan kenyataan data yang ditemukan. Bogdan dan Taylor (dalam Moleong, 2007) menjelaskan bahwa penelitian kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati dari fenomena yang terjadi.

Penelitian ini dilakukan di salah satu pasar tradisional di Sulawesi Tenggara. Pasar tradisional yang dimaksud diantaranya pasar raya Mekongga Kolaka.

Pemilihan lokasi tersebut berdasarkan hasil observasi yang dilakukan dengan objek penelitian yang akan dilakukan memenuhi kriteria dan standar masalah yang menjadi rumusan permasalahan penulis.

Sumber data penelitian ini adalah keseluruhan tuturan-tuturan yang bersumber dari tuturan langsung penjual dan pembeli dalam proses negosiasi jual-beli di pasar tradisional Mekongga. Populasi penelitian ini mencakup tuturan-tuturan penjual dan pembeli yang terjadi atau berlangsung di toko pakaian dalam proses negosiasi jual-beli di pasar tradisional raya Mekongga. Adapun teknik yang digunakan dalam penentuan sampel, yaitu *Purposive Sampling*. *Purposive Sampling* adalah pengambilan sampel yang berdasarkan pertimbangan-pertimbangan tertentu dan berdasarkan tujuan penelitian (Gusnawaty, 2011).

Teknik pengumpulan data merupakan cara yang digunakan untuk memperoleh data-data yang berkualitas dan kualitas data itu sendiri sangat ditentukan oleh alat pengambilan data. Teknik yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu teknik rekam dan Teknik simak catat. Teknik rekam yaitu merekam seluruh percakapan informan (pembeli dan penjual) dengan menggunakan handphone sebagai alat perekam untuk mendapatkan data yang secara utuh. Adapun teknik catat yaitu mencatat seluruh percakapan secara langsung dan yang telah direkam kemudian dicatat ke dalam kartu data dan diklasifikasikan sesuai jenis-jenis bentuk tuturan direktif yang ditemukan.

Analisis data merupakan langkah yang terpenting untuk memperoleh temuan-temuan hasil penelitian. Analisis data yaitu proses pengumpulan data agar dapat ditafsirkan. Analisis data dilakukan pada saat mengumpulkan data dan setelah pengumpulan data. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu teknik analisis deskriptif, yaitu penggambaran kenyataan yang ditemukan sebagaimana adanya. Adapun tahap-tahap analisis yang digunakan, sebagai berikut. (1) mengidentifikasi data, (2) mengklasifikasi data, (3) menganalisis data, (4) menyimpulkan hasil analisis data.

C. Hasil dan Pembahasan

C.1. Pola Panggilan-Jawaban

Hasil analisis data terkait pola panggilan-jawaban di lokasi penelitian menunjukkan bahwa Pola ini merupakan pola yang paling melariskan barang penjualan. Hal yang pertama terlihat pada pola ini adalah panggilan penjual.

Penjual : “Singgaki, apa kita cari?”.

Pembeli : “Berapa harga jaketnya itu”.

Pada pertanyaan ini secara implikatur penjual membuka kesempatan kepada pembeli untuk jeda dan singgah melihat pajangan penjual, adakah yang menarik baginya?. Panggilan seperti ini sangat penting dilakukan penjual sebab tipe pembeli ada beberapa macam. Ada yang mesti ditegur, ada yang mesti diajak untuk berbasa-basi, dan lain sebagainya.

Respon pembeli ‘tertarik’ terlihat ada. Pancingan penjual mengena. Pembeli singgah pada toko penjual. Dengan singgah, proses negosiasi dapat dilakukan lebih baik dan tangkas. Pembeli menawar harga dengan dibawah standar yang telah diberikan oleh penjual. Namun, penjual bertahan dengan harga yang sudah ditetapkan sejak awal. Sikap penjual menimbulkan kepercayaan dari pembeli bahwa barang yang dijualnya sudah merupakan harga dasar dan bukan harga tipuan. Pada contoh berikut terlihat pola panggilan-jawaban yang digunakan penjual lainnya untuk menarik pembeli.

Penjual : “Apa dicari mamanya”.

Pembeli : “Ada baju kemeja polos”.

Pada kutipan di atas terlihat pola yang sama digunakan oleh penjual. Pertanyaan-pertanyaan ini terus berulang ulang secara implikatur penjual membuka kesempatan kepada pembeli untuk jeda dan singgah melihat pajangan penjual. Oleh karena itu, panggilan seperti ini sangat penting dilakukan penjual sebab tipe pembeli ada beberapa macam. Ada yang mesti ditegur, ada yang mesti diajak untuk berbasa-basi, dan lain sebagainya.

C.2. Pola Permintaan Informasi-Pemberian Informasi

Hasil analisis data terkait pola permintaan informasi-pemberian informasi di lokasi penelitian menunjukkan bahwa pola ini merupakan pola pendukung yang melariskan barang penjualan.

Pembeli : Berapa harga jaketnya itu?

Penjual : Kalau yang ini 180.000, masih bisaji kurang sedikit

Hal yang pertama terlihat pada pola ini adalah panggilan penjual. Respon pembeli ‘tertarik’ dengan menanyakan harga barang “Berapa harga jaketnya itu?”. Pada pertanyaan ini secara implikatur pembeli memulai negosiasi kepada penjual. Pertanyaan ini sangat penting dilakukan pembeli untuk mengetahui harga barang apakah sesuai dengan kualitas barang.

Penjual merespon pertanyaan dengan memberikan penjelasan harga sedetail mungkin. Terlihat penjual menambahkan penjelasan harga barang masih bisa kurang. Pembeli kembali menanyakan harga barang dengan merek berbeda. Pembeli ingin membandingkan. Penjual kembali menjelaskan harga barang dengan menanyakan apakah pembeli sudah menginginkan barang tersebut dengan harga yang diberikan. Akan tetapi, Proses negosiasi berlanjut. Pembeli terlihat menawar harga dengan dibawah standar yang telah diberikan oleh penjual. Namun, penjual bertahan dengan harga yang sudah ditetapkan sejak awal. Sikap penjual ini menimbulkan kepercayaan dari pembeli bahwa barang yang dijualnya sudah merupakan harga sesuai dengan kualitas barang. Pada contoh berikut terlihat permintaan informasi-pemberian informasi yang digunakan penjual.

Pembeli : “ Harga berapa ini dek”

Penjual : “ Harga 130.000 dia bu”

Pada kutipan di atas juga terlihat pola yang sama digunakan oleh penjual dan pembeli dalam interaksi negosiasi jual-beli. Pertanyaan-pertanyaan ini terus berulang-ulang. Pembeli ‘tertarik’ dengan menanyakan harga barang “Harga berapa ini dek?”. Pada pertanyaan ini secara implikatur pembeli memulai negosiasi kepada penjual. Pertanyaan ini sangat penting dilakukan pembeli untuk mengetahui harga barang apakah sesuai dengan kualitas barang. Penjual merespon pertanyaan dengan memberikan penjelasan harga sedetail mungkin.

C.3. Pola Permintaan-Mempersilakan

Hasil analisis data terkait pola permintaan-mempersilakan di lokasi penelitian menunjukkan bahwa pola ini merupakan juga salah satu pola pendukung dalam interaksi jual-beli sebagai penunjang keberhasilan negosiasi.

Pembeli : “Saya tes dulu di”.

Penjual : “Iye tes miki, ada juga warna lain lihat miki”.

Terlihat pada pola di atas tampak pembeli meminta izin kepada penjual. Hal tersebut kemudian di respon baik oleh penjual. Jawaban penjual secara implikatur memberikan perhatian dengan mempersilahkan pembeli untuk mencoba jenis pakaian yang diinginkan kemudian menunjukkan pilihan warna lain kepada pembeli dengan tujuan agar pembeli tidak monoton pada satu pilihan warna dan toko tersebut memiliki persediaan stok warna barang yang banyak. Pola yang serupa ditemukan pada toko lain yang digunakan penjual.

Pembeli : “Mau lihat-lihat saja dulu bisaji di”.

Penjual : “Liat miki dek”.

Pada kutipan di atas terlihat pola yang sama digunakan oleh penjual. Pertanyaan-pertanyaan ini secara implikatur penjual mempersilahkan pembeli. Dengan ini, penjual membuka kesempatan kepada pembeli untuk jeda dan singgah melihat pajangan penjual. Yang selanjutnya dapat berlangsung proses negosiasi barang.

C.4. Pola Tawaran-Penolakan

Hasil analisis data terkait pola tawaran-penolakan di lokasi penelitian menunjukkan bahwa pola ini merupakan pola pendukung yang melariskan barang penjualan.

Pembeli : “Ndg bisami kurang”.

Penjual : “Import deela (kasian)”.

Terlihat pola tawaran-penolakan. Pola ini merupakan pola kunci dalam negosiasi harga. Hal yang pertama terlihat pada pola ini adalah panggilan penjual. Respon pembeli tertarik dengan menanyakan harga barang. Terlihat penjual menjawab pertanyaan pembeli. Dengan ini penjual dan pembeli memulai negosiasi. Terlihat pembeli mulai menanyakan harga barang. Penjual menjawab “Murahji” bentuk tutur jawaban ini memiliki maksud. Pembeli kembali menanyakan nilai harga

barang tersebut. Terlihat negosiasi penjual dan pembeli berlangsung alot. “Import deela” kalimat tuturan ini secara implikatur menolak tawaran yang diminta oleh pembeli. Sikap penjual menimbulkan kepercayaan dari pembeli bahwa barang yang dijualnya sudah merupakan harga dasar dan kualitas baik. Akhirnya, pembeli menyetujui harga penjual seperti terlihat pada data. Data dengan pola ini juga ditemukan pada data di bawah ini yang digunakan penjual dan berhasil.

Pembeli : “Yang ini saja, tidak kurang mi”.

Penjual : “Iye 160.000 pi bu, sudah harganya kita di sini bu”.

Pola ini merupakan pola kunci negosiasi dalam melariskan dagangan. Hal yang pertama terlihat pada pola ini adalah panggilan penjual. Terlihat penjual mengajak pembeli untuk masuk ke dalam toko. Ajakan ini bukan sekadar ajakan biasa. Pembeli mulai menanyakan jenis barang yang tersedia. Dengan bertanya, pembeli memulai negosiasi. Terlihat negosiasi penjual dan pembeli berlangsung singkat dan baik. Terlihat pembeli menawar harga dengan dibawah standar yang telah diberikan oleh penjual. Namun, penjual bertahan dengan harga yang sudah ditetapkan sejak awal. “Iye 160.000 pi bu, sudah harganya kita di sini bu” kalimat tuturan ini secara implikatur menolak tawaran yang diminta oleh pembeli. Sikap penjual menimbulkan kepercayaan dari pembeli bahwa barang yang dijualnya sudah merupakan harga dasar dan kualitas baik. Akhirnya, pembeli menyetujui harga penjual seperti terlihat pada data.

C.5. Pola Tawaran-Penerimaan

Hasil analisis data terkait pola tawaran-penerimaan di lokasi penelitian menunjukkan bahwa pola ini merupakan pola pendukung yang melariskan barang penjualan.

Pembeli : “Kurang bagus modelnya! Yang ini mi saja, kasih kurangmi karena saya ambil tiga ji! Untuk anak pondok hae ini”.

Penjual : “Ambil mi pale 370.000 semua”.

Terlihat pola tawaran-penerimaan. Pola ini merupakan pola strategi pembeli dalama negosiasi. Hal yang pertama terlihat pada pola ini adalah pertanyaan pembeli. Pembeli mulai menanyakan jenis barang yang tersedia. Dengan bertanya, pembeli memulai negosiasi. Penjual menjawab pertanyaan pembeli. Terlihat

negosiasi penjual dan pembeli berlangsung alot. Penjual beberapa kali menunjukkan model-model pakaian yang sejenis diminta oleh pembeli. Terlihat pembeli menawar harga dengan dibawah standar yang telah diberikan oleh penjual. “Mahalnya! Nda kurang mi karena mau ka ambil tiga” kalimat tuturan ini merupakan kalimat kunci pembeli. Tujuannya agar penjual mau menerima nego yang diberikan pembeli. Akan tetapi, penjual menolak dan konsisten dengan harga yang telah diberikan diawal. Proses negosiasi berlanjut. “kasih kurangmi karena saya ambil tiga ji! Untuk anak pondok hae ini ”kalimat pernyataan ini secara implikatur kembali menawar. Apakah penjual setuju? Dengan mengutarakan perbandingan yang akan menggunakan antara anak-anak dan dewasa yang dituturkan secara tidak langsung. Terlihat nego yang dilakukan pembeli berhasil. Terlihat penjual telah menyetujui tawaran yang diberikan pembeli.

Pembeli : “170 mi kalau mauki”.

Penjual : “Iye, soalnya masih pagi-pagi”.

Terlihat pola tawaran-penerimaan. Pola ini merupakan pola strategi pembeli dalam negosiasi. Hal yang pertama terlihat pada pola ini adalah pertanyaan pembeli. Pembeli mulai menanyakan jenis barang yang tersedia. Dengan bertanya, pembeli memulai negosiasi. Penjual menjawab pertanyaan pembeli. Terlihat negosiasi penjual dan pembeli berlangsung alot. Terlihat pembeli mulai menanyakan harga barang dan bernegosiasi. Terlihat pembeli menawar harga dengan dibawah standar yang telah diberikan oleh penjual. “170 mi kalau mauki” kalimat tuturan ini merupakan kalimat kunci pembeli. Tujuannya agar penjual mau menerima nego yang diberikan pembeli. Terlihat penjual menyetujui “Iye, soalnya masih pagi-pagi” kalimat jawaban ini secara implikatur menerima tawaran pembeli. Hal ini karena belum ada satu pun barang yang dijualnya laris.

D. Penutup

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, dapat disimpulkan dalam interaksi negosiasi jual-beli memiliki struktur percakapan. Dikarenakan dalam konteks percakapan terjadi silang pembicaraan atau giliran bertutur. Interaksi

negosiasi penjual dan pembeli di pasar tradisional Kolaka ditemukan tujuh pola. yaitu, pola panggilan-jawaban, pola permintaan informasi-pemberian informasi, pola permintaan-mempersilakan, pola tawaran-penerimaan, dan pola tawaran-penolakan.

Ucapan terima kasih

Ucapan terima kasih kepada Gusnawati dan Asriani Abbas sebagai penasihat selama dalam penulisan ini. Juga kepada Fakultas Ilmu Budaya Universitas Hasanuddin yang telah banyak memberikan bantuan berupa akses data berbasis online.

Referensi

- Agnesia, R. (2014). *Pembelajaran Memproduksi Teks Negosiasi dengan Menggunakan Model Modelling The Way pada Siswa Kelas X SMAN 1 Ciwidey Tahun Pelajaran 2013/2014*. FKIP Universitas Pasundan Bandung.
- Gusnawaty. (2013). *Pola Sapaan dalam Bahasa Bugis: Ritual Harmoni yang Merekatkan*. *Kongres Internasional Masyarakat Linguistik Indonesia (KIMLI)*. PP. 1-10.
- Gusnawaty. (2009). *Kesantunan Berbahasa: Analisis Fungsional dalam Teks*. *Linguistika: Buletin Ilmiah Program Magister Linguistik Universitas Udayana*. 173-186.
- Ismari. (1995). *Percakapan*. Surabaya: Airlangga University Press.
- Kemendikbud. (2013a). *Buku Siswa Bahasa Indonesia Kelas X Ekspresi Diri dan Akademik*. Kemendikbud.
- Kemendikbud. (2013b). *Kerangka Dasar Kurikulum 2013*. Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Direktorat Jenderal Pendidikan Dasar.
- Kosasih, E. (2014). *Jenis-Jenis Teks Analisis Fungsi, Struktur, dan Kaidah serta Langkah Penulissannya dalam Mata Pelajaran Bahasa Indonesia SMA/MA/SMK*. Yrama Wiidya.
- Kotler, Philip., Amstrong, Gary.(1997).*Prinsip-Prinsip Pemasaran*.Jakarta: Erlangga.
- Levinson, Stephen C. (1983). *Pragmatics*. London: Cambridge University Press.

- Moleong, L. J. (2007). *Metode Penelitian Kualitatif. Edisi Revisi*. Jakarta: PT. Remaja Rosdakarya.
- Purwoko, Herudjati. 2008. *Discourse Analysis. Kajian Wacana bagi Semua Orang*. Jakarta: PT Indeks.
- Riskiartista, R. (2017). *Persuasi Dalam wacana negosiasi seks kaum gay: Kajian pragmatik fungsional. 1–1*.
- Suparno. (1999). *Wacana jual beli berbahasa Indonesia*. Malang. Universitas Negeri Malang.