J. A. I : Jurnal Abdimas Indonesia ISSN: 2797-2887

PENERAPAN BENTUK KALIMAT EFEKTIF UNTUK PROMOSI BAGI PARA PELAKU USAHA DI DESA KERTA PAYANGAN GIANYAR BALI

Dewa Ayu Kadek Claria[1]
I Gusti Ngurah Adi Rajistha[2]

[1,2] Universitas Warmadewa, Denpasar, Indonesia

clariadewaayu@gmail.com [1*)]
ngurah.adi.rajistha@gmail.com[2)]

Kata Kunci: *[Kalimat Efektif, Kalimat tidak Efektif, Promosi]*

Abstrak: Kegiatan pengabdian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengenalkan bentuk kalimat tidak efektif yang biasanya digunakan oleh pelaku usaha dan mengakibatkan kurang efektifnya suatu komunikasi, khususnya dalam bidang perdagangan. Kegiatan dilaksanakan di Desa Kerta Kecamatan Payangan Kabupaten Gianyar Provinsi Bali sebagai salah satu bentuk pengabdian kepada masyarakat di masa pandemi Covid-19. Pengenalan bentuk kalimat yang tidak efektif ini merupakan jawaban dari permasalahan yang sering dilakukan oleh para pelaku usaha dalam menjalankan usahanya. Pengenalan bentuk kalimat tidak efektif dilakukan dengan harapan agar para pelaku usaha nantinya dapat menggunakan kalimat yang efektif dalam perdagangan sehingga dapat menghasilkan peningkatan dalam penjualan. Pengenalan bentuk kalimat tidak efektif dilakukan dengan menggunakan teori pendekatan linguistik khususnya kalimat efektif oleh Kridalaksana (2008) tentang bentuk kalimat efektif dan tidak efektif. Hasil dari dilaksanakannya pengabdian ini menunjukkan bahwa pelaku usaha di Desa Kerta mampu mengenali bentuk – bentuk kalimat efektif dan kalimat tidak efektif serta mengaplikasikannya dalam perdagangan. Bentuk kalimat efektif yang telah diterapkan dalam keseharian para pelaku usaha adalah yang mengandung unsur kesepadanan, keparalelan, ketegasan, kehematan, kecermatan, kelogisan, dan kevariasian.

Published by:

Copyright © 2022 The Author(s)
This article is licensed under CC BY 4.0 License

Pendahuluan

Bahasa memiliki hubungan yang sangat erat dengan kegiatan yang dilakukan oleh pelaku usaha dalam bentuk interaksi antara penjual dan pembeli. Penggunaan bahasa sebagai alat komunikasi terus berkembang seiring dengan penggunanya. Penggunaan bahasa yang juga terjadi di lingkungan para pelaku usaha seperti pasar sangat identik dengan proses transaksi dalam bentuk jual beli. Bahasa yang digunakan oleh pelaku usaha sangat beragam karena adanya keberagaman pendidikan, usia, etnis, jenis kelamin dan sebagainya. Penggunaan bahasa dipengaruhi faktor lainnya seperti faktor situasional, yakni siapa yang berbicara, kepada siapa, dimana, kapan, mengenai apa dan menggunakan bahasa apa (Fitriyah, 2011). Dalam bahasa, kalimat merupakan bagian atau satuan bahasa yang dapat berdiri sendiri dengan pola intonasi final yang dimulai dengan huruf kapital dan diakhiri baik dengan tanda titik, tanda seru atau tanda tanya (Nababan, 2008). Kalimat sendiri harus mengandung pokok pikiran yang dapat disampaikan secara tepat yang mana bukan semata-mata rangkaian dari kata akan tetapi tidak memiliki makna (Finoza, 2004).

Bahasa dapat digunakan dimana saja dan dengan berbagai tujuan (Claria & Rajistha, 2020). Salah satu penggunaan bahasa yakni untuk tujuan berinteraksi, bernegosiasi maupun mempromosikan sesuatu. Kegiatan mempromosikan sesuatu pada umumnya dilakukan oleh pelaku usaha dengan menggunakan kalimat yang sifatnya membujuk (Claria, 2021). Selain dengan menggunakan kalimat yang mengandung ajakan, penggunaan kalimat efektif perlu diperhatikan oleh pelaku usaha. Pelaku usaha dalam berinteraksi tidak jarang menggunakan kalimat yang tidak efektif. Kalimat tidak efektif yang disampaikan oleh pembicara umunya terlalu panjang dan tidak memiliki pesan sehingga susah untuk dipahami oleh pendengar. Kalimat tidak efektif susunanya tidak beraturan sehingga mengacu pada hilangnya pesan yang ingin disampaikan. Ciri -ciri kalimat tidak efektif yakni 1) unsur kalimat tidak jelas, 2) penggunaan diksi kalimat banyak yang tidak tepat, 3) penggunaan ejaan Bahasa Indonesia yang tidak sesuai, 4) tidak ada ide pokok dalam kalimat, dan 5) boros dalam penggunaan kata. Pada umumnya setiap kalimat memiliki subjek, objek, predikat dan keterangan, akan tetapi hal tersebut tidak terpenuhi dalam bentuk kalimat tidak efektif. Penggunaan diksi yang kurang atau bahkan tidak tepat juga sangat mempengaruhi tujuan dari kalimat tersebut. Hal tersebut juga berlaku pada tidak adanya ide pokok dalam kalimat yang menyebabkan ide atau pesan yang disampaikan dalam saat berkomunikasi menjadi tidak utuh dan kurang maksimal. Hal lainnya juga terjadi pada borosnya penggunaan kata yang menyebabkan kalimat kurang efektif dan mubazir.

Berdasarkan bentuk kalimatnya, kalimat efektif memiliki bentuk kalimat yang singkat dan mudah dipahami. Kalimat tidak efektif tidak mampu menjabarkan pesan yang ingin disampaikan. Contoh kalimat tidak efektif dapat dilihat sebagai berikut;

1. Boneka bermain Putri dan Andin di kamar
2. Ayu ditanam pohon bunga
3. Anton di pasar harga dompet mahal

Ketiga contoh kalimat menunjukkan bahwa pesan yang ingin disampaikan pada masing-masing kalimat belum dapat direalisasikan dengan baik. Ketiga kalimat tersebut termasuk ke dalam kalimat kurang efektif. Kridalaksana (2008) menyebutkan bahwa kalimat merupalam satuan bahasa yang related berdiri sendir dengan pola intonasi final.

Chaer (2013), berpendapat bahwa kalimat adalah buah pikiran yang merupakan suatu amanat lengkap. Kegiatan berkomunukasi memerlukan kalimat efektif untuk menyampaikan gagasan – gagasan seseorang. Kalimat efektif memiliki ciri bahwa kalimat tersebut mengandung kesepadanan, keparalelan, ketegasan, kehematan, kecermatan, kelogisan dan kevariasian. Kesepadanan berarti kalimat memiliki keseimbangan anatara gagasan dengan struktur bahasa. Keparalelan berarti adanya kesamaan dan konsistensi unsur-unsur yang digunakan dalam suatu kalimat. Ketegasan yakni penekanan dari ide pokok kalimat. Kehematan berarti kalimat efektif dalam penggunaan kata, frasa, klausa atau bentuk lainnya. Kecermatan menghindari adanya tafsiran ganda. Kelogisan mengacu pada masuk akal atau tidaknya suatu kalimat. Kevariasian merupakan upaya untuk mengindari adanya pengulangan atau repetisi.

Melalui lingkungan sosial masyarakat, ragam bahasa dapat diketahui perbedaanya. Ragam bahasa sendiri merupakan bentuk bahasa yang digunakan sesuai dengan topik yang diangkat yang pada akhirnya memiliki fungsinya masing-masing. Ragam bahasa dapat digunakan untuk mengungkapkan gagasan sehingga semakin banyak ragam bahasa yang dikuasai makan akan mempermudah seseorang untuk berkomunikasi. Berdasarkan media pembicaraan, ragam bahasa terdiri dari berbagai jenis baik itu ragam lisan, ragam tulis, ragam bahasa baku, ragam bahasa tidak baku, ragam santai, ragam akrab dan ragam usaha. Ragam lisan dihasilkan oleh alat ucap, sedangkan ragam tulis dihasilkan dari tulisan yang diproduksi oleh seseorang dengan menggunakan huruf sebagai dasarnya. Ragam bahasa baku dan tidak baku merupakan ragam bahasa formal dan non-formal. Ragam santai dan akrab pada umumnya digunakan dalam lingkungan kekerabatan dekat, sedangkan ragam usaha memiliki bentuk bahasa formal dan in-formal dengan tingkat efektifitas penggunaan bahasa yang tinggi karena tujuan dari interaksi dalam usaha yang menuntut adanya transaksi sebagai hasil akhir.

Para pelaku usaha di Desa Kerta sangat perlu untuk menguasai bahasa yang efektif digunakan untuk berinteraksi dengan tujuan dapat terjalinnya kesan keakraban dengan pembeli tanpa menghilangkan informasi yang penting yang perlu disampaikan dalam proses transaksi. Berdasarkan penjabaran latar belakang tersebut dia atas, maka pengenalan terhadap bentuk kalimat efketif dilakukan terhadap para pelaku usaha di Desa Kerta.

Metode Pelaksanaan

Kegiatan pengenalan kalimat efektif ini dikemas dalam bentuk sosialisasi yang dilakukan kepada para pelaku usaha di Desa Kerta. Kegiatan ini terlaksana setelah dilakukannya pengamatan terhadap para pelaku usaha dan kemudian ditemukannya beberapa permasalahan yang ada terkait penggunaan kalimat efektif. Pelaku usaha yang terdiri dari 25 orang terbagi menjadi 3 jenis usaha yakni wisata alam, wisata agro, dan kerajinan patung ukir. Pengenalan kalimat efektif ini dilakukan pada tanggal 25 Februari 2022 yang merupakan rangkaian dari pengabdian kepada masyarakat dalam bentuk KKN PPM dari tanggal 22 Februari 2022 sampai dengan tanggal 22 Maret 2022 dengan melibatkan 25 orang mahasiswa Universitas Warmadewa dari bidang ilmu ekonomi, hukum, fisip, teknik dan sastra yang ikut berperan dalam proses sosialisasi di Desa Kerta. Pada saat melaksanakan sosialisasi, dokumentasi kegiatan dilakukan untuk melihat perkembangan proses pengenalan dan kemampuan pelaku usaha. Materi yang disampaikan dibuat dalam bentuk power point dan diberikan kepada para pelaku usaha dalam bentuk *print out*. Instrumen yang digunakan dalam pengabdian ini berupa

hardcopy kartu data yang dibuat dengan melampirkan bentuk-bentuk kalimat efektif yang dapat digunakan oleh pelaku usaha dalam perdagangan atau pemasaran produk.

Tahap akhir dari proses pengenalan bentuk kalimat tidak efektif ini yakni dalam bentuk evaluasi kegiatan yang dilakukan terhadap para pelaku usaha. Dilakukannya evaluasi dalam setiap metode pelaksanaan kegiatan sangatlah penting sebagai tolak ukur keberhasilan suatu kegiatan (Moleong, 2007). Menurut Sugiyono (2009), pengukuran tersebut telah menjadi kategori penting dalam pelaksanaan penelitian maupun penerapannya. Kesimpulan yang diperoleh setelah dilakukannya sosialisasi dan evaluasi terhadap pelaku usaha di Desa Kerta adalah mengalami peningkatan yang baik sehingga dapat dikatakan para pelaku telah mampu memilah bentuk kalimat efektif dan kalimat tidak efektif yang kemudian bentuk yang efektif lebih banyak digunakan untuk membantu proses interaksi dalam perdagangan.

Hasil dan Pembahasan

Kegiatan promosi yang dilakukan oleh pelaku usaha di Desa Kerta memerlukan adanya penggunaan kalimat yang efektif. Kalimat efektif ini adalah kalimat yang benar dan tepat yang pada akhirnya mampu membantu para pelaku usaha menyampaikan maksud atau gagasan yang mereka miliki terkait suatu produk. Pesan yang disampaikan haruslah jelas sehingga dapat diterima oleh lawan tutur. Melalui penerapan kalimat efektif yang dilakukan dan dikemas dalam bentuk KKN-PPM ini, maka para pelaku usaha mampu menerapkan kalimat efektif yang terdiri dari 7 jenis kalimat yang kemudian dijabarkan sebagai berikut;

Kesepadanan

Kalimat efektif memiliki kesepadanan yakni ketitka memiliki unsur subjek dan predikat yang jelas. Contoh kalimat yang digunakan oleh pelaku usaha yang memiliki kesepadanan dan tidak memiliki kesepadanan adalah sebagai berikut;

a. Bagi semua Bapak Ibu yang berminat harus membayar tiket masuk. (Tidak Efektif)
b. b. Bapak Ibu yang berminat harus membayar tiket masuk. (Efektif)

Pada contoh kalimat di atas dapat dilihat bahwa penggenuaan kata bagi semua pada contoh kalimat (a) merupakan kalimat tidak efektif dikarenakan kata bagi semua yang disepadanankan dengan kata Bapak Ibu seharusnya tidak perlu digunakan lagi. Kata Bapak Ibu sudah mencakup semua yang dimaksud sehingga lebih efektif kalimat yang digunakan adalah pada kalimat (b) yakni Bapak Ibu yang berminat harus membayar tiket masuk.

Keparalelan

Keparalelan merupakan bentuk kalimat efektif yang memiliki kesamaan unsur yang dibicarakan dalam suatu topik pembicaraan. Keparalelan ini merupakan bentuk konsistensi dalam pemilihan kata yang dapat mempermudah mitra tutur untuk memahami maksud pembicara. Contoh penggunaan keparalelan dalam kalimat dapat dilihat sebagai berikut;

a. ami menyediakan buah, handuk dan bensin untuk dinikmati. (Tidak Efektif)
b. Kami menyediakan buah, kudapan dan minuman ringan untuk dinikmati. (Efektif)

Kalimat (a) menunjukkan adanya ketidakparalelan topik yakni menyediakan buah, handuk dan bensin untuk dinikmati. Dalam hal ini yang bisa dinikmati dalam artian untuk dikonsumsi hanyalah buah sehingga dapat dikatakan pilihan kata pada kalimat tersebut tidak paralel dan menyebabkan tidak efektifnya suatu kalimat. Kalimat (b) merupakan kalimat efektif karena menunjukkan keparlelan sesuatu yang dapat dikonsumsi yakni buah, kudapan dan minuman.

Ketegasan

Ketegasan dalam kalimat efektif merupakan penekanan dalam menyampaikan ide pokok. Ide pokok yang merupakan gagasan pembicara perlu mendapat perhatian agar lebih berterima dengan cara memberikan penekanan dalam bentuk penegasan. Kalimat yang mengandung ketegasan yang digunakan oleh penduduk Desa Kerta dapat dilihat sebagai berikut;

a. Pengunjung menggunakan keranjang yang tersedia. (Tidak Efektif)
b. Kami mengharapkan agar pengunjung menggunakan keranjang yang tersedia. (Efektif)

Penggunaan kalimat (a) tidak memiliki unsur ketegasan sehingga dapat menimbulkan kerancuan maksud dan tujuan dari informasi yang diberikan. Sedangkan kalimat (b) memiliki informasi yang jelas yang mana menegaskan pengunjung untuk menggunnakan keranjang yang tersedia. Penegasan kalimat dapat dilihat pada kata mengharapkan dan agar.

Kehematan

Kehematan merupakan efisiensi penggunaan kata, frasa, maupun bentuk lainnya yang dirasa tidak perlu dalam suatu kalimat. Kehematan dalam kalimat efektif memiliki artian bahwa penambahan kata yang tidak diperlukan dapat dihilangkan. Penggunaan kalimat efektif yang digunakan oleh para pelaku usaha dapat dilihat sebagai berikut;

a. Ibu, silahkan naik ke atas untuk melihat pemandangan. (Tidak Efektif)
b. Ibu, silahkan naik untuk melihat pemandangan. (Efektif)

Pada kalimat (a) dapat dilihat bahwa adanya penggunaan kata yang berlebihan sehingga dipandang tidak memiliki kehematan. Kalimat naik dan ke atas memiliki makna yang sama sehingga penggunaan kalimat tersebut dirasa mubazir. Kalimat (b) lebih efektif karena memiliki kehematan dalam pemakaian kata akan tetapi dapat menyampaikan pesan dengan jelas dengan hanya menggunakan kata naik.

Kecermatan

Kalimat efektif dapat dikatakan telah mengikuti kaidah yang ada yakni memiliki kecermatan apabila tidak menimbulkan ambiguitas. Contoh penggunaan kalimat efektif dan tidak efektif pada penduduk desa dapat dilihat sebagai berikut;

a. Harga tiket masuk ke Agro Wisata sebanyak dua puluh lima ribuan. (Tidak Efektif)
b. Harga tiket masuk ke Agro Wisata sebanyak dua puluh lima ribu rupiah. (Efektif)

Kata dua puluh lima ribuan pada kalimat (a) mengabaikan kecermatan dalam pemilihan kata yang dapat menimbulkan kerancuan besaran harga tiket yang sebenarnya sehingga kalimat ini termasuk ke dalam kategori kalimat tidak efektif. Kecermatan yang menjadikan kalimat lebih efektif dapat dilihat pada kalimat (b) yang menyatakan harga tiket dengan jelas yakni seharga dua puluh lima ribu rupiah.

Kelogisan

Kelogisan pada kalimat efektif dilihat dari masuk akal atau tidaknya suatu kalimat. Apabila kalimat yang disampaikan telah memiliki kelogisan maka pesan yang akan disampaikan akan dapat diterima dengan mudah. Kalimat tersebut dapat dilihat pada contoh berikut;

a. Pembelian buah dihitung per liter. (Tidak Efektif)
b. Pembelian buah dihitung per kg. (Efektif)

Kelogisan dalam pemilihan kata juga merupakan salah satu hal yang perlu diperhatikan dalam membentuk kalimat efektif. Kalimat (a) jelas menunjukkan ketidakefektifan karena adanya bentuk pengukuran yang salah yakni buah yang dihitung dalam bentuk liter yang mana seharusnya dihitung dalam bentuk kilogram. Kalimat (b) menunjukkan pengukuran pembelian buah yang benar yakni dalam bentuk kilogram

Kevariasian

Kevariasian dalam kalimat efektif merupakan bentuk dari keanekaragaman pilihan kata yang digunakan dalam kalimat dengan menghindari adanya unsur repetisi. Contoh adanya kevariasain dapat dilihat sebagai berikut;

a. Bapak bisa memilih banyak banyak jenis buah. (Tidak Efektif)
b. Bapak bisa memilih banyak jenis buah. (Efektif)

Dalam kevariasian sangat diperlukan adanya bentuk atau perbendaharaan kata yang banyak sehingga dapat mengindari terjadinya repetisi atau pengulangan suatu kalimat. Kata banyak-banyak yang digunakan pada kalimat (a) menunjukkan kurangnya variasi bahasa yang digunakan. Pada kalimat (b) tidak digunakan kalimat banyak-banyak untuk menghindari adanya pengulangan kata.

Kesimpulan

Kalimat efektif merupakan kalimat dengan tujuan untuk menimbulkan gagasan dalam pikiran pendengar maupun pembaca yang mudah dipahami secara tepat oleh orang lain atau dengan kata lain kalimat efektif mampu menyampaikan pesan sebagaimana yang dimaksudkan oleh penuturnya dengan tepat. Hasil pengabdian kepada masyarakat dalam bentuk penerapan bentuk kalimat efektif untuk promosi bagi pelaku usaha di Desa Kerta, Kecamatan Payangan, Kabupaten Gianyar, Provinsi Bali, dapat dikatakan berjalan dengan lancar dan mencapai hasil yang diinginkan. Hal tersebut dapat dilihat dari adanya peningkatan kemampuan para pelaku usaha dalam menggunakan dan memilih kalimat efektif yang dapat digunakan sehari-hari dalam mempromosikan usaha yang dimiliki. Bentuk kalimat efektif yang telah diterapkan dalam keseharian para pelaku usaha adalah yang mengandung unsur kesepadanan, keparalelan, ketegasan, kehematan, kecermatan, kelogisan, dan kevariasian.

Ucapan Terimakasih

Penulis mengucapkan terimakasih kepada Lembaga Pengabdian Masyarakat (LPM) Universitas Warmadewa karena telah memfasilitasi pelaksanaan pengabdian ini. Penulis juga mengucapkan terimakasih kepada segenap masyarakat Desa Kerta, Kecamatan Payangan, Kabupaten Gianyar, Provinsi Bali yang terlibat dalam kegiatan penerapan kalimat efektif bagi pelaku usaha.

Referensi

Chaer, A. (2013). *Pembinaan Bahasa Indonesia*. Rineka Cipta.

Claria, D.A.K. (2021). Sosialisasi Penggunaan Kalimat Imperatif sebagai Strategi Pemasaran UMKM pada Masa Pandemi Covid-19 di Desa Pejeng Gianyar. *Jurnal Abdidas*, *2*(3).

Claria, Dewa Ayu Kadek, & Rajistha, I. G. N. A. R. (2020). Optimalisasi Penggunaan Media Daring dalam Pelatihan Bahasa Inggris Bidang Pelayanan Untuk Para Pengemudi Taksi di Desa Sanur Bali. *Dedication: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, *4*(2), 81–91. https://doi.org/10.31537/dedication.v4i2.356

Finoza, L. (2004). *Komposisi Bahasa Indonesia untuk Mahasiswa Nonjurusan Bahasa*. Diksi Insan Mulia.

Fitriyah, M. (2011). *Disiplin Berbahasa Indonesia*. FITK Press.

Kridalaksana, H. (2008). *Kamus Linguistik*. Grramedia Pustaka Utama.

Moleong. (2007). *Metode Penelitian Kualitatif*. Remaja Rosdakarya.

Nababan, D. (2008). *Intisari Bahasa Indonesia*. Kawan Pustaka.

Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.