

Implementasi Tata Bahasa dalam Bisnis Thrift Shop guna Meningkatkan Produktivitas Masyarakat di Surabaya (Studi Kasus di Pasar Pagi Tugu Pahlawan)

Nabilah Anjelia Putri¹, Septia Dwi Maharani², Dhiyaul Aniyah³, Yogi Surya Bhakti⁴, Ahmad Faaz Ikhwanuddin⁵, Eni Nurhayati⁶

^{1,2,3,4,5,6}UPN Veteran Jawa Timur, Indonesia

nabilahanjell@gmail.com¹, septiadwi100@gmail.com², dhiyaulaniyah024@gmail.com³,
yogisuryabhakti2@gmail.com⁴, ahmadfaaz018@gmail.com⁵, eninurhayati188@gmail.com⁶

ABSTRACT; *This research discusses the Implementation of Grammar in the Thrift Shop Business to Increase Community Productivity in Surabaya (Case Study at Heroes Monument Morning Market). The purpose of this study is to determine the application of grammar in the Thrift Shop business to increase the productivity of people in Surabaya through the case study of Tugu Pahlawan Morning Market. The biggest problem is the improper use of grammar in everyday communication between sales and buyers, which can lead to misunderstandings and reduce operational efficiency. This research uses qualitative methods. Qualitative method is research using descriptive data in the form of observation and interviews. The results of the case study of Pasar Pagi Tugu Pahlawan show that the application of grammar gives positive results. The conclusion of this study highlights the importance of grammar training for salespeople in improving communication efficiency and productivity of thrift shops at Heroes Monument Surabaya Morning Market.*

Keywords: *Thrift, Language, Market.*

ABSTRAK; Penelitian ini membahas tentang Implementasi Tata Bahasa dalam Bisnis Thrift Shop guna Meningkatkan Produktivitas Masyarakat di Surabaya (Studi Kasus di Pasar Pagi Tugu Pahlawan). Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui penerapan tata bahasa pada bisnis Thrift Shop untuk meningkatkan produktivitas masyarakat di Surabaya melalui studi kasus Pasar Pagi Tugu Pahlawan. Masalah terbesarnya adalah penggunaan tata bahasa yang tidak tepat dalam komunikasi sehari-hari antara penjualan dan pembeli, yang dapat menyebabkan kesalahpahaman dan mengurangi efisiensi operasional. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Metode kualitatif adalah penelitian menggunakan data deskriptif berupa observasi dan wawancara. Hasil studi kasus Pasar Pagi Tugu Pahlawan menunjukkan bahwa penerapan tata bahasa memberikan hasil yang positif. Kesimpulan dari penelitian ini menyoroti pentingnya pelatihan tata bahasa bagi tenaga penjualan dalam meningkatkan efisiensi komunikasi dan produktivitas thrift shop di Pasar Pagi Tugu Pahlawan Surabaya.

Kata Kunci: Thrift, Bahasa, Pasar.

PENDAHULUAN

Dalam era globalisasi dan modernisasi yang semakin cepat, kemampuan berkomunikasi secara efektif menjadi salah satu faktor utama dalam mendukung berbagai aktivitas ekonomi, sosial, dan budaya. Keefektifan komunikasi tidak hanya bergantung pada isi pesan yang disampaikan, tetapi juga pada penggunaan tata bahasa yang tepat. Bahasa sebagai alat dalam melakukan komunikasi dengan orang lain. Jika tidak ada bahasa, manusia tidak mampu berinteraksi dengan orang lain karena selain untuk berinteraksi bahasa juga digunakan sebagai cara untuk bersosial (Ernawati *et al.*, 2023). Penerapan tata bahasa yang baik dan benar dapat berperan penting dalam meningkatkan produktivitas dan efisiensi di berbagai sektor kehidupan masyarakat. Menurut (Effanda *et al.*, 2023) bahasa bukan hanya berfungsi sebagai sarana komunikasi namun juga sebagai identitas bangsa dan indera yang mampu menyatukan seluruh manusia yang ada di seluruh dunia.

Bahasa merupakan hal yang tak terpisahkan dari kehidupan keseharian manusia karena memungkinkan orang untuk berkomunikasi satu sama lain (Satriani *et al.*, 2023). Implementasi tata bahasa dalam bisnis thrift shop di Surabaya, khususnya di Pasar Pagi Tugu Pahlawan, dapat memberikan kontribusi yang signifikan terhadap peningkatan produktivitas masyarakat di Surabaya. Penggunaan tata bahasa yang baik dapat mempengaruhi bisnis thrift shop menjadi tren di kalangan anak muda, terutama generasi Z. Menurut penelitian yang telah dilakukan oleh (Adhima, 2022) Memiliki pemahaman yang mendalam tentang tata bahasa memungkinkan untuk menghasilkan kalimat yang akurat dan terstruktur dengan baik. Saat berbicara atau menulis, dapat menyusun kata-kata dengan tepat dan mematuhi aturan sintaksis yang sesuai. Dalam konteks ini, tata bahasa mengacu pada aturan komunikasi yang jelas dan efektif dalam berinteraksi dengan pelanggan, mengelola inventaris, dan membangun merek bisnis.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh (Siradjudin *et al.*, 2023) Thrift Shop adalah sebuah kegiatan yang meminimalisir atau mengurangi pemborosan atau yang singkatnya disebut penghematan keuangan. Dalam era digital, penggunaan tata bahasa yang baik juga penting untuk membangun citra merek di media sosial dan platform pemasaran online. Pesan

yang konsisten dan menarik akan meningkatkan kehadiran bisnis thrift shop tersebut. Implementasi tata bahasa yang baik dalam bisnis thrift shop dapat memberikan kesempatan bagi karyawan untuk meningkatkan keterampilan berbahasa Indonesia.

Dampak implementasi tata bahasa dalam bisnis thrift shop di Pasar Pagi Tugu Pahlawan Surabaya, Dapat meningkatkan penjualan dan Meningkatkan minat beli para konsumen serta banyaknya yang menjadi pelanggan tetap (Anggraeni *et al.*, 2023). Pelanggan cenderung lebih tertarik untuk berbelanja di thrift shop yang menggunakan tata bahasa yang baik dan memberikan pelayanan yang ramah. Pemahaman yang kuat tentang kaidah tata bahasa merupakan dasar yang penting dalam menguasai bahasa (Fitri *et al.*, 2023).

Dalam studi kasus di Pasar Pagi Tugu Pahlawan, implementasi tata bahasa dalam bisnis thrift shop telah terbukti memberikan hasil yang positif. Pelanggan merasa lebih dihargai dan nyaman berbelanja di thrift shop yang menggunakan tata bahasa yang baik dan memberikan pelayanan yang ramah. Hal ini tercermin dalam peningkatan minat beli para konsumen dan peningkatan jumlah pelanggan tetap.

Berdasarkan latar belakang di atas, implementasi tata bahasa dalam bisnis thrift shop bukan hanya tentang menciptakan kalimat yang benar secara grammatical, tetapi juga tentang menciptakan lingkungan komunikasi yang efektif dan ramah, yang pada akhirnya akan meningkatkan produktivitas bisnis dan kesejahteraan masyarakat khususnya di Pasar Pagi Tugu Pahlawan Surabaya.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini memakai pendekatan kualitatif. Metode kualitatif mengandalkan data deskriptif yang diperoleh melalui observasi dan wawancara. Pendekatan ini bertujuan untuk menganalisis fenomena atau peristiwa yang dialami oleh individu atau kelompok. Tujuan dari penelitian kualitatif adalah untuk memahami kondisi suatu konteks dengan mengarahkan pada pendeskripsian secara rinci dan mendalam mengenai potret kondisi dalam suatu konteks yang alami (natural setting), tentang apa yang sebenarnya terjadi menurut apa adanya yang di lapangan studi (Fadli, 2021).

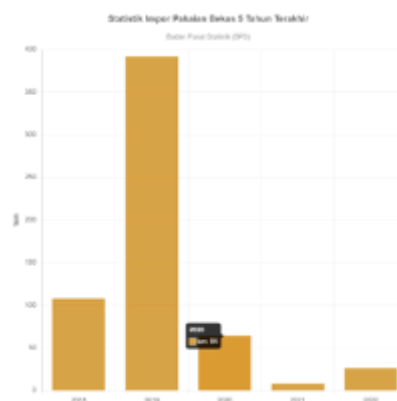
Permasalahan utama dapat dikarakterisasi dan diklarifikasi melalui penelitian ini. Penelitian deskriptif digunakan dalam penelitian ini. Pasar Pagi Tugu Pahlawan yang terletak di Jalan Pahlawan Alun-Alun Contong kecamatan Bubutan, Kota Surabaya menjadi lokasi

penelitian. Lokasi ini merupakan pasar dan toko yang menjual pakaian, aksesoris, sepatu, dan fashion item lainnya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Saat ini, pakaian bekas dan thrift sedang menjadi tren, dan hal ini telah mempengaruhi masyarakat untuk memandangnya sebagai pakaian bekas gaya hidup dan senang mencari barang. Ini adalah peluang yang mengkhawatirkan bagi wirausahawan atau mereka yang senang mencoba usaha baru, seperti memulai toko barang bekas atau toko pakaian bekas. Industri-industri yang tergabung dalam sektor gaya hidup berlomba-lomba memproduksi berbagai jenis fashion untuk menarik pelanggan. Tidak hanya baju baru yang banyak diminati saat ini, pakaian bekas juga banyak dicari karena kualitasnya yang khas yang tidak pernah ditemui pada pakaian yang baru diproduksi. Pemanfaatan barang bekas sebagai bisnis merupakan hal yang ideal, pasalnya barang bekas memiliki value atau nilai tersendiri dan diharapkan bisa membawa perubahan untuk masa depan (Atifah *et al.*, 2023).

Tabel 1.1 data impor pakaian bekas ke Indonesia 5 tahun terakhir



Sumber: [https://data.goodstats.id/statistic/statistik-impor-pakaian-bekas-5-tahun-terakhir-](https://data.goodstats.id/statistic/statistik-impor-pakaian-bekas-5-tahun-terakhir-RLqTo)

[RLqTo](https://data.goodstats.id/statistic/statistik-impor-pakaian-bekas-5-tahun-terakhir-RLqTo)

Penelitian ini menggunakan sampel tahun 2018–2022, dan publikasinya berasal dari tahun tersebut. Thrifting sudah menjadi viral. Banyak sekali penjualan barang bekas, dan banyak di antaranya menarik minat anak muda yang mulai berbelanja pakaian bekas karena dianggap lebih mahal. Di akhir tahun, pada masa PPKM, ketika perekonomian dan masyarakat berubah dan kebutuhan meningkat, pakaian bekas berkualitas yang masih bagus dan harganya

lebih murah dibandingkan pakaian baru menjadi semakin populer. Selain itu, membeli pakaian bekas kini menjadi tren. Berdasarkan temuan wawancara, penjual mengklarifikasi bahwa tahun 2021–2022 merupakan tahun yang luar biasa untuk membantu penjualan.

Banyak orang yang menyukai fashion namun dengan harga terjangkau tertarik pada aktivitas hemat. Thrifting telah mendapatkan popularitas sebagai topik diskusi publik dalam beberapa tahun terakhir. Bagaimana tidak, mengingat impor pakaian bekas ke Indonesia pada tahun 2022 melebihi 8 ton naik 227,75 persen dibandingkan tahun sebelumnya. Jumlah tersebut setara dengan Rp 4,21 miliar. Dengan total impor sebesar 12 ton, Jepang menjadi negara yang paling banyak mendatangkan pakaian bekas ke Indonesia. Meskipun ada larangan resmi dari pemerintah terhadap impor pakaian bekas, importir tetap saja masuk ke Indonesia dengan bebas.

Tabel di bawah ini menunjukkan data rata-rata peminat dan pembelian pakaian di Pasar Pagi Tugu Pahlawan Surabaya beserta persentasenya:

Kategori Pakaian	Rata-rata Peminat per Hari	Rata-rata Pembelian per Hari	Persentase Pembelian (%)
Kemeja	70	50	71.4%
Celana	50	30	60%
Kaos	100	80	80%
Jaket	40	35	87.5%
Sepatu	50	45	90%
Topi	60	40	66.7%

Berdasarkan data diatas, sepatu dan jaket memiliki tingkat konversi peminat menjadi pembeli tertinggi di Pasar Pagi Tugu Pahlawan Surabaya. Selain itu, kaos juga sangat populer di kalangan pengunjung. Untuk kategori seperti celana dan topi, ada peluang untuk meningkatkan konversi dengan strategi pemasaran dan penggunaan tata bahasa yang lebih efektif untuk meningkatkan penjualan. Mayoritas penjual di Pasar Pagi Tugu Pahlawan Surabaya cenderung menggunakan bahasa non-baku saat berkomunikasi dengan pelanggan, hal tersebut dapat menyebabkan kebingungan, terutama bagi pelanggan yang tidak akrab dengan kosa kata non-baku.

Berdasarkan penelitian yang telah kami lakukan, hal utama yang menjadi masalah bagi para penjual Thirf Shop di Pasar Pagi Tugu Pahlawan Surabaya adalah masalah komunikasi.

Komunikasi adalah aktivitas yang unik dan signifikan dalam hubungan manusia dan komunikasi yang tepat waktu, akurat, lengkap, jelas, dan diterima oleh penerima mengurangi kesalahan persepsi (Nuzuli, 2023). Hasil observasi awal kami menunjukkan adanya kecenderungan penggunaan tata bahasa yang kurang sesuai atau tidak standar dalam interaksi sehari-hari di Pasar Pagi Tugu Pahlawan Surabaya. Hal ini meliputi penggunaan kosakata yang tidak baku, dan ketidakjelasan dalam struktur kalimat.

Dalam kasus ini, kami menganalisis bagaimana tata bahasa digunakan oleh masyarakat di Pasar Pagi Tugu Pahlawan Surabaya dalam percakapan sehari-hari. Penelitian melibatkan observasi dan wawancara, dan hasil yang kami temukan menunjukkan variasi dalam pemahaman tata bahasa, meskipun mayoritas masyarakat memiliki pengetahuan dasar, namun kurang dalam mengaplikasikannya dengan tepat. Penerapan tata bahasa di Pasar Pagi Tugu Pahlawan Surabaya sering tidak konsisten dalam interaksi sehari-hari terutama dengan pelanggan, seperti penggunaan kata-kata non-baku serta penggunaan bahasa yang tidak sesuai dengan masalah komunikasi.

Menurut Royyan salah satu penjual di Pasar Pagi Tugu Pahlawan Surabaya, ketika berjualan seharusnya menggunakan tata bahasa yang terstruktur agar pembeli nyaman saat berbelanja. Dan tentunya ada tantangan tersendiri ketika menghadapi pelanggan yaitu pelanggan yang berbicara dengan bahasa daerah atau bahasa gaul, jadi seorang penjual harus menyesuaikan tetapi tetap berusaha menjaga tata bahasa yang benar. Kami juga mewawancarai salah satu pembeli di Pasar Pagi Tugu Pahlawan Surabaya tentang apa yang di harapkan dari penjual dalam hal komunikasi saat berbelanja. Pembeli mengatakan bahwa penggunaan tata bahasa yang benar sangat membantu, tetapi yang lebih penting adalah sikap ramah. Serta mau menjelaskan detail tentang produk, termasuk kondisi dan asal usulnya.

Ketidaksesuaian tata bahasa ini juga mempengaruhi produktivitas masyarakat di Pasar Pagi Tugu Pahlawan Surabaya, hal ini menyebabkan berbagai masalah komunikasi yang serius. Observasi kami menunjukkan bahwa sering terjadi kesalahpahaman saat menyampaikan informasi mengenai harga, stok barang, dan detail produk. Kami menemukan masalah seperti instruksi yang tidak jelas atau penggunaan kata-kata yang tidak tepat, hal ini dapat menyebabkan salah pengertian, yang pada akhirnya memperlambat proses transaksi dan mengurangi efisiensi operasional pasar. Penjual harus menghabiskan lebih banyak waktu untuk

mengklarifikasi informasi, yang seharusnya bisa digunakan untuk kegiatan produktif yang lainnya.

Peningkatan pemahaman dan penerapan tata bahasa yang tepat di kalangan penjual Thrift Shop di Pasar Pagi Tugu Pahlawan Surabaya tidak hanya berkontribusi terhadap komunikasi yang lebih efektif, tetapi juga memperkuat citra profesional pasar tersebut. Bahasa merupakan alat dan mekanisme yang menentukan bagaimana manusia berhubungan dengan dunia, satu sama lain, dan bahkan dengan manusia lainnya (Rizkylanfi & Fitriana, 2022). Implementasi tata bahasa yang baik dapat menciptakan kesan positif terhadap pasar, yang pada akhirnya berpotensi meningkatkan jumlah pelanggan dan loyalitas mereka. Selain itu, penggunaan tata bahasa yang sesuai memungkinkan penyampaian informasi produk yang lebih jelas dan akurat, yang sangat penting dalam menjelaskan kualitas, keunikan, dan sejarah barang-barang thrift kepada calon pembeli. Dalam konteks ini, upaya untuk membangun lingkungan komunikasi yang lebih baik melalui pelatihan bahasa juga harus didukung dengan penyediaan sumber daya dan materi pelatihan yang memadai, serta evaluasi berkala untuk mengukur efektivitas pelatihan tersebut. Hal ini akan memastikan bahwa penjual tidak hanya memahami aturan tata bahasa, tetapi juga mampu mengaplikasikannya secara konsisten dalam interaksi sehari-hari mereka, sehingga meningkatkan efisiensi operasional dan produktivitas secara keseluruhan di Pasar Pagi Tugu Pahlawan Surabaya.

Penelitian ini juga menggarisbawahi berbagai upaya yang dilakukan untuk meningkatkan pemahaman dan implementasi tata bahasa yang benar di kalangan penjual dan masyarakat di Pasar Pagi Tugu Pahlawan Surabaya. Kami berpendapat bahwa pelatihan tata bahasa perlu diselenggarakan bagi para penjual di Pasar Pagi Tugu Pahlawan. Pelatihan ini memiliki tujuan untuk memberikan pemahaman dasar aturan tata bahasa yang benar, termasuk penggunaan kosakata baku dan struktur kalimat yang tepat. Pelatihan tersebut mencakup sesi praktis yang memungkinkan penjual untuk langsung mempraktikkan keterampilan bahasa yang telah mereka pelajari melalui simulasi interaksi sehari-hari.

KESIMPULAN

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa efektivitas komunikasi adalah faktor kunci dalam meningkatkan kinerja pasar Thrift Shop di Pasar Pagi Tugu Pahlawan Surabaya. Ketidacocokan dalam penggunaan tata bahasa, seperti pemakaian istilah informal dan

kekurangan dalam struktur kalimat, menjadi hambatan utama dalam hubungan antara penjual dan pembeli. Meskipun sebagian besar penjual memiliki pengetahuan dasar tentang tata bahasa, mereka masih menghadapi kesulitan dalam menerapkannya secara konsisten, mengakibatkan menurunnya efisiensi operasional dan produktivitas pasar secara keseluruhan.

Untuk mengatasi tantangan ini dan meningkatkan kualitas komunikasi, dianjurkan untuk menyelenggarakan pelatihan tata bahasa bagi penjual di Pasar Pagi Tugu Pahlawan Surabaya. Pelatihan ini harus mencakup pemahaman yang kuat tentang aturan tata bahasa yang benar, penggunaan kosakata resmi, dan penggunaan struktur kalimat yang jelas, serta dilengkapi dengan latihan praktis yang meniru situasi komunikasi sehari-hari. Diperlukan juga penyediaan sumber daya dan materi pelatihan yang memadai, serta penilaian berkala untuk memantau kemajuan peserta dan memberikan umpan balik yang konstruktif.

Selain itu, penjual juga perlu mendapatkan pelatihan untuk mengembangkan sikap yang lebih ramah dan kemampuan mendengarkan yang baik agar dapat memperkuat hubungan dengan pelanggan. Selain pelatihan tata bahasa, penyuluhan tentang pentingnya komunikasi yang efektif dalam bisnis juga harus diselenggarakan secara rutin untuk penjual dan pelanggan.

Dengan menerapkan saran di atas, diharapkan pasar Thrift Shop di Pasar Pagi Tugu Pahlawan Surabaya dapat mencapai tingkat produktivitas yang lebih tinggi. Penerapan tata bahasa yang tepat dan konsisten tidak hanya akan memperbaiki komunikasi antara penjual dan pelanggan, tetapi juga akan meningkatkan citra profesional pasar tersebut, yang pada gilirannya dapat menarik lebih banyak pelanggan dan memperkuat loyalitas mereka.

DAFTAR PUSTAKA

- Adhima, F. (2022). *MODEL PEMBELAJARAN LATIHAN KONJUNGSI BAHASA*.
<http://journal.unesa.ac.id/index.php/paramasastra>
- Arif Siradjudin, M., Arief, M., & Ekoputro, W. (2023). *FENOMENA THRIFT SHOPPING FASHION PADA PEMUDA KEC. MULYOREJO SURABAYA*.
- Atifah, D. Q., Nurnawati, D., Hastuti, H., Si, M., Rizqi, F. M., & Kom, S. I. (2023). *Strategi Komunikasi Pemasaran Fashion Bekas/Thrift Shop Dalam Meningkatkan Penjualan Di Kota Solo (Studi Kasus Pada Toko Murda Thrift) Thrift Shop Marketing Communication Strategy in Increasing Sales in Solo City (Case Study at Murda Thrift Store)*.

- Azril Effanda, H., Rafi Pradana, A., Sari, F. N., Sholiha, R. R., Ardiyanti, A. D., & Nurhayati, E. (2023). Analisis Ragam Bahasa pada Film Bumi Manusia Karya Pramoedya Ananta Toer. In *Jurnal Multidisiplin West Science* (Vol. 02, Issue 12).
- Dewi Satriani, A., Cicit Arantxa, A., Aisyah Rizki, N. W., Khoiriyah, Q., & Nurhayati, E. (2023). DAMPAK DAN TRANSFORMASI PERKEMBANGAN BAHASA GAUL DALAM BAHASA INDONESIA MODERN Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur. In *Jurnal Pengabdian West Science* (Vol. 02, Issue 06).
- Ernawati, I. A., Savriel Brawijaya, K., Aini, F. Q., & Nurhayati, E. (2023). PERKEMBANGAN RAGAM BAHASA DALAM KOMUNIKASI MAHASISWA DI LINGKUNGAN KAMPUS UPN “VETERAN” JAWA TIMUR. In *Jurnal Pengabdian West Science* (Vol. 02, Issue 06).
- Fitri, A., & Nasution, J. (2023). *PENERAPAN KAIDAH TATA BAHASA PADA BAHAN AJAR BIPA*. <http://ejournal.ust.ac.id/index.php/Aquinas/index>
- Nuzuli, A. K. (2023). Faktor Penghambat dan Pendukung Komunikasi antara Guru dan Siswa Tuna Rungu di SLBN Kota Sungai Penuh. *Jurnal Komunikasi*, 14(1), 49–58. <https://doi.org/10.31294/jkom.v14i1.14505>
- Putri Anggraeni, A., Mutawalli Dinullah, F., Rhizal Divawan, M., Malinda, R., Putri Saffana, S., Nuryani, S., Firmansyah, R., Teknologi Digital, U., Cibogo Indah No, J., Rancasari, K., Bandung, K., & Barat, J. (2023). Peranan Komunikasi Bisnis Dalam Meningkatkan Minat Beli Konsumen Pada Pasar Modern Sinpasa Summarecon. *Jurnal Ilmiah Teknik Informatika Dan Komunikasi*, 3(2). <https://doi.org/10.55606/juitik.v3i2.467>
- Rijal Fadli, M. (2021). *Memahami desain metode penelitian kualitatif*. 21(1), 33–54. <https://doi.org/10.21831/hum.v21i1>
- Rizkyanfi, M. W., & Fitriana, A. K. (2022). *PENGUNAAN BAHASA INDONESIA DALAM INTERAKSI KOMUNIKASI JUAL BELI DI PASAR TRADISIONAL GEGERKALONG, BANDUNG*.