

UJARAN LISAN OLEH WANITA KELANTAN DALAM PERNIAGAAN TEKSTIL DI PASAR BESAR SITI KHADIJAH

**Siti Noridayu Abd. Nasir
Hazlina Abdul Halim
Universiti Putra Malaysia**

Corresponding Author's Email: noridayu87_nasir@yahoo.com

Article History:

Received : 21 October 2022

Accepted : 9 November 2022

Published : 31 December 2022

ABSTRAK

Keberadaan kaum hawa dalam membantu meningkatkan taraf ekonomi keluarga menjadi fenomena yang tidak asing lagi. Malah, kemahiran yang dimiliki oleh wanita di Malaysia dilihat setanding dengan kaum lelaki. Kini, wanita berperanan besar dalam pelbagai bidang yang melibatkan perniagaan. Hal ini kerana, aktiviti perniagaan dapat memberikan pendapatan yang baik kepada wanita masa kini. Oleh yang demikian, kajian yang dijalankan ini bertujuan melihat interaksi ujaran peniaga wanita yang digunakan di Pasar Besar Siti Khadijah, Kelantan. Kemudian, mengenal pasti dialek dengan tujuan menarik pelanggan membeli produk jualan mereka. Seterusnya, membincangkan jenis produk tekstil yang menjadi pilihan barangan jualan di Pasar Besar Siti Khadijah. Kajian ini mengaplikasikan Teori Analisis Wacana Brown & Yule 1983 yang digunakan dalam proses pemujukan pelanggan. Hasil dapatan kajian memperlihatkan penggunaan dialek digunakan bagi menarik perhatian pembeli kerana persaingan kedai yang menjual produk tekstil yang sama. Malah, dialek digunakan sepenuhnya oleh peniaga wanita sebagai memelihara dialek Kelantan yang menjadi bahasa komunikasi harian mereka. Selanjutnya, produk tekstil yang dijual di Pasar Besar Siti Khadijah adalah tekstil keperluan wanita. Oleh itu, praandaian digunakan dengan tujuan memujuk pelanggan dan menegaskan harga yang diberikan adalah terbaik kepada pelanggan.

Kata kunci: interaksi ujaran, pembangunan ekonomi, wanita Kelantan, perniagaan tekstil

Abstract

The presence of women in helping to improve the economic status of the family is a phenomenon. In fact, the skills possessed by women in Malaysia are seen as comparable to those of men. Nowadays, women play a big role in various fields involving business. This is because, business activities can provide a good income to women nowadays. Therefore, this study aims to look at the interaction of the expressions of women traders used in the Siti Khadijah Central Market, Kelantan. Then, identify dialects with the aim of attracting customers to buy their sales products. Next, discuss the types of textile products that are the choice of goods sold at Pasar Besar Siti

Khadijah. This study applies Brown & Yule 1983 Discourse Analysis Theory used in the customer persuasion process. The results of the study show that the use of dialects is used to attract buyers because of the competition of stores that sell the same textile products. In fact, the dialect is used entirely by women traders to preserve the Kelantan dialect which is their daily language of communication. Furthermore, textile products sold at Pasar Besar Siti Khadijah are textiles for women's needs. Therefore, presumptions are used for the purpose of persuading the customer and asserting that the price given is best for the customer.

Keywords: *speech interaction, economic development, Kelantan women, textile business*

PENGENALAN

Negeri Cik Siti Wan Kembang di Semenanjung Malaysia merupakan salah sebuah negeri yang digelar juga sebagai negeri pantai timur. Nama 'Kelantan' begitu sinonim bagi masyarakat di negara ini dengan keunikan makanan serta produk tekstil yang berkualiti. Malah, keindahan pantai di negeri Kelantan sudah tidak asing lagi bagi pelancong yang berkunjung ke Kelantan. Aktiviti pelancongan mendorong kepada kepesatan dalam aktiviti perniagaan pelbagai jenis produk. Lazimnya, produk perniagaan di Kelantan juga dibawa masuk daripada negara Thailand yang berjiran dengan Malaysia. Persempadanan Malaysia-Thailand melibatkan negeri Kelantan yang dipisahkan melalui Sungai Golok. Malah, kedudukan Tak Bai dan Pengkalan Kubur juga menggalakkan berlakunya aktiviti keluar masuk antara dua negara secara aktif.

Sempadan Malaysia-Thailand melibatkan negeri Kedah, Perlis, Perak dan Kelantan di Malaysia. Mohd Roslan Mohd Nor & Hamidah Jalani (2017) menjelaskan kemunculan gerakan pemisah di wilayah Patani bermula hasil daripada kesan penyusunan semula politik pada dekad pertama abad ke-20 apabila wilayah Melayu iaitu Kedah, Perlis, Kelantan dan Terengganu diserahkan kepada pihak Britain yang akhirnya menjadi sebahagian daripada Malaysia, manakala kawasan yang bersempadan merangkumi wilayah Patani, Narathiwat, Yala dan Satun berada di bawah kawalan kerajaan Siam. Faktor sejarah telah membawa kepada kerjasama dalam bidang pendidikan, perniagaan dan hubungan sosial antara penduduk di Thailand dan Kelantan di Malaysia. Sempadan dua negara telah mewujudkan perniagaan rentas sempadan yang menjadikan perniagaan dijalankan dengan menjual barangan dari kedua-dua buah negara.

Namun begitu, Kelantan mempunyai produknya sendiri yang menjadi tumpuan kepada pelancong yang berkunjung ke negeri itu. Sebut sahaja 'batik' tentu sekali negeri Kelantan menjadi pilihan untuk membeli produk tersebut. Terdapat pelbagai jenis produk batik yang menjadi pilihan jika berkunjung ke negeri Kelantan. Antara lokasi pilihan pelancong adalah di Pasar Besar Siti Khadijah yang terletak di tengah bandar Kota Bharu. Rosniza Aznie Che Rose et al., (2015) menyatakan bahawa hal ini dapat dilihat melalui kepentingannya dalam pembangunan bandar di kawasan kajian iaitu melalui peranannya dalam menyediakan peluang pekerjaan kepada penduduk, menyumbang kepada pendapatan kewangan kepada pihak berkuasa tempatan dan juga penting dalam pembentukan imej bandar. Oleh itu, Kota Bharu bukan sahaja berperanan sebagai ibu negeri dalam pentadbiran dan tumpuan masyarakat tetapi juga berfungsi penting sebagai pusat perniagaan utama dalam penjana ekonomi di Kelantan.

Mohd Nor Hakim Yusoff & Mohd Rafi Yaacob (2010) menjelaskan manifestasi kepentingan kaum wanita dalam perniagaan dan sebagai mengiktiraf sumbangan mereka, pihak

berkuasa negeri ini telah menamakan pasar besar ini dengan nama tokoh usahawan wanita Islam terkenal iaitu Siti Khadijah. Malah, usahawan wanita mengguguli perniagaan di Pasar Besar Siti Khadijah dalam pelbagai jenis produk jualan. Antara produk yang boleh didapati di Pasar Besar Siti Khadijah adalah makanan dan tekstil yang pelbagai. Produk tekstil dijual dengan pelbagai pilihan seperti kain pasang *printed*, kain pasang batik sutera *jacquard*, kain pasang batik sutera *crepe*, kain batik sarung, tudung bawal sulam dan tudung bawal batu. Norlelawaty Haron et al., (2022) menjelaskan evolusi atau perubahan yang berlaku pada penggunaan blok memberi banyak kemudahan kepada pengusaha untuk lebih berinovasi dan mampu mengolah pelbagai motif untuk menghasilkan rekacorak. Tambahan lagi, kepelbagaian pilihan batik di Kelantan menjadi lambang kepada penjenamaan tersendiri yang berbeza dari negeri lain di Malaysia. Peniaga wanita di Pasar Besar Siti Khadijah rata-rata memilih untuk menjual produk tekstil di aras dua bangunan tersebut. Oleh yang demikian, kedai-kedai yang menjual produk tekstil tersebut tidak terdapat banyak perbezaan. Aktiviti jualan produk yang hampir sama menyebabkan persaingan secara sihat berlaku dalam kalangan peniaga.

Persaingan sihat ini berlaku apabila setiap peniaga lazimnya akan membantu peniaga lain jika terdapat pelanggan yang mencari sesuatu item yang tidak terdapat di kedai seseorang penjual. Oleh itu, peniaga tersebut mendapatkan produk yang dikehendaki pelanggan di kedai lain dalam bangunan Pasar Besar Siti Khadijah. Mayrilyn Amirul et al., (2017) menjelaskan bahawa ramai usahawan jika diselidiki, mereka tetap menyatakan bahawa untuk berjaya sangat sulit untuk diperkatakan, kerana hanya mereka yang terlibat dalam industri berkenaan yang tahu tentang cabaran yang perlu mereka hadapi sebelum mencapai matlamat perniagaan mereka iaitu kejayaan dalam perniagaan mereka seperti mana perniagaan yang lain. Hal ini menunjukkan bahawa persaingan dalam perniagaan merupakan cabaran yang perlu ditempuhi oleh setiap peniaga yang menjalankan perniagaan dalam kelompok yang hampir sama dengan peniaga lain.

Oleh yang demikian, setiap peniaga perlu mempunyai cara tersendiri dalam menarik pelanggan bagi membeli produk jualan mereka. Antara salah satu cara menarik pelanggan adalah melalui penggunaan alat komunikasi melalui ujaran mereka di kedai jualan. Interaksi lisan dengan pelanggan begitu penting bagi melariskan produk supaya pelanggan tidak memilih produk yang sama di kedai lain. Maizatul Haizan Mahbob et al., (2019) menyatakan bahawa penggunaan pelbagai bentuk dan elemen komunikasi, termasuk integrasi teknologi media dan komunikasi ketika berkomunikasi banyak membantu dalam mewujudkan komunikasi yang efisien dan efektif. Namun begitu, salah satu komunikasi yang digunakan adalah secara ujaran lisan apabila menjual produk di kedai masing-masing. Walaupun produk boleh dipasarkan secara atas talian dengan adanya teknologi tetapi ujaran lisan dalam komunikasi begitu penting bagi membantu menarik pelanggan untuk membeli barang jualan.

Umum mengetahui bahawa produk tekstil di Kelantan mendapat permintaan yang baik. Shapiza Sharif & Arba'iyah Mohd Noor (2022) menjelaskan permintaan tekstil berkait rapat dengan pertambahan jumlah penduduk Kuala Lumpur. Ia menunjukkan faktor sejarah lagi memperlihatkan keperluan masyarakat di Malaysia kepada industri tekstil. Arba'iyah Mohd Noor & Norazilawati Abd Wahab (2019) menjelaskan kegiatan perdagangan mula dijadikan sebagai satu medan untuk mengembangkan industri tekstil. Clarice Lakuwai (2018) pula menjelaskan bahawa penggunaan bahan semula jadi dapat menjadi gentian bahan untuk proses mencanting yang tidak memudaratkan kesihatan kerana lebih mesra alam. Di mana, mencanting merupakan cara yang dilakukan di Kelantan dalam menghasilkan batik sutera yang berkualiti.

SOROTAN KAJIAN

Analisis kajian lepas begitu penting bagi menjalankan kajian baharu yang berkaitan. Dalam kajian ini terdapat lima aspek kajian lepas yang dilihat untuk menjalankan kajian ini. Antaranya, kajian tentang wanita dalam perniagaan, ujaran bahasa lisan, ekonomi perniagaan dan aplikasi dalam Teori Brown & Yule 1983. Oleh yang demikian, aspek kajian lepas dilihat dengan menganalisis objektif, metodologi dan dapatan kajian. Maka, kajian yang hampir sama dalam aspek kajian ini dianalisis sebagai lapangan baharu dalam kajian berkaitan interaksi ujaran wanita di Kelantan dalam menjalankan perniagaan tekstik di Pasar Besar Siti Khadijah, Kota Bharu, Kelantan.

Wanita dalam Perniagaan

Nor Hanim Awang @ Mohd Noor et al., (2021) menjalankan kajian tentang kelangsungan perniagaan wanita dalam industri batik dan songket. Kajian ini bertujuan melihat 12 orang usahawan batik dengan menggunakan kaedah temu bual dan kualitatif tentang perniagaan batik serta songket di Kelantan juga Terengganu. Dapatan kajian menunjukkan pembentukan usahawan batik dan songket bermula daripada dorongan keluarga, kemahiran yang dimiliki dalam keluarga, minat dan mendapat sumbangan daripada keluarga untuk menjalankan perniagaan. Ia bermula daripada didikan dan asuhan daripada keluarga dalam bidang perniagaan melaibatkan batik dan songket. Melalui aktiviti ini usahawan wanita dapat menjada pendapatan dalam meningkatkan taraf hidup keluarga daripada keuntungan dalam perniagaan batik dan songket yang dijalankan. Norsafani Maisarah Mohd Nawi et al., (2020) menjalankan kajian tentang tingkah laku wanita Melayu dalam perniagaan atas talian dengan melihat kepada teori dan kajian lepas. Kajian ini bertujuan membahaskan kajian lepas dan batasan teori yang berkaitan dengan faktor penglibatan, kejayaan serta kegagalan yang perlu dihadapi oleh peniaga wanita Melayu. Malah, bertujuan melihat medium perniagaan atas talian yang dipraktikkan oleh peniaga wanita Melayu. Hasil dapatan kajian memperjelaskan bahawa terdapat banyak penulisan, idea dan perbincangan berkaitan wanita Melayu dan perniagaan atas talian yang dijalankan. Norshabiha Ibrahim & Sharifah Rohayah Sheikh Dawood (2020) menjalankan kajian tentang keunikan budaya wanita Kelantan dalam perniagaan di Kota Bharu. Kajian dijalankan dengan tujuan mengkaji keunikan perniagaan wanita di Kota Bharu sebagai pengusaha produk Perusahaan Kecil dan Sederhana (PKS). Malah, kajian ini dijalankan secara kualitatif secara soal selidik dengan mendapatkan data daripada 100 orang responden kajian. Kemudian, 10 orang responden telah ditemu bual untuk mendapatkan data. Hasil dapatan menunjukkan terdapat dua perbezaan dari segi keadaan fizikal pasar serta perbezaan budaya perniagaan yang ditunjukkan oleh wanita Kelantan secara warisan. Oleh itu, perbezaan ini telah menjadi keunikan dalam budaya wanita Kelantan dan dapat melestarikan perniagaan mereka walaupun mengalami masalah dari aspek ekonomi.

Ujaran bahasa Lisan

Nur Farakhanna Mohd Rusli et al., (2022) menjalankan kajian tentang hubungan antara kesalahan ejaan murid dengan ragam bahasa dalam ujaran guru. Fokus utama kajian ini adalah melihat kesalahan vokal /i/ dan /u/ pada akhir perkataan yang dilakukan oleh murid serta ragam bahasa Melayu yang digunakan dalam lisan guru. Kajian ini telah melibatkan tiga orang guru bahasa Melayu dan 114 orang murid tahun satu di Sekolah Kebangsaan Tun Abdul Aziz Majid, Hulu Langat, Selangor. Dapatan kajian memperlihatkan berlakunya variasi dalam ejaan yang

betul dan salah seperti ‘arif’, ‘aref’, ‘kamarul’, ‘kamarol’, ‘pergi’, ‘pegi’, ‘tidur’, ‘tidor’ dan lain-lain lagi. Hal ini kerana, ragam bahasa yang digunakan oleh guru semasa menyampaikan pengajaran dengan penggunaan ragam formal seperti [a.ref], [ka.mā.rol], [pə.gi] dan [ti.dor] yang memberikan kesan kepada pendengaran pelajar. Malah, murid menulis kembali dalam bentuk teks ujaran lisan yang disampaikan oleh guru. Fatin Rabiha Abdul Kadir & Zaitul Azma Zainon Hamzah (2017) menjalankan kajian berkenaan bahasa antara dalam komunikasi lisan penutur Melayu dengan penutur bukan Melayu. Tujuan kajian dijalankan bagi meneroka Bahasa Antara yang terhasil melalui perbualan lisan penutur Melayu dan bukan Melayu. Malah, kajian dilaksanakan bagi mengenal pasti serta menganalisis proses yang berlaku dalam pembentukan Bahasa Antara dalam perbualan responden. Seramai 11 orang penutur Melayu dan sembilan orang penutur bukan Melayu terlibat sebagai responden kajian. Hasil dapatan kajian memperlihatkan terdapat lima proses dalam Bahasa Antara yang berlaku. Malah, terdapat proses strategi komunikasi yang ketara wujud dalam Bahasa Antara berbanding proses pemindahan latihan, pemindahan bahasa, generalisasi terlampau, strategi komunikasi dan strategi pembelajaran. Mashetoh Abd. Mutalib (2014) menjalankan kajian tentang budaya dalam bahasa lisan menggunakan kata penegas. Kajian ini bertujuan melihat penggunaan kata penegas dalam budaya bahasa lisan daripada aspek sosial dan identity penutur Melayu. Data kajian diperoleh daripada 34 orang responden yang menggunakan pendekatan dialektologi bandar melalui kaedah temu bual. Dapatan kajian menunjukkan responden perempuan kelas menengah bawah di usia awal dewasa mempunyai kecenderungan yang tinggi dalam menggunakan kata penegas melibatkan variasi lisan.

Bidang Perniagaan dan Ekonomi

Muhamamd Zulhafizi bin Mohd Yusof & Zurinah binti Tahir (2021) menjalankan kajian tentang faktor yang mendorong kepada kejayaan usahawan muda dalam perniagaan Industri Kecil dan Sederhana (IKS) di Malaysia. Tujuan kajian dijalankan bagi melihat faktor yang mendorong kejayaan usahawan muda di Malaysia dengan menggunakan kaedah kualitatif. Kajian ini melibatkan 138 responden kajian yang bergelar Local Champion yang merupakan usahawan muda yang berjaya dalam bidang perniagaan. Dapatan kajian memperlihatkan faktor minat dan kesedaran sendiri telah menjadi faktor utama yang mendorong kejayaan usahawan muda dalam menjalankan perniagaan mereka. Mohd Naim Norman (2020) menjalankan kajian berkaitan cabaran perniagaan di luar bandar dalam pencapaian serta kekangannya. Tujuan kajian dijalankan bagi melihat program keusahawanan yang dijalankan di luar bandar untuk meningkatkan tahap sosio-ekonomi di kawasan luar bandar dengan mewujudkan peluang pekerjaan. Oleh itu, KLPB telah menjalankan program RBC bagi mencungkil bakat usahawan muda di luar bandar. Ia bertujuan meningkatkan pendapatan masyarakat setempat, membuka peluang perniagaan di luar bandar dan kawasan bandar. Dapatan memperlihatkan program RBC telah berjaya meningkatkan pendapatan pemenang program dengan mewujudkan lebih banyak peluang pekerjaan. Raja Nazrin Raja Ahmad (2020) menjalankan kajian tentang Program Desa Harapan dalam perkongsian strategik bagi pembangunan sosio-ekonomi di luar bandar. Kajian dijalankan bagi melihat kesan pelaksanaan PDH dalam pembangunan komuniti luar bandar. Dapatan menunjukkan ia berlaku secara konsisten melalui perkongsian strategik bersama syarikat korporat serta swasta. Oleh yang demikian, usahawan luar bandar yang menyertai PDH dapat menjana pendapatan yang tinggi daripada latihan serta perkongsian pengetahuan juga pembiayaan yang diberikan oleh syarikat korporat serta swasta. Oleh itu, komuniti luar bandar dapat melibatkan diri dalam usaha pembangunan luar bandar dengan jayanya.

Teori Brown & Yule 1983

Nurul Afifah Adila Mohd Salleh & Maslida Yusof (2020) menjalankan kajian tentang praandaian dalam ucapan perbahasan di parlimen mahasiswa sesi pertama di Malaysia. Tujuan kajian dijalankan bagi menganalisis praandaian yang menjadi salah satu strategi penggunaan bahasa dalam komunikasi. Pendekatan Yule 1996 digunakan sebagai elemen untuk menentukan kategori ujaran yang mengandungi praandaian. Dapatan kajian memperlihatkan terdapat empat peratus pencetus praandaian yang digunakan dalam teks ucapan perbahasan parlimen mahasiswa. Antaranya, praandaian eksistensial, kaunterfaktual, struktural dan faktif. Malah, terdapat dua jenis lagi praandaian yang digunakan dalam perbahasan iaitu, leksikal dan non faktif. Tujuan praandaian yang digunakan dalam perbahasan parlimen dapat memberikan kefahaman maklumat kepada pendengar atau pembaca. Nurul Afifah Adila Mohd Salleh (2017) menjalankan kajian ilmiah tentang kandungan dan struktur wacana dalam teks persidangan parlimen mahasiswa. Kajian ini memberikan fokus terhadap kandungan wacana dan struktur dalam persidangan parlimen mahasiswa. Malah, bertujuan menghuraikan kandungan wacana dalam teks ucapan persidangan parlimen mahasiswa 2015. Dapatan kajian memperlihatkan terdapat mahasiswa mengaplikasikan praandaian, implikatur, rujukan dan inferens dalam teks ucapan sejajar dengan aplikasi Teori Analisis Wacana Brown & Yule 1983. Oleh itu, kandungan wacana dalam persidangan ini boleh difahami maksudnya dan dilihat berstruktur dalam perbahasan yang berlangsung.

Nurfarhana Shahira Rosly et al., (2016) menjalankan kajian tentang interaksi ujaran kanak-kanak menerusi elemen pendigitalan dalam penceritaan. Tujuan kajian dijalankan bagi melihat interaksi ujaran kanak-kanak sekolah rendah melalui elemen pendigitalan dalam penceritaan menggunakan aplikasi Teori Analisis Wacana Brown & Yule 1983. Dapatan kajian memperlihatkan terdapat elemen yang mendorong ujaran kanak-kanak berdasarkan penerapan elemen pendigitalan. Oleh itu, kanak-kanak lebih fokus dalam pembelajaran yang menggunakan komputer sebagai alat digital. Analisis dalam huraian data kajian berdasarkan elemen rujukan, praandaian, implikatur, dan inferens.

METODOLOGI KAJIAN

Proses analisis data dalam kajian ini menggunakan metodologi penyelidikan kepustakaan atau deskriptif. Di mana, bahan kajian diperoleh daripada sumber ilmiah yang menggunakan buku, kertas seminar, artikel jurnal dan penulisan ilmiah yang mempunyai keesahan. Malah, kajian ini dijalankan dengan mengumpulkan data primer atau utama menggunakan hasil interaksi lisan semasa proses mendapatkan data kajian. Rakaman ditranskripsikan ke dalam bentuk teks bertulis bagi menjalankan analisis data kajian. Interaksi berlaku semasa proses pembelian tudung bawal yang melibatkan lima buah kedai. Oleh itu, ujaran daripada lima orang peniaga dijadikan item dalam analisis data kajian ini. Kajian telah dijalankan di Pasar Besar Siti Khadijah yang memfokuskan kepada pembelian produk tekstil sahaja. Ia bertujuan menjawab dua objektif kajian yang telah digariskan untuk melihat interaksi ujaran peniaga wanita yang digunakan di Pasar Besar Siti Khadijah, Kelantan. Selepas itu, mengenal pasti dialek dengan tujuan menarik pelanggan membeli produk jualan peniaga di Pasar Besar Siti Khadijah.

Interaksi ujaran yang berlaku dianalisis menggunakan analisis wacana bahasa. Norfaizah Abdul Jobar et al., (2016) menjelaskan analisis wacana melalui kaedah ini, aksi sebenar aliran bahasa dapat diselidik dengan lebih berpeda. Oleh yang demikian, kajian ini mengaplikasikan

Teori Analisis Wacana Brown & Yule 1983 yang digunakan oleh peniaga wanita di Pasar Besar Siti Khadijah dalam proses pemujukan pelanggan. Hal ini kerana, pemujukan pelanggan merupakan salah satu kaedah yang dipraktikkan oleh peniaga dalam mendapatkan pelanggan bagi membeli produk jualan mereka. Zubaidah binti Osman & Nor Azura binti Adzharuddin (2015) menjelaskan komunikasi visual merujuk kepada satu bentuk komunikasi melalui penglihatan dengan menggunakan imej visual seperti gambar dengan tujuan untuk menyampaikan, mempengaruhi seterusnya memberi kesan emosi terhadap khalayak penerima sementara komunikasi secara lisan pula adalah komunikasi di mana maklumat mengalir melalui medium lisan seperti kata-kata, ucapan, persembahan dan lain-lain. Oleh yang demikian, pentingnya komunikasi berbentuk ujaran dalam lisan dalam sesuatu bentuk perniagaan dalam memberikan kesan kepada khalayak pembeli.

Dalam Teori Analisis Wacana Brown & Yule 1983 terdapat elemen praandaian, implikatur, rujukan dan inferens yang dilihat dalam ujaran yang berlaku kepada manusia. Oleh itu, praandaian adalah anggapan atau andaian pembicara memperkatakan tentang sesuatu perkara kepada penutur lain. Malah, praandaian adalah ujaran yang mungkin diterima oleh penutur lain tanpa tentangan. Kemudian, implikatur pula merujuk kepada kemungkinan saranan atau maksud yang disampaikan oleh penutur adalah berbeza pengertian daripada ujaran yang dituturkan. Selepas itu, rujukan adalah penutur yang merujuk kepada ujaran yang sesuai kepada penutur sebagai rujukan. Selanjutnya, inferens merujuk kepada sesuatu ujaran yang tidak difahami sepenuhnya oleh pendengar dan menyebabkan pendengar membuat kesimpulan atau inferens tentang maksud sesuatu yang diujarkan.

Objektif kajian adalah:

- i. Melihat interaksi ujaran peniaga wanita yang digunakan di Pasar Besar Siti Khadijah
- ii. Mengenal pasti dialek dengan tujuan menarik pelanggan membeli produk jualan peniaga melalui analisis Teori Brown & Yule 1983

Oleh itu, dua objektif kajian yang digariskan ini dibincangkan dengan lebih lanjut dalam dapatan kajian. Proses analisis data dalam dapatan kajian bertujuan menjawab objektif kajian bagi melihat sejauh mana interaksi ujaran peniaga wanita di Pasar Besar Siti Khadijah digunakan semasa proses jual beli sedang berlaku. Kemudian, dapatan kajian dibincangkan dengan lebih terperinci bagi mengenal pasti penggunaan dialek dalam urusan jual beli dengan menerapkan aplikasi dalam teori analisis wacana dengan melihat penggunaan ujaran dialek peniaga wanita di Kelantan. Malah, analisis ujaran dialek wanita Kelantan dianalisis menggunakan Teori Brown & Yule 1983 bagi menghuraikan aspek wacana dalam ujaran yang digunakan.

DAPATAN KAJIAN

Hasil data yang diperoleh dibincangkan dalam tiga pembahagian bab kecil melalui transkripsi data ke dalam bentuk teks. Oleh yang demikian, perbincangan secara mendalam dijalankan dengan menghubungkan pemilihan teori kajian bersama hasil dapatan interaksi ujaran yang berlaku dalam proses jual beli. Malah, perbincangan kajian dapat menjelaskan tentang kedudukan negeri Kelantan dengan cara penggunaan bahasa untuk aktiviti jual beli. Harishon Radzi et al., (2018) menjelaskan Kependudukan adalah suatu faktor yang integral dalam perancangan dan pembangunan negara. Oleh yang demikian, kajian ini juga melibatkan aspek

pembangunan dalam ekonomi dalam perniagaan yang dijalankan di Pasar Besar Siti Khadijah, Kota Bharu, Kelantan.

Melihat interaksi ujaran peniaga wanita yang digunakan di Pasar Besar Siti Khadijah

Bagi menjawab objektif kajian pertama, lima ujaran peniaga kedai dilihat dalam interaksi yang berlaku dalam aktiviti jual beli produk tekstil. Kedai menjual produk tekstil dipilih kerana peniaga wanita dan pembeli wanita lebih cenderung mendapatkan barangan tekstil dan melakukan aktiviti tawar-menawar dalam urusan jual beli. Penyelidik menjalankan kajian dengan melihat dua orang pelancong, pembeli daripada utara yang melakukan urusan jual beli di kedai yang menjual produk tekstil di Pasar Besar Siti Khadijah yang terletak di Kota Bharu. Lokasi ini dipilih kerana mempunyai pelbagai produk dan telah bertapak lama di negeri Kelantan serta masih kekal hingga ke hari ini.

Bil.	Peniaga Wanita Kelantan	Pembeli Wanita	Catatan
1.	Kedai A – Peniaga A <i>Muroh doh ni...nak boleh ponn seyah duwo jah. Bawal nombor satu nih. Gi tempat lain pon tok boleh juwal harga goni.</i>	<i>Tat leh kurang lagi ka bawal ni?</i>	Berlaku praandaian dalam dialog peniaga.
2.	Kedai B – Peniaga B <i>Dah mari dah...ambiklah 23 yal. Selalu kita tak bagi haga goni. Hat ni 28 yal duk juwal. Untung tipis-tipis jah. Jahit hok tepi ni upah ni. Hok ni boleh nak bagi muroh lagi...20 yal jah hot hite tu.</i>	<i>Boleh bagi dah 23 ringgit ni? Datang jauh ni nak beli tudung sini.</i>	Berlaku praandaian dalam dialog peniaga.
3.	Kedai C – Peniaga C <i>Ambik duwa la. Kita bagi muroh jah. Duwa ni bagi 50 yal. Kira nak bagi jah pasal ore tak dok ni. Kalau ore ada ni...tak bagi raga ni.</i>	<i>Tudung warna biru dengan kuning ni kalau ambik dua boleh bagi berapa puluh?</i>	Berlaku praandaian dalam dialog peniaga.
4.	Kedai D – Peniaga D <i>Kak D kalau boleh bagi muroh...kak bagi doh. Modal maha kaing jakob ni. Takat 250 jah boleh bagi. Modal maha dari kaing kerip. Nok murah kak boleh bagi hat kotton ni. Jual la tok leh untung mano.</i>	<i>Kain sutera jakob ni tak boleh bagi 200 ka kak?</i>	Berlaku praandaian dalam dialog peniaga.
5.	Kedai E – Peniaga E <i>Harga ni habih muroh doh bagi. Ni kaing batik hok elok ni. Bagi muroh lagi tat dok untung lor. Gi luwar pun tak boleh haga goni. Modal mari pung maha doh.</i>	<i>Tak boleh ka kurang dalam lima ringgit lagi ka?</i>	Berlaku praandaian dalam dialog peniaga.

Jadual 1.0: Interaksi Jual Beli antara Peniaga Wanita Kelantan dan Pembeli Wanita.

Peniaga wanita Kelantan masih mengekalkan penggunaan dalam dialek Kelantan yang digunakan sejak turun-temurun. Malah, penutur dialek Kelantan dikenali sebagai pengguna dialek yang begitu mementingkan jati diri dalam menggunakan dialek asal negeri kelahiran mereka. Walaupun rata-rata anak muda di Kelantan menyambung pengajian dan bekerja di luar negeri Kelantan tetapi mereka masih menggunakan dialek Kelantan dalam komunikasi tidak formal. Apatah lagi, jika menjalankan perniagaan yang terletak di negeri kelahiran mereka. Maka, penggunaan dialek Kelantan digunakan secara meluas tanpa terpengaruh dengan dialek negeri lain yang digunakan oleh penutur luar atau pembeli dalam urusan jual beli mereka.

Jadual 1.0 menunjukkan dapatan dalam teks interaksi yang berlaku antara peniaga wanita Kelantan dengan pembeli dari luar negeri Kelantan. Dalam situasi ini sedang berlaku urusan tawar-menawar untuk membeli tudung bawal, batik sutera dan kain batik. Dalam situasi Peniaga A, B dan C, urusan jual beli tudung bawal berlaku bersama pembeli. Kemudian, Peniaga D pula dalam situasi urusan jual beli melibatkan batik sutera yang terdapat dalam tiga jenis bagi pilihan pembeli. Manakala, Peniaga E pula menjalankan urusan jual beli melibatkan tawar-menawar bersama pembeli untuk jualan kain batik sarung.

Mengenal pasti dialek dengan tujuan menarik pelanggan membeli produk jualan peniaga melalui analisis Teori Brown & Yule 1983

Analisis wacana dalam kajian ini memfokuskan kepada praandaian yang terkandung dalam Teori Brown & Yule 1983. Praandaian merujuk kepada jangkaan atau andaian atau kemungkinan yang dituturkan kepada pendengar oleh penutur. Dalam sesuatu situasi pertuturan yang melibatkan ujaran oleh penutur, andaian bahawa pendengar menerima sesuatu ujaran tanpa bantahan. Situasi Peniaga A telah mengujarkan ayat *Muroh doh ni...nak boleh ponn seyal duwo jah. Bawal nombor satu nih. Gi tempat lain pon tok boleh juwal harga goni...* yang merujuk kepada pemberian harga yang telah diturunkan kepada pembeli. Praandaian berlaku yang membawa maksud kesukaran peniaga mendapatkan untung dan jenis bawal adalah nombor satu (berkualiti) dan pembeli tidak akan mendapat harga semurah yang ditawarkan oleh peniaga tersebut. Andaian bahawa pembeli tidak akan mendapat tudung seperti kualiti yang dijual di kedai tersebut jika pergi ke kedai lain berlaku dalam ujaran peniaga.

Bagi situasi Peniaga B pula mengujarkan *Dah mari dah...ambiklah 23 yal. Selalu kita tak bagi haga goni. Hat ni 28 yal duk juwal. Untung tipis-tipis jah. Jahit hok tepi ni upah ni. Hok ni boleh nak bagi muroh lagi...20 yal jah hot hite tu...*telah mengandaikan bahawa pembeli lain tidak diberi harga serendah yang diberikan. Malah, peniaga mengandaikan pembeli menginginkan tudung bawal yang harganya lebih murah dan menawarkan tudung jenis lain yang berwarna hitam. Kemudian, Peniaga C mengujarkan ayat *Ambik duwa la. Kita bagi muroh jah. Duwa ni bagi 50 yal. Kira nak bagi jah pasal ore tak dok ni. Kalau ore ada ni...tak bagi raga ni...*yang menawarkan pembeli dengan harga lebih rendah jika membeli dua helai tudung bawal. Dalam ujaran peniaga, andaian bahawa harga serendah itu tidak diberikan jika mempunyai ramai pelanggan yang berkunjung ke kedainya.

Selepas itu, Peniaga D pula mengujarkan *Kak D kalau boleh bagi muroh...kak bagi doh. Modal maha kaing jakob ni. Takat 250 jah boleh bagi. Modal maha dari kaing kerip. Nok murah kak boleh bagi hat kotton ni. Jual la tok leh untung mano...*dalam aktiviti jualan melibatkan batik sutera. Ia berlaku apabila pembeli ingin mendapatkan harga yang lebih murah untuk batik sutera jenis *jacquard* yang modalnya agak mahal. Oleh itu, peniaga mengandaikan pembeli ingin mendapatkan batik yang lebih murah dan peniaga menawarkan batik jenis *cotton*. Selanjutnya, Peniaga E mengujarkan *Harga ni habih muroh doh bagi. Ni kaing batik hok elok ni. Bagi muroh lagi tat dok untung lor. Gi luwar pun tak boleh haga goni. Modal mari pung maha doh...*dalam jualan melibatkan kain batik sarung. Dalam situasi ini peniaga mengandaikan bahawa pembeli tidak akan mendapat harga serendah yang diberikannya. Malah, peniaga mengandaikan bahawa pembeli tidak mengetahui bahawa modal kain batik sarung yang dijual harganya mahal dan menyebabkan produk tersebut tidak dapat dijual dengan harga lebih murah.

Oleh yang demikian, praandaian dalam Teori Brown & Yule 1983 berlaku dalam aktiviti jualan yang melibatkan tawar-menawar untuk mendapatkan harga lebih rendah. Lazimnya,

peniaga wanita lebih cenderung menegaskan bahawa barang jualan mereka telah direndahkan harganya pada tahap maksima dengan keuntungan yang diperoleh. Manakala, pembeli wanita pula mempunyai kecenderungan untuk meminta harga dikurangkan kepada tawaran harga paling rendah untuk membeli. Oleh yang demikian, berlaku praandaian dalam ujaran peniaga wanita untuk menegaskan sebab penetapan sesuatu harga telah mencapai tahap terendah dan maksima dengan keuntungan yang bakal diperoleh mereka. Kepentingan ujaran yang berkesan dalam komunikasi berupaya membantu peniaga mempertahankan kehendak mereka dalam mengawal keuntungan yang mungkin berkurang hasil tawar-menawar yang berlaku dengan pembeli. Malah, praandaian juga berfungsi sebagai ayat yang lebih santun dalam menyampaikan kehendak mereka untuk tidak menurunkan lagi harga sesuatu produk tekstil.

KESIMPULAN

Konklusinya, aktiviti jualan produk berasaskan tekstil di Pasar Besar Siti Khadijah begitu menggalakkan dengan tawaran pelbagai keperluan wanita di Malaysia. Antara kain pasang yang mendapat tempat di hati pelanggan adalah batik sutera jenis *jacquard* dan batik sutera *crepe*. Malah, kini telah terdapat batik jenis *cotton* yang dijual dengan harga yang lebih rendah dengan pelbagai rekaan batik yang menyerupai batik sutera original. Selain itu, tudung bawal sulam dan bawal yang dihiasi batu permata tiruan menjadi pilihan pembeli yang bertandang ke kedai di Pasar Besar Siti Khadijah. Malah, kain batik sarung dijual dengan pelbagai corak yang menarik dan mempunyai kualiti yang baik.

Oleh yang demikian, persaingan dalam perniagaan produk tekstil mewujudkan persaingan yang sihat antara peniaga yang memerlukan kaedah tersendiri dalam menarik pelanggan untuk membeli produk mereka. Ujaran pemujukan yang digunakan dalam dialek Kelantan digunakan dengan meluas ketika berinteraksi dengan pembeli dari luar dan negeri Kelantan. Ia digunakan dengan tujuan memelihara dialek Kelantan secara turun-temurun agar tidak lenyap ditelan arus pemodenan. Penggunaan dialek ini digunakan dengan baik walaupun mereka berinteraksi dengan pembeli daripada luar negeri Kelantan yang menggunakan bahasa standard.

Hasil kajian memperjelaskan lagi bahawa aplikasi dalam Teori Brown & Yule 1983 berlaku dengan memberikan fokus kepada praandaian dalam ujaran peniaga. Praandaian digunakan bagi menegaskan kepada pembeli tentang penggunaan modal yang tinggi supaya pembeli tidak tawar-menawar untuk mendapatkan harga yang lebih rendah. Selain itu, praandaian digunakan bagi memujuk pembeli untuk tidak ke kedai lain dengan mengandaikan bahawa harga yang diberikan adalah harga terendah terbaik berbanding kedai yang lain. Oleh itu, pengaplikasian praandaian mempunyai fungsi yang penting kepada peniaga dalam memujuk pembeli dan mempertahankan keuntungan yang bakal diperoleh melalui jualan produk tekstil di kedai tersebut.

BIBLIOGRAFI

- Arba'iyah Mohd Noor & Norazilawati Abd Wahab. (2019). *Pengaruh Indonesia Terhadap Tekstildi Terengganu pada Abad Ke-19*. Jurnal Pengajian Melayu, Jilid 30, 2019. (pp. 1-27).
- Clarice Lakuwai. (2018). *Eksperimentasi Teknik Efek dengan Cetakan Pada Fabrik dalam Penghasilan Produk Tekstil*. Ijazah Sarjana Muda Seni Gunaan dan Kreatif dengan Kepujian (Teknologi Seni Reka) 2018, Universiti Malaysia Sarawak.
- Fatin Rabiha Abdul Kadir & Zaitul Azma Zainon Hamzah. (2017). *Bahasa Antara dalam Komunikasi Lisan Penutur Melayu dan Penutur Bukan Melayu*. International Journal of Language Education and Applied Linguistics (IJLEAL). ISSN: 2289-7208. e-ISBN 2289-9294. (pp.1-16).
- Harishon Radzi, Nor Hashimah Jalaluddin, Junaini Kasdan, Hayati Lateh & Anati Hamidah Arifin. (2018). *Tahap Pemahaman Leksikal Kata Kerja Dialek Melayu Kedah di Pulau Tuba dan Satun*. Jurnal Melayu Bil. 17 (1) 2018. (pp. 74-93).
- Maizatul Haizan Mahbob, Nik Anis Syakira Megat Ali, Wan Idros Wan Sulaiman & Wan Amizah Wan Mahmud. (2019). *Komunikasi Strategik dan Peranannya untuk Mewujudkan Komunikasi Berkesan dalam Organisasi*. Jurnal Komunikasi: Malaysian Journal of Communication Jilid 35(2) 2019: (pp. 49-67).
- Mashetoh Abd. Mutalib. (2014). *Budaya Berbahasa Lisan dalam Kata Penegas daripada Perspektif Sosial*. ISSN 1823-9242 Jurnal Linguistik Vol.18(2) Disember. 2014 (pp. 47-55).
- Mayrilin Amirul, Remali Yusoff & Dullah Mulok. (2017). *Cabaran yang Dihadapi di Kalangan Usahawan Aim di Daerah Tuaran: Pusat Nurul Bakti*. Proceedings of International Conference on Economics 2017 (ICE 2017). PROCEEDINGS ICE 2017. ISBN 978-967-0521-99-2. (pp. 470-479).
- Mohd Naim Norman. (2020). *Cabaran Perniagaan Luar Bandar: Pencapaian dan Cabaran*. Artikel Jurnal Luar Bandar Sejahtera 2020. Institut Kemajuan Desa (INFRA) Kementerian Pembangunan Luar Bandar (KLPB). (pp. 3-12).
- Mohd Nor Hakim Yusoff & Mohd Rafi Yaacob. (2010). *Kajian Awalan Perbandingan Aktiviti Keusahawanan antara Kota Bharu Kelantan, dan Padang, Sumatera*. PROSIDING PERKEM V, JILID 2 (2010). ISSN: 2231-962X. (pp. 129-140).
- Mohd Roslan Mohd Nor & Hamidah Jalani. (2017). *Konflik Selatan Thailand: Peranan Malaysia Sebagai Negara Jiran*. Jurnal Hadhari 9 (1) (2017). ejournals.ukm.my/jhadhari ISSN 1985-6830 eISSN 2550-2271. (pp. 157-170).
- Muhamamd Zulhafizi bin Mohd Yusof & Zurinah binti Tahir. (2021). *Faktor Kejayaan Usahawan Muda dalam Perniagaan Industri Kecil dan Sederhana (IKS) di Malaysia*. Jurnal Wacana Sarjana. Volume 5(1) January 2021. e-ISSN 2600-9501. (pp. 1-13).
- Norfaizah Abdul Jobar, Anida Sarudin & Idris Md. Radzi. (2016). *Analisis Metafungsi Bahasa dalam Penulisan Karangan*. Jurnal Bahasa. Jilid 16 Bil. 2 Disember 2016. (pp. 307-322).
- Nor Hanim Awang @ Mohd Noor, Norfatiha Othman, Nor Hayati Sa'at & Roslina Ismail. (2021). *Dorongan Kelangsungan Usahawan Wanita dalam Perusahaan Batik dan Songket*. Jurnal Pengurusan 61(2021). (pp. 69 – 81).

- Norlelawaty Haron, Zuliskandar Ramli dan Nik Hassan Shuhaimi Nik Abdul Rahman. *Evolusi Perkembangan Blok Batik di Negeri Kelantan*. Prosiding Seminar Antarabangsa Ke-4 Arkeologi, Sejarah dan Budaya di Alam Melayu Pusat Penyelidikan Langkawi, Kampus Tuanku Abdul Halim Mu'adzam Syah, Langkawi 25 - 26 November 2015 (pp.209-220).
- Norsafani Maisarah Mohd Nawi, Nur Yuhanis Mohd Nasir & Kim Keum Hyun. (2020). *Tingkah Laku Peniaga Wanita Melayu dalam Talian: Sorotan Literatur dan Teori*. Jurnal Pengajian Melayu - JOMAS, Jilid 31, 2020: (pp. 61-75).
- Norshabiha Ibrahim & Sharifah Rohayah Sheikh Dawood. (2020). *Keunikan Budaya Berniaga Wanita Kelantan di Bandar Kota Bharu*. e-Bangi. Journal Social Science and Humanities. Vol. 17, No.1 (2020). ISSN: 1823-884x. (pp. 93-107).
- Nurfahana Shahira Rosly, Normaliza Abd Rahim & Hazlina Abdul Halim. (2016). *Interaksi Ujaran Kanak-kanak Menerusi Elemen Pendigitalan dalam Penceritaan*. GEMA Online. Journal of Language Studies 89 Volume 16(1), February 2016. (pp. 89-108).
- Nur Farakhanna Mohd Rusli, Norfaizah Abdul Jobar & Nur Faaizah Md Adam. (2022). *Hubung Kait Antara Kesalahan Ejaan Murid dengan Ragam Bahasa dalam Ujaran Guru*. e-Jurnal Bahasa dan Linguistik. Mei 2022. Vol. 4. No. 1. eISSN: 2682-8987. (pp. 58-74).
- Nurul Afifah Adila Mohd Salleh & Maslida Yusof. (2020). *Praandaian dalam Ucapan Perbahasan Parlimen Mahasiswa Sesi Pertama di Malaysia*. Jurnal Melayu Bil. 19(2)2020. ISSN 1675-7513. (pp. 270-286).
- Nurul Afifah Adila Mohd Salleh. (2017). *Kandungan dan Struktur Wacana dalam Teks Ucapan Persidangan Parlimen Mahasiswa*. Tesis Master Sastera 2017, Fakulti Bahasa Moden dan Komunikasi, Universiti Putra Malaysia.
- Raja Nazrin Raja Ahmad. (2020). *Program Desa Harapan: Perkongsian Strategik untuk Pembangunan Sosio-Ekonomi di Luar Bandar*. Artikel Jurnal Luar Bandar Sejahtera 2020. Institut Kemajuan Desa (INFRA) Kementerian Pembangunan Luar Bandar (KLPB). (pp. 48-52).
- Rosniza Aznie Che Rose, Nurul Fatihah Jusoh, Rosmiza MZ , Lyndon N. & Mokhtar J. (2015) *Perkembangan dan cabaran sektor perniagaan sebagai pemangkin pembangunan bandar kecil: Kajian empirikal di Daerah Besut, Terengganu*. GEOGRAFIA OnlineTM Malaysian Journal of Society and Space 11 issue 8 .ISSN 2180-2491. (pp. 1-12).
- Shapiza Sharif & Arba'iyah Mohd Noor. (2022). *Perkembangan Kegiatan Perniagaan Tekstil di Kuala Lumpur, 1880-1941*. Jebat: Malaysian Journal of History, Politics & Strategic Studies, Vol. 49 (1) (April 2022). Center for Research in History, Politics and International Affairs, UKM. e-ISSN:2180-0251. ISBN:0126-5644. (pp. 23-43).
- Zubaidah binti Osman & Nor Azura binti Adzharuddin. (2015). *Pengaruh Visual dan Verbal dalam Iklan Kempen Terhadap Emosi*. Journal of Education and Social Sciences, Vol. 2, (Oct.) ISSN 2289-9855. (pp. 51-55).