



Pelatihan Kesantunan Berbahasa dalam Komunikasi Bisnis bagi Pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Pasar Petisah, Kota Medan

Language Politeness Training in Business Communication for Micro, Small and Medium Enterprises in Petisah Market, Medan City

Melda Yunita Simanjuntak¹

Universitas Sumatera Utara¹

Fadli Ramadhan Nasution²

Universitas Sumatera Utara²

Herlina Br Sitepu³

Universitas Negeri Medan³

Yusuf Alamsyah Harahap⁴

Universitas Negeri Medan⁴

Cut Rahmi Aulia⁵

Universitas Sumatera Utara⁵

Surel Penulis Koresponden: melda.simanjuntak@usu.ac.id

RIWAYAT ARTIKEL

Diterima: 25 Mei 2026

Direvisi: 10 Juni 2026

Disetujui: 20 Juni 2026

Dipublikasikan: 28 Juni 2026

KATA-KATA KUNCI

kesantunan berbahasa;
komunikasi bisnis; pasar
tradisional; pelayanan
pelanggan; UMKM

ABSTRAK

Interaksi transaksional di Pasar Petisah, Kota Medan kerap diwarnai gaya komunikasi pedagang yang cenderung lugas dan berintonasi tinggi sehingga berpotensi menimbulkan kesalahpahaman dengan pembeli, khususnya wisatawan dan konsumen dari latar budaya berbeda. Kegiatan pengabdian ini bertujuan meningkatkan kesantunan berbahasa pelaku usaha mikro kecil dan menengah dalam interaksi bisnis sehari-hari guna membangun citra pasar yang lebih ramah dan profesional. Metode pelaksanaan meliputi penyuluhan prinsip kesantunan berbahasa, pelatihan simulasi pelayanan pelanggan, dan pendampingan praktik langsung kepada 40 pedagang selama dua bulan. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan pemahaman prinsip kesantunan berbahasa sebesar 71 persen, penurunan keluhan pembeli terkait sikap pedagang sebesar 63 persen, serta peningkatan penilaian kepuasan pembeli dari kategori cukup menjadi baik berdasarkan survei pascaprogram. Kegiatan ini membuktikan bahwa pelatihan komunikasi berbasis prinsip kesantunan mampu mengubah pola interaksi bisnis secara

signifikan dalam waktu relatif singkat. Program pengabdian ini direkomendasikan untuk diperluas ke pasar tradisional lain guna mendukung peningkatan citra dan daya saing sektor perdagangan rakyat perkotaan.

KEYWORDS

*politeness in language;
business communication;
traditional markets; customer
service; MSMEs*

ABSTRACT

Transactional interactions in Petisah Market, Medan City are often colored by traders' communication styles that tend to be straightforward and high-intonation, so that they have the potential to cause misunderstandings with buyers, especially tourists and consumers from different cultural backgrounds. This service activity aims to improve the politeness of micro, small and medium business actors in daily business interactions in order to build a friendlier and more professional market image. The implementation method includes counseling on the principles of language politeness, customer service simulation training, and direct practical assistance to 40 traders for two months. The results of the activity showed an increase in understanding of the principle of language politeness by 71 percent, a decrease in buyer complaints related to traders' attitudes by 63 percent, and an increase in buyer satisfaction assessments from the fair to good category based on post-program surveys. This activity proves that communication training based on the principle of politeness is able to significantly change business interaction patterns in a relatively short time. This service program is recommended to be expanded to other traditional markets to support the improvement of the image and competitiveness of the urban people's trade sector.

PENDAHULUAN

Tri Dharma Perguruan Tinggi mengamanatkan setiap perguruan tinggi untuk melaksanakan tiga fungsi pokok secara terintegrasi, yaitu pendidikan, penelitian, dan pengabdian kepada masyarakat (Muhsyanur Muhsyanur, Umrati Umrati, Mansur Mansur, 2025). Pengabdian kepada masyarakat menjadi wujud nyata tanggung jawab akademik perguruan tinggi dalam menyalurkan hasil kajian ilmiah kepada masyarakat luas, sehingga ilmu pengetahuan tidak hanya berhenti pada tataran teoretis, tetapi juga memberikan dampak transformatif pada kehidupan sosial dan ekonomi masyarakat.

Kegiatan pengabdian menjadi wahana bagi perguruan tinggi untuk berperan aktif dalam menyelesaikan persoalan riil yang dihadapi masyarakat, termasuk persoalan komunikasi sosial yang berdampak pada aktivitas ekonomi sehari-hari (Muhsyanur, 2024a). Melalui pengabdian, dosen dan mahasiswa dapat mengaplikasikan kajian kebahasaan secara kontekstual untuk membantu masyarakat, khususnya pelaku usaha, dalam membangun pola komunikasi yang lebih efektif dan santun dalam interaksi bisnis mereka.

Pasar Petisah merupakan salah satu pasar tradisional terbesar di Kota Medan yang menjadi pusat perdagangan berbagai komoditas dan tujuan wisata belanja bagi masyarakat lokal maupun wisatawan domestik. Namun demikian, gaya komunikasi sebagian pedagang yang cenderung lugas, bernada tinggi, dan terkesan memaksa

dalam menawarkan barang dagangan kerap menimbulkan ketidaknyamanan bagi pembeli, khususnya yang berasal dari latar belakang budaya dan kebiasaan komunikasi yang berbeda. Kondisi ini sejalan dengan pandangan Napitupulu (2020) yang menyatakan bahwa gaya komunikasi pedagang pasar tradisional di kawasan urban multietnis sering kali dipengaruhi oleh kebiasaan komunikasi lokal yang belum tentu sesuai dengan ekspektasi kesantunan pembeli dari latar budaya lain.

Ketidaksesuaian gaya komunikasi ini berpotensi menurunkan tingkat kenyamanan dan loyalitas pembeli terhadap pasar tradisional, terutama di tengah persaingan dengan pusat perbelanjaan modern yang menawarkan standar pelayanan lebih konsisten. Ginting (2019) menegaskan bahwa persepsi konsumen terhadap kualitas pelayanan di pasar tradisional sangat dipengaruhi oleh cara pedagang berkomunikasi, bukan semata-mata oleh kualitas dan harga barang yang ditawarkan, sehingga aspek komunikasi menjadi variabel penting yang perlu mendapat perhatian serius.

Kesantunan berbahasa dalam konteks komunikasi bisnis memiliki peran strategis dalam membangun hubungan saling percaya antara penjual dan pembeli (Muhsyanur, 2016, 2024b; Muhsyanur Muhsyanur, Nurul Hidayanti Mahas, 2025). Menurut Pranowo (2021), penerapan prinsip kesantunan berbahasa yang tepat dalam interaksi transaksional dapat meminimalkan potensi konflik komunikasi serta meningkatkan citra positif penjual di mata konsumen, yang pada akhirnya berkontribusi terhadap keberlanjutan hubungan bisnis jangka panjang antara kedua belah pihak.

Meskipun pentingnya kesantunan berbahasa telah banyak dikaji dalam ranah akademik (Muhsyanur et.al, 2024), penerapannya di kalangan pedagang pasar tradisional masih menghadapi berbagai kendala, terutama karena minimnya paparan terhadap pelatihan komunikasi formal. Br Ginting dan Manullang (2022) menemukan bahwa sebagian besar pedagang pasar tradisional belajar berkomunikasi secara otodidak melalui pengalaman turun-temurun, sehingga pola komunikasi yang terbentuk cenderung mengikuti kebiasaan lama tanpa refleksi kritis terhadap prinsip kesantunan berbahasa modern.

Pendekatan pelatihan berbasis simulasi peran telah terbukti efektif dalam berbagai program peningkatan keterampilan komunikasi karena memberikan pengalaman praktik langsung yang dapat diinternalisasi peserta secara lebih mendalam. Effendy dan Wahyuni (2020) berpendapat bahwa metode simulasi memungkinkan peserta pelatihan mengalami situasi komunikasi secara nyata sehingga perubahan perilaku komunikasi yang dihasilkan cenderung lebih tahan lama dibandingkan dengan metode ceramah konvensional semata.

Berdasarkan permasalahan dan tinjauan pustaka tersebut, tim pengabdian dari Universitas Sumatera Utara bekerja sama dengan Universitas Negeri Medan memandang perlu dilaksanakannya program pelatihan kesantunan berbahasa dalam komunikasi bisnis bagi pelaku usaha mikro kecil dan menengah di Pasar Petisah. Program ini diharapkan mampu meningkatkan kualitas interaksi bisnis,

memperbaiki citra pasar tradisional, serta pada akhirnya mendukung keberlanjutan ekonomi pedagang di tengah persaingan sektor perdagangan modern.

METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan melalui pendekatan pelatihan partisipatif yang melibatkan pengurus paguyuban pedagang Pasar Petisah sejak tahap perencanaan hingga evaluasi program. Tahap awal diawali dengan observasi pola komunikasi pedagang dan pembeli di lapangan serta wawancara terhadap sejumlah pembeli untuk mengidentifikasi bentuk-bentuk ketidaksantunan berbahasa yang paling sering dikeluhkan dalam interaksi transaksional sehari-hari.

Pelaksanaan program terdiri atas tiga tahap kegiatan, yaitu penyuluhan prinsip-prinsip kesantunan berbahasa dalam konteks komunikasi bisnis, pelatihan simulasi peran yang memerankan situasi transaksi dengan berbagai karakter pembeli, serta pendampingan praktik langsung di lapangan kepada 40 pedagang selama dua bulan masa pendampingan. Pendekatan simulasi peran ini merujuk pada pandangan Effendy dan Wahyuni (2020) dan (Muhsyanur, 2026) yang menekankan efektivitas metode praktik langsung dalam membentuk kebiasaan komunikasi baru yang lebih santun dan profesional.

Evaluasi keberhasilan program dilakukan melalui pengukuran pemahaman prinsip kesantunan berbahasa melalui pre-test dan post-test, pemantauan langsung interaksi pedagang dengan pembeli di lapangan, survei kepuasan pembeli sebelum dan sesudah program, serta dokumentasi jumlah keluhan pembeli yang tercatat pada layanan pengaduan pengelola pasar selama periode pendampingan berlangsung.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan program pelatihan kesantunan berbahasa bagi pedagang Pasar Petisah menghasilkan capaian yang tercermin dalam empat aspek utama, yaitu peningkatan pemahaman prinsip kesantunan berbahasa, perubahan pola interaksi pedagang dengan pembeli, dampak terhadap kepuasan dan loyalitas pembeli, serta keberlanjutan budaya komunikasi santun pascaprogram. Uraian rinci masing-masing aspek disajikan pada subbagian berikut.

Peningkatan Pemahaman Prinsip Kesantunan Berbahasa

Kegiatan penyuluhan yang diikuti oleh 40 pedagang Pasar Petisah menunjukkan antusiasme tinggi, tercermin dari aktifnya peserta dalam sesi tanya jawab mengenai berbagai situasi komunikasi yang sering mereka hadapi dalam praktik sehari-hari, termasuk cara merespons pembeli yang menawar dengan harga sangat rendah atau pembeli yang membatalkan transaksi setelah proses tawar-menawar berlangsung cukup lama.

Hasil pengukuran melalui pre-test dan post-test menunjukkan peningkatan skor pemahaman prinsip kesantunan berbahasa dari rata-rata 48 menjadi 82 dari skala 100, atau setara dengan peningkatan sebesar 71 persen. Peningkatan ini mengindikasikan bahwa penyampaian materi yang dikombinasikan dengan contoh

kasus nyata dari lingkungan pasar mampu mempercepat pemahaman peserta terhadap konsep kesantunan berbahasa yang sebelumnya dianggap abstrak dan kurang relevan dengan praktik dagang sehari-hari.

Pemahaman peserta terhadap strategi kesantunan negatif dan positif dalam komunikasi bisnis, seperti penggunaan tuturan tidak langsung saat menolak tawaran harga dan penggunaan sapaan yang menghargai pembeli, menunjukkan peningkatan yang cukup signifikan berdasarkan hasil simulasi peran yang dilakukan pada sesi pelatihan lanjutan setelah penyampaian materi penyuluhan awal.

Temuan ini memperkuat pandangan Pranowo (2021) bahwa pemahaman konseptual mengenai kesantunan berbahasa akan lebih mudah diinternalisasi apabila disertai dengan contoh kontekstual yang relevan dengan pengalaman komunikasi nyata peserta, sehingga materi yang disampaikan tidak terkesan sebagai teori linguistik yang jauh dari praktik kehidupan sehari-hari pedagang.

Perubahan Pola Interaksi Pedagang dengan Pembeli

Observasi lapangan yang dilakukan tim pengabdian selama masa pendampingan menunjukkan perubahan pola interaksi yang cukup nyata pada pedagang peserta program dibandingkan dengan kondisi sebelum pelatihan dilaksanakan. Pedagang yang sebelumnya cenderung menggunakan nada tinggi dan tuturan langsung saat menawarkan barang mulai menerapkan sapaan yang lebih ramah serta intonasi yang lebih terkendali dalam melayani pembeli.

Penggunaan strategi kesantunan berbahasa turut teramati dalam cara pedagang merespons penolakan pembeli terhadap harga yang ditawarkan, di mana pedagang peserta program cenderung menggunakan tuturan yang lebih halus dan tidak memaksa dibandingkan sebelum mengikuti pelatihan, seperti mengganti tuturan penolakan langsung dengan tawaran alternatif yang lebih persuasif namun tetap menghormati keputusan pembeli.

Perubahan pola interaksi ini turut dikonfirmasi melalui wawancara terhadap sejumlah pembeli yang secara rutin berbelanja di Pasar Petisah, yang menyatakan bahwa pengalaman berbelanja mereka terasa lebih nyaman setelah beberapa pedagang menunjukkan sikap yang lebih ramah dan komunikatif dibandingkan pengalaman sebelumnya. Napitupulu (2020) menegaskan bahwa perubahan gaya komunikasi pedagang pasar tradisional memerlukan waktu dan pendampingan berulang agar kebiasaan lama dapat digantikan dengan pola komunikasi baru yang lebih santun.

Tabel berikut menyajikan perbandingan jumlah keluhan pembeli terkait sikap dan gaya komunikasi pedagang sebelum dan sesudah pelaksanaan program pendampingan selama dua bulan, sebagai indikator kuantitatif perubahan kualitas interaksi bisnis di Pasar Petisah.

Tabel 1. Perbandingan Jumlah Keluhan Pembeli Sebelum dan Sesudah Program Pendampingan

Kategori Keluhan	Sebelum Program	Sesudah Program
Nada bicara terlalu tinggi	34 kasus	11 kasus
Tuturan memaksa saat menawarkan	27 kasus	9 kasus
Sikap kurang ramah terhadap pembeli	22 kasus	8 kasus
Respons kasar saat harga ditolak	18 kasus	6 kasus

Dampak terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pembeli

Survei kepuasan pembeli yang dilaksanakan pada akhir masa pendampingan menunjukkan peningkatan penilaian rata-rata dari kategori cukup menjadi kategori baik pada aspek keramahan pelayanan pedagang. Peningkatan ini konsisten dengan penurunan jumlah keluhan pembeli terkait sikap dan gaya komunikasi pedagang sebagaimana tercermin dalam data pengaduan yang dihimpun pengelola pasar selama periode pendampingan berlangsung.

Sebanyak 63 persen penurunan keluhan pembeli tercatat pada layanan pengaduan pengelola Pasar Petisah dibandingkan dengan periode yang sama pada bulan sebelum program pendampingan dilaksanakan, menunjukkan dampak nyata pelatihan kesantunan berbahasa terhadap kualitas hubungan antara pedagang dan pembeli dalam interaksi transaksional sehari-hari di lingkungan pasar.

Ginting (2019) menekankan bahwa peningkatan kualitas komunikasi pedagang berkontribusi langsung terhadap loyalitas pembeli, karena pengalaman komunikasi yang positif menciptakan kenyamanan psikologis yang mendorong pembeli untuk kembali berbelanja di tempat yang sama, bahkan ketika terdapat pilihan tempat berbelanja lain dengan harga yang relatif setara.

Beberapa pedagang yang aktif menerapkan prinsip kesantunan berbahasa melaporkan peningkatan jumlah pelanggan tetap yang secara khusus mencari mereka saat berbelanja di pasar, menunjukkan bahwa investasi pada kualitas komunikasi dapat memberikan keunggulan kompetitif tersendiri bagi pedagang di tengah banyaknya pilihan penjual dengan produk sejenis di lingkungan pasar tradisional.

Keberlanjutan Budaya Komunikasi Santun Pascaprogram

Keberlanjutan perubahan budaya komunikasi pascaprogram menjadi perhatian utama tim pengabdian mengingat perubahan perilaku komunikasi memerlukan penguatan berkelanjutan agar tidak kembali pada kebiasaan lama setelah masa pendampingan intensif berakhir. Tim pengabdian memfasilitasi pembentukan duta kesantunan pasar yang terdiri atas pedagang senior terpilih

untuk menjadi teladan sekaligus mengingatkan sesama pedagang mengenai pentingnya kesantunan berbahasa dalam interaksi sehari-hari.

Pengelola Pasar Petisah menunjukkan komitmen keberlanjutan dengan menyertakan materi kesantunan berbahasa sebagai bagian dari orientasi bagi pedagang baru yang akan memulai usaha di lingkungan pasar, sebagai bentuk institusionalisasi hasil program pengabdian ke dalam kebijakan pengelolaan pasar yang berkelanjutan.

Br Ginting dan Manullang (2022) menyatakan bahwa keberlanjutan perubahan komunikasi pada komunitas pedagang tradisional sangat ditentukan oleh keberadaan tokoh panutan internal yang secara konsisten menerapkan dan mengingatkan prinsip komunikasi yang baik, sehingga perubahan perilaku dapat bertahan tanpa selalu bergantung pada intervensi eksternal dari pihak luar komunitas.

Tim pengabdian turut menyusun panduan saku sederhana berisi contoh tuturan santun dalam berbagai situasi transaksi yang dibagikan kepada seluruh pedagang peserta program, sebagai alat bantu praktis yang dapat digunakan sewaktu-waktu untuk mengingatkan kembali prinsip komunikasi yang telah dipelajari selama masa pendampingan berlangsung.

SIMPULAN DAN REKOMENDASI

Program pelatihan kesantunan berbahasa dalam komunikasi bisnis bagi pedagang Pasar Petisah berhasil meningkatkan pemahaman prinsip kesantunan berbahasa sebesar 71 persen, menurunkan keluhan pembeli sebesar 63 persen, serta meningkatkan penilaian kepuasan pembeli terhadap kualitas pelayanan pedagang. Keberhasilan ini menunjukkan bahwa pendekatan pelatihan berbasis simulasi dan pendampingan langsung efektif mengubah pola komunikasi bisnis tradisional menjadi lebih santun dan profesional dalam waktu relatif singkat. Program pengabdian ini direkomendasikan untuk diperluas ke pasar tradisional lain dengan penguatan peran tokoh panutan internal dan institusionalisasi materi kesantunan berbahasa dalam kebijakan pengelolaan pasar guna menjamin keberlanjutan perubahan perilaku komunikasi secara jangka panjang.

UCAPAN TERIMA KASIH

Tim pengabdian menyampaikan terima kasih kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat Universitas Sumatera Utara atas dukungan pendanaan program, Pengelola dan Paguyuban Pedagang Pasar Petisah Kota Medan atas kerja sama dan partisipasi aktif selama pelaksanaan kegiatan, serta Universitas Negeri Medan yang telah berkontribusi dalam pendampingan pelatihan hingga program ini dapat terlaksana dengan baik.

DAFTAR PUSTAKA

Br Ginting, R., & Manullang, T. (2022). Pola komunikasi turun-temurun pada pedagang pasar tradisional di kawasan urban. *Jurnal Bahasa dan Budaya Nusantara*, 12(1), 33-45.

- Effendy, U., & Wahyuni, S. (2020). Efektivitas metode simulasi peran dalam pelatihan keterampilan komunikasi. *Jurnal Pendidikan dan Pelatihan Komunikasi*, 7(2), 76–88.
- Ginting, M. (2019). Persepsi konsumen terhadap kualitas pelayanan pedagang pasar tradisional. *Jurnal Manajemen Ritel dan Pemasaran*, 5(1), 21–32.
- Muhsyanur. (2024a). Menggali potensi, mengembangkan solusi: peran vital pengabdian masyarakat. *Anregurutta: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(1), 96–105. <https://journal.unisad.ac.id/index.php/anregurutta/article/view/77>
- Muhsyanur et.al. (2024). Kajian Semantik Komponensial terhadap Istilah Kekkerabatan dalam Nyanyian Rakyat Bugis. *Indonesian Journal of Linguistics*, 1(1), 37–45. <https://doi.org/https://doi.org/10.33005/ijl.v1i2.19>
- Muhsyanur, M. (2016). Kesantunan Berbahasa Anak Jalanan di Komunitas Ana'tugu Kelurahan Doping. *Multilingual*, 15(1), 31–50. <https://garuda.kemdiktisaintek.go.id/documents/detail/1079233>
- Muhsyanur, M. (2024b). *Bahasa Santri: Konsep, Etika, dan Kebijakan Penggunaan Bahasa Indonesia di Pondok Pesantren*. Mitra Mandiri Persada.
- Muhsyanur, M. (2026). *Seni dan Strategi Penelitian Kualitatif: Dari Teori hingga Praktik Lapangan*. PT. Sigma Litera Global.
- Muhsyanur Muhsyanur, Nurul Hidayanti Mahas, G. (2025). Politeness in the Language of the Coastal Communities of Lake Tempe : A Reflection of Local Wisdom in Social Interaction. *International Proceeding of Innovative Science and Transdisciplinary Studies*, 6(1), 9–19. <https://ipistrans.lppmi.or.id/index.php/proceeding/article/view/4>
- Muhsyanur Muhsyanur, Umrati Umrati, Mansur Mansur, A. N. (2025). Tri Dharma Perguruan Tinggi in Indonesia Concept , Principles , and Implementation in Academic World. *VORS: Journal of Community Service*, 3(8), 19–26. <https://journal.echaprogres.or.id/index.php/vors/article/view/52/38>
- Napitupulu, D. (2020). Gaya komunikasi pedagang pasar tradisional pada masyarakat urban multietnis. *Jurnal Linguistik Terapan Indonesia*, 8(2), 99–112.
- Pranowo, D. (2021). Kesantunan berbahasa dalam komunikasi bisnis: Perspektif pragmatik. *Jurnal Kajian Bahasa dan Sastra*, 15(1), 1–14.
- Rustono, H. (2018). Prinsip kesantunan dalam interaksi jual beli di pasar tradisional Jawa. *Jurnal Pragmatik Nusantara*, 3(1), 45–58.
- Sari, I., & Anwar, M. (2021). Strategi tutur santun sebagai upaya membangun loyalitas pelanggan usaha kecil. *Jurnal Komunikasi Bisnis dan Kewirausahaan*, 6(2), 110–121.
- Simatupang, E. (2019). Peran komunikasi verbal dalam meningkatkan citra pasar tradisional perkotaan. *Jurnal Ilmu Komunikasi Terapan*, 4(1), 60–70.
- Yuliana, F., & Prasetya, B. (2023). Pelatihan komunikasi pelayanan pelanggan bagi pedagang usaha mikro kecil menengah. *Jurnal Abdimas Komunikasi*, 2(1), 15–27.
- Zulaeha, I. (2017). Kesantunan berbahasa dalam ranah transaksi ekonomi masyarakat multikultural. *Jurnal Kebahasaan dan Kemasyarakatan*, 9(2), 88–100.
- Tarigan, A., & Purba, R. (2022). Dampak pelatihan komunikasi terhadap kepuasan pelanggan pasar rakyat. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Terapan Sumatera*, 7(1), 39–50.