

ANALISIS HASIL AKTIVASI KETERAMPILAN BERBAHASA INGGRIS KOMUNITAS PEDAGANG PASAR BERINGHARJO

Hermayawati¹, Elysa Hartati²

Universitas Mercu Buana Yogyakarta

hermayawati.hw56@gmail.com, elysa@mercubuana-yogya.ac.id

Abstrak

Pasar Beringharjo (PB) merupakan salah satu pusat wisata yang ditargetkan menjadi tujuan wisata terkemuka di Asia Tenggara Tahun 2025. Target khusus kajian ini adalah memberikan pendampingan bagi para pedagang yang ada di PB agar mampu berbahasa Inggris minimal untuk bertahan hidup (*survival needs*) menggunakan *Vendors English Book* (VEB) yang merupakan hasil penelitian Penulis sebelumnya dengan tujuan untuk memberikan layanan komunikatif kepada para wisatawan mancanegara (wisman) yang berkunjung di PB dan sekitarnya. Pendampingan dilakukan melalui tahapan LPE (latihan, praktik, evaluasi) dengan menggunakan pendekatan CPE (content, practice, and evaluation) yaitu: (1) melatih penggunaan VEB secara mandiri (*self-learning*) atau bersama teman; (2) mendorong pedagang lapak untuk praktik berbahasa Inggris secara langsung kepada wisman yang berkunjung di lapaknya secara mandiri; (3) mengevaluasi hasil penggunaan VEB. Sasarannya adalah 30 pedagang yang rata-rata berpendidikan sekolah dasar dan menengah. Waktu pelaksanaannya adalah 12 kali pendampingan. Data kajiannya berupa hasil observasi praktik berbahasa Inggris para pedagang yang kemudian dianalisis secara deskriptif. Hasil analisis menunjukkan adanya peningkatan keberanian dan kemampuan dalam praktik berbahasa Inggris menggunakan VEB. Sebelumnya, mereka memberikan layanan menggunakan bahasa isyarat (*body language*). Keberanian mereka ini diharapkan dapat membekali pedagang untuk penyediaan layanan komunikatif bagi wisman.

Kata Kunci: VEB, LPE, CPE, survival needs, self-learning

PENDAHULUAN

Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) dikenal sebagai sentra pendidikan, budaya dan pariwisata. Sesuai dengan visinya, yaitu menjadi pusat pendidikan budaya dan pariwisata terkemuka di Asia Tenggara pada Tahun 2025 mendatang (RPJP DIY 2004-2025), masyarakat tentunya harus ikut serta secara aktif mendukungnya, paling tidak untuk menyiapkan diri sendiri dan lingkungannya. Di pusat kota Yogyakarta terdapat salah satu Pasar tradisional yang bukan hanya dilengkapi dengan berbagai fasilitas sarana yang relatif modern melainkan juga menyajikan berbagai kebutuhan hidup secara lengkap.

Pasar tersebut dikenal dengan nama Pasar Beringharjo. Pasar tradisional ini merupakan pasar tertua (karena didirikan sejak masa pemerintahan Sultan Hamengku Buwono I) dan terlengkap. Keberadaan Pasar Beringharjo (PB) tidak lepas dari eksistensi Kraton Ngayogyakarta Hadiningrat. Semula, Sultan HB I membangun sarana perdagangan melalui pasar tradisional berupa deretan lapak-lapak. Nama Beringharjo diberikan setelah bertahtanya Sri Sultan Hamengku Buwono VIII pada tanggal 24 Maret tahun 1925. Wilayah pasar ini dijadikan tempat transaksi ekonomi oleh rakyat Ngayogyakarta dan sekitarnya (Situs Budaya, 2019). Pasar ini terletak di tepi Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 16 Kelurahan Ngupasan, Kecamatan Gondomanan, Kota Yogyakarta, Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. Lokasi pasar ini berada di sebelah utara benteng Vredeburg.



Gambar 1. Situasi Pasar Beringharjo Tampak Depan
(<https://situsbudaya.id/sejarah-pasar-beringharjo-yogyakarta/>)



Gambar 2. Bersama Mitra Pedagangdan Pengunjung Wisman (Foto Dokumentasi, Agustus, 2019)

Hingga saat kajian ini dilakukan, PB telah dilengkapi dengan berbagai sarana modern seperti escalator, lift, tempat bersantai tempat buang hajat yang memadai. Pasar ini dibagi menjadi tiga Blok, yaitu Blok Timur, Tengah dan Barat. Masing-masing Blok dipimpin oleh seorang Lurah Pasar. Berbagai komoditas berupa makanan, sayuran, buah-buahan, keperluan dapur dan sembilan bahan pokok tersaji di lokasi bagian Timur. Pasar Beringharjo bagian Tengah merupakan pusat komoditas aneka jamu dan obat-obatan tradisional, pakaian dan pernik-pernik perhiasan pengantin Jawa. Bagian barat merupakan pusat komoditas pakaian dengan berbagai model baik tradisional, nasional maupun pakaian model import, berbagai macam kain dan perlengkapan rumah tangga seperti gordijn, peralatan bayi, peralatan kamar tidur dan lain sebagainya.

Sebagai anggota masyarakat Kota Yogyakarta, komunitas pedagang Pasar Beringharjo (BH) pada umumnya masih kurang mampu berbahasa Inggris komunikatif. Hal ini juga dibenarkan oleh Crooks (2016) yang menyatakan bahwa kemampuan Bahasa Inggris SDM (sumber daya manusia) Indonesia masih rendah. Padahal, bahasa Inggris merupakan salah satu bahasa komunikasi dunia yang digunakan oleh para wisatawan mancanegara (wisman) yang banyak berkunjung di sepanjang jalan Malioboro dan seringkali juga berbelanja di pasar tersebut. Hal ini disebabkan oleh karena di kawasan jalan utama Malioboro terdapat banyak hunian berupa hotel berbagai kelas, sehingga tidak heran jika mereka banyak yang menghabiskan waktunya untuk berkunjung ke lokasi tersebut, termasuk ke PB. Sayangnya para pedagang belum cakap berkomunikasi secara lancar dalam bahasa Inggris. Padahal, Yogyakarta merupakan pusat tujuan wisata terkemuka setelah Bali dan Jakarta. Selain itu, untuk mendukung visi Kota dan Provinsi DI Yogyakarta menjadi Kawasan Wisata terkemuka di Asia Tenggara pada tahun 2025 mendatang sudah selayaknya semua anggota masyarakat termasuk komunitas pedagang PB harus mampu berkomunikasi dalam bahasa Inggris dalam rangka memperpanjang lama tinggal (*length of stay*) wisman. Perpanjangan masa kunjungan atau masa tinggal di Yogyakarta tentunya akan mampu meningkatkan devisa regional.

Berkaitan dengan fakta tersebut, permasalahannya sebetulnya ada pada pembiasaan penggunaan bahasa Inggris pada kehidupan sehari-hari, karena bahasa merupakan kebiasaan (*habit*) (Richards, 2003, Harmer, 2007). Oleh karena PB merupakan salah satu urat nadi perekonomian Kota Yogyakarta, maka selayaknya lokasi tersebut dilengkapi dengan tersedianya sarana komunikasi bahasa internasional, yang dalam hal ini adalah bahasa Inggris. Atas dasar alasan tersebut, Penulis berupaya memberikan solusi dengan menyediakan layanan komunikatif

bagi para pedagang melalui pembiasaan menggunakan bahasa Inggris untuk melayani wisman. Sesuai dengan permasalahan yang ada, terutama menyangkut kesiapan komunitas pedagang PB Yogyakarta dalam ikut serta mengaktualisasikan visi DIY menjadi Kota Pariwisata terkemuka di Asia Tenggara pada tahun 2025 (RPJP DIY, 2005), kajian ini secara umum bertujuan mengaktifkan kemampuan berbahasa Inggris para pedagang di PB. Kegiatan ini dilakukan secara santai terutama dalam bentuk melakukan percakapan dengan wisman menyangkut percakapan sehari-hari dan cara bertransaksi sesuai dengan komoditasnya menggunakan bahasa Inggris. Kegiatan pembiasaan dilakukan demi mempersiapkan mereka agar mampu berbahasa Inggris khususnya secara lisan (*oral/spoken English*) paling tidak pada tataran threshold untuk menyiapkan diri menyambut Visi DIY 2025 sebagai bekal berkomunikasi aktif dengan tamu, pejabat atau pun wisatawan mancanegara yang semakin banyak berkunjung ke Yogyakarta.

Hasil kegiatan kajian ini ditargetkan bagi peserta program berupa jasa layanan komunikatif berbahasa Inggris pada tataran false-beginning, yaitu kemampuan berbahasa Inggris bagi orang-orang yang pernah belajar bahasa Inggris selama bertahun-tahun tetapi tetap tidak mampu menggunakannya untuk berkomunikasi (Bailey, 2005) dan tataran threshold atau tataran paling dasar untuk keperluan bertahan hidup melalui berdagang. Materi aktivasinya berupa percakapan sehari-hari untuk *English for Adult learners* dengan tataran *False-beginner dan Threshold*.

PEMBAHASAN

Hasil analisis aktivasi berbahasa Inggris menggunakan VEB menunjukkan bahwa: (1) tidak semua pedagang mau dan berani praktik berbahasa Inggris dengan wisman dan hanya para aktivis pedagang yang ada di sekitar Pasar Beringharjo yang telah mulai berani melakukannya dengan wisman, meskipun masih menggunakan buku panduan; (2) VEB dapat digunakan sebagai sarana penolong pada saat harus praktik menggunakan ujaran-ujaran atau pun kosakata yang relevan dengan isi percakapan; dan (3) Hanya dua orang dari 8 orang aktivis yang mampu menuliskan ujaran-ujaran atau ekspresi bahasa serta pengucapannya dengan benar. Artinya, dari 30 orang peserta yang dilibatkan dalam penelitian ini hanya ada 8 orang pedagang perempuan yang aktif belajar dan dua di antaranya memiliki perkembangan yang relatif baik. Untuk lebih jelasnya, berikut adalah pembahasan hasil kajiannya secara lebih detail.

Pertama, tidak semua pedagang atau hanya sebagian kecil pedagang di Beringharjo yang memiliki kesadaran untuk belajar berkomunikasi dalam bahasa Inggris. Mereka ini, terutama adalah pedagang kain dan pakaian. Alasan mereka pada umumnya adalah, untuk belajar, mereka memerlukan waktu khusus yang tentunya akan mengurangi waktu layanan bagi pembeli domestik yang berarti kehilangan mendapatkan uang. Hanya pedagang cendera mata dan buruh yang memiliki lebih banyak waktu senggang sambil menunggu wisman atau pelanggan domestik yang mungkin datang ke lapaknya. Sikap tidak mau belajar inilah yang kemungkinan membuat mereka kurang berpendidikan secara formal. Mereka tidak menyadari bahwa belajar berbahasa Inggris sebagai salah satu bahasa Internasional dapat membantu mereka dan pemerintah daerah dalam menyediakan layanan komunikatif bagi wisman.

Ketersediaan layanan komunikatif internasional dapat membuat wisman merasa nyaman dan dapat berimbas pada bertambahnya belanjaan serta lama tinggal (*length of stay*) mereka. Hal ini tentunya akan berdampak pada pertumbuhan ekonomi melalui peningkatan pendapatan mereka. Kurangnya kesadaran untuk praktik berbahasa asing di antaranya disebabkan oleh rendahnya pengetahuan topikal, partisipasi yang rendah, dan kecenderungan atau kuatnya pengaruh penggunaan bahasa ibu (Tuan & Mai, 2015; Leong & Ahmadi, 2017). Pembelajar bahasa tidak dapat berkomunikasi dengan lancar dan akurat karena mereka tidak memiliki pengetahuan yang cukup terutama menyangkut penguasaan kosakata, selain adanya faktor kurang percaya diri karena takut membuat kesalahan (Nazara, 2011). Hal semacam itu juga dirasakan oleh para pedagang pasar yang merupakan partisipan kajian ini.

SIMPULAN

Hasil kajian ini menunjukkan bahwa dari 30 orang pedagang yang bersedia melakukan aktivasi praktik berbahasa Inggris ada 20 orang yang benar-benar terlibat dalam praktik tersebut. Ada peningkatan keberanian para pedagang khususnya pedagang cenderamata, termasuk pedagang

Batik yang memang frekuensinya lebih banyak dikunjungi wisman daripada pedagang yang lain. Sisanya ada yang belum dikunjungi wisman dan memang masih belum berani praktik mandiri. Dari 20 orang tersebut ada 8 orang yang sangat antusias yang kebetulan mendapatkan kunjungan wisman di lapaknya. Dua orang di antaranya, juga membantu teman sesama pedagang lainnya untuk berkomunikasi pada saat ada kunjungan wisman dan mengalami kesulitan berkomunikasi.

Ada notasi penting yang masih perlu diperhatikan dan terus diupayakan, yaitu memotivasi para pedagang lain yang belum memiliki keberanian praktik berbahasa Inggris demi meningkatkan layanan komunikatif khususnya bagi wisman. Ketersediaan layanan komunikatif dapat meningkatkan rasa nyaman untuk berbelanja di pasar tradisional tersebut. Oleh sebab itu, upaya memotivasi para pedagang masih perlu dilakukan melalui kajian lanjutan, demi membantu pemerintah daerah dalam rangka mencapai cita-cita menjadikan Yogyakarta sebagai Kota Pariwisata terkemuka di Asia Tenggara pada tahun 2025 agar visi tersebut bukan hanya isapan jempol belaka. Permasalahan yang masih terjadi adalah, kurangnya kesadaran para pedagang terutama pedagang pakaian yang sama sekali belum ada kemauan untuk praktik berbahasa Inggris dengan alasan terlalu sibuk melayani pelanggan domestik.

DAFTAR PUSTAKA

- Anonim, 2019. Buku Panduan PPM di Perguruan Tinggi Edisi XII Revisi . Jakarta: Direktorat Riset dan Pengabdian Masyarakat Direktorat Jenderal Penguatan Riset dan Pengembangan Kementerian Riset, Teknologi, dan Pendidikan Tinggi.
- Bailey, Kathleen M. 2005. *Practical English Language Teaching Speaking*. New York: McGraw-Hill.
- Broughton, G. (1980). The Threshold Level for Modern Language Learning in Schools. *ELT Journal*, Volume 34, Issue 3, April 1980, Pages 232–233, <https://doi.org/10.1093/elt/34.3.232-a>
- Crooks, Steve dalam Tempo. 2016. Kemampuan Bahasa Inggris SDM Indonesia Masih Rendah. Jakarta: Tempo. Co. Edisi Sabtu, 10 Desember 2016. Diakses Minggu, 10 Februari 2019 dari <https://nasional.tempo.co/read/827022/kemampuan-bahasa-inggris-sdm-indonesia-masih-rendah/full&view=ok>.
- Harmer, Jeremy. 2007. *How to Teach English*. China: Pearson Education Ltd.
- Hutchinson T. and Waters A. 2007. *English for Specific Purposes: A Learning-Centred Curriculum*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Leong, Lai-Mei. & Ahmadi, Seyedeh Masoumeh. (March 20, 2017). An Analysis of Factors Influencing Learners' English Speaking Skill. Universiti Sains Malaysia. Online Retrieved December 12, 2019 from *International Journal of Research in English Education* <http://ijreeonline.com/>
- Nazara, Situjuh. (2011). Students' Perception on EFL Speaking Skill Development. *Journal of English Teaching* 1(1), 28-43.
- Really Learn English. (2019). *Teaching English to Adults*. Retrieved December 13, 2019 from <https://www.really-learn-english.com/teaching-english-to-adults.html>
- Richards, JC. 2003. *Curriculum and Materials Development for English Teaching*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Situs Budaya. (2019). *Sejarah Pasar Beringharjo Yogyakarta*. Diunduh 12 Juli 2019 dari <https://situsbudaya.id/sejarah-pasar-beringharjo-yogyakarta/>
- Tuan, N. H., & Mai, T. N. (2015). Factors Affecting Students' Speaking Performance at LE Thanh Hien High School. *Asian Journal of Educational Research*, 3(2), 8-23.
- Van Ek, JK. & Trim 0, J.L.M. Council of Europe. (1991). *Threshold*. Cambridge, UK: Cambridge University Press.