

## **BAB 1**

### **PENDAHULUAN**

Dalam bab ini memuat beberapa hal penting berkaitan dengan penelitian ini, meliputi latar belakang masalah penelitian (sub bab 1.1), rumusan masalah penelitian yang terdiri atas identifikasi masalah dan pertanyaan penelitian (sub bab 1.2), tujuan penelitian (sub bab 1.3), manfaat penelitian (sub bab 1.4), dan definisi operasional (sub bab 1.5).

#### **1.1 Latar Belakang Masalah Penelitian**

Perkembangan dunia bisnis dan usaha terus mengalami dinamika, terutama di kota-kota besar yang ditandai dengan meningkatnya jumlah pelaku usaha dalam berbagai sektor, termasuk pakaian dan makanan. Industri kerajinan tradisional, khususnya batik, adalah salah satu industri yang masih hidup dan bahkan berkembang meskipun arus modernisasi sedang berjalan. Interaksi antara penjual dan pembeli sangat penting dalam situasi seperti ini karena mempengaruhi keberlangsungan bisnis dan pelestarian budaya. Dalam interaksi bisnis yang terjadi, tindak tutur memegang peranan penting sebagai sarana komunikasi. Menurut Mujianto (2015) tindak tutur merupakan kegiatan di mana bahasa sebagai sarana dalam mengungkapkan sesuatu baik pendapat, kritik, dan saran secara lisan. Berdasarkan pendapat Mujianto (2015) tindak tutur dapat terjadi di mana saja dan kapan saja. Tindak tutur juga bermacam-macam. Austin (1962) menyatakan tindak tutur terbagi menjadi 3 yaitu, lokusi (*an act of saying something*), ilokusi (*an act of doing something*), dan perlokusi (*an act of affecting something*). Ketiga tindakan tersebut merupakan tindakan untuk menyatakan sesuatu, tindakan untuk melakukan sesuatu, dan tindakan untuk mempengaruhi.

Dari ketiga jenis tindak tutur tersebut, tindak tutur ilokusi merupakan tindak tutur yang akan dibahas pada penelitian ini. Searle

(1979) yang mana merupakan murid dari Austin (1962) berangkat dari gagasan dan ide Austin mengembangkan lima tindak tutur ilokusi. Kelima tindak tutur ilokusi tersebut diantaranya: asertif, komisif, direktif, ekspresif, dan deklaratif. Masing-masing dari kelima tindak tutur tersebut memiliki bentuk dan fungsi yang berbeda-beda. Pada tindak tutur asertif yang mana penutur lebih menyatakan fakta atau kebenaran yang diungkapkan. Jenis tindak tutur ini seperti menyatakan, menyarankan, mengeluh, dan mengklaim. Selanjutnya yaitu ekspresif yang menyatakan sikap penutur terhadap suatu keadaan memberi selamat, bersyukur, menyesalkan, meminta maaf, menyambut, memuji dan berterima kasih. Untuk komisif merupakan tindak tutur yang mengikat penuturnya untuk melaksanakan apa yang telah diujarkan, salah satunya ialah menyatakan janji. Untuk deklaratif yang merupakan bentuk tuturan yang menghubungkan atau perubahan proposisi isi tuturan dengan kenyataan. Contohnya adalah membaptis, memecat, memberi nama, dan menghukum. Terakhir yaitu tindak tutur direktif yang dipakai oleh penutur untuk menyuruh orang lain melakukan sesuatu. Jenis tindak tutur ini menyatakan apa yang menjadi keinginan penutur, seperti perintah, pemesanan, permohonan, dan pemberian saran.

Rahardi (2009) menjelaskan bahwa tindak tutur direktif adalah tuturan yang dimaksudkan penutur untuk membuat pengaruh agar mitra tutur melakukan tindakan, misalnya: memesan, memerintah, memohon, dan menasihati. Ibrahim (1993) mendefinisikan tindak tutur direktif adalah tindak tutur yang mengekspresikan sikap penutur terhadap tindakan yang akan dilakukan oleh mitra tutur. Tindak tutur direktif juga dilakukan penutur agar mitra tutur yang dimaksudkan melakukan hal yang diinginkan, sehingga muncul respons yang diharapkan dari tindak direktif ini. Misalnya memesan, memerintah, memohon, meminta, menasihati, dan merekomendasi. Baik atau tidaknya bentuk respons tersebut tergantung

pada cara penutur dalam menyampaikan tuturannya. Segala bentuk tindak tutur akan menghasilkan tuturan yang mana dari tuturan. Dapat dikaji dalam sosiopragmatik menurut Rahardi (2009) Sosiopragmatik adalah ilmu bahasa yang mempelajari kondisi penggunaan bahasa manusia, yang dipengaruhi konteks situasi bahasa tersebut. Fenomena tindak tutur yang terjadi antara penjual dan pembeli di Rumah Batik Cipaku juga dapat dikaji dengan pendekatan sosiopragmatik. Konsep sosiopragmatik dikemukakan Rahardi (2009) pada dasarnya sangat ditentukan oleh konteks situasi yang menjadi wadah bahasa itu. Seperti interaksi antara penjual dan pembeli tak akan lepas dari fenomena bahasa yang sering kita temui yaitu terdapat banyak sekali tindak tutur.

Batik, sebagai warisan budaya Indonesia yang diakui oleh UNESCO, memiliki nilai historis dan filosofis yang mendalam. Rumah Batik Cipaku, sebagai salah satu pusat penjualan batik di Bandung, menawarkan konteks unik untuk dapat dikaji dari segi linguistik yaitu interaksi yang terjadi antara penjual dan pembeli. Rumah Batik Cipaku, yang berlokasi di Kota Bandung, menjadi objek menarik untuk penelitian ini. Meskipun tidak berada di lokasi yang strategis, Rumah Batik Cipaku mampu bertahan dan menarik pembeli dari berbagai daerah di luar Kota Bandung Saputra (2018).

Pada era perkembangan usaha yang pesat ini keberlangsungan usaha atau *sustainability* menjadi hal penting bagi para pelaku usaha untuk bertahan di tengah persaingan yang ketat. Kotler dan Armstrong dalam (Nurtjahjadi, 2020) mendefinisikan *sustainable marketing* atau dikenal pemasaran berkelanjutan adalah pemasaran yang bertanggung jawab secara sosial dan lingkungan dimana tetap dapat memenuhi keperluan konsumen dan perusahaan dan pada saat bersamaan juga mampu menjaga dan meningkatkan kemampuan generasi mendatang dalam memenuhi

keperluan mereka. Dalam konteks pemasaran berkelanjutan, komunikasi menjadi elemen krusial. Rusdi (2019) menyatakan bauran pemasaran (*marketing mix*) terdiri dari empat elemen yaitu produk, harga, promosi, dan tempat. Dari penjelasan diatas keempat elemen tersebut sangat penting. Namun yang tidak kalah penting adalah layanan berinteraksi dengan *customer* yakni komunikasi. Menurut Yanti (2013) menjelaskan bahwa komunikasi adalah hal yang menjadi sangat penting, karena dalam menjalin hubungan dengan pihak luar yaitu pelanggan diperlukan adanya komunikasi yang baik. Berdasarkan pendapat di atas tindak tutur juga menjadi aspek yang penting dalam pelayanan pelanggan karena berhadapan langsung dengan kondisi di lapangan. Dengan demikian, analisis tindak tutur dalam interaksi jual beli di Rumah Batik Cipaku penting karena akan melihat bahasa sebagai alat komunikasi yang berpengaruh pada interaksi jual beli.

Penelitian ini berfokus pada tindak tutur ilokusi dalam konteks jual beli di Rumah Batik Cipaku. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi jenis-jenis tindak tutur ilokusi yang terjadi dalam interaksi antara penjual dan pembeli, serta menganalisis bentuk-bentuk ilokusi yang muncul dalam tuturan penjual dan respons pembeli terhadapnya. Meskipun penelitian dalam ranah tindak tutur ilokusi sudah banyak dilakukan. Namun belum ada yang membahas secara khusus tentang tindak tutur yang terjadi pada penjual batik yang mana akan mengisi rumpang dalam kajian linguistik.

Adapun penelusuran literatur menunjukkan bahwa penelitian terkait tindak tutur dalam jual beli telah dilakukan oleh beberapa peneliti. Anggraini (2020) menganalisis tentang bentuk tindak tutur lokusi dan ilokusi pedagang dan pembeli di pasar Sekip Ujung, Palembang. Yang mana hasil penelitiannya memperoleh 27 data diketahui bahwa bentuk

tindak tutur lokusi yang terdiri atas bentuk pernyataan (deklaratif), bentuk pertanyaan (interogatif), dan bentuk perintah (imperatif). Sedangkan untuk jenis tindak tutur ilokusi, terdiri atas komisif, ekspresif, dan asertif. Senada dengan itu penelitian oleh Ropiqoh (2021) menelaah tentang tindak tutur penjual dan pembeli di Pasar Tradisional Kota Terpadu Mandiri Rasau Jaya. Dengan hasil yang diperoleh terdapat 36 tuturan yang ditemukan dengan 36 bentuk tindak tutur lokusi untuk menginformasikan sesuatu tanpa menimbulkan respons dari mitra tutur. Penelitian selanjutnya juga pernah dilakukan oleh Ridwan dan Abu Riza (2021) dengan menganalisis tindak tutur antara penjual dan pembeli di Pasar Sumberayu Muncar Banyuwangi (Kajian Pragmatik). Dari penelitian tersebut hasil yang didapat adalah adanya interaksi yang terjadi antara penjual dan pembeli, terutama tindak tutur ilokusi. Hasil penelitian adalah tindak tutur yang terdiri dari 19 bentuk percakapan yang terdiri atas 86 tindak tutur lokusi, 20 tindak tutur ilokusi, dan 14 tindak tutur perlokusi yang dituturkan antara penjual dan pembeli yang terdiri mulai dari penjual sayuran, penjual buah-buahan, penjual nasi ampok, penjual jajanan tradisional, penjual kedelai dan lain-lain.

Namun, penelitian-penelitian tersebut belum secara spesifik mengkaji tindak tutur ilokusi dalam konteks penjualan produk kerajinan tradisional seperti batik, terutama dengan mempertimbangkan aspek sosiopragmatik sebagaimana dikemukakan oleh Rahardi (2019). Dalam penelitian ini berfokus pada tindak tutur ilokusi yang terjadi penjual dan pembeli di Rumah Batik Cipaku. Pemilihan objek penelitian yang berfokus pada fenomena tindak tutur ilokusi ini didasarkan oleh tertariknya peneliti dalam bidang tersebut karena masih sedikit penelitian tentang interaksi penjual dan pembeli khususnya di toko batik dan juga yang membahas bentuk tindak tutur ilokusi yang terjadi pada saat interaksi. Subjek dalam penelitian ini adalah tuturan interaksi penjual dan

pembeli, dengan metode analisis kualitatif deskriptif yang akan menjelaskan tindak tutur yang terjadi dan bentuk tindak tutur yang sering terlihat di dalam sebuah percakapan antara penjual dan pembeli.

Pemilihan Rumah Batik Cipaku sebagai tempat penelitian memiliki beberapa alasan, sebagai berikut. Terdapat pembeli dari berbagai macam daerah di luar kota Bandung hal ini pernah ditulis oleh Saputra (2018). Selain itu terdapat tuturan yang mendeskripsikan mengenai motif-motif pada batik dan makna dari motif tersebut sehingga dapat melestarikan batik lokal. Dari tuturan penjual kita dapat melihat respons pembeli yang akan menjelaskan eksistensi Rumah Batik Cipaku yang bertahan di tengah kota. Melalui penelitian ini pembaca dapat mengetahui berbagai macam jenis batik karena fenomena bahasa ini. Selain itu terdapat berbagai macam konteks pembahasan seperti, harga, motif, warna dan bahan batik yang dibuat sendiri sehingga pasti akan menjadi suatu hal yang menarik. Rumah Batik Cipaku ini juga sudah terbukti dengan diliput berbagai media dan stasiun televisi seperti Net TV yang mana menjadikan tempat ini layak untuk diteliti hal ini pernah ditulis oleh Saputra (2018) di Merdeka Bandung. Berdasarkan beberapa alasan yang telah dijabarkan diatas, penulis tertarik untuk meneliti lebih lanjut tindak tutur ilokusi yang terjadi dalam interaksi penjual dan pembeli di Rumah Batik Cipaku dan bentuk ilokusi yang terdapat dalam interaksi penjual dan pembeli di Rumah Batik Cipaku.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan di atas, permasalahan dari penelitian ini dirumuskan dalam bentuk pertanyaan penelitian sebagai berikut.

- 1) Jenis dan bentuk tindak tutur ilokusi apa yang terdapat dalam

interaksi penjual dan pembeli di Rumah Batik Cipaku?

- 2) Bagaimana respons pembeli terhadap tuturan penjual dalam interaksi penjual dan pembeli di Rumah Batik Cipaku?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dipaparkan di atas penelitian ini bertujuan untuk :

- 1) Mengetahui jenis dan bentuk tindak tutur ilokusi dalam interaksi penjual dan pembeli di Rumah Batik Cipaku.
- 2) Mendeskripsikan respons pembeli terhadap tuturan penjual dalam interaksi penjual dan pembeli di Rumah Batik Cipaku.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dan memberikan kontribusi secara teoretis maupun secara praktis. Secara teoretis, penelitian ini diharapkan dapat mengisi rumpang di bidang linguistik, khususnya kajian sosiopragmatik dalam jenis dan bentuk tindak tutur ilokusi yang terjadi antara penjual dan pembeli di Rumah Batik Cipaku dan respons pembeli terhadap tuturan penjual.

Adapun secara praktis, penelitian ini bermanfaat bagi masyarakat umum hasil penelitian dapat dijadikan bahan rujukan dalam mengenal batik Cipaku sebagai referensi batik lokal. Bagi pelaku industri batik: Hasil penelitian dapat menjadi acuan dalam mengembangkan strategi komunikasi pemasaran yang lebih efektif, dengan mempertimbangkan aspek sosiolinguistik. Bagi para linguistik menjadi bahan referensi dalam fenomena bahasa pada tindak tutur ilokusi pembeli dan penjual di Rumah Batik Cipaku. Bagi mahasiswa linguistik menjadi bahan referensi

mengenai bentuk ilokusi dalam tuturan pada tindak tutur pembeli dan penjual di Rumah Batik Cipaku.

### **1.5 Definisi Operasional**

Untuk memudahkan pemahaman cakupan analisis data dan pembahasannya, beberapa istilah kata kunci digunakan dalam penelitian ini. Berikut merupakan penjabaran mengenai definisi:

- 1) Sociolinguistik menurut Sumarsono (2010) menjelaskan sosio adalah masyarakat, linguistik adalah kajian bahasa. Jadi, sociolinguistik adalah kajian tentang bahasa yang dikaitkan dengan kondisi kemasyarakatan.
- 2) Pragmatik definisi menurut Levinson dalam (Yuniarti 2014) adalah kajian mengenai penggunaan bahasa atau kajian bahasa dan perspektif fungsional. Kajian ini mencoba menjelaskan aspek-aspek struktur bahasa dengan mengacu ke pengaruh-pengaruh dan sebab-sebab nonbahasa. Pendapat lainnya menyatakan bahwa pragmatik adalah ilmu yang mengkaji makna tuturan.
- 3) Sociopragmatik menurut Leech dalam (Adnan 2021) bahwa kajian ini bergerak ke luar bahasa dengan meninjau dari aspek sosial dilakukan melalui sociopragmatik. Sociopragmatik tak dapat lepas dari pragmatik dan juga merupakan pertemuan antara sosiologi dan pragmatika. Dengan kata lain, socio-pragmatik lebih mengarah pada kajian pragmatik yang berkaitan dengan kondisi sosial tertentu.
- 4) Definisi Penjual menurut KBBI adalah orang yang menjual (baju, sayur, dan sebagainya).
- 5) Definisi Pembeli menurut KBBI adalah orang yang membeli (baju, sayur, dan sebagainya).



- 6) Tindak tutur : Merupakan sebuah tuturan yang memiliki dan membawa sebuah daya fungsi tertentu dalam sebuah proses komunikasi. Tindak tutur terbagi menjadi tiga jenis tuturan yakni lokusi (saat kita ingin mengujarkan sesuatu sama dengan apa yang dilakukan), ilokusi (mengujarkan sesuatu yang dilakukan), dan perlokusi (dicapai dengan mengujarkan sesuatu). Dalam teori tindak tutur ilokusi Searle dalam Tarigan (2009) mengklasifikasikan bahwa tindak tutur ilokusi terbagi menjadi lima kriteria jenis, yakni: tindak tutur ilokusi asertif, direktif, komisif, ekspresif, dan deklaratif. Tindak tutur harus memperhatikan penutur, mitra tutur dan kapan terjadinya peristiwa tutur.
- 7) Tindak Tutur Ilokusi: Tindakan yang dilakukan melalui ujaran dengan maksud tertentu, seperti memerintah, menyarankan, berjanji, atau meminta maaf
- 8) Definisi Respons: Menurut Rakhmat (1999) terjadinya respons hasil yang ditimbulkan oleh suatu stimulus merupakan hasil dari adanya stimulus atau perangsang ucapan berupa tanggapan dari mitra tutur terhadap tuturan penutur dalam interaksi percakapan.
- 9) Konteks, pengertian konteks sendiri adalah semua yang terjadi dalam tuturan dan dimaksudkan untuk jadi referensi ketika bertutur dan memahami maksud tuturan. Yang dimaksud di sini adalah peranan dan hubungan yang menjadi bagian dari pembentuk makna. Saifudin (2019) mengemukakan konteks adalah menentukan makna dan maksud suatu ujaran.
- 10) Interaksi Jual-Beli: Proses komunikasi dan transaksi antara penjual dan pembeli dalam konteks perdagangan batik.

- 11) Rumah Batik Cipaku merupakan toko batik yang berlokasi di Kota Bandung. Toko batik ini menawarkan berbagai macam jenis kain dan motif batik khas Indonesia dan berbagai daerah di Provinsi Jawa Barat.
- 12) Batik : Definisi batik berdasarkan UNESCO dalam (Tresnadi dan Ratuannisa 2023) menunjukkan tertutupnya kemungkinan terciptanya karya-karya baru di bidang batik (visual) yang tidak melibatkan malam panas dan canting kemudian dapat disebut sebagai karya batik.

## **1.6 Struktur Penulisan Tesis**

Struktur penulisan penelitian ini disusun berdasarkan urutan pemaparan yang dimulai dari bab I sampai bab V secara sistematis. Berikut ini merupakan uraian dari struktur penulisan penelitian ini.

### **BAB 1 Pendahuluan**

Pada bab ini dipaparkan latar belakang dan masalah yang mendasari penelitian dan menjadi latar belakang. Kemudian peneliti merumuskan rumusan masalah berisi masalah yang akan diteliti dan ditulis dalam bentuk pertanyaan. Serta memaparkan tujuan penelitian, manfaat penelitian secara teoretis dan definisi operasional.

### **BAB 2 Kajian Pustaka**

Bab ini berisi uraian teori dari para ahli untuk mendukung penelitian, serta penelitian terdahulu yang relevan sebagai perbandingan untuk menemukan gap penelitian dan kebaruan.

### **BAB 3 Metode Penelitian**

Bab ini berisi metode yang digunakan dalam penelitian. Metode tersebut terdiri dari desain penelitian, objek penelitian, sumber data, teknik

pengumpulan data, dan teknik analisis data.

#### BAB 4 Temuan dan Pembahasan

Dalam bab ini dipaparkan temuan dan hasil analisis data, hasil penelitian dan pembahasan hasil penelitian mengacu pada teori yang digunakan.

#### BAB 5 Simpulan, Keterbatasan Penelitian, Implikasi Penelitian, dan Rekomendasi

Dalam bab ini dijelaskan kesimpulan penelitian secara keseluruhan berdasarkan hasil analisis, serta keterbatasan penelitian selama penelitian berlangsung. Implikasi dan rekomendasi untuk penelitian selanjutnya.