

BAB 5

SIMPULAN, IMPLIKASI, DAN SARAN

Bab ini berisi kesimpulan dari temuan penelitian dan pembahasan mengenai tindak tutur ilokusi dalam interaksi antara penjual dan pembeli yang telah dipaparkan pada Bab IV. Bab ini juga memaparkan keterbatasan penelitian, implikasi penelitian terhadap bidang linguistik dan kajian jenis tindak tutur ilokusi, bentuk, dan respons pembeli serta memberikan rekomendasi bagi penelitian selanjutnya mengenai kajian tindak tutur.

5.1 Simpulan

Dari hasil analisis yang telah dilakukan, ditemukan lima tindak tutur asertif, komisif, direktif, ekspresif, dan deklaratif sesuai dengan yang dikemukakan oleh Searle (1984). Jenis tindak tutur ilokusi yang muncul yaitu, Asertif, yaitu 49,62% dengan kemunculan 262 kali. Tuturan direktif 19,88% dengan kemunculan 105 kali. Tuturan ekspresif muncul 123 kali dengan persentase 23,29%. Pada tuturan komisif muncul 5 kali dengan persentase 0,95% dan yang terakhir tuturan deklaratif dengan kemunculan 33 kali persentase 6,25%. Tuturan asertif yang lebih sering digunakan oleh penjual dapat diindikasikan sebagai strategi kepada pembeli. Tuturan asertif juga memiliki untuk menyampaikan informasi, menyatakan fakta, atau menggambarkan sesuatu.

Dalam konteks jual beli, tuturan asertif digunakan untuk menjelaskan produk, manfaat, harga, dan informasi lain tentang produk yang dijual. Penjual juga menggunakan tuturan asertif untuk memberikan instruksi kepada pembeli, seperti mencoba baju yang sesuai ukuran atau cara pembayaran. Selain itu penjual menggunakan tuturan asertif untuk menjawab pertanyaan pembeli tentang produk, harga, atau hal lain yang terkait dengan transaksi jual beli. Tuturan asertif juga umumnya lebih singkat dan padat dibandingkan dengan jenis tindak tutur ilokusi lainnya. Hal ini penting dalam konteks jual beli, di mana penjual dan pembeli ingin

berkomunikasi dengan cepat dan efisien. Dominasi tuturan asertif (49,62%) dalam interaksi penjual-pembeli di Rumah Batik Cipaku mencerminkan karakteristik unik dari konteks jual-beli ini. Pola pembeli yang muncul terjadi karena beberapa faktor: kekeperluan informasi, nilai budaya batik, penggunaan tuturan asertif memungkinkan penjual untuk mengedukasi pembeli tentang aspek-aspek ini, meningkatkan apresiasi terhadap produk, strategi penjualan, Penyampaian fakta dan informasi melalui tuturan asertif dapat membangun kredibilitas penjual dan kepercayaan pembeli, yang penting dalam penjualan produk bernilai tinggi seperti batik. Berdasarkan hasil analisis ditemukan juga bentuk kalimat dari tindak tutur ilokusi yang didapatkan dalam percakapan ini yaitu deklaratif, imperatif, dan interogatif dengan jumlah 551. Bentuk deklaratif 386 kali, interogatif 129 kali, dan imperatif 59 kali. Bentuk yang paling mendominasi adalah deklaratif sebanyak 386 kali dengan persentase sebanyak 67,25 %. Penutur banyak memberikan suatu informasi atau berita terhadap mitra tutur terkait jenis kain batik dan juga harganya. Bentuk kalimat ini juga menyampaikan fakta tentang produk dan harga. Disimpulkan bahwa penggunaan kalimat deklaratif ini bertujuan untuk memberikan informasi kepada mitra tutur.

Jenis respons pembeli terhadap tuturan direktif penjual pada penelitian ini terdapat 4 respons yaitu menolak langsung, menolak tidak langsung, melaksanakan langsung, dan melaksanakan tidak langsung. Hasil yang ditemukan pada respons menolak langsung dengan frekuensi 8 kali persentase sebesar 16,67%. Untuk respons menolak tidak langsung dengan frekuensi sebanyak 7 kali persentase sebesar 14,58%. Pada respons melaksanakan langsung terlihat sebanyak 17 kali dengan persentase sebesar 35,42% . Pada respons melaksanakan tidak langsung ditemukan sebanyak 16 kali dengan persentase sebesar 33,33%. Respons pembeli terhadap tuturan penjual didominasi oleh respons melaksanakan langsung karena efisiensi komunikasi. Dalam transaksi jual beli, seringkali pembeli ingin transaksi yang cepat melaksanakan untuk menghemat waktu dan menghindari komunikasi yang tidak perlu. Apalagi jika pembeli yang memang dari awal sudah mengetahui

batik mana yang akan dibeli. Selanjutnya juga disebabkan kebiasaan sosial ada kebiasaan untuk segera merespons permintaan dari penjual sebagai bentuk kesopanan dan kelancaran transaksi. Dari hasil penelitian juga tuturan penjual yang

persuasif dapat mendorong pembeli untuk segera bertindak tanpa banyak pertimbangan. Konteks situasi jual beli juga mempunyai peranan penting.

5.2 Implikasi

Implikasi dari hasil penelitian mengenai tindak tutur ilokusi beserta responsnya memiliki beberapa aspek seperti Pendidikan, sosial, dan budaya. Implikasi praktis ini penting bagi penjual, karena ini memiliki dampak langsung pada aktivitas jual beli sehari-hari. Dari penelitian disini penggunaan tuturan asertif yang efektif Ini mengimplikasikan bahwa penjual perlu mengembangkan kemampuan mereka dalam menggunakan tuturan asertif secara efektif. Penjual dapat meningkatkan keterampilan mereka dalam menjelaskan produk dengan jelas dan ringkas. Penjual juga menyampaikan fakta dan menjawab pertanyaan pembeli dengan informasi yang akurat.

Untuk implikasi Pendidikan, hasil penelitian dapat digunakan sebagai materi pembelajaran bahasa, khususnya dalam konteks sosiopragmatik dan kajian linguistik. Untuk implikasi sosial dapat digunakan untuk pelatihan komunikasi efektif bagi penjual atau pelaku bisnis agar lebih berkembang usahanya melihat dari tindak tutur. Untuk implikasi budaya, memberikan wawasan tentang bagaimana nilai-nilai budaya tercermin dalam pola komunikasi jual beli, khususnya dalam konteks penjualan batik yang merupakan produk budaya. Selain itu dapat juga mengenalkan sejarah batik tersebut. Seperti penjelasan motif dan juga perbedaan antara kain batik tulis dan print.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Keterbatasan penelitian ini terletak pada alat perekam suara dan teknis pengambilan rekaman. Alat perekam suara digital digunakan menyesuaikan dengan kedatangan pembeli. Ada pun pembeli yang datang tidak dapat diprediksi waktu kedatangannya dan tidak selalu datang secara berurutan. Dengan demikian, alat perekam digital dinyalakan ketika interaksi penjual dan pembeli akan dimulai. Proses penggunaan alat perekam suara digital yang digunakan tidak dapat meredam suara bising di sekitar sehingga percakapan tidak terekam dengan baik. Hal tersebut dapat memengaruhi proses transkripsi karena suara tidak terdengar dengan jelas

5.4 Saran

Berdasarkan hasil dan keterbatasan penelitian, penelitian selanjutnya disarankan untuk menggunakan alat perekam suara yang memadai dan lebih baik untuk proses perekaman. Dengan demikian, percakapan dapat direkam dengan baik dari awal hingga akhir. Selain itu pemilihan alat perekam suara digital yang dapat meredam suara bising di sekitar. Hasil rekaman yang baik dapat membantu mempermudah proses transkripsi tuturan. Penelitian ini membahas mengenai jenis tindak tutur ilokusi, bentuk serta responsnya dalam ruang lingkup jual beli. Penelitian ini dapat dikaji dalam berbagai ruang lingkup lainnya, sehingga dapat memiliki perspektif dari berbagai ruang lingkup yang lebih luas. Hal tersebut dapat menggali lebih dalam bagaimana tuturan mempengaruhi suatu tindakan pada jual beli. Untuk penelitian selanjutnya juga dapat perbandingan dengan konteks jual beli di berbagai setting yang berbeda (misalnya, *online* dan *offline*, pasar modern dan tradisional).