

BAB V

KESIMPULAN, IMPLIKASI DAN REKOMENDASI

Dalam bab terakhir, peneliti menyajikan tiga bagian pada bab ini yakni kesimpulan, implikasi, dan rekomendasi berdasarkan hasil penelitian yang telah dilaksanakan.

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan sejumlah temuan penelitian yang diuraikan pada bahasan sebelumnya, maka dapat disimpulkan bahwa strategi tindak tutur yang paling banyak ditemukan dalam kedua *platform e-commerce* tersebut adalah strategi mengeluh *Annoyances*. Tindak tutur mengeluh yang paling banyak ditemukan pada dua laman *platform e-commerce* adalah *annoyances*. Hal ini disebabkan oleh beberapa faktor, diantaranya adalah konsumen atau penutur yang menuliskan keluhannya pada laman penyedia ulasan *platform e-commerce* biasanya mengeluhkan lebih dari satu isi keluhan, sehingga lebih cepat dan mudah jika hanya menuliskan keluhan dalam bentuk kondisi-kondisi yang tidak menyenangkan dalam kalimat yang singkat (Puksi, 2016).

Tindak tutur mengeluh *Hints* merupakan strategi yang paling sering kedua direalisasikan oleh konsumen pada dua laman *platform e-commerce*. Strategi yang paling kecil resikonya dalam pengancaman wajah. Strategi ini tidak berusaha secara langsung menunjukkan keluhan sehingga dapat dianggap sebagai strategi yang paling lemah dalam tindak tutur mengeluh. Strategi mengeluh *hints* merupakan strategi yang paling sering kedua direalisasikan oleh konsumen pada laman ulasan *platform e-commerce*. Strategi ini meskipun kurang efektif untuk menjelaskan isi keluhan, tetapi dapat sangat berguna untuk menjaga wajah pihak mitra tutur yang dalam hal ini toko Supermassive Indonesia (Puksi, 2016).

Dari sisi penjual, respon dari penjual untuk menanggapi keluhan konsumen lebih sering direalisasikan lewat aspek perlokusi ‘memberitahu’ atau *bring hearer to know*’.

Di sisi lain, tidak terlihatnya perbandingan antara strategi tindak tutur mengeluh yang direalisasikan konsumen pada laman ulasan toko di *platform e-commerce* Tokopedia dan Shopee. Pada kedua *platform e-commerce* tersebut, konsumen memiliki kecenderungan untuk merealisasikan keluhannya dengan strategi mengeluh *Annoyances* sebagai strategi yang paling sering direalisasikan dan *Explicit blame (person)* sebagai strategi yang paling jarang direalisasikan.

Kecenderungan respon penjual terhadap keluhan konsumen berkaitan erat dengan *face threatening act* dan *power relation*. Dalam hal *face threatening act*, semakin tingginya pengancaman wajah dari keluhan yang direalisasikan oleh konsumen, aspek perlokusi yang dipilih oleh penjual sebagai respon cenderung ‘mempermalukan’ dan ‘menjengkelkan’ konsumen. Hal tersebut berkaitan dengan strategi keluhan yang paling jarang direalisasikan oleh konsumen adalah strategi dengan pengancaman wajah yang tinggi. Hal tersebut pun selaras dengan semakin rendahnya pengancaman wajah dari strategi yang direalisasikan oleh konsumen berkaitan dengan respon dari penjual. Strategi *Annoyances* yang paling sering direalisasikan cenderung direspon dengan aspek perlokusi ‘memberitahu’ di mana pengancaman wajah strategi tersebut tidak terlalu tinggi.

Terakhir, pada hakikatnya, elemen-elemen umum pada pragmatik dan pragmatik siber adalah sama walaupun memiliki perbedaan pada aspek yang melekat pada elemennya. Hal tersebut diperkuat dengan temuan pada strategi mengeluh daring yang dilakukan oleh Puksi (2016) dan Dyah dan Sukyadi (2012) di mana strategi *ill consequences* dan *explicit blame (person)* adalah dua strategi yang paling jarang direalisasikan baik oleh tamu hotel pada laman ulasan daring serta murid EFL pria dan wanita pada konteks kelas luring.

5.2 Implikasi

Dalam pengembangan keilmuan, penelitian ini diharapkan dapat menambah kekayaan penelitian terhadap perkembangan ilmu linguistik, terutama kajian bahasa dan bisnis daring di *platform e-commerce*. Dengan melihat strategi mengeluh yang direalisasikan serta respon penjual terhadap keluhan yang direalisasikan konsumen pada laman ulasan *platform e-commerce* di Indonesia, diharapkan menjadi hal yang dapat lebih dikembangkan nantinya dalam penelitian berikutnya.

Emier Abdul Fiqih P, 2022

TINDAK TUTUR MENGELUH KONSUMEN DAN RESPON PENJUAL PADA LAMAN ULASAN PLATFORM E-COMMERCE

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Manfaat praktis yang diperoleh dari penelitian ini berguna untuk memberikan pengetahuan dan wawasan baru kepada masyarakat mengenai adanya ketimpangan kuasa antara konsumen dan penjual pada *platform e-commerce* yang salah satunya terlihat pada laman ulasan. Maka diharapkan penelitian ini dapat menjadi acuan bagi peneliti yang berminat dalam bidang linguistik khususnya pragmatik dan bisnis seperti *platform e-commerce*.

Penelitian ini dapat memperkaya literatur mengenai penelitian dalam ranah pragmatik khususnya dalam kajian tindak tutur mengeluh. Penelitian ini juga dapat bermanfaat bagi pihak toko yang berjualan di *platform e-commerce* dalam menentukan strategi pemasaran. Melalui penelitian ini, pihak toko dapat mengenali berbagai strategi keluhan yang direalisasikan oleh konsumen dan bagaimana respon yang sesuai terhadap keluhan yang direalisasikan oleh konsumen tersebut berdasarkan strategi tindak tutur mengeluh sehingga citra toko dapat terjaga dapat menambah kesan positif yang mampu menarik calon konsumen potensial untuk membeli produk di masa yang akan datang.

5.3 Rekomendasi

Peneliti menyadari bahwa adanya kekurangan dalam penelitian ini. Oleh karena itu, ada beberapa rekomendasi yang peneliti ajukan bagi peneliti lain dan masyarakat akademik yang berminat untuk melakukan kajian serupa. Adapun rekomendasi yang peneliti ajukan adalah sebagai berikut ini.

1. Penelitian lain dapat mengangkat pengaruh keluhan pada laman ulasan produk *platform e-commerce* dengan keputusan seseorang dalam membeli suatu produk.
2. Pada penelitian ini, peneliti hanya meneliti strategi tindak tutur mengeluh pada dua *platform e-commerce*. Maka peneliti merekomendasikan peneliti lain untuk meneliti tindak tutur lain.
3. Peneliti merekomendasikan peneliti lain untuk meneliti tentang tindak tutur mengeluh pada media lainnya.
4. Peneliti merekomendasikan peneliti lain untuk menggunakan teori yang berbeda sehingga dapat terlihat komparasi dengan penelitian ini dan tindak tutur mengeluh yang direalisasikan pada *platform e-commerce*.

5. Peneliti merekomendasikan peneliti lain untuk meneliti tentang *register* keformalan dari sisi penjual.
6. Peneliti merekomendasikan peneliti lain untuk menganalisis konteks dari ketidaksantunan warganet Indonesia yang dilaporkan oleh Microsoft.
7. Peneliti merekomendasikan peneliti lain untuk menganalisis lebih jauh seputar tingkatan keluhan yang bisa berakibat penutur terjerat sanksi pidana.
8. Peneliti merekomendasi penelitian lanjutan mengenai hubungan antara tingkatan *face threatening act* keluhan dengan respon penjual terhadap keluhan tersebut.