



Analisis Kesantunan Berbahasa dan Tindak Tutur Pegawai Toko di Plaza Medan Fair

Analysis of Language Politeness and Speech Acts of Shop Employees at Medan Fair Plaza

**Amanda Fayrisha Nasution¹, Dinda Syakira², Belia Mutiara Br. Depari³,
Muhammad Ibnu Adani⁴, Vincjaj Lestari Surbakti⁵**

Universitas Negeri Medan

Email: amanda.3243121011@mhs.unimed.ac.id¹, dindasyakira.3241121031@mhs.unimed.ac.id², beliadepari6@gmail.com³, ibnuadani.3243121053@mhs.unimed.ac.id⁴, vincentiajajae@gmail.com⁵.

Article Info

Article history:

Received : 27-05-2026

Revised : 29-05-2026

Accepted : 01-06-2026

Published : 03-06-2026

Abstract

This study aims to analyze language politeness and speech act types used by store employees in customer service interactions at Plaza Medan Fair. The study employed a descriptive qualitative approach, with data collected through observation, interviews, and field notes at five stores: Stroberi, Oh Some, Teh Poci, Miniso, and Matahari. The theoretical framework is based on Searle's (1979) speech act theory and language politeness principles proposed by Rahardi (2018) and Pranowo (2015). The findings reveal that store employees employed four types of speech acts: directive, representative, expressive, and commissive. Directive speech acts were the most dominant, followed by representative, expressive, and commissive. Significant differences were found in the quality of speech act use among employees across stores. Matahari and Teh Poci employees demonstrated the most effective communication patterns by actively combining various speech act types in a warm and professional manner, while Stroberi employees showed the most limited communication patterns, characterized by minimal initiative and lack of friendly expression. This study concludes that polite and communicative language use significantly influences the quality of customer service and the overall shopping experience.

Keywords: *language politeness, speech acts, customer service*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan menganalisis kesantunan berbahasa dan jenis tindak tutur yang digunakan pegawai toko dalam interaksi pelayanan konsumen di Plaza Medan Fair. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data berupa menyimak, wawancara, dan pencatatan pada lima toko, yaitu Stroberi, Oh Some, Teh Poci, Miniso, dan Matahari. Landasan teori yang digunakan adalah teori tindak tutur Searle (1979) dan prinsip kesantunan berbahasa menurut Rahardi (2018) dan Pranowo (2015). Hasil penelitian menunjukkan bahwa pegawai toko menggunakan empat jenis tindak tutur, yaitu direktif, representatif, ekspresif, dan komisif. Tindak tutur direktif merupakan jenis yang paling dominan, diikuti tindak tutur representatif, ekspresif, dan komisif. Terdapat perbedaan yang signifikan dalam kualitas penggunaan tindak tutur antarpegawai toko. Pegawai Matahari dan Teh Poci menunjukkan pola komunikasi yang paling efektif dengan menggabungkan berbagai jenis tindak tutur secara aktif, hangat, dan profesional, sedangkan pegawai Stroberi menunjukkan pola komunikasi yang paling terbatas dengan minimnya inisiatif dan ekspresi keramahan. Penelitian ini menyimpulkan bahwa penggunaan bahasa yang santun dan komunikatif berpengaruh signifikan terhadap kualitas pelayanan konsumen dan kepuasan berbelanja.

Kata Kunci: Kesantunan Berbahasa, Tindak Tutur, Pelayanan Konsumen



PENDAHULUAN

Bahasa adalah alat utama yang dipakai manusia untuk berkomunikasi dan menjalin hubungan sosial di berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam kegiatan perdagangan dan pelayanan jasa. Dengan menggunakan bahasa, seseorang tidak hanya berbagi informasi, tetapi juga mengekspresikan sikap, nilai, serta cara berkomunikasi yang dapat memengaruhi hubungan antara pembicara dan lawan bicaranya. Dalam layanan pelanggan, penggunaan bahasa yang sopan sangat penting untuk menciptakan komunikasi yang efektif, nyaman, dan harmonis antara karyawan toko dan konsumen (Pranowo, 2015).

Kesantunan dalam berbahasa adalah aspek pragmatik yang berhubungan dengan cara pembicara menjaga hubungan sosial dengan menggunakan bahasa yang sesuai dengan norma dan etika komunikasi. Kesantunan tidak hanya terlihat dari pilihan kata yang digunakan, tetapi juga dari cara menyampaikan maksud, menghargai lawan bicara, serta memperhatikan situasi dan konteks komunikasi yang sedang terjadi (Rahardi, 2018). Di dalam suasana pusat perbelanjaan modern, etika berkomunikasi menjadi elemen penting dalam kualitas pelayanan, sebab interaksi antara karyawan toko dan pelanggan terjadi secara intensif setiap harinya.

Selain sopan santun dalam berbahasa, studi pragmatik juga menekankan pada tindak tutur sebagai jenis tindakan yang dilakukan melalui ucapan. Teori tindak tutur menjelaskan bahwa setiap kali seseorang berbicara, ada tujuan tertentu di balik ucapannya. Tujuan tersebut bisa berupa meminta, menawarkan, memberikan perintah, memberikan informasi, mengucapkan terima kasih, atau meminta maaf. Dalam aktivitas pelayanan toko, pegawai menggunakan berbagai jenis ucapan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan, memberikan informasi tentang produk, menawarkan barang, serta menjawab pertanyaan dan keluhan dari konsumen (G, 2017). Karena itu, analisis tindak tutur bisa memberikan pemahaman tentang strategi komunikasi yang diterapkan oleh pegawai saat melaksanakan tugas pelayanan.

Plaza Medan Fair adalah salah satu mal terbesar di Kota Medan yang menjadi lokasi pertemuan berbagai latar belakang sosial, budaya, dan bahasa. Interaksi yang terjadi di tempat tersebut melibatkan karyawan toko dan pelanggan dengan berbagai karakteristik, sehingga menciptakan variasi dalam penggunaan bahasa yang menarik untuk diteliti. Dalam pelaksanaannya, karyawan toko diharapkan untuk berbicara dengan cara yang komunikatif, sopan, dan meyakinkan agar dapat memberikan pelayanan yang baik dan menciptakan kepuasan bagi pelanggan. Meskipun begitu, perbedaan latar belakang individu dan situasi komunikasi bisa memengaruhi cara kesantunan berbahasa serta jenis tindak tutur yang digunakan.

Beberapa studi sebelumnya menunjukkan bahwa kesopanan dalam berbahasa dan tindakan berbicara sangat berperan dalam membangun komunikasi yang efektif di sektor pelayanan. Penelitian yang dilakukan oleh Damayanti, Suryaningsih, Kasmawati, dan Fajriani (2023) menunjukkan bahwa penggunaan tindak tutur ekspresif yang sopan dapat memperkuat hubungan sosial antara pembicara dan lawan bicara dalam kegiatan jual beli. Penelitian lainnya juga menunjukkan bahwa prinsip kesantunan dalam berbahasa memiliki peran penting dalam keberhasilan komunikasi dan dapat meningkatkan kenyamanan dalam interaksi di layanan publik (Nurfamily, 2015). Temuan-temuan ini menunjukkan bahwa studi tentang kesopanan berbahasa dan tindak tutur masih sangat penting untuk dikembangkan dalam berbagai konteks komunikasi, termasuk di area pusat perbelanjaan modern.



Walaupun banyak penelitian telah dilakukan tentang kesantunan dalam berbahasa dan tindak tutur, studi yang secara khusus mengkaji interaksi antara karyawan toko dan pelanggan di Plaza Medan Fair masih tergolong sedikit. Sebenarnya, lingkungan pusat perbelanjaan memiliki cara berkomunikasi yang berbeda jika dibandingkan dengan pasar tradisional atau lembaga pelayanan lainnya. Karena itu, penelitian ini sangat penting untuk menggambarkan berbagai bentuk kesantunan dalam berbahasa yang digunakan oleh pegawai toko dan untuk mengidentifikasi jenis-jenis tindak tutur yang muncul selama interaksi pelayanan kepada pelanggan di Plaza Medan Fair.

Berdasarkan penjelasan, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penggunaan bahasa yang sopan dan cara berkomunikasi para pegawai di toko-toko Plaza Medan Fair. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan bagi pengembangan studi pragmatik, terutama yang berkaitan dengan kesopanan dalam berbahasa dan tindakan komunikasi dalam konteks layanan perdagangan. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi bagi para pelaku usaha untuk meningkatkan kualitas komunikasi layanan kepada pelanggan.

TINJAUAN PUSTAKA

1. Hakikat Kesantunan Berbahasa

Kesopanan dalam berbahasa adalah salah satu aspek penting dalam studi pragmatik, yang berkaitan dengan cara penggunaan bahasa yang sesuai dengan norma sosial dan etika komunikasi yang ada dalam masyarakat. Kesantunan dalam berbahasa tidak hanya melihat pada tepatnya penggunaan bahasa, tetapi juga memperhatikan perasaan, posisi, dan hubungan sosial antara pembicara dan lawan bicaranya. Dengan menggunakan bahasa yang sopan, komunikasi dapat dilakukan dengan baik, berjalan harmonis, dan mengurangi kemungkinan terjadinya konflik atau kesalahpahaman dalam interaksi sosial (Pranowo, 2015).

Menurut Rahardi (2018), kesantunan dalam berbahasa adalah cara berkomunikasi yang mencerminkan rasa hormat kepada lawan bicara dengan memilih bentuk bahasa yang tepat sesuai dengan situasi komunikasi. Kesantunan ditunjukkan dengan menggunakan kata-kata yang ramah, nada bicara yang baik, serta sikap menghormati orang yang diajak berbicara. Dalam pelayanan pelanggan, cara berbahasa yang sopan menjadi salah satu tanda kualitas layanan, karena dapat menciptakan kenyamanan dan kepuasan bagi konsumen (Rahardi, 2018).

2. Tindak Tutur

Tindak tutur adalah suatu tindakan yang dilakukan oleh seseorang melalui ucapan saat berkomunikasi. Konsep tindak tutur pertama kali dikenalkan oleh Austin dan selanjutnya dikembangkan oleh Searle. Menurut Yule (2017), tindak tutur adalah tindakan yang dilakukan oleh pembicara saat mengucapkan suatu pernyataan dengan tujuan tertentu. Dengan demikian, setiap pernyataan yang diucapkan tidak hanya sekadar kumpulan kata, tetapi juga memiliki maksud dan tujuan tertentu.

Dalam perkembangan teorinya, Searle (1979) membagi tindak tutur ilokusi menjadi lima kategori, yaitu:

- a. Tindak tutur representatif; adalah jenis tuturan yang digunakan untuk menyatakan atau menjelaskan suatu keadaan. Dalam hal ini, orang yang berbicara terikat pada kebenaran



informasi yang mereka sampaikan. Contohnya adalah menyatakan, melaporkan, menjelaskan, dan menginformasikan.

- b. Tindak tutur direktif; adalah jenis tuturan yang bertujuan untuk mempengaruhi lawan bicara agar melakukan tindakan tertentu. Bentuknya bisa berupa perintah, permintaan, saran, ajakan, atau pertanyaan.
- c. Tindak tutur komisif; adalah jenis tuturan yang menunjukkan kesungguhan penutur untuk melakukan suatu tindakan di masa depan, seperti membuat janji, memberikan tawaran, atau mengucapkan sumpah.
- d. Tindak tutur ekspresif; adalah bentuk tuturan yang digunakan untuk menunjukkan sikap atau perasaan pembicara terhadap suatu situasi. Contohnya termasuk ungkapan terima kasih, permintaan maaf, pujian, dan ucapan selamat.
- e. Tindak Tutur Deklaratif; adalah bentuk tuturan yang bisa mengubah status atau situasi tertentu hanya dengan mengucapkan kata-kata, seperti saat seseorang membuat keputusan, memberikan pengesahan, atau menetapkan sesuatu (Searle, 1979).

Dalam hubungan antara pegawai toko dan pelanggan, berbagai jenis ungkapan sering dipakai untuk memberikan informasi tentang produk, menawarkan barang, menjawab pertanyaan dari pelanggan, hingga mengucapkan terima kasih setelah transaksi selesai.

3. Interaksi Pegawai Toko dalam Pelayanan Pelanggan

Pelayanan pelanggan adalah proses di mana penyedia layanan berinteraksi dengan konsumen untuk memenuhi kebutuhan dan memberikan kepuasan kepada pelanggan. Dalam proses itu, komunikasi menjadi faktor yang sangat penting karena dapat menentukan keberhasilan layanan yang diberikan (Tjiptono, 2019).

Karyawan toko berfungsi sebagai wakil perusahaan saat berinteraksi dengan pelanggan. Karena itu, kemampuan menggunakan bahasa yang sopan dan efektif adalah salah satu keterampilan yang perlu dimiliki. Komunikasi yang efektif dapat memperbesar kepercayaan pelanggan, memperkuat ikatan antara penjual dan pembeli, serta menciptakan pengalaman berbelanja yang menyenangkan (Kasmir, 2017).

Di dalam suasana pusat perbelanjaan modern seperti Plaza Medan Fair, interaksi pelayanan biasanya ditandai dengan penggunaan ucapan direktif untuk menawarkan produk, ucapan representatif untuk memberikan informasi, ucapan ekspresif untuk menyampaikan ucapan terima kasih, dan ucapan komisif untuk memberikan jaminan pelayanan kepada pelanggan. Oleh sebab itu, penting untuk menganalisis kesantunan dalam berbahasa dan tindakan pegawai toko agar kita bisa memahami pola komunikasi yang terjadi selama aktivitas pelayanan tersebut.

METODE PENELITIAN

1. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Metode deskriptif kualitatif digunakan untuk mendeskripsikan, menggambarkan, serta menganalisis penggunaan tindak tutur pegawai toko dalam interaksi pelayanan kepada konsumen. Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian ini berfokus pada penggunaan bahasa secara alami dalam situasi



komunikasi sehari-hari, khususnya dalam kegiatan jual beli di lingkungan pusat perbelanjaan. Melalui metode ini, peneliti dapat memahami bentuk-bentuk tindak tutur yang digunakan pegawai toko, seperti tindak tutur direktif, representatif, ekspresif, maupun bentuk tindak tutur lainnya yang muncul saat proses pelayanan berlangsung. Penelitian ini juga bertujuan untuk mengetahui fungsi bahasa yang digunakan pegawai toko ketika menawarkan barang, memberikan informasi, menjawab pertanyaan konsumen, maupun saat membangun komunikasi yang baik dengan pelanggan.

2. Lokasi dan Waktu Penelitian

a. Lokasi Penelitian

Penelitian dilaksanakan di Plaza Medan Fair yang beralamat di Jalan Jenderal Gatot Subroto No. 30, Sekip, Kecamatan Medan Petisah, Kota Medan, Sumatera Utara 20113.

b. Waktu Penelitian

Penelitian dilaksanakan pada pukul 14.00–17.00 WIB.

c. Pemilihan Lokasi Penelitian

Pemilihan lokasi penelitian didasarkan pada aktivitas komunikasi yang cukup aktif antara pegawai toko dan konsumen sehingga memudahkan peneliti memperoleh data tindak tutur. Waktu penelitian dipilih pada jam ramai pengunjung karena interaksi yang terjadi lebih beragam dan alami.

3. Subjek dan Objek Penelitian

a. Subjek Penelitian

Subjek dalam penelitian ini adalah enam orang pegawai toko di Plaza Medan Fair, yaitu:

- 1) Pegawai toko Stroberi
- 2) Pegawai toko Oh Some
- 3) Pegawai Teh Poci
- 4) Pegawai toko Miniso
- 5) Pegawai toko Matahari

b. Objek Penelitian.

Objek dalam penelitian ini adalah tindak tutur pegawai toko saat berinteraksi dan melayani konsumen di Plaza Medan Fair. Subjek penelitian dipilih karena dianggap mampu memberikan data yang berkaitan dengan penggunaan bahasa dalam pelayanan konsumen. Tindak tutur yang diamati meliputi cara pegawai toko menawarkan produk, memberikan informasi, menjawab pertanyaan konsumen, memberikan saran, maupun bentuk komunikasi lainnya yang muncul dalam kegiatan pelayanan.

4. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui beberapa tahap, yaitu sebagai berikut:



a. Teknik Wawancara

Wawancara dilakukan secara langsung kepada pegawai toko untuk memperoleh informasi tambahan mengenai penggunaan bahasa dalam pelayanan konsumen. Wawancara dilakukan secara santai dan tidak formal agar subjek merasa nyaman saat memberikan jawaban. Melalui wawancara ini, peneliti dapat mengetahui alasan penggunaan tuturan tertentu dalam proses pelayanan.

b. Teknik Menyimak

Teknik menyimak dilakukan dengan cara mengamati dan mendengarkan secara langsung percakapan antara pegawai toko dan konsumen di lokasi penelitian. Peneliti menyimak berbagai bentuk tuturan yang digunakan pegawai toko selama proses pelayanan berlangsung. Teknik ini digunakan agar data yang diperoleh bersifat alami dan sesuai dengan kondisi komunikasi sehari-hari.

c. Teknik Catat

Data yang diperoleh melalui proses menyimak kemudian dicatat oleh peneliti. Tuturan-tuturan yang dianggap mengandung tindak tutur dicatat untuk memudahkan proses analisis data. Teknik catat dilakukan untuk membantu peneliti mendokumentasikan data secara lebih rinci dan sistematis.

5. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dalam penelitian ini dilakukan secara bertahap. Adapun langkah-langkah analisis data sebagai berikut:

- a. Mengumpulkan seluruh data tuturan yang diperoleh melalui wawancara, menyimak, dan mencatat.
- b. Mengidentifikasi bentuk-bentuk tindak tutur yang digunakan pegawai toko.
- c. Mengelompokkan data berdasarkan jenis tindak tutur sesuai kajian pragmatik.
- d. Menganalisis fungsi tindak tutur dalam interaksi pelayanan konsumen.
- e. Menarik kesimpulan berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan.

6. Teknik Keabsahan Data

Keabsahan data dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan teknik triangulasi data. Teknik triangulasi dilakukan dengan membandingkan data hasil wawancara, hasil menyimak, dan hasil catatan lapangan sehingga data yang diperoleh menjadi lebih valid dan dapat dipercaya. Dengan teknik ini, peneliti dapat memastikan bahwa data yang digunakan benar-benar sesuai dengan kondisi di lapangan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Berdasarkan penelitian yang dilakukan di Plaza Medan Fair terhadap pegawai toko Stroberi, Oh Some, Teh Poci, Miniso, dan Matahari, ditemukan berbagai bentuk tindak tutur yang digunakan



dalam interaksi pelayanan konsumen. Data diperoleh melalui teknik menyimak, wawancara, dan pencatatan selama proses pelayanan berlangsung.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pegawai toko menggunakan beberapa jenis tindak tutur, yaitu tindak tutur direktif, representatif, ekspresif, dan komisif. Penggunaan tindak tutur tersebut bertujuan untuk memberikan pelayanan yang baik, menyampaikan informasi produk, menawarkan barang, serta membangun hubungan yang positif dengan konsumen.

1. Tindak Tutur Direktif

Tindak tutur direktif merupakan tuturan yang bertujuan memengaruhi atau mengarahkan tindakan konsumen. Jenis tindak tutur ini paling banyak ditemukan dalam interaksi pelayanan di seluruh toko yang diteliti, meskipun dengan kualitas penyampaian yang berbeda-beda. Pegawai Matahari menggunakan tindak tutur direktif secara aktif dan proaktif, sebagaimana tampak pada tuturan berikut.

> Pegawai: "Silakan, Kak, kalau mau lihat-lihat dulu.

> Pegawai: "Parfum ini lagi ada diskon, Kak. Boleh dilihat-lihat dulu, boleh dicoba juga."

Tuturan tersebut menunjukkan bahwa pegawai tidak hanya mengarahkan konsumen, tetapi juga sekaligus memberikan informasi mengenai diskon produk dan mempersilakan konsumen untuk mencoba sebelum membeli. Pendekatan ini mencerminkan pelayanan yang ramah dan berorientasi pada kenyamanan konsumen.

Pegawai Miniso juga menggunakan tindak tutur direktif yang disertai dengan inisiatif membantu, seperti tampak pada percakapan berikut.

> Konsumen: "Kak, tempat minum yang model ini ada?"

> Pegawai: "Sebentar ya, Kak, saya lupa letaknya di bagian mana."

> (Setelah beberapa saat mencari)

> Pegawai: "Oh, ternyata ada di rak sebelah sana."

Meskipun pegawai belum sepenuhnya menguasai letak seluruh produk di toko, inisiatif untuk membantu konsumen mencari barang tetap mencerminkan sikap pelayanan yang responsif. Sementara itu, pegawai Stroberi menunjukkan penggunaan tindak tutur direktif yang sangat terbatas. Interaksi hanya terjadi di kasir setelah proses transaksi hampir selesai, dengan tuturan yang singkat dan tanpa disertai inisiatif mengarahkan konsumen sejak awal.

> Pegawai: (Setelah konsumen selesai membayar, tanpa kontak mata, dengan ekspresi datar)
"Perlu plastik?"

> Konsumen: "Nggak usah, makasih."

> Pegawai: (diam, langsung menyerahkan belanjaan)

2. Tindak Tutur Representatif

Tindak tutur representatif digunakan untuk menyampaikan informasi atau menjelaskan suatu keadaan kepada konsumen. Jenis tindak tutur ini banyak ditemukan pada pegawai Oh



Some dan Matahari. Pegawai Oh Some mampu menjelaskan perbedaan produk secara informatif, sebagaimana terlihat pada percakapan berikut.

- > Konsumen: "Kak, ini bedanya apa ya?" (memegang dua produk body lotion berbeda merek)
- > Pegawai: "Kalau yang ini, Kak, lebih ke pelembap intensif, cocok buat kulit kering. Kalau yang satunya lebih ringan dan cepat meresap, jadi cocok buat kulit normal atau berminyak. Kandungannya juga beda — yang ini ada shea butter-nya, yang itu lebih ke water-based."

Tuturan tersebut menunjukkan kemampuan pegawai Oh Some dalam memberikan informasi yang detail dan relevan mengenai fungsi, kandungan, serta kecocokan produk bagi konsumen. Pegawai Matahari juga menggunakan tindak tutur representatif melalui pendekatan sensoris dengan menyediakan tester produk.

- > Konsumen: "Parfum ini baunya gimana, Kak?"
- > Pegawai: "Boleh dicoba dulu, Kak, ini ada tester-nya." (menyemprotkan ke strip kertas dan memberikan kepada konsumen) "Yang ini aromanya floral-fresh, tahan lama sekitar 6–8 jam. Cocok buat sehari-hari."

Berbeda halnya dengan pegawai Stroberi yang hampir tidak ditemukan menggunakan tindak tutur representatif secara proaktif. Pegawai hanya merespons pertanyaan konsumen secara singkat tanpa memberikan penjelasan tambahan.

- > Konsumen: "Kak, manik-manik tangan pilih sendiri ya?"
- > Pegawai: (ekspresi datar) "Iya."

Tuturan tersebut secara teknis termasuk tindak tutur representatif karena menyampaikan informasi, namun penyampaiannya sangat minim dan tidak disertai upaya membangun interaksi lebih lanjut dengan konsumen.

3. Tindak Tutur Ekspresif

Tindak tutur ekspresif digunakan untuk mengungkapkan sikap atau perasaan penutur terhadap konsumen. Jenis tindak tutur ini paling menonjol ditemukan pada pegawai Teh Poci.

- > Pegawai: "Selamat siang, Kak! Mau pesan yang ukuran berapa?"
- > Konsumen: "Yang sedang saja."
- > Pegawai: "Baik, Kak!"

Pada kesempatan lain, pegawai Teh Poci juga secara aktif menyampaikan informasi promo dengan antusias.

- > Pegawai: "Halo, Kak! Mau pesan apa hari ini? Ada promo beli dua gratis topping lho, Kak!"
- > Konsumen: "Oh ya? Boleh deh, satu teh poci leci sama satu teh susu."
- > Pegawai: "Sip, Kak! Bentar ya, langsung diproses. Makasih udah mampir!"

Tuturan ekspresif pegawai Teh Poci menunjukkan keramahan yang tulus, disertai intonasi yang hangat dan antusias. Sikap ini menciptakan suasana belanja yang menyenangkan bagi konsumen. Pegawai Matahari juga menggunakan tindak tutur ekspresif secara profesional, terutama saat menyampaikan permintaan maaf disertai solusi alternatif.



> "Maaf, Kak, stok ukuran tersebut sedang habis. Tapi kalau mau, kami bisa cek di cabang lain atau Kakak bisa coba ukuran yang terdekat dulu."

Sebaliknya, tindak tutur ekspresif hampir tidak ditemukan pada pegawai Stroberi. Tidak ada sapaan pembuka, ucapan terima kasih, maupun ekspresi keramahan lainnya yang muncul selama interaksi berlangsung.

4. Tindak Tutur Komisif

Tindak tutur komisif digunakan ketika pegawai toko menyatakan kesediaan atau komitmen untuk melakukan sesuatu demi membantu konsumen.

> Pegawai Miniso: "Sebentar ya, Kak, saya cek stoknya terlebih dahulu."

> Konsumen: "Ada yang wangi vanilla nggak, Kak?"

> Pegawai Oh Some: "Ada, Kak, tapi mungkin ada di bagian belakang. Saya ambilkan dulu ya, sebentar."

Tuturan tersebut menunjukkan adanya komitmen pegawai untuk melakukan tindakan nyata demi memenuhi kebutuhan konsumen. Meskipun frekuensinya tidak sebanyak tindak tutur direktif dan representatif, tindak tutur komisif memiliki peran penting dalam membangun kepercayaan konsumen.

Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa tindak tutur direktif merupakan jenis tindak tutur yang paling dominan digunakan oleh pegawai toko di Plaza Medan Fair. Hal ini sejalan dengan fungsi utama pegawai toko sebagai pihak yang mengarahkan, menawarkan, dan membantu konsumen dalam memilih produk yang sesuai dengan kebutuhan mereka.

Tindak tutur representatif banyak ditemukan pada pegawai Oh Some dan Matahari. Pegawai Oh Some mampu menjelaskan perbedaan fungsi, kandungan, dan kecocokan produk body lotion secara terperinci sehingga membantu konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian. Pegawai Matahari menggunakan pendekatan sensoris dengan menyediakan tester parfum, yang merupakan strategi komunikasi efektif untuk mempersuasi konsumen secara langsung tanpa terkesan memaksa.

Tindak tutur ekspresif paling menonjol ditemukan pada pegawai Teh Poci yang menunjukkan keramahan tinggi melalui sapaan yang hangat, intonasi yang antusias, serta penyampaian informasi promo secara proaktif. Hal ini mencerminkan budaya pelayanan yang berorientasi pada kenyamanan dan kepuasan pelanggan. Pegawai Matahari juga menggunakan tindak tutur ekspresif secara profesional, khususnya dalam menyampaikan permintaan maaf disertai solusi alternatif ketika produk yang dicari tidak tersedia.

Tindak tutur komisif ditemukan pada pegawai Miniso dan Oh Some yang secara aktif menyatakan kesediaan membantu konsumen, seperti mengecek stok atau mengambilkan produk. Meskipun frekuensinya tidak sebanyak jenis tindak tutur lainnya, tindak tutur komisif berperan penting dalam membangun rasa percaya dan rasa diperhatikan pada diri konsumen.

Secara keseluruhan, terdapat perbedaan yang cukup signifikan dalam kualitas penggunaan tindak tutur antarpegawai toko yang diteliti. Pegawai Matahari menunjukkan pelayanan terbaik dengan kombinasi tindak tutur direktif, representatif, dan ekspresif yang disampaikan secara aktif,



hangat, dan profesional. Pegawai Oh Some dan Teh Poci juga menunjukkan pola komunikasi yang informatif dan ramah, meskipun pada beberapa situasi masih terdapat keterbatasan dalam kelengkapan informasi yang disampaikan. Pegawai Miniso menunjukkan sikap yang ramah dan responsif, namun masih perlu meningkatkan penguasaan terhadap letak dan ketersediaan produk di toko agar pelayanan dapat berjalan lebih efektif.

Sebaliknya, pegawai Stroberi menunjukkan pola komunikasi yang paling terbatas di antara seluruh toko yang diteliti. Interaksi hanya terjadi di meja kasir, tidak ditemukan adanya tindak tutur direktif maupun representatif yang bersifat proaktif, dan tindak tutur ekspresif hampir tidak muncul sama sekali. Ekspresi wajah yang cenderung datar serta minimnya intonasi ramah turut memperlemah kualitas komunikasi pelayanan di toko tersebut.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan bahasa yang tepat, hangat, dan komunikatif berpengaruh signifikan terhadap kualitas pelayanan konsumen. Keberhasilan pelayanan tidak hanya ditentukan oleh kualitas produk yang dijual, tetapi juga oleh kemampuan pegawai dalam menggunakan tindak tutur yang sesuai, informatif, dan ramah di setiap tahap interaksi dengan konsumen.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai tindak tutur pegawai toko di Plaza Medan Fair, dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut.

1. Tindak tutur yang digunakan oleh pegawai toko di Plaza Medan Fair mencakup empat jenis, yaitu tindak tutur direktif, representatif, ekspresif, dan komisif. Keempat jenis tindak tutur tersebut ditemukan dalam interaksi pelayanan konsumen di toko Stroberi, Oh Some, Teh Poci, Miniso, dan Matahari, meskipun dengan frekuensi dan kualitas penggunaan yang berbeda-beda antartoko.
 2. Tindak tutur direktif merupakan jenis tindak tutur yang paling dominan digunakan oleh pegawai toko. Hal ini sejalan dengan fungsi utama pegawai toko sebagai pihak yang mengarahkan, menawarkan, dan membantu konsumen dalam memilih produk yang sesuai dengan kebutuhan mereka.
 3. Terdapat perbedaan yang signifikan dalam kualitas penggunaan tindak tutur antarpegawai toko yang diteliti. Pegawai Matahari menunjukkan kualitas pelayanan terbaik melalui kombinasi tindak tutur direktif, representatif, dan ekspresif yang disampaikan secara aktif, hangat, dan profesional, termasuk penggunaan tester parfum sebagai strategi komunikasi sensoris yang efektif. Pegawai Oh Some unggul dalam tindak tutur representatif dengan kemampuan menjelaskan perbedaan produk secara terperinci. Pegawai Teh Poci menonjol dalam tindak tutur ekspresif melalui keramahan yang tulus dan antusias. Pegawai Miniso menunjukkan sikap responsif melalui tindak tutur komisif, meskipun masih perlu meningkatkan penguasaan terhadap letak produk di toko. Sementara itu, pegawai Stroberi menunjukkan pola komunikasi yang paling terbatas, dengan interaksi yang hanya terjadi di kasir, minimnya inisiatif verbal, serta ekspresi wajah yang cenderung datar dan kurang ramah.
2. Penggunaan bahasa yang tepat, hangat, dan komunikatif terbukti berperan penting dalam menciptakan interaksi pelayanan yang efektif dan menyenangkan bagi konsumen. Keberhasilan pelayanan tidak semata-mata ditentukan oleh kualitas produk yang dijual, melainkan juga oleh



kemampuan pegawai dalam berkomunikasi secara verbal maupun nonverbal di setiap tahap interaksi dengan konsumen.

Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, peneliti mengajukan beberapa saran sebagai berikut.

1. Pertama, bagi pihak manajemen toko Stroberi, disarankan untuk memberikan pelatihan komunikasi dan pelayanan pelanggan secara berkala kepada seluruh pegawai. Pelatihan tersebut perlu mencakup kemampuan menyapa konsumen dengan ramah sejak awal kedatangan, menggunakan tindak tutur direktif dan representatif secara proaktif, serta menampilkan ekspresi wajah dan intonasi suara yang hangat dalam setiap interaksi. Hal ini penting mengingat interaksi yang terjadi di toko Stroberi selama penelitian berlangsung sangat terbatas dan tidak mencerminkan standar pelayanan yang optimal.
2. Kedua, bagi manajemen toko Miniso, disarankan agar pegawai lebih memahami tata letak dan ketersediaan produk di toko sehingga pelayanan dapat berjalan lebih efektif dan efisien. Penguasaan informasi produk merupakan bagian penting dari kompetensi komunikasi pegawai toko yang berdampak langsung pada kepuasan konsumen.
3. Ketiga, bagi seluruh pegawai toko di Plaza Medan Fair, disarankan untuk meningkatkan kesadaran akan pentingnya penggunaan bahasa yang sopan, informatif, dan komunikatif dalam melayani konsumen. Pegawai perlu memahami bahwa tindak tutur yang digunakan tidak hanya berfungsi sebagai alat penyampaian informasi, tetapi juga sebagai sarana membangun kepercayaan dan kenyamanan konsumen yang pada akhirnya berdampak pada loyalitas pelanggan.
4. Keempat, bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk memperluas cakupan penelitian dengan menambahkan variabel komunikasi nonverbal seperti gestur, kontak mata, dan ekspresi wajah yang turut memengaruhi kualitas interaksi pelayanan. Selain itu, penelitian lanjutan dapat dilakukan di pusat perbelanjaan lain di Kota Medan untuk memperoleh gambaran yang lebih komprehensif mengenai pola tindak tutur dalam konteks pelayanan konsumen di berbagai lingkungan ritel.
5. Kelima, bagi dunia akademik, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi dalam kajian pragmatik, khususnya yang berkaitan dengan tindak tutur dalam konteks komunikasi bisnis dan pelayanan. Penelitian ini menunjukkan bahwa pendekatan linguistik dapat memberikan kontribusi nyata dalam memahami dan meningkatkan kualitas komunikasi di sektor perdagangan ritel.

DAFTAR PUSTAKA

- Damayanti, D. S. (2023). Tindak Tutur Ekspresif dan Kesantunan Berbahasa di Pasar Sentral Pangkep. *Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia*.
- G, Y. (2017). *Pragmatik (Terjemahan Indah Fajar Wahyuni)*. Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Kasmir. (2017). *Customer Service Excellent: Teori dan Praktik*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Nurjamily, W. O. (2015). Kesantunan Berbahasa Indonesia dalam Lingkungan Keluarga (Kajian Sosiopragmatik). *Jurnal Humanika*, 3(15), 1-15.
- Pranowo. (2015). *Teori dan Praktik Kesantunan Berbahasa*. Yogyakarta: Amara Books.



Rahardi, R. K. (2018). *Fenomena Ketidaksantunan Berbahasa* . Jakarta: Erlangga.

Searle, J. R. (1979). *Expression and Meaning: Studies in the Theory of Speech Acts*. Cambridge: Cambridge University Press.

Tjiptono, F. (2019). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.