

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Salah satu bentuk kajian pragmatik adalah implikatur. Implikatur merupakan wujud tuturan yang mempunyai makna terselubung dalam percakapannya. Selain itu, implikatur juga dapat diartikan sebagai ujaran yang menyiratkan sesuatu yang berbeda dengan yang sebenarnya. Hal yang berbeda tersebut adalah maksud pembicaraan yang tidak dikemukakan secara eksplisit. Jadi, berdasarkan hal tersebut dapat disimpulkan bahwa implikatur adalah maksud, keinginan atau pernyataan implisit yang disampaikan oleh penutur berupa makna tambahan.

Konsep implikatur percakapan pertama kali dikemukakan oleh Paul Grice pada tahun 1975 dalam artikelnya yang berjudul "*Logic and Conversation*". Grice (1975) menyatakan implikatur adalah sebuah tuturan yang dapat mengimplikasikan proposisi yang bukan merupakan bagian dari tuturan tersebut. Berdasarkan hal tersebut maka implikatur dapat disimpulkan sebagai bentuk tindakan yang digunakan penutur dan lawan tutur untuk menyampaikan tuturan yang mengandung maksud-maksud tertentu dan berbeda dengan struktur bahasa yang digunakan. Dibalik sebuah tuturan implikatur terdapat sebuah implikasi. Implikasi tersebut diartikan sendiri oleh lawan tutur meskipun penutur tidak menjelaskan maksud dari tuturan yang sebenarnya.

Makna tersirat yang diakibatkan dari adanya perbedaaan antara tuturan dengan implikasiya, kadang-kadang dapat menyulitkan penutur untuk memahami maksud suatu tuturan (Mulyana;2001). Berdasarkan hal itu maka implikatur

dipakai untuk menerangkan makna implisit dibalik apa yang diucapkan atau dituliskan sebagai suatu yang diimplikasikan. Dalam hal ini implikatur sebagai salah satu aspek kajian pragmatik memiliki perhatian utama dalam pemakaian bahasa untuk mempelajari maksud atau ucapan sesuai dengan konteksnya.

Dalam penggunaannya makna tersirat seperti hal di atas dapat ditemukan dalam bidang-bidang tertentu, seperti; dalam iklan, budaya, berita, politik, hukum, dan perniagaan. Dalam sebuah lingkungan perniagaan juga terdapat bagian-bagian tertentu seperti, *front office, accounting, housekeeping, engineering, pramuniaga,* dan *marketing*. Berdasarkan hal tersebut, maka dalam penelitian ini penulis fokus membahas mengenai pramuniaga mobil Mitsubishi di Kota Padang.

Mitsubishi adalah salah satu perusahaan jepang yang memproduksi kendaraan terutama mobil yang menggunakan logo tiga berlian merah. PT. Andalas Berlian Motor merupakan dealer resmi mobil merek Mitsubishi yang ada di Kota Padang. Dealer ini berlokasi di jalan Jl. By Pass Km 11 Kota Padang. Di kota Padang dealer ini memiliki beberapa cabang yang terletak di Jl. Niaga dan Jl. Khatib Sulaiman kota Padang.

Gudang Mitsubishi ini memproduksi beberapa macam mobil merek Mitsubishi baik untuk pemakaian pribadi (keluarga) ataupun niaga atau bisnis oleh perusahaan. Perusahaan ini bergerak dibidang penjualan berbagai jenis kendaraan merek Mitsubishi baik kendaraan keluarga (jenis Lancer, Grandis, Maven, Kuda, Pajero dan Triton). Sedangkan, jenis mobil untuk pemakaian niaga meliputi Mitsubishi Fuso, L 300, L 200, Super Pick Up. Selain itu, perusahaan Mitsubishi juga bergerak dibidang penjualan suku cadang serta pusat perbengkelan untuk servis, pemeliharaan dan perbaikan segala jenis kendaraan merek Mitsubishi.

Saat ini perusahaan Mitsubishi Indonesia mendapatkan respon positif dari masyarakat terhadap salah satu produknya yaitu Mitsubishi Xpander (Prayogi, 2018, parag.1). Hal ini menjelaskan dengan adanya produk Mitsubishi Xpander maka merek Mitsubishi menjadi sangat diminati oleh masyarakat. Tingginya minat masyarakat terhadap salah satu produk Mitsubishi adalah salah satu hasil upaya pramuniaga dalam menjual serta mempromosikan produk perusahaan tersebut. Berdasarkan hal tersebut peneliti tertarik untuk melihat fenomena kebahasaan yang terjadi antara pramuniaga Mitsubishi dengan konsumen.

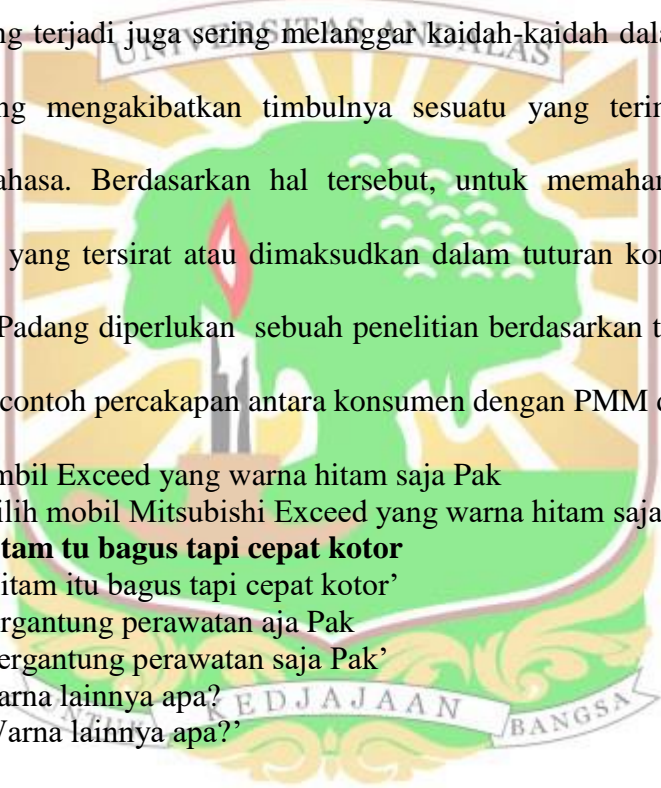
Bidang pramuniaga dalam melaksanakan kegiatan penjualan dan pemasaran tentu juga menggunakan bahasa dalam berkomunikasi dengan konsumen. Pramuniaga mobil Mitsubishi di Kota Padang (selanjutnya disingkat dengan PMM) dalam berkomunikasi menggunakan bahasa sebagai media untuk menyalurkan ide atau gagasan guna menarik perhatian konsumen terhadap produk yang dijual atau dipasarkan. Dalam hal ini biasanya PMM di Kota Padang akan melakukan pemasaran dengan melakukan percakapan dengan konsumennya.

Menurut Gumperz dalam Nugraheni (2010:390) percakapan merupakan suatu bentuk aktivitas kerjasama yang berupa interaksi komunikatif. Percakapan adalah interaksi verbal yang berlangsung secara tertib dan teratur yang melibatkan dua pihak atau lebih guna mencapai tujuan tertentu (Rustono, 1999: 48).

Percakapan antara konsumen dengan PMM di Kota Padang biasanya dilakukan secara *face to face* (berhadapan langsung) dengan menggunakan dua bahasa yaitu, bahasa Indonesia dan bahasa daerah. Sebagian karyawan PMM di Kota Padang cenderung menggunakan bahasa daerah dalam berkomunikasi dengan konsumen guna menciptakan suasana yang nyaman. Adapun sebagiannya

cenderung menggunakan bahasa Indonesia guna menciptakan suasana formal. Hal ini juga bergantung kepada konsumen, sebab seorang pramuniaga cenderung memberikan kenyamanan saat berkomunikasi dengan konsumennya.

Dalam berlangsungnya proses percakapan antara karyawan PMM di Kota Padang dengan konsumen terkadang maksud yang dituturkan mempunyai arti langsung dan tidak langsung. Hal ini sama dengan percakapan yang biasa terjadi namun, konteks serta hal yang diperbincangkan akan berbeda. Pada umumnya percakapan yang terjadi juga sering melanggar kaidah-kaidah dalam percakapan. Hal inilah yang mengakibatkan timbulnya sesuatu yang terimplikasi dalam penggunaan bahasa. Berdasarkan hal tersebut, untuk memahami lebih lanjut tentang makna yang tersirat atau dimaksudkan dalam tuturan konsumen dengan PMM di Kota Padang diperlukan sebuah penelitian berdasarkan teori implikatur. Berikut adalah contoh percakapan antara konsumen dengan PMM di Kota Padang;

- 
- K : Ambil Exceed yang warna hitam saja Pak
'Pilih mobil Mitsubishi Exceed yang warna hitam saja Pak'
PMM : **Hitam tu bagus tapi cepat kotor**
'Hitam itu bagus tapi cepat kotor'
K : Tergantung perawatan aja Pak
'Tergantung perawatan saja Pak'
PMM : Warna lainnya apa?
'Warna lainnya apa?'

Berdasarkan tuturan di atas situasi yang terjadi pada percakapan di atas adalah (PM/pramuniaga mobil) sedang melayani (K/konsumen) yang ingin membeli sebuah mobil Mitsubishi Xpander. Terlihat bahwa PM menyarankan untuk membeli mobil Mitsubishi Xpander warna hitam kepada K. Tanggapan yang diberikan K dapat dikelompokkan kepada implikatur percakapan konvensional. Implikatur konvensional tidak didasarkan pada prinsip kerja sama dan tidak bergantung kepada khusus untuk menginterpretasikannya. Namun, implikatur

konvensional diasosiasikan dengan kata-kata khusus dan menghasilkan maksud tambahan.

Kata ‘tapi’ pada tuturan di atas dapat menghasilkan makna atau maksud tambahan. Kata penghubung ‘tapi’ mengimplikasikan sesuatu yang bertolakbelakang. Jika dikaitkan kepada percakapan, kalimat ‘hitam itu bagus’ bertolakbelakang dengan kalimat ‘cepat kotor’. Berdasarkan hal tersebut maka kata tapi memiliki makna konvensional.

Berdasarkan fenomena kebahasaan di atas, penulis memilih “Implikatur Percakapan antara Pramuniaga Mobil Mitsubishi dengan Konsumen di Kota Padang” sebagai judul penelitian. Fenomena ini sangat menarik untuk dijadikan kajian analisis kebahasaan karena percakapan yang dituturkan oleh PMM sesungguhnya mengandung proposisi atau pernyataan implisit, yang mana berbeda dengan apa yang dikatakannya. Seorang pramuniaga memiliki strategi dalam menarik perhatian konsumen. Salah satunya adalah strategi dalam berbahasa. Hal tersebut yang menyebabkan pramuniaga banyak menuturkan pernyataan implisit untuk menyampaikan maksud tertentu kepada konsumen.

Dalam hal ini maksud tersebut berkaitan dengan fungsi pragmatis dimana ditemukan hal yang berkaitan dengan beberapa fungsi tersebut seperti; mengusulkan, menyatakan, menawarkan, menjanjikan, dll. Penelitian ini penting untuk dilakukan karena dapat memberikan penjelasan mengenai maksud atau makna implisit dari percakapan pramuniaga mobil Mitsubishi dengan konsumen. Dalam hal ini penulis menganalisis jenis, makna, fungsi, dan faktor-faktor yang terkandung dalam percakapan tersebut. Berdasarkan hal tersebut penelitian ini dapat dikaji secara mendalam.

1.2 Ruang Lingkup dan Batasan Masalah

Ruang lingkup kajian ini adalah implikatur dalam percakapan antara pramuniaga dengan konsumen. Batasan penelitian adalah kajian implikatur pada percakapan pramuniaga mobil Mitsubishi PT. Andalas Berlian Motors dengan konsumen di Kota Padang. Penelitian ini dilakukan di salah satu dari beberapa cabang perusahaan Mitsubishi di Kota Padang yaitu PT. Andalas Berlian Motors yang memiliki tiga cabang yang terletak di Jl. By Pass, Jl. Niaga, dan Jl. Khatib Sulaiman.

Pramuniaga mobil dipilih karena cenderung lebih aktif dalam melakukan percakapan kepada konsumen dalam melakukan penjualan atau pemasaran. Sementara itu, merek Mitsubishi dipilih karena Mitsubishi adalah salah satu merek mobil yang paling diminati di Indonesia (Budiawan, 2018, parag.5).

Dalam melakukan promosi terhadap produk yang dijual pramuniaga mobil suatu perusahaan cenderung meninggikan nilai produknya sendiri dibandingkan dengan produk perusahaan lain. Terkadang hal ini disampaikan dengan menggunakan ujaran bersifat pragmatis. Hal inilah yang dibutuhkan sebagai data penelitian. Penelitian ini dibatasi berdasarkan percakapan yang mengandung makna implisit pada percakapan antara pramuniaga dengan konsumen mobil yang menjelaskan jenis, makna, dan fungsi pragmatis dalam implikatur serta tuturan yang mengikutinya.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan di atas, maka dapat diidentifikasi beberapa masalah sebagai berikut.

1. Apa jenis implikatur yang terdapat dalam percakapan pramuniaga mobil Mitsubishi dengan konsumen di Kota Padang?
2. Apa makna implikatur yang terdapat dalam percakapan pramuniaga mobil Mitsubishi dengan konsumen di Kota Padang?
3. Apa fungsi pragmatis implikatur yang terdapat dalam percakapan pramuniaga mobil Mitsubishi dengan konsumen di Kota Padang?
4. Apa sajakah faktor yang mempengaruhi penggunaan implikatur pada pramuniaga mobil Mitsubishi dengan konsumen di Kota Padang?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas maka tujuan dari penelitian adalah sebagai berikut.

1. Mengidentifikasi jenis implikatur yang terdapat dalam percakapan antara pramuniaga mobil Mitsubishi dengan konsumen di Kota Padang.
2. Menjelaskan makna implikatur yang terdapat dalam percakapan antara pramuniaga mobil Mitsubishi dengan konsumen di Kota Padang.
3. Menjelaskan fungsi penggunaan implikatur yang terdapat dalam percakapan antar pramuniaga mobil Mitsubishi dengan konsumen di Kota Padang.
4. Memerikan faktor yang mempengaruhi penggunaan implikatur oleh pramuniaga mobil Mitsubishi dengan konsumen di Kota Padang.

1.5 Manfaat Penelitian

Setiap penelitian seharusnya memiliki manfaat, baik untuk penulis maupun untuk pembaca dan institusi penelitian yang terkait. Adapun manfaat penelitian

yang diharapkan dengan adanya penelitian ini dapat dibagi menjadi dua, yaitu manfaat teoritis dan manfaat praktis.

1. Manfaat teoritis

Berikut adalah beberapa manfaat teoritis dari penelitian yang dilakukan.

- a. Penelitian ini diharapkan mampu memberikan keuntungan atau manfaat dalam pengembangan ilmu pengetahuan secara keseluruhan, dan ilmu pengetahuan tentang linguistik secara khusus.
- b. Penelitian ini hendaknya dapat menambah wawasan tentang pengkajian bahasa dari aspek pragmatis.
- c. Dapat digunakan sebagai bahan referensi oleh peneliti lain untuk mengetahui implikatur percakapan pramuniaga mobil Mitsubishi dengan konsumen di Kota Padang.
- d. Dapat menjadi gambaran bagaimana fungsi tuturan-tuturan dalam berlangsungnya percakapan antara pramuniaga mobil Mitsubishi dengan konsumen di Kota Padang.

2. Manfaat Praktis

Berikut adalah beberapa manfaat praktis dari penelitian yang dilakukan.

- a. Penelitian ini dapat memberikan kontribusi tentang pemahaman penggunaan bahasa dalam melakukan percakapan, khususnya untuk memahami penggunaan bahasa dalam aspek implikatur.
- b. Penelitian ini dapat memberikan gambaran bagaimana cara seorang pramuniaga mobil dalam melakukan percakapan kepada konsumen dalam mempromosikan produk.

- c. Penelitian ini dapat menjadi suatu sumber pengetahuan bagi masyarakat mengenai implikatur percakapan khususnya pada percakapan pramuniaga mobil kepada konsumen.

