

**TINDAK TUTUR ILOKUSI ANTARA ADMINISTRATOR E-COMMERCE DENGAN  
CUSTOMER KARENINA STORE  
(KAJIAN PRAGMATIK)**

**Nadya Mustika Kansa Soeherman<sup>1</sup> dan Dede Fatinova<sup>2</sup>**  
Universitas Pamulang<sup>1,2</sup>  
nadya.mustika1910@gmail.com<sup>1</sup>, dedefatinova@gmail.com<sup>2</sup>

**ABSTRAK**

*Penelitian ini mengkaji tindak tutur ilokusi pada percakapan antara Administrator ecommerce dengan Customer. Tujuan dari penelitian ini adalah mendeskripsikan jenis tindak tutur ilokusi yang digunakan oleh administrator e-commerce dengan customer dan mendeskripsikan fungsi dari tindak tutur ilokusi tersebut. Penelitian ini menggunakan metode deksriptif kualitatif. Data dalam penelitian ini adalah percakapan yang terjadi antara administrator dengan customer di Karenina Store. Data-data tersebut ditelaah menggunakan pendekatan tindak tutur ilokusi yang digagas oleh Yule (2006) dan teori yang digagas oleh Leech (1993). Hasil dari penelitian ini adalah tindak tutur ilokusi yang digunakan oleh administrator lebih didominasi oleh tindak tutur ilokusi representative kategori bertanya. Hal ini dikarenakan administrator lebih sering menanyakan kepada customer mengenai barang pesannya. Sementara untuk fungsi tindak tutur ilokusi didominasi oleh fungsi kompetitif, konvival, kolaoratif hal ini dikarenakan fungsi ketiganya sama-sama mendominasi dibandingkan fungsi konfliktif.*

**Kata kunci:** *pragmatik, tindak tutur ilokusi, ecommerce*

**PENDAHULUAN**

Indonesia merupakan negara dengan index perdagangan elektronik (*e-commerce*) tertinggi di dunia (kominfo.go.id). Pada saat ini layanan *ecommerce* mulai menjadi trend baru yang semakin digemari masyarakat Indonesia. Dilansir dari *money.kompas.com* bahwa pengguna *ecommerce* pada tahun ini meningkat pesat dan akan mencapai 12 miliar transaksi *ecommerce*. Senarai dengan ini, Ketua Umum Asosiasi *Ecommerce* Indonesia (idEA), Ignasius Untung S. menyatakan bahwa peningkatan *ecommerce* dalam empat tahun terakhir telah mencapai lima ratus persen, hal ini tentu merupakan peningkatan yang sangat signifikan. Seperti ditengarai, pada tahun 2012 penggunaan *ecommerce* belum semassive tahun 2020. Pada saat itu, dari total 64 juta pengguna internet, hanya sebesar 22,8 persen yang melakukan pembelanjaan *online* (Wibowo, 2015: 10).

Kehadiran *e-commerce* ini memberikan kemudahan yang dapat dirasakan masyarakat Indonesia, di mana proses transaksi jual-beli bisa dilakukan dari rumah dan tidak harus menempuh perjalanan. Hanya dengan memanfaatkan internet dan dengan hanya satu kali klik masyarakat dapat menjual dan memesan sesuatu yang diinginkan atau dibutuhkan. Selain itu, saat ini bermunculan *marketplace* yang menjual berbagai macam kebutuhan, seperti kebutuhan sandang dan kebutuhan pangan yang akan menambah mudah masyarakat untuk memenuhi seluruh kebutuhannya.

Namun, meskipun kehadirannya menjadi trend baru, umumnya pengguna massive *ecommerce* ini adalah kalangan anak muda. Hal ini dikarenakan anak muda lebih aktif di Internet jika dibandingkan dengan orang tua. Hal ini senada dengan yang diungkapkan oleh Direktur Pemberdayaan Informatika, Direktorat Jenderal Aplikasi Informatika Kementerian Kominfo, Septriana Tangkary bahwa 80% pengguna internet didominasi oleh remaja (kominfo.go.id).

Layanan *ecommerce* umumnya dikendalikan oleh seorang administrator. Umumnya, setiap *marketplace* ataupun toko *online* memiliki administrator yang akan bertugas melayani konsumen yang mengunjungi *marketplace* tersebut, seorang administrator akan memberikan informasi yang perlu dan ingin dikatehau oleh konsumen mengenai barang yang dijual di *marketplace* tersebut. Komunikasi yang terjalin antara seorang administrator dengan konsumen tidak terjadi secara tatap muka, tetapi melalui layanan telepon atau *chat* melalui layanan telekomunikasi berbayar atau komunikasi melalui media *online*, misalnya *whatsapp*.

Proses komunikasi antara administrator dengan *customer* melalui media *online whatsapp* memiliki perbedaan yang cukup signifikan dengan proses komunikasi yang dilakukan secara tatap muka. Pasalnya, komunikasi yang dilakukan melalui media *whatsapp* hanya terbatas pada teks saja, sehingga *customer* tak jarang salah memahami maksud dari tuturan administrator. Hal ini tak jarang menimbulkan kegagalan paham dan terjadinya miskomunikasi antara keduanya. Hal ini dikarenakan adanya fitur penyerta proses komunikasi, seperti nada, raut muka, dan kesempatan untuk menjelaskan secara langsung maksud ucapan. Di samping itu, kesalahpahaman dapat terjadi karena salah penginterpretasian konteks yang mengiringi tuturan dalam *whatsapp* tersebut. Kesalahpahaman ini terkadang menimbulkan konflik antara keduanya.

Situasi tersebut ditemukan dalam percakapan antara administrator dengan *customer* “Karenina Store”. Karenina Store merupakan sebuah toko *online* yang bergerak dalam bidang *fashion*. Komoditas yang dijual di toko ini adalah baju-baju *branded* hasil import dari beberapa negara luar dan kemudian dijual kembali kepada *customer* di Indonesia yang berasal dari daerah Jabotabek maupun luar Jabodetabek. Sebagai upaya menghubungkan administrator dengan *customer*nya, toko “Karenina Store” memanfaatkan aplikasi komunikasi *online whatsapp* di mana komunikasi tersebut hanya diperbolehkan melalui teks saja.

Pemanfaatan fitur *whatsapp* yang hanya melalui teks menimbulkan adanya fenomena kebahasaan, khususnya dalam bidang tindak tutur ilokusi yang digunakan oleh administrator. Tindak tutur ini digunakan untuk berbagai macam keperluan komunikasi dengan *customer*, seperti bertanya, mengonfirmasi pesanan pelanggan, dan lain sebagainya. Berdasarkan latar belakang tersebut, penulis tertarik untuk menganalisa bentuk dan fungsi dari tindak tutur ilokusi yang sering digunakan oleh seorang administrator *ecommerce* dengan *customer*-nya.

Sebenarnya, penelitian yang berfokus pada *ecommerce* sudah banyak dilakukan sebelumnya, tetapi umumnya ditinjau melalui alur pikir ilmu ekonomi dan ilmu teknik informatika. Fokus *ecommerce* pada penelitian sebelumnya adalah mengenai perkembangan dan kemajuan *ecommerce* (Dianari, 2018; Wibowo, 2015; Maulana, dkk, 2015; Febriantoro, 2018; Fithri, dkk, 2017; Candra dan Kasmi, 2017; Yulistia, 2017). Sementara itu, dalam alur pikir ilmu informatika memfokuskan pada analisa aplikasi dan media yang menunjang layanan *ecommerce* (Irawan, dkk, 2016; Kosasi, 2015; Susandi dan Sukisno, 2017; Riyadi, dkk, 2015). Sementara penelitian yang berfokus pada *ecommerce*

ditinjau dari alur pikir ilmu bahasa belum banyak yang membahas, maka dari itu peneliti akan mengisi celah ini.

## **TEORI DAN METODOLOGI**

### **TEORI**

Dalam upaya menjawab permasalahan mengenai jenis dan fungsi tindak tutur ilokusi pada tuturan administrator Karenina Store dengan customer, maka teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah mengenai tindak tutur ilokusi yang digagas oleh Yule (2006) dan fungsi tindak tutur yang digagas oleh Leech (1993).

### **Pragmatik**

Pragmatik merupakan sebuah ilmu bahasa yang memiliki tugas utama menggali makna tersirat yang ada pada sebuah tuturan. Dalam sebuah kajian Pragmatik terdapat beberapa unsur yang wajib hadir, salah satunya adalah penutur dan mitra tutur. Hal ini senada dengan yang diungkapkan oleh Yule (2006:3) yang menyatakan bahwa pragmatik merupakan sebuah ilmu yang mempelajari tentang makna suatu bahasa yang disampaikan oleh penutur kepada mitra tutur. Sejalan dengan itu, Leech (1993:1) menyatakan bahwa pragmatik merupakan ilmu yang mempelajari mengenai makna ujaran dalam situasi-situasi tertentu.

### **Tindak Tutur**

Menurut Yule (2006:83) tindak tutur adalah tindakan yang ditampilkan dengan menghasilkan suatu tuturan yang mengandung tiga tindak tutur yang saling berhubungan. Tindak tutur itu meliputi lokusi, ilokusi dan perlokusi. Sementara itu, Chaer (dalam Nelly, 2002:27) mengungkapkan bahwa tindak tutur adalah tuturan dari seseorang yang bersifat psikologi dan yang dilihat dari makna tindakan dalam tuturan itu. Serangkaian tindak tutur akan membentuk suatu peristiwa tutur. Lalu tindak tutur dan peristiwa tutur ini akan menjadi dua gejala pada suatu proses, yakni berkomunikasi.

Menurut Chaer (dalam Juliana 1995:65) tindak tutur adalah gejala individual yang bersifat psikologi dan keberlangsungan yang ditentukan oleh kemampuan bahasa penutur dalam menghadapi situasi tertentu. Tuturan dari seseorang penutur tentu saja tidak semata-mata hanya asal bocara, tetapi mengandung maksud tertentu.

Dari beberapa definisi diatas, dapat disimpulkan bahwa tindak tutur merupakan tindak ujar yang mempunyai maksud tertentu dan mempertimbangkan aspek situasi tutur yang memiliki fungsi dalam kemampuan bahasa penutur.

### **Tindak Tutur Ilokusi**

Tindak tutur ilokusi adalah suatu sebuah tuturan selain berfungsi untuk mengatakan atau menginformasikan sesuatu, dapat juga untuk dipergunakan untuk melakukan sesuatu. Bila hal ini terjadi tindak tutur yang terbentuk adalah tindak tutur ilokusi. Tindak tutur ilokusi disebut sebagai *The Act of Doing Something* yaitu tuturan tidak hanya digunakan untuk menginformasikan sesuatu tetapi untuk melakukan sesuatu sejauh situasi tuturannya dipertimbangkan secara seksama.

Berdasarkan pemaparan tersebut, dapat dikatakan bahwa, tindak tutur ilokusi sangat sulit untuk diidentifikasi karena lebih harus mempertimbangkan siapa penutur dan lawan tutur, kapan, dan dimana tindak tutur itu terjadi, sesuai dengan konteks. Dengan demikian, tindak tutur ilokusi merupakan sentral untuk memahami tindak tutur Searle (dalam Wijana dan Rohmadi dan Nelly, 2009: 22).

### **Jenis Tindak Tutur Ilokusi**

Yule (2006:92-95) membagi tindak tutur ilokusi menjadi lima jenis, yaitu tindak tutur ilokusi representatif, ekspresif, direktif, komisif, dan deklaratif.

### **Fungsi Tindak Tutur Ilokusi**

Leech (1993) membagi fungsi tindak tutur ilokusi menjadi empat jenis, yaitu fungsi kompetitif, konvival, kolaboratif, dan konflikatif.

### **Fungsi Kompetitif (Bersaing)**

Fungsi kompetitif adalah tuturan yang tidak bertata krama karena tujuan ilokusi ini bersaing dengan tujuan sosial. Misalnya memerintah, meminta, menuntut, mengemis (Leech, 1993, hal. 162).

### **Fungsi Konvival (Menyenangkan)**

Fungsi konvival adalah tuturan yang bertata krama atau sejajar dengan tujuan sosial. Pada fungsi ini memiliki bentuk positif dalam menunjukkan rasa hormat dalam bertutur. Misalnya menawarkan, mengajak, mengundang (Leech, 1993, hal. 162).

### **Fungsi Kolaboratif (Kerja Sama)**

Fungsi kolaboratif adalah tuturan yang tidak melibatkan tujuan sosial. Misalnya menyatakan, melaporkan, mengumumkan, mengajarkan (Leech, 1993, hal. 162).

### **Fungsi Konflikatif**

Fungsi konflikatif adalah yang tidak memiliki unsur kesopanan santunan. Tujuan fungsi ini bertentangan dengan tujuan sosial. Misalnya mengancam, menuduh, menyumpahi, memarahi (Leech, 1993, hal. 162).

## **METODE PENELITIAN**

Secara umum penelitian ini berfokus pada jenis dan fungsi tindak tutur ilokusi yang digunakan dalam percakapan antara administrator dengan customer di "Karenina Store". Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif. Data dalam penelitian ini adalah percakapan yang terjadi antara administrator dengan customer "Karenina Store". Data dalam penelitian ini berjumlah 25 data yang diambil dari tanggal 16 bulan November 2019 sampai dengan tanggal 22 bulan November 2019. Data diambil dengan menggunakan metode simak dengan teknik dasar sadap dan teknik lanjutan simak bebas libat cakap, dan teknik catat. Artinya dalam penelitian ini penulis menyimak dan terlibat langsung dalam dialog untuk pemunculan data. Selanjutnya data dianalisis menggunakan teori yang digagas oleh Yule (2006) untuk mengulas jenis-jenis tindak tutur ilokusi, dan Leech (1993) untuk mengulas fungsi tindak tutur ilokusi.

## TEMUAN DAN PEMBAHASAN

Yule (2006) membagi tindak tutur ilokusi menjadi lima jenis, yaitu representative, ekspresif, direktif, komisif, dan deklaratif. Masing-masing jenis tindak tutur ilokusi tersebut memiliki definisi yang berbeda. Untuk tindak tutur ilokusi representative digunakan ketika penutur menyatakan keyakinan. Sementara tindak tutur ilokusi ekspresif ketika penutur mengungkapkan perasaannya. Selanjutnya, tindak tutur ilokusi direktif ketika penutur memerintah mitra tutur. Di samping itu, tindak tutur ilokusi komisif ketika mengungkapkan sesuatu di masa yang akan datang, dan tindak tutur ilokusi deklaratif untuk menghubungkan isi tuturan dengan kenyataan. Kemunculan jenis tindak tutur ilokusi tersebut dalam tuturan seorang administrator ketika berinteraksi dengan customer cukup beragam. Jenis dan frekuensi kemunculan jenis-jenis tindak tutur ilokusi tersebut dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Jenis dan frekuensi kemunculan tindak tutur ilokusi pada tuturan administrator dengan customer Karenina Store

No.	Jenis Tindak Tutur Ilokusi	Frekuensi	Persentase
1.	Representatif	8	32%
2.	Ekspresif	5	20%
3.	Direktif	6	24%
4.	Komisif	4	16%
5.	Deklaratif	2	8%
Jumlah		25	100%

Dari Tabel 1 di atas dapat dilihat bahwa dalam tindak tutur ilokusi yang terjadi antara administrator dengan customer di Karenina Store didominasi oleh tindak tutur ilokusi representatif. Hal ini mengindikasikan bahwa dalam tuturannya administrator lebih sering bertutur secara representative, seperti bertanya kepada customer. Maksud dari pertanyaan yang diajukan umumnya adalah mengonfirmasi kembali pesanan yang dipesan oleh customer. Penjelasan lebih rinci mengenai jenis-jenis tindak tutur ilokusi yang muncul pada tuturan administrator ketika berinteraksi dengan customer akan dijelaskan pada pemaparan berikut.

### **Tindak Tutur Ilokusi Representatif**

Secara teoretis, tindak tutur ilokusi representative terbagi menjadi tiga kategori, yaitu menanyakan, menunjukkan, dan memberi. Dalam tindak tutur yang digunakan oleh administrator ketika berkomunikasi dengan customer Karenina store, ditemukan adanya penggunaan tindak tutur ilokusi representative jenis menanyakan dan menunjukkan, sementara untuk kategori memberi tidak ditemukan. Jenis dan frekuensi kemunculan masing-masing kategori dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Jenis dan frekuensi kemunculan kategori tindak tutur ilokusi representatif pada tuturan administrator dengan customer Karenina Store

No.	Kategori Tindak Tutur Ilokusi Representatif	Frekuensi	Persentase
1.	Menanyakan	5	62%
2.	Menunjukkan	3	38%
3.	Memberi	0	0%
	Jumlah	8	100%

Dari Tabel 2 diatas dapat dilihat bahwa tindak tutur ilokusi representatif yang paling mendominasi adalah tidak tutur ilokusi representatif kategori “menanyakan” dengan persentase sebesar 63%, diikuti oleh tindak tutur ilokusi representative kategori sebesar 38%, sementara untuk tindak tutur ilokusi representative kategori memberi tidak muncul sama sekali. Hal ini mengindikasikan bahwa dalam tuturannya, seorang administrator lebih sering bertanya kepada customer, pertanyaan ini diajukan sebagai bentuk konfirmasi pesanan ataupun menanyakan kejelasan pemesanan. Berikut contoh tuturan ilokusi representative yang dituturkan oleh administrator Karenina Store dengan customer.

**Data 01**

Admin : “(Melampirkan foto) ibu jadi pesan sepatu ini kah?”

Customer : “Iya mba Nadya”

Pada data 01 terdapat percakapan antara administrator dan customer yang sedang berdialog mengenai pemesanan barang berupa sepatu. Pada data 01 penutur memberikan sebuah pertanyaan kepada customer perihal pemesanan barang. Tuturan ilokusi yang digunakan oleh penutur adalah ilokusi representative karena tuturan yang diutarakan berisikan tentang suatu pertanyaan kepada mitra tutur. Hal itu dapat dilihat pada pernyataan “*ibu jadi pesan sepatu ini kah?*”. Tuturan tersebut memiliki fungsi kolaboratif yaitu menyatakan.

**Tindak Tutur Ilokusi Ekspresif**

Tindak tutur ilokusi ekspresif mencerminkan pernyataan-pernyataan psikologis dan dapat berupa pernyataan kegembiraan, kesulitan, kesukaan, kebencian, kesenangan, atau kesengsaraan (Yule, 2006, hal. 93). Berikut contoh tuturan ilokusi ekspresif yang dituturkan oleh administrator Karenina Store dengan customer.

**Data 02**

Admin : “Siang bu, terima kasih ya bu sudah belanja di store Karenina.”

Customer : “Sama-sama mba, senang jg berbelanja di Karenina barangnya bagus-bagus.”

Pada data 02 terdapat percakapan antara administrator dan customer yang sedang berdialog mengenai ucapan rasa terima kasih. Pada data tersebut penutur memberikan ucapan terima kasih kepada mitra tutur karena sudah membeli barang di Karenina Store. Tuturan tersebut termasuk tindak tutur ilokusi ekspresif di mana penutur mengungkapkan rasa senang kepada mitra tutur karena sudah membeli barang. Ungkapan rasa senang tersebut dapat dilihat pada tuturan “*Siang bu, terima kasih*”

*ya bu sudah belanja di store Karenina.*” Penggunaan tindak tutur ilokusi tersebut berfungsi untuk mengucapkan terima kasih kepada customer.

### **Tindak Tutur Ilokusi Direktif**

Tindak tutur direktif merupakan jenis tindak tutur yang dipakai oleh penutur untuk menyuruh orang lain melakukan sesuatu. Tindak tutur ini meliputi; perintah, pemesanan, permohonan, pemberi saran. Berikut contoh tuturan ilokusi direktif yang dituturkan oleh administrator Karenina Store dengan customer.

#### **Data 03**

Admin : “Siang bu, ini dengan adminnya bu nina.”

Customer : “(Melampirkan foto). Sudah ready ya bu dengan harga 2.550.000. Silahkan melakukan pembayaran ya bu.”

Admin : “Oke baik mba”.

Pada data 03 terdapat percakapan antara administrator dan customer yang sedang berdialog mengenai pesanan yang sudah *ready*. Pada data tersebut penutur meminta kepada mitra tutur untuk segera melakukan pembayaran. Tuturan tersebut termasuk tindak tutur ilokusi direktif perintah. Hal ini ditunjukkan melalui tuturan “**Silahkan melakukan pembayaran ya bu.**” Penggunaan tindak tutur direktif pada tuturan tersebut berfungsi untuk menyuruh agar mitra tutur melakukan pembayaran terhadap pesannya.

### **Tindak Tutur Ilokusi Komisif**

Tindak tutur komisif merupakan tuturan yang mengikat penuturnya untuk melaksanakan segala hal yang disebutkan dalam ujarannya, misalnya bersumpah, berjanji, mengancam, menanyakan kesanggupan. Tindak tutur komisif ialah jenis tindak tutur yang dapat dipahami oleh penutur untuk mengikatkan dirinya terhadap suatu tindakan-tindakan di masa yang akan datang. Tindak tuturan ini menyatakan apa saja yang dimaksudkan oleh penuturnya (Yule, 2006, hal. 94). Berikut contoh tuturan ilokusi komisif yang dituturkan oleh administrator Karenina Store dengan customer.

#### **Data 04**

Admin : “(Melampirkan foto) tas ini akan dikirim hari ini ya bu.” Pasti akan dikirim. Sebab kemarin saya sudah pulang duluan bu.”

Customer : Oke baik mba, sebab urgent banget mau dibawa hari senin..”

Admin : “Oke baik mba”.

Pada data 04 terdapat percakapan antara administrator dan customer yang sedang berdialog mengenai pemesanan barang yang akan dikirim. Pada tuturan ini, penutur menggunakan tindak tutur ilokusi komisif berjanji. Hal ini dapat dilihat pada tuturan “**Pasti akan dikirim. Sebab kemarin saya sudah pulang duluan bu.**”. Penggunaan tuturan ini berfungsi untuk berjanji agar barang tersebut dikirim hari itu juga.

### **Tindak Tutur Ilokusi Deklaratif**

Tindak tutur deklaratif merupakan tindak tutur yang dimaksudkan penuturnya untuk menciptakan suatu hal suatu status dan keadaan yang baru. Tindak tutur ini disebut juga dengan istilah isabati, yang termasuk ke dalam sebuah jenis tuturan ini adalah mengesankan, memutuskan, membatalkan, melarang, mengabulkan, mengizinkan, menggolongkan, mengangkat, mengampuni, memaafkan (Arrohman, 2013, hal. 2). Berikut contoh tuturan ilokusi Deklaratif yang dituturkan oleh administrator Kareina Store dengan customer.

#### **Data 05**

Admin : Maaf sebelumnya, ini pesanan ibu dibatalkan. Sebab dari supplier tidak bisa mengirimkan barang tersebut ke Indonesia, dikarenakan barang dari luar negeri dibatasi.”

Customer : “Sore mba, oh begitu mba. Ya sudah tidak apa-apa.”

Admin : “baik bu.”

Pada data 05 terdapat percakapan antara administrator dan customer yang sedang berdialog mengenai informasi pemesanan barang. Pada data tersebut penutur memberikan informasi terkait adanya pembatalan orderan petutur. Tuturan tersebut termasuk tindak tutur ilokusi deklaratif membatalkan. Hal tersebut dapat dilihat pada tuturan “*Maaf sebelumnya, ini pesanan ibu dibatalkan. Sebab dari supplier tidak bisa mengirimkan barang tersebut ke Indonesia, dikarenakan barang dari luar negeri dibatasi.*” Penggunaan tuturan ini berfungsi untuk tuturan yang membatalkan dikarenakan barang luar negeri dibatasi masuk ke Indonesia.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

### **Kesimpulan**

Penelitian ini merupakan penelitian yang mengkaji tindak tutur ilokusi yang ada pada percakapan antara Administrator E-commerce dengan Customer Kareina Store. Penelitian ini berfokus pada dua masalah, yaitu jenis tindak tutur ilokusi dan fungsi dari tindak tutur ilokusi tersebut.

Perihal tindak tutur ilokusi pada percakapan Administrator E-Commerce dengan Customer ditemukan bahwa tindak tutur representatif memiliki 8% data frekuensi dan 32% persentase, ekspresif 5% data frekuensi dan 20% persentase, direktif 6% data frekuensi dan 24% persentase, komisif 4% data frekuensi dan 16% persentase, deklarasi 2% data frekuensi dan 16% persentase. Kemunculan tindak tutur ilokusi representatif ini adalah sebanyak 8 kali dari total 25 data tindak tutur ilokusi. Hal tersebut dikarenakan penutur sebagai administrator selalu menanyakan barang yang dipesan oleh mitra tutur sebagai customer dalam sebuah percakapan.

Sekaitan dengan fungsi tindak tutur ilokusi dalam percakapan administrator e-commerce dengan customer karenina store, lebih banyak ditemukan fungsi kompetitif, konvival, dan kolaboratif yang ketiganya sama-sama mendominasi dibandingkan fungsi konflikatif. Kemunculan fungsi kompetitif, konvival, dan kolaboratif memiliki kesamaan jumlah data yaitu masing-masing sebanyak dua kali dari total sembilan data fungsi tindak tutur.



**Saran**

Pesatnya kemajuan ecommerce di Indonesia banyak memunculkan fenomena kebahasaan baru. Dalam penelitian yang berfokus pada tuturan administrator dengan customer masih banyak pendekatan ilmu linguistik lain yang dapat dilakukan, seperti pendekatan mengenai implikatur dan pelanggaran prinsip kerjasama, baik itu dalam tuturan administrator maupun dalam tuturan customer.

**DAFTAR PUSTAKA**

- Anis. 2018. Analisis Tindak Tutur Ilokusi Dalam Dialog Filem Animasi Meraih Mimpi. *Anis Nurulita Rahma*, 16.
- Arrohman, T. 2013. Tindak Tutur Deklarasi Dalam Tuturan Tokoh Filem 3Hati 2Cinta 1Dunia. *Pragmatik*, 2.
- Cummings, L. 2007. *Pragmatik*. Jakarta: Pustaka Pelajar.
- Dianari, Rr. Getha Fety. 2018. "Pengaruh E-commerce Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Indonesia." *Bina Ekonomi* 22 (1): 43-62.
- Febriantoro, Wicaksono. 2018. "Kajian dan Strategi Pendukung Perkembangan Ecommerce Bagi UMKM di Indonesia." *Manajerial* 3 (5): 184-207.
- Fithry, Laili Diana, Andy Prasetyo Utomo, dan Fajar Nugraha. 2017. "Pemanfaatan Ecommerce Populer Untuk Optimalisasi Pemasaran Produk Pada KUB Bordir Kurnia Kudus." *SIMETRIS* 8 (2): 819-824.
- Kasmi, dan Adi Nurdian Candra. 2017. "Penerapan Ecommerce Berbasis Business to Consumers Untuk Meningkatkan Penjualan Produk Makanan Ringan Khas Pringsewu." *Jurnal Aktual STIE Trisna Negara* 15 (2): 109-116.
- Kosasi, Sandy. 2015. "Perancangan Sistem E-Commerce Untuk Memperluas Pasar Produk Oleh-Oleh Khas Pontianak." *SNASTIA* 110-119.
- Leech, G. (1993). *Prinsip-prinsip Pragmatik*. Jakarta: Universitas Indonesia.
- Lubis, N. K. (2019). Tindak Tutur Dalam Novel Sepasang Bola Mata. *Nella Khoiriah Lubis*, 20.
- Marhamah, Sarip Hidayatuloh, dan Ari Irawan. 2016. "Sistem Ecommerce B2C Pada PT Harapan Sentosa Nusantara Jakarta Pusat." *Studia Informatika: Jurnal Sistem Informasi* 9 (2): 159-167.
- Maulana, Shabur Miftah, Heru Susilo, dan Riyadi. 2015. "Implementasi Ecommerce Sebagai Media Penjualan Online (Studi Kasus pada Toko Pastbrik Kota Malang)." *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* 29 (1): 1-9.
- Mentang, L. 2014. Fungsi Tindak Ujar Konflikatif Dalam Filem The Chronicles Of Narnia The Lion. *Analisis Pragmatik*.
- Muhadjir, P. 2014. *Semantik dan Pragmatik*. Tangerang: Pustaka Mandiri.
- Nurmalia. 2019. Tindak Tutur Bahasa Indonesia Dalam Unggahan Media Sosial Instagram. *Artikel Cendekiawan*.
- Sugiyono, P. 2019. *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Susandi, Diki, dan Sukisno. 2017. "Sistem Penjualan Berbasis E-Commerce Menggunakan Metode Objek Oriented pada Distro Dlapak Street Wear." *Jurnal Sistem Informasi* 4: 5-8.
- Titasari, E. R. 2017. Tindak Tutur Ilokusi Deklaratif Para Guru Dalam Interaksi Belajar Mengajar Pada Siswa Kelas X SMK Yos Sudarso Rembang. *Kajian Pragmatik*, 21-22.
- Wibowo, Radetya Agung. 2015. "Kesuksesan E-commerce (OnlineShopping) Melalui Trust dan Customer Loyalty." *Jurnal Ekonomi Bisnis* 20 (1): 1-52.
- Wijana, I. D. 2018. *Analisis Wacana Pragmatik*. Surakarta: Yusuma Pustaka.
- Yule, G. 2006. *Pragmatik*. Yogyakarta: Puataka Pelajar.
- Yulistia. 2017. "Analisis Pengaruh Efektivitas Dan Manfaat E-Commerce Terhadap Sikap Dan Perilaku Pengguna Dengan Menggunakan Metode TAM (Studi Kasus: UKM Kota Palembang)." *Jatani* 4 (1): 93-100.