

## Strategi Mengeluh Online Shoppers Berbasis Gender: Sebuah Kajian Pragmatik

Nabila Auliya<sup>1</sup>, Djatmika<sup>2</sup>, Wakit Abdullah<sup>3</sup>

<sup>1,2</sup> Master of Linguistics, Sebelas Maret University, Jl. Ir. Sutami No 36 Kentingan Surakarta

[nabeellia@gmail.com](mailto:nabeellia@gmail.com)<sup>1</sup>, [djatkika@staff.uns.ac.id](mailto:djatkika@staff.uns.ac.id)<sup>2</sup>, [abdullahwakit@yahoo.com](mailto:abdullahwakit@yahoo.com)<sup>3</sup>

**Abstract:** *This research is aimed to describe complaining strategies expressed by male and female online shoppers towards the fashion products in Shopee shopping application. The data in this research are in the form of complaining utterances towards fashion products in Shopee application. The data source in this research is the comment section of the fashion product in Shopee application. Data were collected by note taking techniques, which were then analysed to see the utterances represents the pragmatic strategies performed by the shoppers in showing their complaints. The results show that male online shoppers used five complaining strategies and the female online shoppers used three complaining strategies to convey their pragmatic targets.*

**Keywords:** *complaining strategies, male and female online shoppers, fashion products, shopee*

**Abstrak:** Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan penggunaan strategi mengeluh yang digunakan oleh online shoppers laki-laki dan perempuan dalam memberikan keluhan pada produk pakaian dalam aplikasi Shopee. Data dalam penelitian ini merupakan data kebahasaan yang berupa tuturan-tuturan keluhan pada produk pakaian dalam aplikasi Shopee. Sumber data dalam penelitian ini adalah laman komentar yang terdapat pada produk pakaian pada aplikasi Shopee. Dalam pengumpulan data, peneliti menggunakan metode simak dengan teknik catat. Data yang terkumpul kemudian dianalisis untuk melihat bagaimana para online shoppers itu mengeksekusi strategi pragmatiknya dalam mengutarakan keluhan. Hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa dari 30 data yang ada online shoppers laki-laki menggunakan 5 jenis strategi mengeluh dan online shoppers perempuan menggunakan 3 jenis mengeluh untuk menyampaikan keluhannya.

**Kata kunci:** strategi mengeluh, online shoppers laki-laki dan perempuan, produk pakaian, shopee

### 1. PENDAHULUAN

Di era ini, banyak orang telah memulai ataupun mengembangkan bisnis mereka dengan menggunakan media sosial dan juga aplikasi *ecommerce*. Kotler dan Keller (2012:568) menjelaskan bahwa media sosial merupakan sarana bagi konsumen untuk berbagi informasi teks, gambar, video dan audio dengan satu sama lain dan dengan perusahaan dan sebaliknya. Menurut Van Dijk (2013), media sosial merupakan media yang memfokuskan pada eksistensi pengguna yang memfasilitasi mereka dalam beraktifitas maupun berkolaborasi, sehingga dapat dikatakan sebagai medium yang menguatkan hubungan antar pengguna sekaligus sebagai sebuah ikatan sosial. Pada hakikatnya, *ecommerce* adalah transaksi jual beli yang dilakukan melalui media elektronik dengan menggunakan jaringan internet. Menurut Pearson (2008:59), *e-commerce* merupakan penggunaan jaringan komunikasi dan komputer untuk melaksanakan proses bisnis. Turban et al (2015 :7) mendefinisikan *e-commerce* sebagai proses membeli, menjual, atau memperdagangkan data, barang, atau jasa melalui internet. Laudon dan Traver (2017: 8-9) berpendapat bahwa bahwa *e-commerce* merupakan transaksi komersial yang melibatkan pertukaran nilai yang dilakukan melalui atau menggunakan teknologi digital antara individu. Dari beberapa pendapat tersebut, , dapat disimpulkan bahwa *e-commerce* merupakan seluruh aktivitas jual beli yang dilakukan dengan menggunakan media elektronik

atau *gadget*. Adapun salah satu aplikasi atau situs *e-commerce* populer yang ada di Indonesia adalah Shopee.

Shopee merupakan aplikasi *ecommerce* yang pertama kali diluncurkan oleh Singapura pada tahun 2015. Melalui aplikasi tersebut, setiap orang dapat membuat laman atau *page* untuk menjual ataupun membeli suatu produk yang diinginkan tanpa perlu bertatap muka dengan para penjual ataupun konsumen. Seluruh aktivitas perdagangan seperti proses pemilihan dan pemesanan produk, proses transaksi, hingga proses pengemasan dan pengiriman produknya dapat dikontrol oleh para pembeli. Disamping itu, tingkat kepuasan pembeli terhadap produk yang telah dibeli sangat bervariasi, sehingga tidak semua pembeli merasa senang ataupun puas terhadap produk yang telah diterimanya. Para pembeli atau konsumen juga kerap kali mengeluhkan produk yang telah beli sebab tidak sesuai dengan yang diinginkan, sehingga mereka mengungkapkan hal-hal yang membuatnya kecewa ataupun ketidakpuasannya dalam laman komentar yang telah disediakan. Jika dilihat melalui perspektif pragmatik, ungkapan kekecewaan dan ketidakpuasan merupakan tindak tutur ekspresif, yaitu tindak tutur ekspresif mengeluh.

Rustono (2000:39) mendefinisikan tindak tutur ekspresif sebagai tindak tutur yang dimaksudkan penuturnya agar ujarannya diartikan sebagai evaluasi tentang hal yang disebutkan di dalam tuturan itu seperti memuji, mengucapkan terima kasih, mengkritik, mengeluh, menyalahkan, dan mengucapkan selamat. Searle dalam Manaf (2011:212) mendefinisikan tindak tutur ekspresif sebagai tindak tutur yang dilakukan dengan maksud untuk menilai atau mengevaluasi hal yang disebutkan dalam tuturan. Adapun Tindak tutur mengeluh menurut Searle (1979:35) merupakan tuturan yang disampaikan oleh penutur terhadap lawan tutur agar tuturan dapat ditanggapi sebagai bentuk respon atau keterlibatan antara penutur dan mitra tutur dalam berkomunikasi, sehingga pernyataan yang ditujukan kepada orang (terkeluh) yang bertanggung jawab atas pelanggaran yang mengakibatkan orang lain bertanggung jawab atas pelanggaran tersebut. Trosborg (1995:15) merupakan tuturan yang digunakan oleh orang (penutur) ketika dia ingin mengekspresikan perasaan kecewa dan negatifnya kepada orang lain (petutur).

Ungkapan keluhan dari para konsumen atau *online shoppers* pada aplikasi shopee disampaikan dengan tuturan dan strategi yang bervariasi. Terlebih lagi, tuturan yang digunakan oleh konsumen laki-laki dan perempuan dalam memberi ulasan keluhan juga berbeda dan hal tersebut menjadi sesuatu yang baru dan unik untuk dikaji lebih lanjut. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji perilaku pragmatik *online shoppers* (pembelanja *online*), baik *online shoppers* laki-laki ataupun perempuan dalam memberikan ulasan keluhan pada produk *fashion* dengan memperhatikan strategi tindak tutur keluhan yang digunakan oleh para *online shoppers* dalam memberikan ulasan keluhannya.

Penelitian mengenai perilaku pragmatik mengenai konsumen dalam memberikan ulasan keluhan sudah banyak dilakukan. Adapun penelitian Susanto dkk (2014) yang berjudul "*Pengaruh Sikap Mengeluh dan Jenis kelamin Terhadap Perilaku Komplain di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udaya Denpasar*". Dalam penelitian ini, yang menjadi indikatornya adalah jenis kelamin ataupun gender serta pengaruh sikap mengeluh beserta variabel-variabel dari sikap mengeluh yang signifikan terhadap komplain dari mahasiswa di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udaya Denpasar. Penelitian Limantoro (2016) yang berjudul "*Analisa Motivasi dan Tipe Perilaku Komplain Konsumen Terhadap Table Service Restaurant di Surabaya*" meneliti motivasi dan tipe perilaku dari para konsumen dengan memperhatikan beberapa faktor demografis seperti perbedaan gender, usia, dan level pendidikan dari setiap konsumen yang memberikan keluhan kepada pihak restoran. Terdapat juga penelitian Aisyah dkk (2019) yang berjudul "*Analisis perilaku konsumen Online*

*Shopping*" yang berfokus kepada lima indikator, yaitu jenis kelamin, uang saku, rata-rata pengeluaran belanja online setiap transaksi, dan karakteristik penggunaan internet yang membedakan perilaku keluhan jenis kelamin, uang saku, rata-rata pengeluaran belanja online setiap transaksi, dan karakteristik penggunaan internet konsumen. Adapun beberapa indikator dalam penelitian ini adalah *online shoppers* (pembelanja *online*) laki-laki dan perempuan, produk *fashion* laki-laki dan perempuan, serta strategi tindak tutur keluhan yang digunakan oleh *online shoppers* dalam memberikan ulasan keluhannya.

Teori yang digunakan oleh peneliti dalam mengklasifikasikan data adalah teori dari Trosborg (1995). Trosborg (1995) membagi tindak tutur mengeluh menjadi empat kategori utama dengan delapan sub strategi yaitu *non explicit reapproach* (tidak ada teguran secara langsung) dengan sub strategi *hints* (petunjuk), *expression of disapproval* (ekspresi menolak) dengan dua sub strategi yaitu *annoyance* (menyebalkan) dan *ill consequences* (konsekuensi yang menyakitkan), *accusation* (tuduhan) dengan dua sub strategi yaitu *indirect accusation* (tuduhan tidak langsung) dan *direct accusation* (tuduhan langsung), serta *blame* (menyalahkan) dengan tiga sub strategi yaitu *modified blame* (menyalahkan yang diubah), *explicit blame : behavior* (menyalahkan secara eksplisit : perilaku), serta *explicit blame : person* (menyalahkan secara eksplisit : watak atau karakter seseorang).

## 2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Penelitian ini merupakan studi kasus bahasa. Fokus dalam penelitian ini adalah tindak tutur mengeluh yang digunakan oleh para *online shoppers* berbeda gender pada aplikasi Shopee dalam memberikan ulasan keluhan terhadap produk *fashion* pada aplikasi shopee dengan memperhatikan strategi tindak tutur keluhan yang digunakan dalam memberikan ulasan keluhan tersebut. Dalam penelitian ini, peneliti mengklasifikasikan dan mendeskripsikan strategi tindak tutur mengeluh yang digunakan oleh *online shoppers* laki-laki dan perempuan dalam bentuk kata-kata dan bahasa, sehingga peneliti memaparkan gambaran mengenai yang diteliti dalam bentuk uraian naratif. Dalam penelitian ini, analisis data dilakukan secara induktif. Spradley (1980) menjelaskan bahwa analisis induktif merupakan analisis data dilakukan dengan mengelompokkan data yang telah dikumpulkan dan diobservasi dalam kategori-kategori yang ada kemudian menyajikan kategori-kategori tersebut.

Data dalam penelitian ini merupakan data linguistik atau data kebahasaan yang berupa tuturan-tuturan mengeluh yang digunakan oleh *online shoppers* berbeda laki-laki dan perempuan dalam memberikan ulasan keluhan pada produk *fashion* laki-laki dan pada aplikasi Shopee Adapun sumber data dari penelitian ini merupakan sumber data dokumen dari kolom komentar produk *fashion* dalam aplikasi Shopee. Jumlah data keluhan dari masing-masing *online shoppers* laki-laki dan perempuan yang diteliti dalam penelitian ini adalah 15 data, sehingga totalnya adalah 30 data.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan analisis isi (*content analysis*). Dalam penelitian ini, peneliti mengumpulkan data serta menganalisisnya dengan menempuh beberapa tahapan yang meliputi : 1) Membaca kolom komentar produk *fashion* laki-laki dan perempuan dalam aplikasi Shopee dengan memahami setiap tuturan yang terdapat dalam kolom komentar tersebut, 2) Mengumpulkan kolom komentar yang berisi tuturan keluhan dengan cara screenshot lalu mencetak komentar-komentar tersebut, 3) Menandai hal yang penting dari tuturan mengeluh dari para *online shoppers* dalam kolom komentar tersebut, 4) Memperhatikan dan mengklasifikasikan tuturan-tuturan tersebut, serta 5) Mendeskripsikan data yang telah dikumpulkan serta memberi label kode (*coding*) pada setiap data.

Adapun metode yang digunakan untuk menganalisis data adalah metode agih (*distribusional*) dengan teknik dasar bagi unsur langsung (*BUL*). Adapun yang menjadi alat

penentunya adalah bagian unsur dari objek yang diteliti seperti frasa, kata, ataupun klausa. Dalam penelitian ini, peneliti menganalisis penggunaan strategi tindak tutur mengeluh yang digunakan oleh *online shoppers* laki-laki dan perempuan dalam memberikan keluhan terhadap produk fashion dalam aplikasi shopee.

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *online shoppers* laki-laki menggunakan 5 jenis strategi mengeluh untuk menyampaikan keluhannya seperti *explicit blame behavior* ( tuduhan perilaku secara eksplisit), *direct accusation* ( tuduhan secara langsung ), *annoyance* ( kekesalan), *indirect accusation* (tuduhan secara tidak langsung), serta *non explicit reaproach* (teguran tidak secara langsung) dan *online shoppers* perempuan menggunakan 3 jenis strategi mengeluh untuk menyampaikan keluhannya seperti *explicit blame behavior* ( tuduhan perilaku secara eksplisit), *explicit blame person* ( tuduhan watak atau karakter secara eksplisit , serta *direct accusation* ( tuduhan secara langsung ). Berikut adalah data dari tuturan mengeluh online shoppers laki-laki dan perempuan dalam memberikan ulasan keluhan pada produk *fashion* dalam aplikasi Shoppe beserta strategi mengeluh yang digunakannya.

**Tabel 1.** Strategi Tindak Tutur Mengeluh Online Shoppers laki-laki :

| No. | Nomor data                 | Tuturan   | Jenis Strategi Keluhan                              |
|-----|----------------------------|---|---|
| 1.  | 001/ SHP / TTM / LK / FSHN | "yg di pesen apa yg datang apa, mintanya size m kok di kasih s"   | Explicit blame (behavior)                           |
| 2.  | 002/ SHP / TTM / LK / FSHN | "Pelayanannya kurang, saya minta retur sampe sekarang gak di proses".   | Explicit blame (behavior)                           |
| 3.  | 003/ SHP / TTM / LK / FSHN | "Barang yg datang tidak sesuai yg di pesan"   | Direct accusation (tuduhan langsung)                |
| 4.  | 004/ SHP / TTM / LK / FSHN | "Bahan tipis panas pantes murah"  | Annoyance (kekesalan)                               |
| 5.  | 005/ SHP / TTM / LK / FSHN | "Orangnya malah chat pake bahasa kotor"   | Explicit blame ( behavior)                          |
| 6.  | 006/ SHP / TTM / LK / FSHN | "Bajunya kok kotor ya?"   | Indirect accusation (tuduhan secara tidak langsung) |
| 7.  | 007/ SHP / TTM / IK / FSHN | "Bajunya sangat tidak sesuai dengan foto"   | Direct accusation (tuduhan langsung)                |
| 8.  | 008/ SHP / TTM / LK / FSHN | "Bekas jahitan bajunya nggak dibersihkan dan masih menempel pada baju"  | Direct accusation (tuduhan langsung)                |
| 9.  | 009/ SHP / TTM / LK / FSHN | "banyak noda noda karat warna kuning pada baju"   | Explicit blame (behavior)                           |
| 10. | 010/ SHP / TTM / LK / FSHN | "order dari tanggal 11 desember baru dikirim tgl 16 desember, pengiriman lambat..."   |   |
| 11. | 011/ SHP / TTM / LK / FSHN | "Realita tak semanis ekspektasi"  | Non explicit reaproach                              |
| 12. | 012/ SHP / TTM / LK / FSHN | "pengemasan barang sangat lama sampe nambah hari..."  | Explicit blame (behavior)                           |
| 13. | 013/ SHP / TTM / LK / FSHN | "pas nyampe modelnya gak sesuai dengan yang di minta"   | Direct accusation (tuduhan langsung)                |
| 14. | 014/ SHP / TTM / LK / FSHN | "sayang barang tidak sesuai postingan. Postingan tidak update"  | Direct accusation (tuduhan langsung)                |
| 15. | 015/ SHP / TTM / LK / FSHN | "Barang lama dikirim dan sampai sekarang ada item yg terkirim padahal sudah lewat dari satu minggu. Tidak ada respon dari penjual". | Explicit blame (behavior)                           |

Berdasarkan 15 data diatas, terdapat 6 penggunaan strategi mengeluh *explicit blame behavior* (tuduhan perilaku secara eksplisit), 6 penggunaan strategi mengeluh *direct*

*accusation* ( tuduhan secara langsung ), 1 penggunaan strategi mengeluh *annoyance* (kekesalan), 1 penggunaan strategi mengeluh *indirect accusation* (tuduhan secara tidak langsung), serta 1 penggunaan strategi *non explicit reaproach* (teguran tidak secara langsung). Dalam tuturan-tuturan tersebut, dapat diketahui bahwa terdapat beberapa alasan dari penggunaan strategi mengeluh *explicit blame behavior* (tuduhan perilaku secara eksplisit) oleh para *online shoppers* seperti penjual (*seller*) tidak teliti atau salah dalam mengirimkan produk pakaian tidak melaksanakan proses penukaran atau pengembalian barang atas produk pakaian yang rusak atau produk pakaian yang tidak dikirimkan kepada *online shoppers*, menjawab pesan dari *online shoppers* (selaku konsumen) menggunakan bahasa yang kurang pantas atau kasar, terlambat dalam mengemas dan mengirimkan barang, serta tidak menjawab atau memberikan informasi lanjutan mengenai produk pakaian pesanan kepada para *online shoppers* selaku konsumen mereka.

Disamping itu, terdapat beberapa alasan penggunaan strategi mengeluh *direct accusation* (tuduhan secara langsung ) oleh para *online shoppers* laki-laki seperti produk pakian yang dikirimkan oleh penjual (*seller*) tidak sesuai dengan yang dipesan, produk pakian yang diterima tidak sesuai dengan yang ada difoto atau gambar, bekas jahitan dari produk pakian tersebut tidak dibersihkan dan masih menempel pada produk pakaian yang dipesan, terdapat noda pada produk pakaian yang dipesan, serta model atau *style* dari produk pakaian yang diterima tidak sesuai dengan yang dipesan. Adapun alasan dari penggunaan strategi mengeluh *annoyance* (kekesalan) adalah bahan dari produk pakaian yang dipesan terlalu tipis sehingga terkesan seperti produk pakian yang berharga murah atau berkualitas rendah.

Disamping itu, terdapat juga alasan dari penggunaan strategi *non explicit approach* (tuduhan tidak secara langsung) yaitu untuk mengeluhkan kualitas dari produk pakaian yang telah dipesan dan diterima secara tidak langsung atau dengan menggunakan isyarat, sehingga penjual harus membuat beberapa dugaan terkait dengan hal yang dikeluhkan. Untuk mengetahui hal yang dikeluhkan, penjual (*seller*) harus membuat beberapa dugaan. Adapun beberapa contoh dugaanya adalah produk yang diterima tidak sesuai yang dipesan, size (ukuran) produk pakaian terlalu kecil bagi *online shoppers*, model pakaian yang diterima tidak sesuai dengan yang dipesan, proses pengemasan dan pengiriman produk pakaian terlambat, terdapat noda atau kerusakan pada produk, dan lain sebagainya. Adapun alasan dari penggunaan strategi mengeluh *indirect accusation* adalah untuk mengeluhkan kualitas dari produk pakaian dengan menggunakan kalimat tanya, sehingga keluhan tersebut tidak disampaikan secara langsung dan penjual harus dapat memahami makna dari tuturan tersebut.

Berdasarkan 15 data pada Tabel 2, terdapat 9 penggunaan strategi mengeluh *explicit blame behavior* (tuduhan perilaku secara eksplisit), 4 penggunaan strategi mengeluh *explicit blame person* (tuduhan watak atau karakter secara eksplisit), serta 2 penggunaan strategi mengeluh *direct accusation* ( tuduhan secara langsung ). Dalam tuturan-tuturan tersebut, dapat diketahui bahwa terdapat beberapa alasan dari penggunaan strategi mengeluh *explicit blame behavior* (tuduhan perilaku secara eksplisit) oleh para *online shoppers* perempuan seperti penjual (*seller*) tidak mengirimkan kekurangan barang yang harusnya dikirimkan kepada konsumen, proses pengemasan dan pengiriman barang membutuhkan waktu yang sangat lama setelah proses pembayaran dilakukan, serta proses pemesanan dari produk pakaian yang telah dibatalkan tetap dilanjutkan.

**Tabel 2.** Strategi Tindak Tutur Mengeluh *Online shoppers* perempuan:

| No. | Nomor data                  | Tuturan  | Jenis Strategi Keluhan               |
|-----|-----------------------------|--|--------------------------------------|
| 1.  | 001/ SHP / TTM / PR / FSHN  | "Beli produk 3 yang datang 2 gak dikirim kekurangannya, gimana sih parah "   | Explicit blame (behavior)            |
| 2.  | 002/ SHP / TTM / PR / FSHN  | "Produk nya bagus tapi Pengiriman lama, pengemasan lamaa! sebel huft!!!"   | Explicit blame (behavior)            |
| 3.  | 003/ SHP / TTM / PR / FSHN  | "Barang aslinya beda sama gambar, bahan aslinya tipis bangetttt gilak sih ini rugi gue"  | Direct accusation (tuduhan langsung) |
| 4.  | 004/ SHP / TTM / PR / FSHN  | "Penjualnya judes, nggak ramah, nyebelin parah orangnya! Suombong parah!"  | Explicit blame (person)              |
| 5.  | 0005/ SHP / TTM / PR / FSHN | "Pesan 2 yg datang hanya 1 . Pengiriman kok nggak lengkap gini gimana sih"   | Explicit blame ( behavior)           |
| 6.  | 006/ SHP / TTM / PR / FSHN  | " Toko dan pengiriman sangat amat leleeeetttt kerjanya! Gue uda nunggu lama ya"  | Explicit blame (behavior)            |
| 7.  | 007/ SHP / TTM / PR / FSHN  | "penjual kok sombong gilak, gak ada etika dalam berbicara, cuek. sama konsumen kok kaya gitu, gausah jualan say kalo ngga telated ngladenin! nanya baek2 lho padahal " | Explicit blame (person)              |
| 8.  | 008/ SHP / TTM / PR / FSHN  | " Saya pesan kapan dikirim kapan, pelayanan nya parah ! nyesel banget "  | Explicit blame (behavior)            |
| 9.  | 009/ SHP / TTM / PR / FSHN  | " pesen 11 baju yang datang 5 baju, gimana sih. Pelayanannya kok gini"   | Explicit blame (behavior)            |
| 10. | 010/ SHP / TTM / PR / FSHN  | " Padahal kemasnya lama dr tgl 14 baru dikirim tgl 21 sumpah ngirim gini aja lemotttt herman gue"  | Explicit blame (behavior)            |
| 11. | 011/ SHP / TTM / PR / FSHN  | "chat saya gak di respon bener, malah nyolot ngomongnya mana kasar lagi. uda gitu jawabnya singkat banget. dasar penjual sombong"                                      | Explicit blame (person)              |
| 12. | 012/ SHP / TTM / PR / FSHN  | "Udah bilng mau di batalin malah dikirim ,udh konfirmasi gausah dikirim, malah dikirim. Pelayanannya haduh!!!!"  | Explicit blame (behavior)            |
| 13. | 013/ SHP / TTM / PR / FSHN  | "8 hari setelah pembayaran baru dikirim, pengemasan lama kayak beli barang di luar negeri aja".  | Explicit blame (behavior)            |
| 14. | 014/ SHP / TTM / PR / FSHN  | "penjual banyak alasan, nga terus terang, ngeles mulu!!! heran kenapa si nyebelin banget, lu jutek padhaal lo yang butuh gue. Pesanan gw lama gak dikirim2".           | Explicit blame (person)              |
| 15. | 015/ SHP / TTM / PR / SHN   | kualitasnya amburadul parah tidak sesuai deskripsi atau gambar. Aslinya jelek, langsung saya komplek"  | Direct accusation (tuduhan langsung) |

Disamping itu, terdapat beberapa alasan penggunaan strategi mengeluh *explicit blame person* (tuduhan watak atau karakter secara eksplisit) seperti sikap penjual yang terkesan sombong dan acuh tak acuh kepada konsumen, tidak beretika dalam menjawab pesan, tidak jujur dalam memberikan informasi mengenai produk pakaian yang telah dipesan, serta banyak memberikan alasan mengenai keterlambatan dalam proses pengemasan ataupun pengiriman produk pakaian pesanan online *shoppers*. Adapun beberapa alasan dari penggunaan strategi mengeluh *direct accusation* (tuduhan secara langsung) seperti bahan dari produk pakaian yang dipesan terlalu tipis serta jahitan dari produk pakaian yang dipesan tidak bagus sehingga tidak nyaman ketika dikenakan.

Berdasarkan data-data tersebut, dapat diketahui bahwa para *online shoppers* laki-laki menggunakan strategi mengeluh yang lebih bervariasi, baik dalam menyampaikan keluhannya secara langsung atau tidak langsung. Adapun hal yang membedakan adalah para *online shoppers* laki-laki dan perempuan para *online shoppers* laki-laki tidak mengeluhkan mengenai sikap ataupun watak dari penjual (*seller*) meskipun mereka telah melakukan kesalahan ataupun membuatnya rugi. Dalam kehidupan dimasyarakat, diketahui bahwa perempuan kerap kali lebih mengedepankan perasaan dibandingkan dengan logika, sehingga perempuan cenderung lebih perhatian terhadap masalah-masalah yang berhubungan dengan perasaan, emosi dan ekspresi diri, sedangkan laki-laki kerap kali lebih mengedepankan masalah-masalah yang berhubungan dengan logika dan sesuatu yang bersifat rasional, serta mereka tidak begitu pandai atau tidak begitu suka untuk mengungkapkan perasaan mereka terhadap sesuatu. Ketika menghadapi suatu permasalahan, laki-laki lebih memilih untuk menyelesaikan masalah serta mencari solusi terbaik dibandingkan dengan mengeluhkannya, sedangkan perempuan cenderung mengungkapkan semua hal yang mengecewakannya atau mengeluhkannya terlebih dahulu sehingga mereka merasa lega dan mencari solusinya kemudian.

Berdasarkan hasil analisis data, dapat diketahui bahwa para *online shoppers* perempuan cenderung lebih sensitif dan memperhatikan bagaimana para penjual (*sellers*) memberikan pelayanan kepada mereka, baik dalam membalas pesan mereka secara singkat atau panjang, membalas pesan dengan penuh perhatian atau tidak, memberikan informasi lengkap mengenai produk pakaian yang telah dipesan atau tidak, serta menggunakan bahasa atau kata-kata yang baik atau tidak dalam menjawab setiap pertanyaan mereka, sedangkan *online shoppers* laki-laki tidak mengeluhkan mengenai watak atau sikap dari penjual (*sellers*) dan lebih fokus untuk meminta solusi ataupun penyelesaian dari masalah yang ada, sehingga masalah dapat diselesaikan, mereka tidak dirugikan, dan mendapatkan produk pakaian sesuai yang dipesan atau diinginkannya. Maka, dapat dikatakan bahwa *online shoppers* perempuan lebih intuitif jika dibandingkan dengan *online shoppers* laki-laki dan *online shoppers* laki-laki lebih rasional jika dengan *online shoppers* perempuan.

#### 4. KESIMPULAN DAN SARAN

##### 4.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, dapat disimpulkan bahwa *online shoppers* laki-laki lebih menggunakan strategi keluhan yang lebih bervariasi dibandingkan dengan *online shoppers* perempuan. Dari 30 data keluhan yang ada, para *online shoppers* laki-laki menggunakan 5 jenis strategi mengeluh untuk menyampaikan keluhannya seperti strategi mengeluh *explicit blame behavior* (tuduhan perilaku secara eksplisit), strategi mengeluh *direct accusation* (tuduhan secara langsung), strategi mengeluh *annoyance* (kekesalan), strategi mengeluh *indirect accusation* (tuduhan secara tidak langsung), strategi *non explicit reapproach* (teguran tidak secara langsung), sedangkan *online shoppers* perempuan menggunakan 3 jenis strategi mengeluh untuk menyampaikan keluhannya yang meliputi strategi mengeluh *explicit*

*blame behavior* (tuduhan perilaku secara eksplisit), strategi mengeluh *explicit blame person* (tuduhan watak atau karakter secara eksplisit), strategi mengeluh *direct accusation* ( tuduhan secara langsung ).

Disamping itu, terdapat beberapa permasalahan yang harus lebih diperhatikan oleh para penjual (*sellers*) untuk memperbaiki kualitas mereka terlebih lagi karena kegiatan penjualan melalui *ecommerce* dilakukan dengan menggunakan media *gadget* dan tidak secara langsung atau *face-to face*, sehingga para *online shoppers* hanya dapat menilai kinerja serta sikap dari penjual (*sellers*) melalui pelayanan yang diberikan, termasuk dari cara mereka memberikan layanan melalui pesan. Jika para penjual (*sellers*) dapat bersikap lebih ramah dan dapat memberikan pelayanan yang lebih baik dalam segi apapun, maka *online shoppers* akan lebih dapat memaklumi kesalahan mereka meskipun mereka telah merugikannya. Keluhan yang ditangani baik oleh para penjual (*sellers*) dapat meningkatkan hubungan yang baik dengan para konsumen (*online shoppers*). Konsumen tidak akan merasa senang dan puas apabila terjadi kegagalan dari para penjual (*sellers*) dalam memberikan pelayanan. Konsumen yang tidak merasa puas cenderung sering membagikan pesan negatif mereka dan hal tersebut akan berdampak serius terhadap kinerja dan profibilitas dari penjual, sehingga keluhan dari para *online shoppers* seharusnya dianggap sebagai peluang untuk memperbaiki kualitas ataupun memulihkan layanan bagi para penjual (*sellers*).

## 4.2. Saran

Berdasarkan hasil pembahasan dan kesimpulan, peneliti menyarankan kepada beberapa pihak:

### 4.2.1. Saran bagi masyarakat

Dengan adanya penelitian ini, peneliti berharap bahwa penelitian ini dapat menjadi bentuk edukasi kepada masyarakat melalui bidang kebahasaan, terutama dalam memahami penggunaan strategi mengeluh dalam menyampaikan keluhan dalam suatu produk pada aplikasi e-commerce.

### 4.2.2. Saran bagi pemerhati bahasa

Dengan adanya penelitian ini, peneliti berharap bahwa penelitian ini dapat menjadi inspirasi untuk meneliti aspek kebahasaan dengan mengkaji sesuatu yang dapat dijadikan data dari aplikasi e-commerce, tak terkecuali shoppe.

### 4.2.3. Saran bagi peneliti selanjutnya

Dengan adanya penelitian ini, peneliti berharap bahwa penelitian ini dapat menjadi salah satu referensi penelitian bidang pragmatik khususnya mengenai strategi tindak tutur mengeluh bagi peneliti yang akan datang.

## REFERENSI

- Aisyiyah, Nasyiatul, Hartoyo, Diah Krisnatuti. 2019. Analisis Perilaku Komplain Online Shopping. *Jurnal Ilmu Keluarga dan Konsumen*, Vol. 12, No. 3, hlm 249-259.
- Kotler, P. & Keller, K.L. 2012. *Manajemen Pemasaran Jilid I Edisi ke 12*. Jakarta: Erlangga.
- Laudon, Kenneth & Traver (2017). *E-commerce, Business, Technology and Society*. New York: Prentice Hall.
- Manaf, Ngusman Abdul. 2011. "Kesopanan Tindak Tutur Menyuruh dalam Bahasa Indonesia". *Jurnal LITERA*, Volume 10, No.2 Oktober 2011. Fakultas Bahasa dan Seni Universitas Negeri



Padang.

Ruslan, Chandra. 2013. Studi Deskriptif : Perilaku Komplain dan Motif Komplain Pelanggan Restoran di Hotel X Surabaya. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Universitas Surabaya*, Vol 02, No 01, hlm 1-10.

Rustono. 2000. *Pokok-pokok Pragmatik*. Semarang: IKIP Semarang Press.

Susanto, Jonathan, Binerco Gunawan, & Sienny Thio. 2014. Perilaku dan Motivasi Terhadap Restoran-Restoran di Surabaya. *Jurnal Hospitality dan Manajemen Jasa*.

Searle, JR. 1979. *Speech Act: an Essay in the Philosophy of Language*. Cambridge: Cambridge University Press. Spradley, J.P. 1980. *Participant Observation*. New York: Holt, Rinehart, and Winston. Turban, E., King, D., Lee, J. K., Liang, T. P., and Turban, D.C., 2015. *Electronic Commerce: A Managerial and Social Networks Perspective*. 8th Ed.

Trosborg, Anna. 1995. *Interlanguage Pragmatics: Request, Complaints and Apologies*. Berlin: Mouton de Gruyter.

Van Dijk, J. 2013. *The Network Society*. London: SAGE Publications.