

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Pada bab ini, akan mengkaji kesimpulan berdasarkan analisis bab sebelumnya dari permasalahan penelitian ini, sebagai berikut.

5.1.1 Bentuk tuturan yang digunakan oleh penjual terhadap pembeli dalam interaksi jual beli

No.	Bentuk Tuturan	Data	Penanda Bentuk Tuturan	Jumlah
1.	<i>Futsuukei</i>	持っていく 'membawa' 買うの 'mau beli?' 食べるの 'makan apa?' だ	～です "tidak ada kopula desu" KK + ていく ～bentuk kamus Kalimat bentuk biasa + の KK bentuk ない + ない ～です menjadi だ	6

2.	<i>Sonkeigo</i>	<p>いらっしやいませ</p> <p>‘selamat datang’</p> <p>おすすめ</p> <p>‘rekomendasi’</p> <p>こちら</p> <p>‘sini’</p> <p>おあずかり</p> <p>‘menerima’</p> <p>お待ち下さい</p> <p>‘tolong tunggu’</p> <p>おこし下さいませ</p> <p>‘silahkan datang kembali’</p>	<p>お + VR</p> <p>お + VR + 下さる</p> <p>特別な動詞</p>	4
3.	<i>Kenjougo</i>	<p>おまたせしました</p> <p>‘maaf menunggu’</p> <p>うかがいたします</p> <p>‘silahkan beritahu’</p> <p>おまたせいたしました</p> <p>‘maaf menunggu’</p>	<p>お + VR + する</p> <p>お + VR + いたす</p> <p>特別な動詞</p>	2
	<i>Teineigo</i>	<p>ですよ</p> <p>ですね</p> <p>ます</p> <p>ました</p>	<p>KB/KS + です</p> <p>KB + です/ます</p> <p>～です + 文末</p> <p>よ/ね</p> <p>～です</p> <p>～ます</p> <p>～ござる</p>	8
Total				20

Tabel 5.1 Bentuk Tuturan

Penulis menganalisis 20 data, berdasarkan hasil analisis bab IV penjual menggunakan tuturan bentuk *futsuukei* dan *keigo*. Bentuk *keigo* terdiri dari *sonkeigo*, *kenjougo*, dan *teineigo*. Pada tabel di atas menjelaskan bahwa dari 20 data terdapat 6 data dengan 6 penanda bentuk *futsuukei*, 4 data dengan 3 penanda bentuk *sonkeigo*, 2 data dengan 3 penanda bentuk *kenjougo*, dan 8 data dengan 6 penanda bentuk *teineigo*. Dapat disimpulkan bahwa dalam interaksi jual beli di Jepang bentuk tuturan yang paling banyak digunakan adalah bentuk *teineigo* sebagai salah satu jenis *keigo* (honorifik). Bentuk *keigo* yang paling banyak digunakan adalah bentuk *teineigo* yang dilatar belakangi oleh faktor usia penjual yang lebih tua daripada pembeli. Selain itu konteks tempat juga mempengaruhi penggunaan *teineigo*; dalam hal ini tempat terjadinya percakapan adalah toko dan kedai. Selain faktor usia dan tempat, status sosial juga mempengaruhi penggunaan *teineigo*. Penjual akan menggunakan bentuk *teineigo* terhadap reporter karena statusnya lebih tinggi.

5.1.1 Faktor sosial yang melatarbelakangi bentuk tuturan tersebut.

Faktor sosial yang melatarbelakangi bentuk tuturan di atas, sebagai berikut.

- a. 人間関係 *ningen kankei* hubungan antara penjual dan pembeli.

Penjual harus memberikan pelayanan, agar pembeli tersebut puas

dan ingin datang kembali. Jadi penjual menggunakan bentuk tuturan *teineigo*.

- b. 年齢 *nenrei* usia. Faktor usia ternyata mempengaruhi juga komunikasi antara penjual dan pembeli. Saat penjual menghadapi pembeli yang usianya lebih muda, misalnya anak-anak maka penjual cenderung menggunakan bentuk *futsukei*. Dalam hal ini untuk menyesuaikan tuturan terhadap anak-anak yang merupakan pembeli.
- c. Pada interaksi jual beli tempat sangat mempengaruhi bentuk tuturan. 場 *ba* tempat, merupakan tempat terjadinya tuturan yang ditemukan dari hasil analisis, yaitu pasar, toko, restoran dan kedai.

5.2 Saran

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan serta ilmu pengetahuan dalam bidang sosiolinguistik mengenai penggunaan *keigo* dalam jual beli di Jepang. Penggunaan *keigo* sangat diperlukan dalam percakapan jual beli.

Penelitian selanjutnya disarankan untuk menggunakan pembahasan ragam bahasa hormat (*keigo*) dengan situasi yang berbeda, misalnya antara anak dengan orang tua, antara guru dengan murid dan antara atasan dengan bawahan, sehingga hasil yang diperoleh akan bervariasi.