

Ragam Bahasa Pada Interaksi Jual Beli Di Pasar Rakyat Malino Kabupaten Gowa

Mizwar Wahyudi¹, Abd.Rahman Rahim², Abd Munir³

^{1,2,3} Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia Universitas
Muhammadiyah Makassar Indonesia

Corresponding author : mizwarwahyudi2@gmail.com

Abstract This research uses a qualitative approach. The data for this research are speech obtained from speech events between sellers and buyers at the Malino People's Market, Gowa Regency. Language is the object of research and language use (sellers and buyers) is the subject of this research. The data source is the speech of sellers and buyers, which occurred in buying and selling transactions at the Malino People's Market, Gowa Regency, which were carried out from December 2022 to January 2023. The method used to collect data was the observation, listening, recording and note-taking method. Data analysis was carried out by adhering to a flow model data analysis flow which includes four activity steps, namely (1) data collection, (2) data reduction, (3) data presentation, and (4) conclusion/verification.

The research results show that (1) The variety of buying and selling languages at the Malino People's Market, Gowa Regency consists of (a) Sellers and buyers use Makassar language; (b) Sellers and buyers use the Makassar dialect of Indonesian; (c) Sellers and buyers use Bugis language; (d) The seller uses the Makassar dialect of Indonesian and the buyer uses the Jakarta dialect of Indonesian; (e) Sellers and buyers use the Jakarta dialect of Indonesian; (f) The seller uses Makassar language and the buyer uses Indonesian; (g) The seller uses Makassar language instead of Indonesian and the buyer uses Indonesian; (h) The seller uses Makassar language instead of Bugis language and the buyer uses Bugis language; (i) Sellers and buyers use a code-mixed language of Makassar or Bugis and Indonesian. (2) The interaction pattern in buying and selling interactions at the Malino People's Market, Gowa Regency consists of (a) transaction objectives; (b) the relationship between the seller and the buyer is personal: (c) bargaining; (d) the seller in his interaction develops verbal persuasion; (e) buyers in interactions develop verbal persuasion. (3) The speech levels of sellers and buyers in buying and selling interactions at the Malino People's Market, Gowa Regency consist of high, medium and medium levels.

Keywords: Variety Of Languages, Buying And Selling Interaction, Malino People's Market, Gowa Regency

Abstrak Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Data penelitian ini adalah tuturan yang diperoleh dari peristiwa tutur antara penjual dan pembeli di Pasar Rakyat Malino Kabupaten Gowa. Bahasa merupakan objek penelitian dan pemakaian bahasa (penjual dan pembeli) menjadi subjek dalam penelitian ini. Sumber data berupa tuturan penjual dan pembeli, yang terjadi dalam transaksi jual beli di Pasar Rakyat Malino Kabupaten Gowa yang dilakukan bulan Desember 2022 sampai dengan Januari 2023. Metode yang digunakan dalam mengumpulkan data yaitu metode observasi, simak, rekam, dan catat. Analisis data dilakukan dengan menganut alur analisis data model alir yang mencakup empat langkah kegiatan, yakni (1) pengumpulan data, (2) reduksi data, (3) penyajian data, dan (4) penyimpulan/verifikasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) Wujud ragam bahasa jual beli di Pasar Rakyat Malino Kabupaten Gowa terdiri atas (a) Penjual dan pembeli menggunakan bahasa Makassar; (b) Penjual dan pembeli menggunakan bahasa Indonesia dialek Makassar; (c) Penjual dan pembeli menggunakan bahasa Bugis; (d) Penjual menggunakan bahasa Indonesia dialek Makassar dan pembeli menggunakan bahasa Indonesia dialek Jakarta; (e) Penjual dan pembeli menggunakan bahasa Indonesia dialek Jakarta; (f) Penjual menggunakan bahasa Makassar dan pembeli menggunakan bahasa Indonesia; (g) Penjual menggunakan bahasa Makassar alih bahasa Indonesia dan pembeli menggunakan bahasa Indonesia; (h) Penjual menggunakan bahasa Makassar alih bahasa Bugis dan pembeli menggunakan bahasa Bugis; (i) Penjual dan pembeli menggunakan bahasa campur kode bahasa Makassar atau bahasa Bugis dan bahasa Indonesia. (2) Pola interaksi pada interaksi jual beli di Pasar rakyat Malino Kabupaten Gowa terdiri atas (a) tujuan transaksi; (b) hubungan penjual dengan pembeli bersifat personal: (c) tawar-menawar; (d) penjual di dalam interaksinya mengembangkan persuasi verbal; (e) pembeli dalam interaksi mengembangkan persuasi verbal. (3) Tingkat tutur penjual dan pembeli pada interaksi jual beli di Pasar Rakyat Malino Kabupaten Gowa terdiri atas tingkat tinggi, sedang, dan madya.

Kata Kunci : Ragam Bahasa, Interaksi Jual Beli, Pasar Rakyat Malino Kabupaten Gowa

LATAR BELAKANG

Received Juli 03, 2023; Revised Agustus 01, 2023; Accepted September 20, 2023

* Mizwar Wahyudi, mizwarwahyudi2@gmail.com

Tujuan penelitian ini yaitu mendeskripsikan (1) Wujud ragam bahasa jual beli di Pasar Rakyat Malino Kabupaten Gowa. (2) Pola interaksi pada interaksi jual beli di Pasar Rakyat Malino Kabupaten Gowa. (3) Tingkat tutur yang digunakan penjual dan pembeli pada interaksi jual beli di Pasar Rakyat Malino Kabupaten Gowa.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Data penelitian ini adalah tuturan yang diperoleh dari peristiwa tutur antara penjual dan pembeli di Pasar Rakyat Malino Kabupaten Gowa. Bahasa merupakan objek penelitian dan pemakaian bahasa (penjual dan pembeli) menjadi subjek dalam penelitian ini. Sumber data berupa tuturan penjual dan pembeli, yang terjadi dalam transaksi jual beli di Pasar Rakyat Malino Kabupaten Gowa yang dilakukan bulan Desember 2022 sampai dengan Januari 2023. Metode yang digunakan dalam mengumpulkan data yaitu metode observasi, simak, rekam, dan catat. Analisis data dilakukan dengan menganut alur analisis data model alir yang mencakup empat langkah kegiatan, yakni (1) pengumpulan data, (2) reduksi data, (3) penyajian data, dan (4) penyimpulan/verifikasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) Wujud ragam bahasa jual beli di Pasar Rakyat Malino Kabupaten Gowa terdiri atas (a) Penjual dan pembeli menggunakan bahasa Makassar; (b) Penjual dan pembeli menggunakan bahasa Indonesia dialek Makassar; (c) Penjual dan pembeli menggunakan bahasa Bugis; (d) Penjual menggunakan bahasa Indonesia dialek Makassar dan pembeli menggunakan bahasa Indonesia dialek Jakarta; (e) Penjual dan pembeli menggunakan bahasa Indonesia dialek Jakarta; (f) Penjual menggunakan bahasa Makassar dan pembeli menggunakan bahasa Indonesia; (g) Penjual menggunakan bahasa Makassar alih bahasa Indonesia dan pembeli menggunakan bahasa Indonesia; (h) Penjual menggunakan bahasa Makassar alih bahasa Bugis dan pembeli menggunakan bahasa Bugis; (i) Penjual dan pembeli menggunakan bahasa campur kode bahasa Makassar atau bahasa Bugis dan bahasa Indonesia. (2) Pola interaksi pada interaksi jual beli di Pasar rakyat Malino Kabupaten Gowa terdiri atas (a) tujuan transaksi; (b) hubungan penjual dengan pembeli bersifat personal: (c) tawar-menawar; (d) penjual di dalam interaksinya mengembangkan persuasi verbal; (e) pembeli dalam interaksi mengembangkan persuasi verbal. (3) Tingkat tutur penjual dan pembeli pada interaksi jual beli di Pasar Rakyat Malino Kabupaten Gowa terdiri atas tingkat tinggi, sedang, dan madya.

Setiap kelompok sosial manusia yang ada dalam suatu masyarakat selalu melakukan proses interaksi sosial, yaitu suatu interaksi antar anggota kelompok dalam masyarakat, baik yang bersifat verbal maupun yang bersifat nonverbal. Proses interaksi sosial yang bersifat verbal menggunakan bahasa sebagai medium sentralnya. Bentuk-bentuk proses interaksi sosial, seperti musyawarah, bertegur sapa, negosiasi, diskusi, berkhotbah, dan bercerita

merupakan aktivitas sosial yang menggunakan bahasa sebagai medium verbal utamanya, sedangkan proses interaksi sosial, seperti kerja bakti, pertandingan sepak bola, menari, cara duduk merupakan aktivitas sosial yang mempunyai medium nonverbal sebagai sentralnya (Santoso, 2003:23).

Interaksi antarmasyarakat dalam berbagai konteks tersebut menempatkan bahasa sebagai medium yang esensial. Bahasa juga menjadi faktor pembeda yang utama antara manusia dengan makhluk lainnya. Melalui bahasa, manusia dapat mengekspresikan pikiran dan perasaannya, baik secara lisan maupun tertulis kepada orang lain. Manusia sebagai makhluk sosial akan selalu berinteraksi satu dengan yang lain sepanjang hidupnya. Manusia yang hidup senantiasa membutuhkan bantuan dan kerja sama dengan orang lain. Agar manusia dapat berinteraksi dan berhubungan dengan orang lain dengan sempurna (efektif), diperlukan bahasa sebagai alat komunikasi. Tanpa bahasa, komunikasi yang efektif tidak akan tercipta karena hanya bahasa yang mampu menyampaikan sesuatu yang dirasakan dan diinginkan seseorang kepada orang lain dengan jelas.

Pernyataan di atas sejalan dengan pendapat Keraf (1984: 32) yang menyatakan bahwa dengan adanya bahasa, maka semua yang berada di alam sekitar mendapat tanggapan dalam pikiran manusia dan diungkapkan kembali sebagai bahan komunikasi. Bahasa memungkinkan setiap orang untuk menyesuaikan diri dengan lingkungan fisik dan lingkungan sosial. Di samping itu, bahasa dapat menjadi alat untuk mengekspresikan diri dalam mempengaruhi tingkah laku orang lain. Menurut Trudgill (1987: 2), fungsi utama bahasa sebagai alat komunikasi adalah alat untuk menyatakan diri dan wahana untuk memelihara hubungan dengan orang lain.

Dewasa ini, sangat sedikit orang yang hanya menguasai satu bahasa (*monolingual*). Kedwibahasaan merupakan fenomena yang paling umum pada masyarakat dewasa ini. Penggunaan dua bahasa dalam berkomunikasi terjadi dalam semua ranah atau domain, termasuk ranah jual beli di pasar. Fenomena penggunaan dua bahasa atau lebih dalam ranah jual beli jelas bukan sesuatu yang janggal. Penggunaan bahasa harus sesuai dengan keadaan (situasi) pada ucapan, tujuan, dan suasana yang ada (Hymes-*SPEAKING*) (Hymes, 1972).

Manusia dalam kehidupan berkomunikasi dan berinteraksi sebagai bentuk dari aktivitas sosial. Salah satu alat yang digunakan untuk berkomunikasi, baik antarindividu maupun kelompok adalah bahasa. Chaer (2003: 32) mendefinisikan bahasa adalah sistem lambang bunyi yang *arbitrer* yang digunakan oleh anggota kelompok sosial untuk bekerja sama, berkomunikasi dan mengidentifikasi diri, dan sebuah bahasa diperoleh ketika masih anak-anak hingga dewasa. Di daerah Kabupaten Gowa, bahasa komunikasinya sangat variatif. Sebagian

ada yang menggunakan bahasa Indonesia, bahasa Makassar, kadang bahasa Bugis, dan bahasa Jawa. Hal tersebut disebabkan oleh keadaan geografisnya, yaitu letaknya yang berdekatan dengan Kota Makassar dan penduduk yang bermukim di daerah ini berasal dari berbagai daerah. Di daerah ini, bisa dikategorikan masyarakat bahasa atau masyarakat tutur, karena sedikitnya telah menguasai tiga bahasa (*multilingual*) yaitu bahasa Indonesia, bahasa Makassar, dan berbahasa Jawa, terutama orang Jawa yang sudah lama tinggal dan bermukim di wilayah Malino.

Ragam bahasa merupakan bahasan pokok dalam kajian sosiolinguistik, karena sosiolinguistik mengkaji tentang ciri-ciri khas variasi bahasa, dan bahasa merupakan alat komunikasi manusia dalam sebuah masyarakat tertentu. Sebagai alat komunikasi, bahasa memiliki kaidah-kaidah.

Penggunaan bahasa yang tentu sudah disepakati oleh masyarakat pemakai bahasa itu sendiri, sehingga dapat terjadi komunikasi yang efektif antara pengguna bahasa, karena masyarakat pengguna bahasa tersebut sudah mengetahui arti dan maksud tentang bahasa yang digunakan. Menurut Rahardi (2001: 13) sosiolinguistik mengkaji bahasa dengan memperhitungkan hubungan bahasa dengan masyarakat khususnya masyarakat penutur bahasa.

Salah satu perwujudan ragam dan variasi bahasa dapat dijumpai dalam keramaian dan interaksi sosial seperti di pasar. Pasar merupakan tempat penjual dan pembeli bertemu, barang dan jasa tersedia untuk dijual dan akan terjadi pemindahan hak milik (Suharsono, 2003: 50). Pertemuan penjual dan pembeli memungkinkan terjadinya interaksi sosial. Dalam interaksi hampir tidak mungkin tanpa melibatkan bahasa meskipun dalam batas-batas tertentu dimungkinkan manusia berinteraksi tanpa menggunakan bahasa, akan tetapi kesempurnaan interaksi itu hanya dapat dijamin melalui bahasa.

Dalam proses komunikasi di pasar, interaksi dapat bermacam-macam bentuknya, misalnya bekerja, bermain-main, bersenda gurau dan salah satunya adalah tawar-menawar dalam jual beli antara penjual dan pembeli. Proses inilah yang memicu situasi kebahasaan dengan berbagai jenis dan bentuknya.

Dalam interaksi sosial di pasar seperti tawar-menawar di dalamnya tentu melibatkan bahasa. Dengan demikian, tawar-menawar termasuk salah satu peristiwa tutur (*speech event*). Sebagai salah satu peristiwa tutur, wujud pemakaian bahasa dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti situasi dan peristiwa, peserta tutur, tujuan berbicara, norma-norma interaksi dan sebagainya (Suharsono, 2003: 1). Kegiatan tawar-menawar yang dipengaruhi faktor tersebut, sudah tentu akan mengakibatkan pemakaian bahasa yang beragam. Misalnya, dari segi penutur

yaitu penjual dan pembeli yang berasal dari berbagai latar belakang, geografis dan status sosial yang berbeda, maka tuturan yang muncul akan berbeda pula.

Perlu ditekankan bahwa keragaman bahasa itu disebabkan karena adanya para penutur yang tidak *heterogen*, tetapi dalam wacana jual beli terutama jual beli di Pasar Rakyat Malino, juga disebabkan adanya hubungan keintiman antara penjual dan pembeli. Tuturan antara penjual dan pembeli yang sudah kenal dan akrab karena seringnya pembeli berbelanja di tempat tersebut. Akan berbeda dengan bentuk tuturan antara penjual dengan pembeli baru yang belum kenal sama sekali. Pada dasarnya, ragam bahasa yang digunakan dalam jual beli mempunyai makna tertentu. Tawar menawar akan menghasilkan ragam bahasa yang berbeda. Oleh sebab itu, penulis tertarik untuk mengadakan penelitian ragam bahasa bagi penutur di Pasar Rakyat Malino Kabupaten Gowa.

Pengamatan sepintas di Pasar Rakyat Malino menunjukkan bahwa dwibahasawan seringkali menggunakan bahasa-bahasa yang dikuasainya secara bergantian, bergantung pada keadaan pertuturan. Pemakaian dua bahasa atau lebih secara bergantian disebabkan oleh faktor-faktor tertentu lazim dinamakan alih kode (*code switching*). Variasi atau ragam bahasa tersebut terjadi akibat faktor sosial dan tujuan komunikasi. Misalnya, pembeli yang awalnya menggunakan bahasa Indonesia saat mengawali percakapan dengan penjual, lalu beralih ke bahasa Makassar. Hal ini disebabkan oleh keinginan pembeli untuk mengakrabkan diri dengan penjual dengan harapan dan dispensasi harga yang ditawarkan.

Penelitian tentang variasi bahasa dalam situasi jual beli masih kurang dilakukan oleh peneliti sebelumnya. Penelitian Pomiati (2001) dengan judul penelitian “Ragam Bahasa Transaksi Jual Beli Daging Sapi di Pasar Pagi Pemasang, Cilacap dengan Kajian Sociolinguistik”. Penelitian lain yakni Sidiq (2004) yang mengkaji tentang alih kode dan campur kode dalam khotbah Jumat di Kabupaten Selayar. Penelitian Nuraeni (2010) dengan judul “Alih Kode dan Campur Kode dalam Pemakaian Bahasa pada Ranah Keagamaan (Analisis Pemakaian Bahasa Majelis Taklim) di Kabupaten Gowa”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa banyak peristiwa alih kode dan campur kode dalam khotbah Jumat tersebut (dari bahasa Indonesia ke bahasa Selayar, dan ke bahasa Arab). Hal ini dipengaruhi oleh faktor situasi penutur (jamaah), ingin menghibur, gengsi, dan menekankan maksud (isi) khotbah yang disampaikan. Kurangnya penelitian ragam bahasa dalam situasi jual beli memotivasi penulis mengkaji masalah yang relevan dengan judul “Ragam Bahasa Indonesia pada Interaksi Jual Beli di Pasar Rakyat Malino Kabupaten Gowa”.

Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang, maka penelitian ini bertujuan mendeskripsikan:

1. Wujud ragam bahasa jual beli di Pasar Rakyat Malino Kabupaten Gowa.
2. Pola interaksi pada interaksi jual beli di Pasar pasar rakyat Malino Kabupaten Gowa
3. Tingkat tutur yang digunakan penjual dan pembeli pada interaksi jual beli di Pasar Rakyat Malino Kabupaten Gowa.

Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoretis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pengetahuan untuk perkembangan linguistik pada umumnya dan kajian sosiolinguistik pada khususnya. Selain itu, penelitian ini dapat menambah perbendaharaan peristilahan dalam ragam jual beli. Selain itu, hasil penelitian ini dapat bermanfaat untuk mengetahui situasi kebahasaan dalam interaksi jual beli bagi masyarakat di Malino.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi penulis maupun pembaca untuk dapat menggunakan bahasa sebagai cara untuk menghormati seseorang yang diajak berbicara di pasar dalam komunikasi jual beli. Hasil penelitian ini dapat pula dijadikan referensi peneliti selanjutnya yang relevan dengan penelitian ini.

HASIL PENELITIAN

Hasil

a. Penjual dan Pembeli Dominan Menggunakan Bahasa Makassar

Dominasi penggunaan bahasa Makassar sebagai wujud ragam bahasa yang dimaksud adalah suatu bentuk penggunaan bahasa yang intens digunakan dalam interaksi jual beli. Dominasi penggunaan bahasa akibat penutur merupakan penutur asli yang bersangkutan.

Dominasi penggunaan bahasa Makassar tersebut merupakan perwujudan dari pemertahanan bahasa Makassar bagi penjual yang terus menggunakan bahasa Makassar dalam merespon pembeli. Upaya penjual menggunakan Makassar menjadi pemicu bagi pembeli untuk beralih bahasa dari bahasa Indonesia ke bahasa Makassar.

Penjual dan pembeli rata-rata menggunakan bahasa Makassar dalam proses jual beli, walaupun pada awalnya penjual dan pembeli menggunakan bahasa Makassar. Akan tetapi, penjual telah memahami bahwa pembeli saat itu merupakan penutur bahasa Makassar sehingga membuka dan memulai percakapan selanjutnya dengan bahasa Makassar. Variasi bahasa yang demikian adalah situasi kebahasaan yang lazim terjadi di pasar Rakyat malino yang masyarakatnya adalah rata penutur bahasa Makassar sehingga peluang komunikasi bahasa

Makassar yang terbuka.

b. Penjual dan Pembeli Dominan Menggunakan Bahasa Indonesia Dialek Makassar

Dominasi penggunaan bahasa Indonesia sebagai wujud ragam bahasa yang dimaksud adalah suatu bentuk penggunaan bahasa yang intens digunakan dalam interaksi jual beli. Dominasi penggunaan bahasa akibat penutur merupakan penutur asli yang bersangkutan serta tidak dapat beralih bahasa sesuai dengan konteks dan aktivitas saat itu.

Dari faktor ekonomi penjual termasuk golongan *fundamental* (golongan bawah) sedangkan pembeli golongan *segmental* golongan (atas), yang selalu menggunakan bahasa Indonesia dangengsi menggunakan bahasa daerah, apalagi pembeli seorang gadis perempuan yang tentunya selalu berupaya untuk mempertahankan sebagai statusnya sebagai gadis masa kini dan modern.

c. Penjual dan Pembeli Dominan Menggunakan Bahasa Bugis

Dominasi penggunaan bahasa Bugis sebagai wujud ragam bahasa yang dimaksud adalah suatu bentuk penggunaan bahasa yang intens digunakan dalam interaksi jual beli oleh penjual dan pembeli sampai terwujudnya interaksi jual beli. Dominasi penggunaan bahasa akibat penutur merupakan penutur asli yang saat itu sedang digunakan, termasuk pembeli yang beretahan pada penggunaan bahasa Bugis.

Dominasi penggunaan bahasa Bugis tersebut merupakan perwujudan dari pemertahanan bahasa Bugis bagi penjual yang memulai bahasa Bugis dalam merayu pembeli karena sudah mengetahui bahwa pembeli merupakan penutur bahasa Bugis. Hal ini diketahui berdasarkan hasil simakan pembeli yang telah menggunakan bahasa Bugis saat bertanya pada penjual di sebelahnya.

d. Penjual Menggunakan Bahasa Indonesia Dialek Makassar dan Pembeli Menggunakan Bahasa Indonesia Dialek Jakarta

Proses penggunaan bahasa Indonesia yang berbeda dialek pada penjual dan pembeli terjadi akibat kedua peserta komunikasi tersebut sangat berbeda latar belakang sosial dan budaya.

penjual menggunakan bahasa Indonesia dialek Makassar dan pembeli menggunakan bahasa Indonesia dialek Jakarta. Hal itu disebabkan karena penjual tidak mampu mengimbangi pembeli yang berasal dari luar kota dan bahasa yang digunakan pembeli pun menggunakan bahasa Indonesia dialek Jakarta sehingga penjual tidak mampu mengimbangi kode yang digunakan pembeli.

e. Penjual dan Pembeli Menggunakan Bahasa Indonesia Dialek Jakarta

Proses penggunaan bahasa Indonesia dialek Jakarta pada penjual dan pembeli terjadi akibat kedua peserta komunikasi tersebut menguasai logat dan dialek Jakarta dan walaupun berbeda latar belakang sosial dan budaya.

penjual menggunakan bahasa Indonesia dan pembeli menggunakan bahasa Indonesia itu disebabkan karena pembeli mengimbangi pembeli yang status sosialnya lebih tinggi dibandingkan penjual dan bahasa yang digunakan penjual menggunakan bahasa Indonesia sehingga pembeli mengimbangi kode yang digunakan penjual yang dilihat dari latar belakangnya penjual berasal dari Jakarta.

f. Penjual Dominan Menggunakan Bahasa Makassar dan Pembeli Dominan Menggunakan Bahasa Indonesia

Penjual menggunakan bahasa Makassar dan pembeli menggunakan Indonesia. Hal itu dikarenakan oleh latar belakangnya yang berbeda. Penjual berbahasa Makassar, sedangkan pembeli latar belakangnya berbahasa Indonesia. Akan tetapi, walaupun keduanya menggunakan dialek masing-masing, komunikasi tetap berjalan karena kebanyakan masyarakat di Gowa merupakan masyarakat multibahasa walaupun tidak bisa mengungkapkan dialek bahasa Makassar, tetapi mereka mengetahui maksud yang dituturkan oleh lawan tutur.

g. Penjual Menggunakan Bahasa Makassar Alih Bahasa Indonesia dan Pembeli Dominan Menggunakan Bahasa Indonesia

Penggunaan bahasa Makassar Alih bahasa Indonesia bagi penjual dan pembeli dominan menggunakan bahasa Indonesia adalah suatu proses interaksi antara penjual dan pembeli yang salah satu di antaranya (pembeli) tidak menguasai bahasa penjual, yakni bahasa Makassar.

Pada konteks komunikasi tersebut, penjual menggunakan menggunakan bahasa Makassar dan pembeli 1 dan 2 menggunakan bahasa Indonesia. Penjual pada awalnya menggunakan bahasa Makassar dan beralih ke bahasa Indonesia yang disebabkan untuk mengimbangi pembeli 1 dan 2 yang menggunakan bahasa Indonesia. Di sini penjual sebagai orang yang menguasai lebih dari 1 bahasa (multi bahasa) karena penjual dilihat dari letak geografisnya yang berada di daerah Bugis Makassar sehingga dia menguasai lebih dari dua bahasa. Pembeli 1 menggunakan bahasa Indonesia karena latar belakangnya berasal dari masyarakat kalangan atas yang kemungkinan bahasa Indonesia adalah bahasa pertama sehingga dalam berkomunikasi pun menggunakan bahasa Indonesia.

Pada peristiwa tutur tersebut, penjual mengalami perubahan bahasa (alih kode) dari bahasa Makassar berubah ke bahasa Indonesia dan peralihan bahasa itu disebabkan oleh

tujuan tutur, yakni melancarkan proses komunikasi jual beli.

h. Penjual Menggunakan Bahasa Makassar Alih Bahasa Bugis dan Pembeli Menggunakan Bahasa Bugis.

Penggunaan bahasa Makassar Alih bahasa Indonesia bagi penjual dan pembeli dominan menggunakan bahasa Indonesia adalah suatu proses interaksi antara penjual dan pembeli yang salah satu di antaranya (pembeli) tidak menguasai bahasa penjual, yakni bahasa Makassar.

Pembeli menggunakan bahasa Bugis karena latar belakangnya berasal dari masyarakat kalangan Bugis yang kemungkinan bahasa Bugis adalah bahasa pertama sehingga dalam berkomunikasi pun menggunakan bahasa Indonesia. Selain itu, pembeli yang kurang mahir berbahasa Makassar sehingga tetap bertahan dan memicu penjual untuk menggunakan bahasa Bugis.

Pada peristiwa tutur tersebut, penjual menggunakan bahasa Makassar alih bahasa Bugis, pembeli menggunakan bahasa Bugis. Penjual menggunakan bahasa Makassar alih bahasa Bugis itu dikarenakan faktor latar belakang yang berbeda, penjual latar belakangnya berbahasa Makassar sedangkan pembeli latar belakangnya berbahasa Bugis. Di sini penjual mengalami perubahan dialek dari bahasa Bugis ke bahasa Makassar itu dikarenakan penjual ingin mengimbangi dialek yang digunakan pembeli agar komunikasi berjalan dengan lancar.

i. Penjual dan Pembeli Menggunakan Bahasa Campur Kode Bahasa Makassar atau Bahasa Bugis dan Bahasa Indonesia

Campur kode adalah pemakaian dua bahasa atau lebih dengan saling memasukkan unsur-unsur bahasa yang satu ke bahasa yang lain secara konsisten dan apabila dalam satu tuturan terjadi pencampuran atau kombinasi antara variasi-variasi yang berbeda dalam satu klausa yang sama. Apabila dalam suatu tuturan terjadi pencampuran atau kombinasi antara variasi-variasi yang berbeda dalam suatu klausa yang sama, maka peristiwa itu disebut campur kode.

Peristiwa campur kode lazim terjadi di dalam masyarakat yang dwibahasa ataupun yang multibahasa. Keduanya memiliki persamaan yang besar sehingga seringkali susah dibedakan. Persamaannya ialah digunakannya dua bahasa atau lebih, atau dua variasi dari sebuah bahasa dalam satu masyarakat tutur, rasional, alih gaya atau alih register berhadapan dengan lawan tutur.

Peristiwa campur kode yang dilakukan oleh penjual dipengaruhi oleh kebiasaan, latar belakang budaya yang menguasai bahasa Bugis, serta pembeli yang merupakan langganan dan

diketahui penutur bahasa Bugis. Situasi kebahasaan dalam interaksi jual beli seperti tampak pada data tersebut merupakan suatu peristiwa yang fenomenal yang sering terjadi di pasar Sungguminasa. Sebab, warga yang ada dan sering berbelanja adalah warga yang berasal dari banyak budaya, termasuk Bugis dan Makassar.

Pembahasan

Berdasarkan penyajian data ditemukan ragam bahasa dalam interaksi jual beli di pasar Rakyat Malino Kabupaten Gowa. Dalam peristiwa tutur penjual dan pembeli dalam berinteraksi di pasar Sungguminasa menggunakan bahasa Indonesia, Makassar, dan Bugis karena penutur rata-rata berasal dari latar belakang yang sama sehingga dalam berinteraksi menggunakan bahasa Indonesia, Makassar, dan Bugis secara bergantian.

Fenomena tersebut merupakan bentuk variasi bahasa dalam wujud alih kode dengan berbagai situasi kebahasaan oleh penjual dan pembeli. Menurut Appel (dalam Chaer dan Agustina, 2004: 106) alih kode adalah gejala peralihan pemakaian bahasa karena berubahnya situasi yang disebabkan oleh datangnya orang ketiga dan dilakukan dengan sadar dan sengaja dengan sebab tertentu.

Mengacu pada uraian tersebut, maka ragam bahasa yang tampak adalah penjual dan pembeli dominan menggunakan bahasa Indonesia. Dalam peristiwa tutur antara penjual dan pembeli menggunakan bahasa Indonesia itu dikarenakan latar belakang yang sama dan letak geografis yang sama yaitu berasal dari daerah Gowa yang keduanya menguasai bahasa Makassar.

Ada juga pembeli yang menggunakan bahasa Indonesia itu dikarenakan latar belakangnya yang berbeda yaitu berasal dari Kota Makassar sehingga menggunakan bahasa Indonesia. Situasi ini diimbangi oleh penjual yang juga berusaha menggunakan bahasa Indonesia. Tampak pula bahwa penjual menggunakan bahasa Indonesia alihbahasa Makassar.

Pada peristiwa tutur tersebut menggunakan bahasacampuran kode, Indonesia dan Makassar yang disebabkan oleh latarbelakang penjual dan pembeli berbeda dan dialek yang digunakan pun berbeda. Pada peristiwa tutur ini keduanya mengalami peralihan dialek itu dikarenakan bahasa yang digunakan berbeda. Tetapi komunikasinya tetap berjalan karena masyarakat menguasai dialek lebih dari dua (*multilingual*). Dalam interaksi jual beli, tampak pula penjual dan pembeli dominan menggunakan bahasa campur kode bahasa Makassar dan bahasa Bugis. Pada peristiwa tutur ini, keduanya mengalami peralihan dan mencampurkan bahasa dalam komunikasi. Hal tersebut disebabkan oleh bahasa yang digunakan berbeda dan latar belakang si penutur berbeda sehingga dalam berkomunikasi menggunakan bahasa

campuran.

Pola terjadinya ragam bahasa yang di pasar Rakyat Malino Kabupaten Gowa memiliki beberapa proses. Dalam hal ini, setiap tuturan penjual dan pembeli sebagai wujud variasi bahasa memiliki proses dan alasan terjadinya variasi bahasa itu. Hal tersebut dipengaruhi oleh latar belakang penjual dan pembeli, tujuan interaksi. Hal ini sejalan dengan teori yang dinyatakan oleh Suharsono (2003: 5-7) bahwa pola interaksi jual beli di pasar dapat bersifat sosial, misalnya yang berhubungan dengan *diferensiasi* kerja, tujuan interaksi, dan hubungan peranan di antara penjual dan pembeli, mempengaruhi pola interaksi jual beli, yang pada akhirnya mempengaruhi pula wujud dan bentuk tuturan. Demikian halnya mengenai model interaksi antara penjual dan pembeli dapat dilihat dari lima segi, yaitu: (a) sifat organisasi, (b) tujuan interaksi, (c) sifat hubungan, (d) harga.

Pola ragam bahasa terjadi karena penjual dan pembeli memiliki tujuan transaksi ekonom berupa *goal orientid* dengan tujuan mengembangkan interpersonal. Di sini dapat diartikan bahwa penjual dan pembeli melakukan tawar menawar barang agar dapat meminimalkan barang yang di jual dan barang yang di beli. Penjual ingin memperoleh keuntungan (laba) begitu pula pembeli ingin memperoleh harga yang murah, dan juga dapat di artikan untuk mengembangkan relasi bersifat sosial dengan cara menunjukkan keakraban pembeli.

Pola ragam bahasa penjual dan pembeli di pasar Sungguminasa Kabupaten Gowa adalah adanya hubungan penjual dengan pembeli yang bersifat personal. Di sini dapat di artikan bahwa interaksi antara penjual dan pembeli memelihara hubungan sosial yang bersifat positif yang mengarah kesuatu kerjasama yang tujuannya melakukan pendekatan-pendekatan seperti menawarkan jenis barang, memberi kebebasan untuk memilih barang, menayakan barang yang mau dibelinya sudah mencakup atau belum.

Pola tawar menawar merupakan bagian-bagian yang tidak terpisah dalam transaksi penjual dan pembeli. Di sini dapat diartikan bahwa terjadi tawar menawar karena penjual menginginkan dagangannya terjual dengan harga tinggi, sedangkan pembeli menghendaki membeli barang dengan harga murah.

Situasi kebahasaan di pasar Rakyat Malino Kabupaten Gowa juga dipengaruhi oleh penjual dalam interaksi mengembangkan persuasi verbal. Hal ini dapat diartikan bahwa untuk mempertahankan harga barang dengan cara menonjolkan kualitas barang dan untuk memengaruhi pembeli supaya mau membeli barang yang ditawarkan persuasi verbal yang bertujuan untuk menurunkan harga barang dengan cara menonjolkan kekurangan barang dan membandingkan harga barang di tempat tersebut dengan di tempat lain.

Pada tingkat tutur penjual dan pembeli di pasar Rakyat Malino Kabupaten Gowa. Ragam bahasa yang terjadi di pasar Sungguminasa Kabupaten Gowa memiliki tingkatan-tingkatan. Dalam hal ini, setiap tuturan penjual dan pembeli sebagai wujud variasi bahasa memiliki konten dan muatan nilai kesantunan yang variatif. Hal tersebut dipengaruhi oleh latar belakang penjual dan pembeli serta hubungan di antara keduanya. Tingkat tutur penjual dan pembeli diklasifikasikan sebagai berikut.

Penjual menggunakan tingkat tutur tinggi. Hal ini diartikan bahwa penjual dalam berkomunikasi menggunakan tingkat tutur tinggi bertujuan agar pembeli merasa dihormati sehingga mau membeli barang yang ditawarkan atau menarik simpatik pembeli, sedangkan pembeli menggunakan tingkat tutur tinggi karena pembeli menghormati penjual yang sudah bersikap sopan dalam melayani. Penjual dan pembeli pun menggunakan tuturan tingkat tinggi karena faktor keakraban, mereka sudah saling mengenal satu sama lain tidak hanya itu pembeli menggunakan bahasa Bugis Makassar tinggi dikarenakan usia penjual setara dengan pembeli dan dari faktor bahasa daerah yang digunakan sama itu juga bisa mengakibatkan mereka akrab dan saling menghormatan dengan cara membujuk.

Penjual dan pembeli dominan menggunakan bahasa tingkat madya. Di sini dapat diartikan bahwa penjual dalam melayani pembeli menggunakan tingkat tutur karena disebabkan ingin menunjukkan kesopanan kepada pembeli dan umur penjual lebih muda dari pada pembeli, pembeli menggunakan tingkat tutur madya karena umur pembeli lebih tua dari penjual.

Pada tingkat rendah, penjual dan pembeli mempunyai rasa segan karena keduanya belum saling mengenal atau belum akrab sehingga keduanya menggunakan bahasa Makassar halus dalam berinteraksi dan jugadisebabkan faktor umur yang masih sebaya.

KESIMPULAN

Berdasarkan penyajian data dan pembahasan, dikemukakan simpulan penelitian ini sebagai berikut:

1. Wujud ragam bahasa jual beli di Pasar Rakyat Malino Kabupaten Gowa terdiri atas (a) Penjual dan pembeli menggunakan bahasa Makassar; (b) Penjual dan pembeli menggunakan bahasa Indonesia dialek Makassar; (c) Penjual dan pembeli menggunakan bahasa Bugis; (d) Penjual menggunakan bahasa Indonesia dialek Makassar dan pembeli menggunakan bahasa Indonesia dialek Jakarta; (e) Penjual dan pembeli menggunakan bahasa Indonesia dialek Jakarta; (f) Penjual menggunakan bahasa Makassar dan pembeli

menggunakan bahasa Indonesia; (g) Penjual menggunakan bahasa makassar alih bahasa Indonesia dan pembeli menggunakan bahasa Indonesia; (h) Penjual menggunakan bahasa makassar alih bahasa Bugis dan pembeli menggunakan bahasa Bugis; (i) Penjual dan pembeli menggunakan bahasa campur kode bahasa Makassar atau bahasa Bugis dan bahasa Indonesia. Dari semua ragam bahasa yang digunakan antara penjual dan pembeli, terdapat penggunaan bahasa yang umum digunakan oleh penjual, yaitu penjual.

mempromosikan barang dengan menggunakan kata *lammoroji* ‘sangat murah’, menggunakan kata *sambalu* ‘langganan’, serta penjual mempertahankan penggunaan klitik *-ki* kepada pembeli dengan tujuan menarik minat dan menghargai pembeli.

2. Pola interaksi pada interaksi jual beli di Pasar Rakyat Malino Kabupaten Gowa terdiri atas (a) tujuan transaksi; (b) hubungan penjual dengan pembeli bersifat *personal*; (c) tawar-menawar; (d) penjual didalam interaksinya mengembangkan persuasi verbal; (e) pembeli dalam interaksi mengembangkan persuasi verbal.
3. Tingkat tutur yang digunakan penjual dan pembeli pada interaksi jual beli di Pasar Rakyat Malino Kabupaten Gowa terdiri atas tingkat tinggi, sedang, dan madya.

DAFTAR PUSTAKA

- Aslinda dan Leni Safyahya. 2007. *Pengantar Sociolinguistik*. Bandung: RefikaAditama.
- Bogdan, R.C. & S. Taylor. 1975. *Introduction Qualitative Research Methods*. New York: Jhon Wiley& Sons.
- Biklen, S. K. and Bogdan, R. C. 1982. *Qualitative Research for Education, anIntroduction to Theory and Methods*. Boston: Allyn and Bacon.
- Chaer, Abdul. 2003. *Sociolinguistik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Chaer, Abdul dan Leoni Agustina. 2004. *Sociolinguistik Perkenalan Awal*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Chaer, Abdul. 2004. *Linguistik Umum*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Depdikbud. 2005. *Kamus Besar Bahasa Indonesia Edisi III*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Dittmar, N. 1976. *Sociolinguistics: A Critical Survey of Theory and Application*. London: Edward Arnold Ltd.
- Fishman, J. A. 1972. *The Sociology of Language*. Rawly Massachusset:Newbury House Publisher.
- Halliday dan Hasan Ruqoiya. 1994. *Bahasa, Konteks, Teks, dan Aspek-aspek dalam Pandangan Semiotik Sosial*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Hasan, M. Z. 1990. *Karakteristik Penelitian Kualitatif: Pengembangan Penelitian Kualitatif dalam Bidang Bahasa dan Sastra*. Malang: Yayasan Asah Asih Asuh.
- Hudson, R. A. 1987. *Sociolinguistics*. London: Cambridge University Press. Hymes, Dell.

1972. "Model of Interaction of Language and Social Life" in Gumpers and Hymes (Ed.). *Directions in Sociolinguistics*. New York: Holt, Rinhart and Winston, Inc.
- Ibrahim, Abd. Syukur. 1995. *Sosiolinguistik: Sajian, Tujuan, Pendekatan, dan Problem*. Surabaya: Usaha Nasional.
- Keraf, Gorys. 1984. *Komposisi*. Jakarta: Nusa Indah.
- Kridalaksana, Harimurti. 2001. *Kamus Linguistik*. Jakarta: Gramedia Pustaka. Kridalaksana, Harimurti. 2007. *Fungsi Bahasa dan Sikap Bahasa*. Flores: Nusa Indah.
- Miles, M. B. & Huberman, A. M. 1992. *Qualitative Data Analysis*. Diterjemahkan oleh Tjetjep Rohendi R, 1992. Jakarta: Universitas Indonesia.
- Moleong, Lexy J. 2000. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Nababan, P.W. J. 1984. *Peralihan Pola Perolehan dan Penggunaan Bahasa Indonesia*. Jakarta: Universitas Indonesia.
- Nuraeni. 2010. "Alih Kode dan Campur Kode dalam Pemakaian Bahasa pada Ranah Keagamaan (Analisis Pemakaian Bahasa Majelis Taklim) di Kabupaten Gowa". *Tesis*. Makassar: PPs UNM.
- Pateda, Mansoer. 1987. *Linguistik: Suatu Pengantar*. Bandung: Angkasa. Pateda, Mansoer. 1992. *Sosiolinguistik*. Bandung Angkasa.
- Pomiati, Septiaji. 2001. "Ragam Bahasa Transaksi Jual Beli Daging Sapi di Pasar Pagi Pemalang Kajian Sosiolinguistik". *Skripsi*. Purwokerto: Universitas Muhammadiyah Purwokerto.
- Purwadi, dkk. 2005. *Tata Bahasa Jawa*. Yogyakarta: Media Abadi.
- Rahardi, Kunjana. 2001. *Sosiolinguistik, Kode, dan Alih Kode*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Santoso, Riyadi. 2003. *Semiotika Sosial: Pandangan terhadap Bahasa*. Surabaya: Pustaka Eureka dan JP Press.
- Sidiq, Subhan. 2004. "Alih Kode dan Campur Kode dalam Khotbah Jumat di Kabupaten Selayar". *Skripsi*. Makassar: FBS UNM.
- Soeparno .2002. *Dasar-dasar Linguistik Umum*. Yogyakarta: Tiara Wacana.
- Sudaryanto. 1993. *Metode dan Aneka Teknik Analisis Bahasa*. Yogyakarta: Duta Wacana University Press.
- Suharsono. 2003. *Register Tawar-menawar pada Warung Penjajah Buah- buahan* Yogyakarta: Pertemuan Ilmiah Bahasa dan Sastra Indonesia (PIBSI) XXV.
- Sumarsono dan Paini Partana. 2004. *Sosiolinguistik*. Yogyakarta: Sabda. Suwito. 1983. *Sosiolinguistik: Teori dan Problem*. Surakarta: Universitas
- Sebelas Maret.
- Syamsuddin, A.R. dkk., 1997. *Pengantar Awal Sosiolinguistik Teori dan Problematika*. Jakarta: Renary Offset.

Thaha, Zainuddin. 1985. "Satu Wacana Dua Bahasa: Faktor-faktor Sociolinguistik Alih Kode Bahasa Indonesia." *Disertasi*. Ujung Pandang: Program Pascasarjana Universitas Hasanuddin.

Trudgill, Peter. 1987. *Sociolinguistics: An Introduction to Language and Society*. New Zealand: Penguins Books.

Uchjana, Onong dan Effendi. 2007. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktik*.

Bandung: Remaja Rosdakarya.

Usman, H. dan P. S. Akbar. 2000. *Metode Penelitian Sosial*. Jakarta: Bumi Aksara.