

KAJIAN SOSIOLINGUISTIK: RAGAM BAHASA LISAN PENJUAL DAN PEMBELI DI PASAR WIT-WITAN ALASMALANG SINGOJURUH

Nurul Fatimah, M.Pd.

Institut Agama Islam Ibrahimy Genteng Banyuwangi

e-mail: nurulfatimah7070@gmail.com

Abstrak

Ragam Bahasa adalah bentuk bahasa yang bervariasi menurut konteks pemakaian (topik yang dibicarakan, hubungan antar pembicara, medium pembicaraan). Jadi ragam Bahasa dipasar wit-witan adalah suatu variasi Bahasa yang digunakan dengan menggunakan Bahasa daerah sekitarnya ataupun Bahasa sehari-hari yang tidak formal. Tujuan yang hendak dicapai pada penelitian ini adalah untuk mengetahui ragam bahasa yang digunakan saat pemasaran produk. Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif fenomenologi. Sumber data penelitian ini adalah hasil wawancara dari berbagai sumber pedagang di pasar wit-witan dan juga pelanggan yang berkunjung. Lokasi penelitian ini dilakukan di pasar Wit-witan Alasmalang Singojuruh Banyuwangi. Karakteristik ragam bahasa transaksi jual beli di Pasar Wit-witan Alasmalang Singojuruh ada dua. Pertama, kalimat yang digunakan pendek dan tidak lengkap (kalimat tidak formal). Kedua, penggunaan kata dari bahasa Jawa. Faktor-faktor yang menyebabkan terjadinya ragam bahasa pada transaksi jual beli di Pasar Niten Bantul meliputi: (1) faktor usia, (2) faktor pendidikan, dan (3) faktor asal daerah.

Kata Kunci: Ragam Bahasa, Transaksi jual beli, Pasar.

A. Pendahuluan

Ragam Bahasa adalah variasi Bahasa menurut pemakaian, yang berbeda-beda menurut topik yang dibicarakan, menurut hubungan pembicara, kawan bicara, Orang yang dibicarakan. Serta menurut medium pembicara (bachman, 1990). Seiring perkembangan zaman, sekarang ini Masyarakat mengalami perubahan sehingga Bahasa pun mengalami perubahan. Perubahan itu berupa variasi-variasi Bahasa yang dipakai sesuai keperluannya. Dalam hal ini banyaknya variasi tidak mengurangi fungsi Bahasa sebagai alat komunikasi yang efesien sehingga dalam Bahasa timbul mekanisme untuk memilih variasi tertentu yang cocok untuk keperluan tertentu, yaitu disebut ragam standar (subarianto, 2000).

Ragam bahasa menurut Fishmaned (dalam Hidayatullah dan Gunawan, 2021) Suatu

ragam bahasa, terutama ragam bahasa jurnalistik dan hukum, tidak tertutup kemungkinan untuk menggunakan bentuk kosakata ragam bahasa baku agar dapat menjadi anutan bagi masyarakat pengguna bahasa Indonesia. Dalam hal ini yang perlu diperhatikan adalah kaidah tentang norma yang berlaku yang berkaitan dengan latar belakang pembicaraan (situasi pembicaraan), pelaku bicara, dan topik pembicaraan.

Penyebab Terjadinya Ragam Bahasa Ragam bahasa timbul seiring dengan timbulnya perubahan di dalam masyarakat. Perubahan itu berupa variasi-variasi bahasa yang dipakai sesuai keperluannya. Oleh karena banyaknya variasi, agar tidak mengurangi fungsi bahasa sebagai alat komunikasi yang efisien, dalam bahasa timbul mekanisme untuk memilih variasi tertentu yang cocok untuk keperluan tertentu, dalam hal ini disebut ragam standar (Subarianto, 2000). Ada beberapa faktor sebagai penyebab timbulnya ragam bahasa yang ada di Indonesia, yakni seperti di bawah ini: 1) Faktor Budaya setiap daerah mempunyai perbedaan kultur atau daerah hidup yang berbeda, seperti di wilayah Jawa dan Papua serta beberapa wilayah Indonesia lainnya. 2) Faktor Sejarah setiap daerah mempunyai kebiasaan (adat istiadat) dan bahasa nenek moyang sendiri-sendiri dan berbeda-beda, antara daerah satu dengan daerah lainnya. 3) Faktor Perbedaan Demografi setiap daerah memiliki dataran yang berbeda, seperti wilayah di daerah pantai, pegunungan yang biasanya cenderung menggunakan bahasa yang singkat jelas dan dengan intonasi volume suara yang besar dan tinggi. Berbeda dengan daerah pemukiman padat penduduk yang menggunakan bahasa lisan yang panjang lebar disebabkan lokasinya yang saling berdekatan dengan intonasi volume suara yang kecil. Selain Faktor tersebut ragam bahasa juga terjadi karena perkembangan zaman, di samping perbedaan cara penyampaiannya atau logat bahasanya.

Jenis-jenis Ragam Bahasa. Ragam Bahasa Dilihat dari Cara Penuturan berdasarkan cara pandang penutur, ragam bahasa dibagi menjadi empat. yaitu, sebagai berikut: 1) Ragam Dialek; 2) Ragam Terpelajar; 3) Ragam Resmi; 4) Ragam Tidak Resmi

Ragam bahasa yang digunakan pasar wit-witan mencerminkan aspek budaya, sosial, dan ekonomi dari suatu masyarakat. Ragam bahasa merupakan penggunaan bahasa menurut pengguna bahasa, yang berbeda-beda berdasarkan pada topik yang diutarakan, hubungan sesama penggunanya, lawan bicara, dan orang yang dibicarakan. Kajian tentang ragam bahasa sangat menarik untuk diteliti. Hal ini didasari oleh para pengguna bahasa yang tidak homogen dan kegiatan dalam berinteraksi sosial yang beragam. Holmes mengatakan, “*Language varies according to its uses as well as its users, according to where it is used and to whom, as well as according to whom is using it*”

(2001).

Pada hakikatnya manusia merupakan makhluk sosial. Sebagai makhluk sosial manusia membutuhkan bahasa, baik lisan maupun tulisan, guna bergaul dengan manusia lain, baik untuk menyatakan pendapatnya maupun untuk memengaruhi orang lain demi kepentingannya sendiri maupun kelompok atau kepentingan bersama. Peranan bahasa yang utama adalah sebagai alat untuk berkomunikasi antara manusia yang satu dengan yang lain dalam suatu masyarakat. Melalui bahasa, manusia dapat berinteraksi dengan manusia lainnya walaupun latar belakang sosial dan budayanya berbeda. Oleh karena itu fungsi bahasa yang paling mendasar adalah untuk berkomunikasi (Nababan, dalam Hartini 2012), yaitu alat pergaulan dan perhubungan sesama manusia sehingga terbentuk suatu sistem sosial atau masyarakat. Bahasa sebagai bagian dari masyarakat merupakan gejala sosial yang tidak dapat lepas dari pemakainya.

Bahasa gaul memang unik dan menggelitik Masyarakat Bahasa khususnya anak muda untuk menuturkannya. Dengan prinsip “semakin unik semakin menarik”, Bahasa gaul dapat menjadi virus yang sangat cepat menyebar dan negatifnya ialah kalau Bahasa jenis itu sampai mengacau balaukan standar Bahasa Indonesia yang sesuai EYD. Tapi, lagi-lagi berbicara dengan arbitrerisasi Bahasa. Bagaimanapun “anehnya” Bahasa jenis itu yang terkadang jauh dari konteks asliya apalagi sering berbenturan dengan aturan EYD, Bahasa jenis itu asih mempunyai banyak penutur yang meminati. Apalagi kalau ini sudah berkaitan dengan kreatifitas. Menurut Chaer (dalam Isnaini, 2018), sebuah Bahasa mempunyai system dan sus system yang dipahami oleh semua penutur Bahasa.

Namun karena penutur Bahasa tersebut, meski berada dalam Masyarakat tutur, tidak merupakan Kumpulan manusia yang homogen, maka wujud Bahasa yang konkret (*parole*), menjadi tidak seragam. Bahasa pun menjadi beragam dan bervariasi. Variasi Bahasa adalah wujud perubahan atau perbedaan dari berbagai manifestasi kebahasaan, namun tidak bertentangan dengan kaidah kebahasaan.

Dalam variasi Bahasa, terdapat dua pandangan. Pertama, variasi dilihat dari sebagai akibat adanya keragaman sosial penutur Bahasa dan keragaman fungsi Bahasa. Jadi, variasi tersebut terjadi sebagai akibat dari adanya keragaman sosial dan keragaman fungsi Bahasa. Kedua, variasi atau ragam Bahasa sudah ada untuk memenuhi fungsinya sebagai alat interaksi dalam kegiatan Masyarakat yang beraneka ragam (Chaer dalam Ernawati, 2018)

Bahasa dalam masyarakat kebudayaan tertentu selalu digunakan sesuai dengan situasi dan kebutuhan yang juga tertentu sifatnya. Maksud dan tujuan pemakaian bahasa

juga dapat dipandang sebagai sosok penentu variasi atau ragam bahasa (Rahardi, 2006). Ragam bahasa inilah yang digunakan oleh masyarakat sesuai kelas sosial masing-masing. Seperti halnya dengan pedagang di pasar yang satu dengan lainnya menggunakan pilihan kata yang berbeda dalam menawarkan dagangannya. Dalam hal ini pilihan berbeda yang mereka pakai mempunyai maksud yang sama yaitu menarik peminat pembeli.

Pada waktu menjajakan barang dagangannya para pedagang di pasar menunjukkan ciri khusus yang membedakan dengan pedagang lainnya. Ciri khusus itu sangat tampak pada cara dan strategi mereka berbahasa. Ragam bahasa yang di pakai pedagang di pasar saat mereka menjajakan barangnya disebut ragam usaha (*consultative style*). Menurut Nababan, ragam usaha diartikan sebagai gaya tuturan dalam berdagang yang tidak melibatkan mitra tutor (dalam Utami, 2009).

Sehubungan dengan semakin maraknya penggunaan Bahasa gaul yang digunakan oleh Sebagian Masyarakat modern, perlu adanya Tindakan dari semua pihak yang peduli terhadap eksistensi Bahasa Indonesia yang merupakan Bahasa nasional, Bahasa persatuan, dan Bahasa pengantar dalam dunia Pendidikan. Bahasa daerah juga diperlukan untuk memperkenalkan setiap daerah ke wisatawan dan dapat dijadikan sebagai identitas suatu daerah.

Variasi Bahasa menunjukkan bahwa Bahasa bersifat heterogen. Keanekaragaman Bahasa tampak pada pemakaian baik secara individua atau kelompok dilihat dari intinasi, pilihan kata, susunan kalimat, cara mengungkapkan pendapat. Situasi atau keadaan pada saat tertentu juga menggunakan ragam Bahasa yang berbeda menyesuaikan kepentingan komunikasi terhadap topik serta mitra kultur. Ragam baku yang kita gunakan pada saat situasi formal seperti dalam kelas perkuliahan, rapat dinas, pidato kenegaraan. Beberapa waktu silang beberapa pejabat tinggi kita justru menggunakan Bahasa yang non baku, salah satunya ragam Bahasa mereka dapat dikenali dari segi lalal mereka.

Di zaman modern sekarang perubahan budaya semakin cepat berkembang baik dalam gaya hidup maupun gaya bahasa hal ini terjadi karena masyarakat sekarang mulai berfikir instan dan terpengaruh budaya barat. Akibat dari gaya hidup instan tanpa memperdulikan adanya norma yang sudah diatur negara.

Kehadiran pasar tradisional wit-witan dianggap memperkenalkan tradisi dan makanan khas daerah Banyuwangi untuk wisatawan dan generasi zaman sekarang. Karena di zaman modern ini orang-orang perlahan-lahan mulai melupakan tradisi-tradisi dan makanan khas dengan menggantikan pasar modern yang berisikan makanan-makanan barat. Jadi pasar tradisional dapat memperkenalkan kembali tradisi dan jenis makanan

zaman dahulu kepada wisatawan asing maupun anak-anak zaman sekarang.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui ragam Bahasa pasar Wit-witan dan juga kondisi pasar tradisional yang dilihat dari ragam Bahasa pemasaran produknya. Karena mengetahui ragam Bahasa sendiri di Indonesia memiliki banyak ragam.

B. Metode Penelitian

Berdasarkan penilitian kami di pasar Wit-witan Alasmalang Singojuruh menggunakan metode penilitian Kualitatif fenomenologi. Metode ini dinamakan sebagai sebagai metode baru, karena popularitasnya belum lama, dinamakan metode postpositivistik karena sebagai metode artistic, karena berlandaskan pada filsafat postpositivisme. Metode ini disebut juga sebagai metode artistic, karena proses penelitian lebih bersifat seni (kurang terpola), dan disebut sebagai metode interpretive karena data hasil penelitian lebih berkenan dengan interpretasi terhadap data yang ditemukan di lapangan. Metode ini juga sering disebut sebagai metode konstruktif karena, dengan metode kualitatif dapat ditemukan data-data berserakan, selanjutnya dikonstruksikan dalam suatu tema yang lebih bermakna dan mudah difahami (Sugiyono dalam Hadi 2021).

Filsafat postpositivisme sering juga disebut sebagai paradigma interpretif dan konstruktif, yang memandang realitas sosial sebagai sesuatu yang holistic/utuh, kompleks, dinamis, penuh makna, dan hubungan gejala bersifat interaktif (*reciprocal*). Penelitian dilakukan pada objek yang alamiah. Objek yang alamiah adalah objek yang berkembang apa padanya, tidak dimanipulasi oleh peneliti dan kehadiran peneliti harus memiliki tidak mempengaruhi dinamika pada objek tersebut. Dalam penelitian kualitatif instrumennya adalah atau *human instrument*, yaitu peneliti itu sendiri. Untuk dapat menjadi instrument, maka peneliti harus memiliki bekal teori dan wawasan yang luas.

C. Hasil dan Pembahasan

Analisis ragam bahasa dalam transaksi jual beli di pasar wit-witan Singojuruh. Ekstensi ragam Bahasa pada pedagang pasar wit-witan merupakan alat komunikasi untuk mempererat hubungan antara penjual dan pembeli. Disisi lain ragam bahasa mengandung makna kesopanan dalam menjalin hubungan komunikasi. Ragam Bahasa pedagang pasar wit-witan merupakan tuturan Bahasa yang digunakan diantara orang yang status sosialnya sama dan mempunyai maksud dan tujuan tertentu. Penggunaan Bahasa yang beragam di pasar selain itu bahwa ragam Bahasa pedagang di pasar juga termasuk terjadi kontak Bahasa dan perkembangan linguistic yang terjadi karena beberapa Bahasa berada

dalam suatu kontak Bahasa dalam waktu yang relative lama.

Bahasa dalam lingkungan sosial Masyarakat satu dengan yang lainnya berbeda adanya kelompok-kelompok sosial tersebut menyebabkan Bahasa yang digunakan beragam. Keragaman Bahasa ini timbul sebagai akibat dari kebutuhan penutur yang memilih Bahasa yang digunakan

1. Karakteristik ragam Bahasa transaksi jual beli di pasar Wit-witan

Pada transaksi jual beli di Pasar wit-witan secara umum bahasa yang mereka gunakan pendek-pendek dan tidak lengkap (kalimat tidak formal). Hal ini dapat dilihat pada percakapan berikut ini.

- | | | |
|---------|---|---------------------------------|
| Pembeli | : | ini 2 mas (menunjuk menu kebab) |
| Penjual | : | iya mbak,pedes mbak? |
| Pembeli | : | mboten. |
| Penjual | : | 20 mbak |
| Pembeli | : | niki nggeh (memberikan uang) |

Pada percakapan diatas menjelaskan bahwa ragam Bahasa yang digunakan adalah ragam Bahasa campuran Dimana terdapat Bahasa jawa dan Bahasa Indonesia. Pada kalimat *mboten* yang dituturkan pembeli pada tuturan tersebut karena pada saat itu pembeli tidak setuju dengan apa yang ditawarkan oleh penjual. Pada saat percakapan tersebut menggunakan kalimat tidak formal dan terkesan santai. Sistem penjualan di pasar wit-witan menggunakan buku menu yang ditempel atau dibuatkan papan kayu dengan ukiran menu yang dicantumkan harga dan jenis makanan yang dijual di masing-masing stand. Hal itu membuat para pembeli mendapatkan kemudahan untuk memesan dan langsung ke intinya ingin memesan sesuai yang diinginkan pada menu. Karena penggunaan Bahasa jawa dan Bahasa indonesia paling mudah dipahami jadi kebanyakan transaksi penjualan menggunakan Bahasa jawa dan Bahasa Indonesia.

2. Faktor-faktor terjadinya ragam Bahasa transaksi jual beli di pasar Wit-witan

Faktor-faktor penentu yang menyebabkan terjadinya Ragam Bahasa pada Transaksi Jual Beli di Pasar wit-witan meliputi: usia, pendidikan, dan asal daerah. Berikut akan dibahas faktor-faktor penentu terjadinya Ragam Bahasa pada Transaksi Jual Beli di Pasar wit-witan yang dijumpai dalam penelitian dan akan diperjelas dengan contoh.

1. Usia

Usia sangat menentukan seseorang untuk menggunakan ragam bahasa yang berbeda bila ia berbicara dengan orang lain. Misalnya seorang anak akan menggunakan bahasa yang sopan bila ia berbicara dengan orang tuanya, berbeda bila ia berbicara

dengan teman akrabnya yaitu akan menggunakan ragam bahasa santai. Begitu juga dengan bahasa yang digunakan seorang penjual dan pembeli di Pasar wit-witan akan menjadi beraneka ragam karena faktor usia.

- Penjual : cenil e nduk.
Pembeli : pinten buk seporsi? (merujuk pada cenil)
Penjual : limangewu wes oleh nduk
Pembeli : 8 ewu angsal buk?
Penjual : kenek nduk campur ta?
Pembeli : mboten usah serabi nggeh buk.
Penjual : oke nduk.

Peserta Tutur Penjual Pembeli

- Jenis kelamin : perempuan
Usia : 23 tahun
Asal daerah : Singojuruh
Jenis kelamin : Perempuan
Usia : 40 tahun
Asal daerah : Alas malang .

Tuturan tersebut terjadi pada transaksi jual beli makanan. Pada contoh di atas kata *nduk* sering digunakan dalam percakapan sehari hari oleh orangtua dan anak peremuannya. Dalam tuturan tersebut kata *nduk* digunakan ketika seorang penjual orangtua berinteraksi dengan seorang pembeli yang masih remaja. Ketika penjual berinteraksi dengan seorang pembeli yang usianya sudah tua maka akan menyapanya dengan Pak. Kata *nduk* pada tuturan tersebut artinya anak perempuan. Penentu penggunaan kata *nduk* pada transaksi jual beli di Pasar Wit-witan Alas malang Singojuruh yaitu usia penjual dan pembeli tidak sebaya .

- Pembeli : Mas iki seporsi isi piro?
Penjual : 3 mbak
Pembeli : 2 porsi yo mas
Penjual : Siap mbak

Peserta tutur Penjual Pembeli

- Jenis kelamin : Laki-laki
Usia : 20 tahun
Asal daerah : Gendoh
Jenis kelamin : Laki-laki

Usia : 19 tahun
Asal daerah : Alas malang

Tuturan di atas terjadi pada transaksi jual beli makanan. Pada tuturan tersebut seorang pembeli dan penjual menggunakan bahasa Jawa. Bahasa Jawa ini sering digunakan dalam percakapan sehari-hari oleh para remaja di Banyuwangi. Dalam tuturan tersebut usia penjual sekitar 20 tahun, dan usia pembeli sekitar 19 tahun. Usia pembeli masih muda, tetapi ia juga menggunakan bahasa Jawa karena untuk memudahkan percakapan dengan orang yang sebaya. Penentu terjadinya tuturan bahasa Jawa yaitu karena usia penjual dan pembeli sebaya.

2. Pendidikan

Latar belakang pendidikan sangat menentukan seorang memiliki ragam yang berbeda. Misalnya seorang yang berlatar belakang pendidikan SMA akan banyak menggunakan bahasa yang lebih intelektual atau lebih banyak menggunakan kata serapan dari bahasa asing dibandingkan dengan seseorang yang hanya lulusan SD.

Pembeli : Ini berapa bu?
Penjual : 55 mbak.
Pembeli : Mahal banget, 40 ya buk?
Penjual : Belum boleh mbak.
Pembeli : Pasnya berapa bu?
Penjual : lima puluh wes mbak.
Pembeli : 45 aja buk? Kan tanggal tua.
Penjual : Tanggal tua? Gak dapet untung saya mbak.
Pembeli : Boleh ya buk? Buat ngedate nih malem tahun baru.

Peserta tutur Penjual Pembeli

Jenis kelamin : Perempuan
Usia : 28 tahun
Asal daerah : Sempu
Jenis kelamin : Lakilaki
Usia : 23 tahun
Asal daerah : Songgon

Tuturan di atas terjadi transaksi jual beli pakaian. Pada contoh percakapan di atas terdapat kata *ngedate*. Kata *ngedate* berasal dari bahasa Inggris, *ngedate* artinya kencan. Kata *ngedate* yang dituturkan pembeli maksudnya pembeli merayu kepada penjual agar harga yang ditawarkan disetujui oleh penjual karena baju yang sedang

ditawarnya akan digunakan untuk *nge-date*/ kencan.

3. Asal Daerah

Pasar wit-witan tidak hanya didatangi oleh pembeli dari daerah alasmalang saja. Banyak pembeli yang berasal dari luar daerah alasmalang. Perbedaan asal daerah seseorang ini juga akan mengakibatkan penggunaan ragam bahasa yang berbeda. Berikut akan dibahas dan diperjelas dengan contoh.

- Pembeli : Pak harga risol berapa?
Penjual : 10 ribu seporsi mbak.
Pembeli : Pinten Pak?
Penjual : Sedoso mbak.
Pembeli : 5 ribu aja boleh pak?
Penjual : Nggih dereng angsal Mbak.

Peserta tutur Penjual Pembeli

- Jenis kelamin : Laki-laki
Usia : 55 tahun
Asal daerah : Songgon
Jenis kelamin : Perempuan
Usia : 23 tahun
Asal daerah : Songgon

Tuturan di atas terjadi pada transaksi jual beli makanan. Pada tuturan tersebut seorang pembeli dan penjual menggunakan bahasa Jawa. Bahasa Jawa sering digunakan dalam percakapan sehari-hari oleh masyarakat Banyuwangi. Dalam tuturan tersebut seorang pembeli dan penjual menggunakan bahasa Jawa karena berasal dari daerah yang sama yaitu Sempu. Ketika seorang pembeli atau penjual bukan orang Sempu maka akan menggunakan bahasa Indonesia.

D. Simpulan

Karakteristik ragam bahasa transaksi jual beli di Pasar Wit-witan Alasmalang Singojuruh ada dua. Pertama, kalimat yang digunakan pendek dan tidak lengkap (kalimat tidak formal). Kedua, penggunaan kata dari bahasa Jawa. Faktor-faktor yang menyebabkan terjadinya ragam bahasa pada transaksi jual beli di Pasar Niton Bantul meliputi: (1) faktor usia, (2) faktor pendidikan, dan (3) faktor asal daerah.

Daftar Rujukan

- Darmiyanti. (2017). *Ragam Bahasa Pedagang Pasar Mare Kabupaten Bone*. Makassar: Puja

- Fujiastuti, A. (2014). *Ragam Bahasa Transaksi Jual Beli di Pasar Niten Bantul*. Bantul: Kemdigbud
- Handana, Z, T. (2022). *Ragam Bahasa Lisan Penjual dan Pembeli dalam Transaksi Jual Beli di Pasar Dampit Kebupaten Malang*. Malang: Unisma .
- Hidayatullah, A., & Gunawan, H. (2021). Sikap bahasa mahasiswa terhadap bahasa Indonesia ragam Ilmiah. *Diglosia*, 5(1), 69-76.
- Isnaini, R. L. (2018). Revitalisasi peran bahasa Arab untuk mengatasi konflik dalam perspektif multikultural. *Jurnal Pembangunan Pendidikan: Fondasi dan Aplikasi*, 6(1), 15-26.
- Hartarini, Y. M. (2012). Pemertahanan Logat Bahasa Ibu di Wilayah Kota Kendal.
- Rahardi, R. K. (2006). Dimensi-dimensi kebahasaan: aneka masalah bahasa Indonesia terkini. Erlangga.
- Utami, S. W. B. (2009). Asosiasi Makna Pornografi Dalam Industri Periklanan: Studi Pragmatik.
- Hadi, A. (2021). Penelitian kualitatif studi fenomenologi, case study, grounded theory, etnografi, biografi. CV. Pena Persada.