

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI**

#### **A. Penelitian Relevan**

Penelitian sosiolinguistik tentang pilihan bahasa dan perkodean di dalam masyarakat bilingual telah dilakukan oleh beberapa peneliti. Diantaranya Kunjana Rahardi dalam penelitian yang dibukukan berjudul *Sosiolinguistik, Kode, dan Alih Kode* mengungkapkan bahwa sistem tingkat tutur adalah salah satu jenis kode. Penelitian ini berfokus pada kode dan alih kode yang terjadi pada masyarakat tutur bilingual dan glosik di wilayah Kotamadya Yogyakarta. Agar dapat membedakan penelitian *Ragam Bahasa Pedagang Etnis Cina dalam Interaksi Jual Beli di Pasar Margasari Tegal (Kajian Sosiolinguistik)* dengan penelitian sebelumnya, maka penulis meninjau beberapa hasil penelitian, di antaranya penelitian yang dilakukan oleh Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Purwokerto dan Mahasiswa Universitas Negeri Semarang. Berikut contoh penelitian dengan metode dan hasil penelitiannya masing-masing.

#### **1. Penelitian dengan judul *Pilihan Bahasa Pedagang Etnis Cina dalam Interaksi Jual Beli di Pasar Kota Salatiga (Kajian Sosiolinguistik)* oleh Arto Wibowo, tahun 2006.**

Penelitian ini menggunakan metode simak dan teknik sadap sebagai dasarnya. Kemudian sebagai teknik lanjutannya menggunakan teknik Simak Bebas Libat Cakap (SBLC), dilanjutkan dengan teknik rekam dan teknik catat. Proses analisis didasarkan pada ragam bahasa, wujud tingkat tutur, faktor yang menentukan pilihan bahasa pedagang dan pembeli dalam interaksi jual beli di pasar kota Salatiga dan sebagai

pijakan yang pertama teorinya membahas kajian sosiolinguistik. Hasil yang diperoleh berupa, (1) Tuturan pedagang etnis Cina dan pembeli, (2) Ciri-ciri ragam bahasa, (3) Pola tutur pedagang etnis Cina dan pembeli, (4) Tingkat tutur pedagang etnis Cina dan pembeli, (5) Bentuk tuturan pedagang etnis Cina dan pembeli, dan (6) Faktor yang menentukan pilihan bahasa pedagang etnis Cina.

**2. Penelitian dengan judul *Ragam Bahasa Komunikasi Jual Beli Kambing di Pasar Tradisional Karangpucung Kabupaten Cilacap (Kajian Sosiolinguistik)* oleh Risdiyanto, tahun 2010.**

Penelitian ini menggunakan metode simak dan teknik sadap sebagai teknik dasarnya. Kemudian sebagai teknik lanjutannya menggunakan teknik Simak Bebas Libat Cakap (SBLC). Proses analisis didasarkan pada ragam bahasa, wujud register, pola interaksi dan wujud tingkat tutur penjual dan pembeli sapi di Pasar Tradisional Karangpucung, Kabupaten Cilacap dan sebagai pijakan pertama teorinya membahas kajian sosiolinguistik. Hasil yang diperoleh berupa, (1) Tuturan penjual dan pembeli, (2) Ciri-ciri ragam bahasa, (3) Pola interaksi penjual dan pembeli, (4) Bentuk tuturan penjual dan pembeli, (5) Tingkat tutur penjual dan pembeli, dan (6) Wujud register.

**3. Penelitian dengan judul *Ragam Bahasa Para Pembuat Tempe (Kedelai) di Desa Bantarbolang, Kabupaten Pemalang (Kajian Semantik)* oleh Nur Septi Indriyani, tahun 2007.**

Penelitian ini menggunakan metode Simak Libat Cakap (SLC) karena peneliti terlibat langsung dengan sumbernya. Selanjutnya data diklasifikasikan sesuai dengan pemakaian bentuk-bentuk ragam bahasa yang meliputi ragam bahasa tempat, bahan, alat, proses pembuatan, jenis kegiatan, dan jenis-jenis tempe. Hasil yang diperoleh berupa, (1) Ragam bahasa umum, yang meliputi: ragam berdasarkan tempat, bahan,

alat, proses pembuatan, jenis kegiatan, dan jenis-jenis tempe, dan (2) Ragam bahasa umum pembuat tempe, yang berupa: ragam berdasarkan tempat, bahan, alat, proses pembuatan, jenis kegiatan, dan jenis-jenis tempe.

**4. Penelitian dengan judul *Ragam Bahasa Komunikasi Jual Beli Sandang di Pasar Kota Banjarnegara (Kajian Sociolinguistik)* oleh Mahwar Setio Budi, tahun 2008.**

Penelitian ini menggunakan metode simak dan teknik sadap sebagai teknik dasarnya. Kemudian sebagai teknik lanjutannya menggunakan teknik Simak Bebas Libat Cakap (SBLC). Proses analisis didasarkan pada ragam bahasa, wujud tingkat tutur penjual dan pembeli sandang di Pasar Kota Banjarnegara dan sebagai pijakan yang pertama teorinya membahas kajian sociolinguistik. Hasil yang diperoleh berupa, (1) Tuturan penjual dan pembeli, (2) Ciri-ciri ragam bahasa, (3) Pola tuturan penjual dan pembeli, (4) Bentuk tuturan penjual dan pembeli, dan (5) Register.

Berdasarkan beberapa hasil penelitian tersebut, dalam penelitian mengenai ragam bahasa dengan penelitian ini yang berjudul *Ragam Bahasa Pedagang Etnis Cina dalam Interaksi Jual Beli di Pasar Margasari Tegal (Kajian Sociolinguistik)* memiliki persamaan dan perbedaan. Persamaannya adalah diuraikannya tentang pilihan bahasa pada masyarakat bilingual yang berupa alih kode, campur kode, dan variasi bahasa yang sama beserta faktor sosial yang mempengaruhinya. Selain itu, persamaan lainnya juga terletak pada metode simak yang digunakan pada tahapan pengumpulan data yaitu menggunakan metode simak yang terdiri dari : teknik sadap, teknik rekam, dan teknik simak libat cakap. Perbedaannya yaitu pada hasil analisis data disesuaikan dengan lingkungan, keadaan, dan masalah yang terdapat pada objek. Perbedaan yang lain terletak pada landasan teori karena disesuaikan dengan kebutuhan

analisis, data, dan sumber data, letak geografis tempat objek penelitian dan bahasa objek yang akan diteliti. Dengan demikian, dengan adanya perbedaan tersebut maka telah membuktikan bahwa penelitian ini berbeda dengan penelitian-penelitian sebelumnya.

## **B. Landasan Teori**

### **1. Masyarakat Bahasa dan Masyarakat Tutur**

Sebuah masyarakat yang menggunakan satu bahasa tertentu dapat disebut sebagai masyarakat bahasa tersebut, tanpa batasan wilayah tertentu. Meskipun masyarakat bahasa tersebut berada di luar daerah atau luar Negara, di mana bahasa-bahasa tersebut berasal, selama bahasa itu masih digunakan sebagai alat komunikasi. Terdapat istilah lain yaitu masyarakat tutur. Istilah ini berbeda dengan istilah masyarakat bahasa. Yaitu sekelompok orang yang mempunyai penilaian yang sama terhadap norma-norma pemakaian bahasa dalam sebuah masyarakat dan tidak terbatas pada satu bahasa yang sama. Masyarakat ini dituntut memiliki verbal repointir yaitu semacam kemampuan komunikatif sebuah masyarakat meski berasal dari masyarakat bahasa yang berbeda, dan biasanya masih dalam satu rumpun bahasa (Suwito, 1991 ; Chaer dan Leoni Agustina, 2004). Misalnya bahasa Inggris Amerika (American English), dan bahasa Inggris Australia (Australian English) yang berasal dari rumpun bahasa yang sama yaitu bahasa Inggris Raya (British English, yang berasal dari bahasa Xaxon) memiliki pengguna bahasa masing-masing, namun masih dapat saling memahami. Suwito (1991 : 25) menyimpulkan bahwa masyarakat tutur bukan hanya sekelompok orang yang mempergunakan bentuk-bentuk bahasa.

## 2. Sociolinguistik

Sociolinguistik merupakan ilmu antardisiplin, yaitu disiplin ilmu sosiologi dan disiplin ilmu linguistik, dua bidang ilmu yang masing-masing memberi peran yang berbeda. Sosiologi memperhatikan hubungan sosial antar manusia di dalam masyarakatnya, sebagai individu maupun kelompok. Sosiologi adalah kajian yang objektif dan ilmiah mengenai manusia di dalam masyarakat beserta lembaga-lembaga sosial dan proses sosial yang ada di masyarakat. Sosiologi berusaha mengetahui bagaimana masyarakat itu terjadi berlangsung dan tetap ada. Dengan mempelajari lembaga-lembaga sosial dan segala masalah sosial dalam satu masyarakat akan diketahui cara-cara manusia bersosialisasi dalam masyarakatnya (Chaer dan Kristina, 2004 : 2). Adapun Linguistik adalah bidang ilmu yang mempelajari bahasa atau bidang ilmu yang mengambil bahasa sebagai objek kajiannya (Arto Wibowo, 2006 : 10). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa sociolinguistik adalah cabang ilmu linguistik yang bersifat interdisipliner dengan ilmu sosiologi dengan objek penelitian hubungan antara bahasa dengan faktor-faktor social di dalam suatu masyarakat tutur (Chaer dan Agustina, 2004 : 4). Berbeda dengan sosiologi bahasa, yang merupakan cabang ilmu sosiologi yang mempelajari fenomena sosial yang dihubungkan dengan keberadaan situasi kebahasaan di masyarakat. Kajian sociolinguistik bersifat kualitatif sedangkan kajian sosiologi bahasa bersifat kuantitatif. Sociolinguistik lebih berhubungan dengan perincian penggunaan bahasa yang sebenarnya, sedang sosiologi bahasa berhubungan dengan faktor-faktor sosial yang saling bertimbal balik dengan bahasa atau dialek.

Bram dan Dickey (dalam Arto Wibowo, 2006 : 11), menyatakan bahwa sociolinguistik menitikberatkan perhatiannya pada bagaimana bahasa berfungsi di

masyarakat, menjelaskan kemampuan manusia memainkan aturan berbahasa secara tepat dalam situasi yang beragam. Masalah yang dibicarakan dalam sosiolinguistik adalah:

- a. Identitas sosial dari penutur, siapakah penutur, apa kedudukannya di masyarakat, keluarga dan pranata sosial lain, identitas penutur mempengaruhi pilihan bahasanya seperti pilihan variasi bahasa tertentu terhadap situasi yang dihadapi,
- b. Identitas sosial dari pendengar yang terlibat dalam proses komunikasi,
- c. Lingkungan sosial tempat peristiwa tutur terjadi, di manakah tempat peristiwa tutur terjadi apakah di tempat umum yang ramai ataukah di ruangan tempat seseorang tengah beribadah,
- d. Analisis sinkronik dan diakronik dari dialek-dialek sosial, pilihan dialek yang berhubungan dengan status sosial penggunanya,
- e. Penilaian sosial yang berbeda penutur dan perilaku bentuk ujaran, masyarakat akan menilai bentuk ujaran dan perilaku kebahasaan lain yang sesuai dan pantas dimiliki sehubungan dengan kedudukannya terhadap masyarakat lain,
- f. Tingkat variasi dan ragam linguistik, sebagai akibat perubahan dan perkembangan yang terus terjadi di masyarakat maka bahasa turut berkembang ke dalam varian-varian yang disesuaikan dengan kebutuhan kebahasaan dalam masyarakat tersebut, dan
- g. Penerapan praktis dari penelitian sosiolinguistik.

### **3. Bahasa**

#### **a. Pengertian Bahasa**

Menurut Kridalaksana (dalam Aslinda dan Leni Safyahya, 2007 : 1) bahasa adalah system lambang bunyi yang arbitrer yang dipergunakan dalam masyarakat

untuk bekerja sama, berinteraksi, dan mengidentifikasi diri. Definisi ini menjelaskan bahwa fungsi utama bahasa adalah sebagai alat komunikasi manusia dalam hubungannya dengan manusia lain di dalam sebuah sistem sosial budaya masyarakatnya. Bahasa dipergunakan manusia dalam segala aktifitas kehidupan. Dengan demikian, bahasa merupakan hal yang paling hakiki dalam kehidupan manusia. Recing Koen dan Pateda (dalam Aslinda dan Leni Safyahya, 1993 : 5) menyatakan bahwa hakekat bahasa bersifat mengerti, individual, kooperatif, dan sebagai alat komunikasi.

Bahasa adalah sebuah gejala sosial yang pada hakekatnya memiliki sifat-sifat tertentu. Bahasa memiliki aturan, pola, atau sistem dalam menempatkan lambing-lambang bunyinya yang bermakna, arbitrer, produktif, unik, dinamis, dan bervariasi, menjadi satu kesatuan yang teratur dalam pemahaman konvensi yang sama oleh manusia. Bahasa juga bersifat universal, artinya semua bahasa di dunia memiliki kemiripan sifat atau ciri-ciri tertentu pada unsur-unsur bahasanya, misalnya semua bahasa mengenal adanya vokal dan konsonan. Berdasarkan beberapa pandangan mengenai bahasa tersebut, maka dapat dikatakan bahasa adalah alat komunikasi dan interaksi sosial yang bersifat universal yang ada dalam sebuah masyarakat yang berwujud lambang bunyi atau simbol yang bersifat arbitrer, konvensional, dan bermakna yang dapat membentuk identitas pemakainya serta mengembangkan budaya suatu masyarakat tertentu.

## **b. Fungsi Bahasa**

Menurut Soeparno, (2002 : 5) fungsi umum bahasa adalah sebagai alat komunikasi sosial. Di dalam masyarakat ada komunikasi atau saling hubungan antar

anggota. Untuk keperluan itu dipergunakan suatu wahana yang dinamakan bahasa. Dengan demikian, setiap masyarakat dipastikan memiliki dan menggunakan alat komunikasi sosial tersebut.

Menurut Chaer dan Leoni Agustina, (2004 : 14) fungsi bahasa secara tradisional kalau ditanyakan apakah bahasa itu, akan dijawab bahasa adalah alat untuk berinteraksi atau alat untuk berkomunikasi dalam arti, alat untuk menyampaikan pikiran, gagasan, konsep, atau juga perasaan.

Dari pendapat pakar tersebut dapat ditarik sebuah kesimpulan bahwa bahasa berfungsi sebagai alat komunikasi dan berinteraksi yang dilakukan manusia pada umumnya. Fungsi bahasa dapat diuraikan sebagai berikut:

## **1) Komunikasi**

### **a) Pengertian komunikasi**

Menurut Uchjana dan Effendi, (2007 : 9) istilah komunikasi atau dalam bahasa Inggris *communication* berasal dari kata latin *communication*, dan bersumber dari kata *kommunis* yang berarti sama. Sama di sini maksudnya adalah sama kata. Jadi kalau dua orang terlibat dalam komunikasi, misalnya dalam bentuk percakapan, maka komunikasi akan terjadi atau berlangsung selama ada kesamaan makna apa yang sedang dipercakapkan. Kesamaan bahasa yang dipergunakan dalam percakapan itu belum tentu menimbulkan kesamaan makna. Akan tetapi, pengertian komunikasi yang dipaparkan sifatnya dasar, dalam arti kata bahwa komunikasi itu minimal harus mengandung kesamaan makna antara dua pihak yang terlibat.

Chaer dan Leoni Agustina, (2004 : 17) mengutip dari Webster menyebutkan komunikasi adalah proses pertukaran informasi antar individu melalui system symbol,

tanda, atau tingkah laku yang umum. Pengertian komunikasi itu paling tidak melibatkan dua orang atau lebih, dan proses pemindahan pesannya dapat dilakukan dengan menggunakan cara-cara komunikasi yang dilakukan oleh seseorang. Dari beberapa pengertian di atas, dapat disimpulkan bahwa komunikasi adalah suatu proses di mana seseorang atau beberapa orang, kelompok, organisasi, dan masyarakat menciptakan dan menggunakan informasi agar terhubung dengan lingkungan dan orang lain. Pada umumnya, komunikasi dilakukan secara lisan atau verbal yang dapat dimengerti oleh kedua belah pihak. Apabila tidak ada bahasa verbal yang dapat dimengerti oleh keduanya, komunikasi masih dapat dilakukan dengan menggunakan gerak-gerik badan, menunjukkan sikap tertentu, misalnya tersenyum, menggelengkan kepala, mengangkat bahu. Cara seperti ini disebut komunikasi dengan bahasa nonverbal.

Menurut Chaer dan Leoni Agustina, (2004 : 17) dalam setiap komunikasi harus ada komponen pokok, yaitu:

- (1) *Participan*, yaitu pihak yang berkomunikasi, pengirim, dan penerima informasi yang dikomunikasikan. Pihak yang terlibat dalam proses komunikasi tentunya ada dua orang atau ada dua kelompok orang, yaitu pertama yang mengirim (*sender*) informasi, dan yang kedua yang menerima (*receiver*) informasi.
- (2) Informasi yang dikomunikasikan. Informasi yang dikomunikasikan tentunya berupa suatu ide, gagasan, keterangan, atau pesan.

#### **b) Jenis Komunikasi**

Menurut Chaer dan Leoni Agustina, (2004 : 20) membagi jenis komunikasi menjadi dua macam:

- (1) Komunikasi verbal atau komunikasi bahasa adalah komunikasi yang menggunakan bahasa sebagai alatnya. Bahasa yang digunakan dalam komunikasi ini tentunya harus berupa kode yang sama-sama dipahami oleh pihak penutur dan pihak pendengar yaitu yang berupa bahasa tulis dan bahasa lisan.
- (2) Komunikasi non verbal adalah komunikasi yang menggunakan alat, seperti bunyi peluit, cahaya (api), dan isyarat bendera (*semaphore*).

## 2) Interaksi

Interaksi merupakan bagian dari fungsi bahasa. Dalam sebuah masyarakat, lingkungan pendidikan bahkan di pasar sekalipun manusia sering melakukan interaksi. Dengan adanya interaksi bahasa tersebut berarti manusia melakukan sebuah kontak sosial dan berkomunikasi. Menurut Soekanto, (2005 : 64) bentuk umum proses sosial adalah interaksi social. Interaksi sosial merupakan hubungan antara orang-orang, perorangan, antara kelompok-kelompok manusia, maupun antara orang perorang dengan kelompok manusia. Apabila dua orang bertemu, interaksi social dimulai pada saat itu, mereka saling menegur, berjabat tangan, saling bicara atau bahkan mungkin terjadi apabila tidak memenuhi dua syarat yaitu, adanya kontak sosial dan adanya komunikasi. Kontak sosial dapat bersifat positif dan negatif. Yang bersifat positif mengarah pada suatu kerjasama, sedangkan kontak sosial yang bersifat negatif pada suatu pertentangan atau bahkan sama sekali tidak menghasilkan interaksi sosial. Dalam interaksi mencakup tiga hal, yaitu diglosia, alih kode, dan campur kode.

### a) Diglosia

Menurut Ferguson (dalam Chaer dan Leoni Agustina, 2004 : 92) menyatakan keadaan suatu masyarakat dimana terdapat dua variasi dari satu bahasa yang hidup

berdampingan dan masing-masing mempunyai peranan tertentu disebut diglosia.

Ferguson juga membagi pengertian diglosia menjadi tiga yaitu:

- (1) Diglosia adalah suatu situasi kebahasaan yang relatif stabil, di mana selain terdapat sejumlah dialek utama (lebih tepat, ragam-ragam utama) dari satu bahasa terdapat ragam lain,
- (2) Dialek-dialek utama itu, di antaranya, bisa berupa dialek biasa, dan bisa berupa sebuah dialek standar atau sebuah *standar regional*, dan
- (3) Ragam lain (yang bukan dialek-dialek utama) itu memiliki ciri: sudah sangat *terkodifikasi*, gramatikalnya lebih kompleks, merupakan wahana kesusastraan tertulis yang sangat luas dan dihormati, dipelajari melalui pendidikan formal, digunakan dalam bahasa tulis dan bahasa lisan formal, dan tidak digunakan (oleh lapisan masyarakat manapun) untuk percakapan sehari-hari.

Kriteria diglosia yang sangat penting menurut Ferguson (dalam Chaer dan Leoni Agustina, 2004: 93) adalah bahwa dalam masyarakat *diglosis* terdapat dua variasi dari satu bahasa. Variasi pertama disebut dialek tinggi dan yang kedua disebut dialek rendah.

#### **b) Alih Kode**

Menurut Appel (dalam Chaer dan Leoni 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.

Thelander (dalam Chaer dan Leoni Agustina, 2004 : 115) menyatakan bahwa alih kode adalah apabila dalam suatu peristiwa tutur terjadi peralihan dari suatu klausa bahasa ke klausa bahasa lain.

Fasold (dalam Chaer dan Leoni Agustina, 2004 : 115) berpendapat bahwa alih kode adalah apabila suatu klausa jelas-jelas memiliki struktur gramatika satu bahasa, dan klausa berikutnya disusun menurut struktur gramatikal bahasa lain.

Alih kode disebabkan oleh adanya komponen kebahasaan yang bermacam-macam. Kode bahasa seseorang dapat berubah-ubah sejalan dengan perubahan situasi yang terjadi saat pembicaraan dilakukan. Jika seseorang menguasai bahasa Jawa sebagai bahasa pertamanya dan menguasai bahasa Indonesia sebagai bahasa keduanya serta menguasai bahasa Mandarin sebagai bahasa asing, maka ia dapat beralih kode dengan ketiga bahasa itu (Sumarsono, 2002 : 201). Alih kode berarti menggunakan satu bahasa pada satu keperluan dan menggunakan bahasa yang lain pada satu peristiwa komunikasi (Arto Wibowo, 2006 : 20). Rahardi (2001 : 21) menegaskan bahwa yang dimaksud dengan alih kode adalah pilihan secara bergantian dua bahasa atau mungkin lebih, variasi-variasi pada bahasa yang sama atau gaya-gaya bahasa.

Alih kode dengan demikian dapat disebut sebagai peralihan pilihan kode bahasa, yang berupa bahasa, varian bahasa, atau gaya bahasa pada bahasa tertentu dari pilihan kode bahasa, yang berupa bahasa, varian bahasa, atau gaya bahasa pada bahasa yang lain dalam satu peristiwa tutur. Satu hal yang perlu digarisbawahi dalam situasi alih kode adalah adanya peralihan fungsi. Setiap alih kode selalu diikuti oleh fungsi yang berbeda sesuai dengan faktor-faktor yang mempengaruhinya seperti suasana, partisipan, keterbatasan penguasaan kosa kata, dan lain sebagainya.

Menurut Aslinda dan Leni Syafyahya, (2007 : 85) gejala alih kode disebabkan oleh beberapa factor:

- (1) Siapa yang berbicara,
- (2) Dengan bahasa apa,

- (3) Kepada siapa,
- (4) Kapan, dan
- (5) Dengan tujuan apa.

Dalam berbagai keputusan linguistik, secara umum terjadinya penyebab alih kode ialah:

- (1) Pembicara/penutur,
- (2) Pendengar/lawan tutur,
- (3) Perubahan situasi dengan hadirnya orang ketiga,
- (4) Perubahan dari formal ke informal, dan
- (5) Perubahan topik pembicaraan.

### c) **Campur Kode**

Campur kode hampir mirip dengan alih kode. Hanya penggunaan dua kode bahasa yang berbeda dilakukan secara bersamaan dalam satu peristiwa tutur. Dalam campur kode digunakan serpihan kode bahasa tertentu yang masuk kedalam tuturan yang menggunakan dasar bahasa yang lain. Campur kode adalah tercampurnya unsure bahasa satu dengan unsur bahasa yang lain, yang digunakan secara konsisten (Suwito, 1991), (Rahardi, 2001), (Arto Wibowo, 2006).

Menurut Thelander (dalam Chaer dan Leoni Agustina, 2004 : 115) campur kode adalah apabila di dalam suatu peristiwa tutur, klausa-klausamaupun frasa-frasa yang digunakan terdiri dari klausa dan frasa campuran (*hybrid clauses, hybrid prases*), dan masing-masing klausa atau frasa itu tidak lagi mendukung fungsi sendiri-sendiri.

Fasold (dalam Chaer dan Leoni Agustina, 2004 : 115) menyatakan bahwa campur kode adalah apabila seseorang menggunakan satu kata atau frasa dari suatu bahasa. Menurut Suwito (1991 : 92), berdasarkan unsur-unsur bahasa yang terlibat di

dalamnya, campur kode dapat dibedakan menjadi beberapa macam, (1) penyisipan unsur-unsur yang berwujud kata., (2) penyisipan unsur-unsur yang berwujud frasa,(3) penyisipan unsur-unsur yang berwujud bentuk baster, (4) penyisipan unsur-unsur yang berwujud perulangan kata, (5) penyisipan unsur-unsur yang berwujud ungkapan atau idiom, dan. (6) penyisipan unsur-unsur yang berwujud klausa.

### 3) Peristiwa Tutar

Peristiwa tutur adalah terjadinya atau berlangsungnya interaksi linguistik dalam suatu bentuk ujaran atau lebih yang melebihi dua pihak, yaitu penutur dan lawan tutur, dengan satu pokok tuturan, di dalam waktu, tempat, dan situasi tertentu. Jadi, interaksi yang berlangsung di pasar pada waktu tertentu dengan menggunakan bahasa sebagai alat komunikasinya adalah sebuah peristiwa tutur (Chaer dan Leoni Agustina, 2004 : 47).

Percakapan yang tidak menentu (berganti-ganti menurut situasi), tanpa tujuan ditentukan oleh orang-orang yang tidak sengaja untuk bercakap-cakap, dan menggunakan ragam bahasa yang berganti-ganti tidak disebut sebagai peristiwa tutur apabila memenuhi delapan komponen tutur, yang dihuruf-huruf pertanyaan dirangkaikan menjadi *akronim* SPEAKING, Dell Hymes (dalam Chaer dan Leoni Agustina, 2004 : 48) komponen itu adalah :

<b>S</b>	=	Setting and scene
<b>P</b>	=	Participants
<b>E</b>	=	End: purpose and goal
<b>A</b>	=	Act sequences
<b>K</b>	=	Key : tone spirit of act
<b>I</b>	=	Instrumentalities
<b>N</b>	=	Norm of interaction and interpretation
<b>G</b>	=	Genres

*Setting and scene*, di sini setting berkenaan dengan waktu dan tempat tutur berlangsung, sedangkan scene mengacu pada situasi, tempat, dan waktu atau psikologis pembicaraan.

*Partisipants* adalah pihak-pihak yang terlibat dalam pertuturan, bisa penutur dan lawan tutur, penyapa dan pesapa, pengirim dan penerima (pesan) dua orang yang bercakap-cakap dapat berganti peran sebagai pembicara dan pendengar.

*Ends*, merujuk pada maksud dan tujuan tuturan.

*Act sequence*, mengacu pada bentuk ujaran dan isi ujaran. Bentuk ujaran ini berkenaan dengan kata-kata yang digunakan penutur dan lawan tutur.

*Key*, mengacu pada nada, cara, dan semangat suatu pesan disampaikan.

*Instrumentalities*, mengacu pada jalur bahasa yang digunakan jalur lisan, tulis, melalui telegraf atau telepon.

*Norm of interpretation*, mengacu pada norma atau aturan dalam berinteraksi.

*Genre*, mengacu pada jenis bentuk penyampaian narasi, puisi, pepatah, doa, dan sebagainya.

Dari beberapa pendapat pakar tersebut dapat ditarik sebuah kesimpulan bahwa komunikasi merupakan proses pertukaran informasi antar individu yang berupa simbol, tanda gerak, atau tingkah laku yang umum. Kemudian jenis komunikasi di bagi menjadi dua bagian yaitu verbal dan nonverbal. Komunikasi yang dilakukan manusia pada umumnya ialah komunikasi verbal, sebuah komunikasi yang dilakukan oleh manusia yang menggunakan bahasa lisan yang berupa kata atau kalimat yang terjadi pada peristiwa tutur itu dipengaruhi oleh tempat dan waktu, pihak yang berkomunikasi, nada tutur, sarana tutur, jenis tutur. Pasar yang berada di daerah Margasari Tegal tidak menutup kemungkinan akan terjadi interaksi, karena terdapat

banyak toko yang dimiliki pedagang etnis Cina maka akan menimbulkan variasi bahasa, dari variasi bahasa itu akan timbul campur kode dan alih kode sebagai alat komunikasinya. Hal itu dikarenakan agar komunikasi yang dilakukan bisa berjalan dengan lancar. Berkomunikasi dan berinteraksi tidak akan terlepas pada peristiwa tutur.

### **c. Jenis Bahasa**

Chaer dan Leoni Agustina, (2004 : 73) menyatakan bahwa berbicara mengenai variasi bahasa yang berkenaan dengan penutur dan penggunanya secara konkrit. Begitulah dalam pembicaraan variasi bahasa itu berkenaan dengan idiolek, dialek, sosiolek, kronolek, fungsiolek, dan ragam. Pembicaraan tentang variasi bahasa itu tidak lengkap bila tidak disertai dengan pembicaraan tentang jenis bahasa yang juga melihat secara sosiolinguistik. Hanya bedanya dalam pembicaraan jenis ini kita bukan hanya berurusan dengan suatu bahasa serta variasinya, juga berusaha dengan sejumlah bahasa baik yang dimiliki repertoir suatu masyarakat tutur maupun yang dimiliki dan dipergunakan oleh sejumlah masyarakat tutur. Sektor perdagangan di Indonesia tidak terlepas dari peran warga etnis Cina yang sejak awal abad ke-8 telah melakukan kegiatan perdagangan terutama di kota-kota pelabuhan di Nusantara. Pada masa penjajahan Belanda di Indonesia kedudukan warga Cina semakin kuat sebab keahlian berdagang mereka dibutuhkan penjajah Belanda sebagai perantara dengan warga pribumi. Pedagang Cina menguasai pasar-pasar di desa-desa sampai ke kota pelabuhan-pelabuhan besar. Tidak mengherankan jika kemudian banyak keturunan Cina yang menjadi kaya dan berpengaruh khususnya di Pulau Jawa. Sebagian besar yang menguasai perdagangan di Kabupaten Tegal, khususnya pasar di Kecamatan Margasari pun merupakan warga keturunan etnis Cina. Di wilayah ini sebagian dari

masyarakatnya menggunakan bahasa Jawa dalam berkomunikasi sehari-hari. Namun ada juga sebagian dari mereka yang menggunakan bahasa Indonesia. Pedagang keturunan etnis Cina di wilayah Margasari, Kabupaten Tegal menggunakan bahasa Indonesia dan bahasa Jawa dalam melakukan interaksi jual belinya. Jadi jenis bahasa di sini membahas tentang jumlah bahasa yang ada di daerah penelitian yaitu meliputi bahasa Indonesia, bahasa Jawa, dan bahasa Cina.

#### **d. Ragam Bahasa**

##### **1) Pengertian Ragam Bahasa**

Chaer dan Leoni Agustina, (2004 : 61) mengemukakan variasi atau ragam bahasa merupakan bahasa pokok dalam studi sosiolinguistik. Variasi itu adanya bentuk yang lebih dari satu.

Sumarsono dan Paina Partana, (2002 : 31) menyatakan bahwa ragam bahasa adalah variasi bahasa yang digunakan dalam situasi, keadaan, atau untuk keperluan tertentu.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variasi atau ragam bahasa merupakan bagian dari kajian sosiolinguistik sebagai perwujudan interaksi masyarakat bahasa yang pemakaiannya disesuaikan berdasarkan fungsi, situasi, dan perasaan sosial pemakaian bahasa itu sendiri. Sebagai sebuah *langue* sebuah bahasa mempunyai sistem dan subsistem yang dipahami sama oleh semua penutur bahasa itu. Namun, karena penutur bahasa tersebut, meski berada dalam masyarakat tutur, tidak merupakan kumpulan manusia yang homogen, maka wujud bahasa yang konkret, yang disebut *parole*, menjadi tidak seragam. Bahasa itu menjadi beragam dan bervariasi (catatan: istilah *variasi* sebagai padanan kata Inggris *variety* bukan *variation*). Terjadinya keragaman atau kevariasian bahasa ini bukan hanya disebabkan

oleh para penuturnya yang tidak homogen, tetapi juga karena kegiatan interaksi sosial yang mereka lakukan sangat beragam. Setiap kegiatan memerlukan atau menyebabkan terjadinya keragaman bahasa itu (Chaer 2004: 61).

Wujud variasi bahasa yang konkret akan diperlakukan oleh adanya perbedaan penuturnya meskipun sebagai sistem, bahasa dipahami sama oleh semua penuturnya. Bahasa menjadi bervariasi karena penggunaannya dan tujuan pengguna atau penuturnya juga beragam, dan semakin beragam apabila wilayah penggunaannya juga semakin luas. Varian bahasa dibedakan menjadi tiga yaitu dialek, tingkat tutur, dan ragam (Rahardi 2001). Dialek dapat dibedakan berdasarkan geografi, sosial, usia, jenis kelamin, aliran, dan suku. Tingkat tutur dibedakan menjadi tingkat tutur hormat dan tingkat tutur tidak hormat. Ragam dibedakan menjadi ragam suasana dan ragam komunikasi. Variasi bahasa dapat dibedakan menjadi variasi dari segi penutur, variasi dari segi pemakaian, dan variasi dari segi keformalan (Chaer 2004: 62).

## **2) Jenis Ragam Bahasa**

Bahasa dapat dipandang secara diakronis dan sinkronis. Secara diakronis, dapat dibedakan tahapan-tahapan bahasa yang berbeda-beda dari waktu ke waktu. Secara sinkronis, variasi-variasi bahasa dapat dibedakan menurut pemakai dan pemakaian bahasa. Dari segi pemakai bahasa dialek regional (geografis), (1) Dialek sosial, (2) Dialek khusus, dan (3) Idiolek. Dari segi pemakaian bahasa, variasi-variasi bahasa disebut ragam bahasa yang dapat dibagi menurut bidang pembicaraan, cara berbicara, dan berhubungan di antara pembicara (Kridalaksana, 1985 : 93).

Chaer dan Leoni Agustina, (2004 : 62) membagi variasi-variasi bahasa dari berbagai segi yaitu :

**a) Variasi-variasi Bahasa dari Keformalan (Situasi)**

- (1) Ragam baku adalah variasi bahasa yang paling formal, yang digunakan dalam situasi resmi atau formal. Ragam bahasa yang digunakan dalam situasi resmi, dan tidak dalam situasi yang tidak resmi. Ragam ini pada dasarnya sama dengan ragam bahasa baku atau standar.
- (2) Ragam usaha atau ragam konsultatif. Wujud ragam usaha ini berada di antara ragam formal dan ragam ragam informal atau ragam santai.
- (3) Ragam akrab atau ragam intim, adalah variasi bahasa yang biasanya digunakan oleh para penutur yang hubungannya sudah akrab. Ragam ini ditandai dengan penggunaan bahasa yang tidak lengkap, pendek-pendek, dan artikulasi yang sering kali tidak jelas.
- (4) Ragam santai atau ragam kasual, adalah variasi bahasa yang digunakan dalam situasi tidak resmi untuk berbincang-bincang dengan keluarga atau teman akrab.

**b) Variasi-variasi Bahasa dari Segi Sarana**

- (1) Ragam lisan, menyampaikan informasi secara lisan dapat dibantu dengan nada suara, gerak-gerik tangan dan sejumlah gejala fisik lainnya.
- (2) Ragam tulisan, dalam berbahasa tulis lebih menaruh perhatian agar kalimat-kalimat yang disusun bisa dipahami pembaca.

**c) Variasi-variasi Bahasa dari Segi Penutur (Pemakai)**

- (1) Idiolek, yakni variasi bahasa yang bersifat perseorangan.
- (2) Dialek, yakni variasi bahasa dari sekelompok penutur yang jumlahnya relative, yang berada pada suatu tempat, wilayah, dan area tertentu.

- (3) Sosiolek atau dialek social yakni variasi bahasa yang berkenaan dengan status, golongan dan kelas social pada penuturnya.
- (4) Kronolek atau dialek temporal, yakni variasi bahasa yang digunakan oleh kelompok sosial pada zaman tertentu.

**d) Variasi-variasi Bahasa dari Segi Pemakaian**

- (1) Ragam bahasa jurnalistik,
- (2) Ragam bahasa militer,
- (3) Ragam bahasa ilmiah, dan
- (4) Ragam bahasa niaga atau perdagangan (ragam jual beli).

Menurut Soeparno, (2002 : 71-78) ragam bahasa atau variasi bahasa dapat dibedakan atas:

- (1) Variasi kronologis yaitu variasi bahasa yang disebabkan oleh keurutan waktu atau masa (*kronolek*).
- (2) Variasi geografis yaitu variasi bahasa yang disebabkan oleh faktor geografis atau regional (*regional*).
- (3) Variasi sosial yaitu variasi bahasa yang disebabkan oleh factor perbedaan sosiologis (*sosiolek*).
- (4) Variasi fungsional yaitu variasi bahasa yang disebabkan oleh faktor perbedaan fungsi pemakaian bahasa (*fungsiolek*).
- (5) Variasi gaya yaitu variasi bahasa yang disebabkan oleh faktor perbedaan gaya bahasa (*style*).
- (6) Variasi cultural yaitu variasi yang disebabkan oleh faktor perbedaan budaya masyarakatnya.

- (7) Variasi individual yaitu variasi bahasa yang disebabkan oleh faktor perbedaan perorangan (*idiolek*).

Dengan demikian variasi bahasa sangat ditentukan oleh faktor waktu, faktor tempat, faktor sosiokultural, faktor situasi, dan faktor medium pengungkapan. Faktor waktu menimbulkan perbedaan bahasa dari masa ke masa. Variasi regional membedakan bahasa yang dipakai di satu tempat ke tempat yang lain atau disebut dialek sosial. Variasi situasional timbul karena pemakai bahasa memilih ciri-ciri bahasa tertentu dalam situasi tertentu sehingga timbul adanya ragam bahasa formal dan informal. Faktor medium pengungkapan membedakan bahasa lisan dan bahasa tulis. Ragam bahasa juga dibagi menurut situasi, sarana, pemakai dan pemakaian. Sedangkan ragam menurut situasi dibedakan atas formal dan informal. Sedangkan menurut sarana ragam bahasa dibedakan atas tulisan dan lisan. Menurut pemakaian ragam bahasa dibedakan atas empat (4) macam yaitu idiolek, dialek, sosiolek, dan kronolek. Sedangkan menurut pemakaian ragam bahasa dibedakan atas jual beli, ragam sastra, ragam jurnalistik, ragam hukum, dan ragam ilmiah. Sedangkan sosiolek dibedakan atas pendidikan, pekerjaan, usia, dan jenis kelamin.

### **3) Ciri-ciri Ragam Bahasa Jual Beli**

#### **a) Wujud Tuturan Penjual dan Pembeli**

Menurut Kridalaksana (2008 : 248), tuturan dapat diartikan wacana yang menonjolkan rangkaian peristiwa dalam serentetan waktu tertentu, bersama dengan partisipan dan keadaan tertentu. Sedangkan wujud, diartikan sebagai bentuk. Wujud tuturan penjual dan pembeli diartikan sebagai bentuk ujaran penjual dan pembeli.

## **b) Pola Interaksi Penjual dan Pembeli**

Suharsono, (2003 : 5-7) menyatakan bahwa faktor-faktor yang 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. Mengenai model interaksi antara penjual dan pembeli dapat dilihat dari lima segi, yaitu: (a) sifat organisasi, (b) tujuan interaksi, (c) sifat hubungan, dan (d) harga.

Model interaksi antara penjual dan pembeli memiliki cirri-ciri berikut: (a) memberi peluang pertukaran kata bersifat *goal oriented*, tetapi juga untuk mengembangkan hubungan interpersonal, (b) hubungan bersifat interpersonal, tidak temporer, (c) tawar menawar merupakan bagian tidak terpisahkan dalam interaksi antara penjual dan pembeli, dan (d) masing-masing perilaku dalam interaksi mengembangkan persuasi verbal.

Kosakata bahasa Indonesia, Jawa, dan Cina ditemukan penggunaannya dalam percakapan antara pedagang dan pembeli di pasar Margasari, Kabupaten Tegal. Persentasi pemakaian kosakata bahasa Indonesia dan Jawa ragam ngoko relatif tinggi, hal ini disebabkan penguasaan kosakata bahasa tersebut cukup tinggi baik oleh pedagang maupun pembeli. Sementara kosakata bahasa Jawa ragam krama sedikit ditemukan. Hal tersebut juga terjadi pada pemakaian kosakata bahasa Cina yang pemakaiannya terbatas pada istilah tertentu yang memiliki fungsi khusus, seperti nilai harga yang dirahasiakan, nama barang dagangan dan istilah dalam bahasa asing. Berikut ini dipaparkan secara singkat pola penggunaan bahasa Indonesia dan bahasa Jawa ragam ngoko, sedangkan paparan mengenai pola bahasa Jawa ragam krama, dan bahasa Cina hanya berupa penambahan sebagai pelengkap karena tingkat penguasaannya relatif rendah.

Pilihan bahasa Indonesia menjadi sangat penting bagi para pedagang Cina saat berdagang di pasar. Bahasa Indonesia dianggap lebih netral dibandingkan dengan bahasa Jawa yang mengenal tingkat tutur. Karena netralitas tersebut, bahasa Indonesia lebih dipilih sebagai sarana berinteraksi tanpa harus mengkhawatirkan aspek kesopanan saat berbicara dengan para pembeli yang sebagian besar berasal dari etnis Jawa. Para pedagang Cina menganggap bahasa Jawa lebih sulit pada penggunaan kosakata bahasa Jawa ragam krama.

Bagi para pedagang etnis Cina, bahasa Indonesia digunakan sebagai bahasa perdagangan. Para pedagang Cina ini tidak banyak menggunakan bahasa Cina meskipun berhadapan dengan pembeli yang beretnis Cina, hal ini karena bahasa Cina tidak dikuasai dengan baik oleh sebagian besar pedagang Cina di pasar Margasari. Bahasa Cina tidak banyak dipergunakan sebagai bahasa sehari-hari baik di keluarga maupun di luar lingkungan keluarga. Berbeda dengan bahasa Indonesia yang sudah menjadi bahasa sehari-hari dalam berbagai keperluan.

Dari hasil transkripsi data dan wawancara ditemukan pola bahasa Indonesia oleh pedagang etnis Cina saat berbicara dengan pembelinya yang dibedakan berdasarkan latar belakang etnis, usia, dan tingkat keakraban. Berikut tabel pola bahasa pedagang etnis Cina dalam interaksi jual beli di pasar Margasari, Kabupaten Tegal.

**Tabel 2.1 Pola Bahasa Pedagang Etnis Cina belum Dewasa**

Pembeli		Tidak Dikenal	Tidak Dikenal dan Akrab	Dikenal	Dikenal dan Akrab
Etnis Cina	Tua	BI	BI	BI	BI dan BJ
	Sebaya	BI	BI dan BJ	BI dan BJ	BI, BJ dan BC
	Muda	BI	BI dan BJ	BI dan BJ	BI, BJ dan BC
Etnis Non Cina	Tua	BI	BI	BI	BI dan BJ
	Sebaya	BI	BI	BI dan BJ	BI dan BJ
	Muda	BI	BI	BI dan BJ	BI dan BJ

**Tabel 2.2 Pola Bahasa Pedagang Etnis Cina Dewasa**

Pembeli		Tidak Dikenal	Tidak Dikenal dan Akrab	Dikenal	Dikenal dan Akrab
Etnis Cina	Tua	BI	BI	BI	BI, BJ dan BC
	Sebaya	BI	BI dan BJ	BI dan BJ	BI, BJ dan BC
	Muda	BI	BI dan BJ	BI dan BJ	BI dan BJ
Etnis Non Cina	Tua	BI	BI	BI	BI dan BJ
	Sebaya	BI	BI	BI dan BJ	BI dan BJ
	Muda	BI	BI	BI dan BJ	BI dan BJ

Keterangan :

1. BI : Bahasa Indonesia

2. BJ : Bahasa Jawa

3. BC : Bahasa Cina

2.1.1 Pedagang etnis Cina belum dewasa : belum berkeluarga/menikah, ditandai dengan sapaan Cik, Koh, Mas, Mbak, Dik.

2.2.1 Pedagang etnis Cina dewasa : sudah berkeluarga/menikah, ditandai dengan sapaan Tante, Om, Mih, Je, Bah, Pak, Bu.

Berikut deskripsi tabel pola bahasa pedagang etnis Cina belum dewasa, (1) pedagang etnis Cina belum dewasa akan menggunakan bahasa Indonesia dalam interaksi jual belinya dengan pembeli etnis Cina tidak dikenal yang usianya lebih tua, (2) pedagang etnis Cina belum dewasa akan menggunakan bahasa Indonesia dalam interaksi jual belinya dengan pembeli etnis Cina tidak dikenal dan akrab yang usianya lebih tua, (3) pedagang etnis Cina belum dewasa akan menggunakan bahasa Indonesia dalam interaksi jual belinya dengan pembeli etnis Cina dikenal yang usianya lebih tua, (4) pedagang etnis Cina belum dewasa akan menggunakan bahasa Indonesia dan bahasa Jawa dalam interaksi jual belinya dengan pembeli etnis Cina dikenal dan akrab yang usianya lebih tua (5) pedagang etnis Cina belum dewasa akan menggunakan bahasa Indonesia dalam interaksi jual belinya dengan pembeli etnis

Cina tidak dikenal yang usianya sebaya, (6) pedagang etnis Cina belum dewasa akan menggunakan bahasa Indonesia dan bahasa Jawa dalam interaksi jual belinya dengan pembeli etnis Cina tidak dikenal dan akrab yang usianya sebaya, (7) pedagang etnis Cina belum dewasa akan menggunakan bahasa Indonesia dan bahasa Jawa dalam interaksi jual belinya dengan pembeli etnis Cina dikenal yang usianya sebaya, (8) pedagang etnis Cina belum dewasa akan menggunakan bahasa Indonesia, bahasa Jawa, dan bahasa Cina dalam interaksi jual belinya dengan pembeli etnis Cina dikenal dan akrab yang usianya sebaya, (9) pedagang etnis Cina belum dewasa akan menggunakan bahasa Indonesia dalam interaksi jual belinya dengan pembeli etnis Cina tidak dikenal yang usianya lebih muda, (10) pedagang etnis Cina belum dewasa akan menggunakan bahasa Indonesia dan bahasa Jawa dalam interaksi jual belinya dengan pembeli etnis Cina tidak dikenal dan akrab yang usianya lebih muda, (11) pedagang etnis Cina belum dewasa akan menggunakan bahasa Indonesia dan bahasa Jawa dalam interaksi jual belinya dengan pembeli etnis Cina dikenal yang usianya lebih muda, (12) pedagang etnis Cina belum dewasa akan menggunakan bahasa Indonesia, bahasa Jawa, dan bahasa Cina dalam interaksi jual belinya dengan pembeli etnis Cina dikenal dan akrab yang usianya lebih muda, (13) pedagang etnis Cina belum dewasa akan menggunakan bahasa Indonesia dalam interaksi jual belinya dengan pembeli etnis non Cina tidak dikenal yang usianya lebih tua, (14) pedagang etnis Cina belum dewasa akan menggunakan bahasa Indonesia dalam interaksi jual belinya dengan pembeli etnis non Cina tidak dikenal dan akrab yang usianya lebih tua, (15) pedagang etnis Cina belum dewasa akan menggunakan bahasa Indonesia dalam interaksi jual belinya dengan pembeli etnis non Cina dikenal yang usianya lebih tua, (16) pedagang etnis Cina belum dewasa akan menggunakan bahasa Indonesia dan

bahasa Jawa dalam interaksi jual belinya dengan pembeli etnis non Cina dikenal dan akrab yang usianya lebih tua, (17) pedagang etnis Cina belum dewasa akan menggunakan bahasa Indonesia dalam interaksi jual belinya dengan pembeli etnis non Cina tidak dikenal yang usianya sebaya, (18) pedagang etnis Cina belum dewasa akan menggunakan bahasa Indonesia dalam interaksi jual belinya dengan pembeli etnis non Cina tidak dikenal dan akrab yang usianya sebaya, (19) pedagang etnis Cina belum dewasa akan menggunakan bahasa Indonesia dan bahasa Jawa dalam interaksi jual belinya dengan pembeli etnis non Cina dikenal yang usianya sebaya, (20) pedagang etnis Cina belum dewasa akan menggunakan bahasa Indonesia dalam interaksi jual belinya dengan pembeli etnis non Cina tidak dikenal yang usianya lebih muda, (21) pedagang etnis Cina belum dewasa akan menggunakan bahasa Indonesia dalam interaksi jual belinya dengan pembeli etnis non Cina tidak dikenal dan akrab yang usianya lebih muda, (22) pedagang etnis Cina belum dewasa akan menggunakan bahasa Indonesia dalam interaksi jual belinya dengan pembeli etnis non Cina tidak dikenal dan akrab yang usianya lebih muda, (23) pedagang etnis Cina belum dewasa akan menggunakan bahasa Indonesia dan bahasa Jawa dalam interaksi jual belinya dengan pembeli etnis non Cina dikenal yang usianya lebih muda, dan (24) pedagang etnis Cina belum dewasa akan menggunakan bahasa Indonesia dan bahasa Jawa dalam interaksi jual belinya dengan pembeli etnis non Cina dikenal dan akrab yang usianya lebih muda.

Berikut deskripsi tabel pola bahasa pedagang etnis Cina dewasa, (1) pedagang etnis Cina dewasa akan menggunakan bahasa Indonesia dalam interaksi jual belinya dengan pembeli etnis Cina tidak dikenal yang usianya lebih tua, (2) pedagang etnis Cina dewasa akan menggunakan bahasa Indonesia dalam interaksi jual belinya dengan

pembeli etnis Cina tidak dikenal dan akrab yang usianya leboh tua, (3) pedagang etnis Cina dewasa akan menggunakan bahasa Indonesia dalam interaksi jual belinya dengan pembeli etnis Cina dikenal yang usianya lebih tua, (4) pedagang etnis Cina dewasa akan menggunakan bahasa Indonesia, bahasa Jawa, dan bahasa Cina dalam interaksi jual belinya dengan pembeli etnis Cina dikenal dan akrab yang usianya lebih tua (5) pedagang etnis Cina dewasa akan menggunakan bahasa Indonesia dalam interaksi jual belinya dengan pembeli etnis Cina tidak dikenal yang usianya sebaya, (6) pedagang etnis Cina dewasa akan menggunakan bahasa Indonesia dan bahasa Jawa dalam interaksi jual belinya dengan pembeli etnis Cina tidak dikenal dan akrab yang usianya sebaya, (7) pedagang etnis Cina dewasa akan menggunakan bahasa Indonesia dan bahasa Jawa dalam interaksi jual belinya dengan pembeli etnis Cina dikenal yang usianya sebaya, (8) pedagang etnis Cina dewasa akan menggunakan bahasa Indonesia, bahasa Jawa, dan bahasa Cina dalam interaksi jual belinya dengan pembeli etnis Cina dikenal dan akrab yang usianya sebaya, (9) pedagang etnis Cina dewasa akan menggunakan bahasa Indonesia dalam interaksi jual belinya dengan pembeli etnis Cina tidak dikenal yang usianya lebih muda, (10) pedagang etnis Cina dewasa akan menggunakan bahasa Indonesia dan bahasa Jawa dalam interaksi jual belinya dengan pembeli etnis Cina tidak dikenal dan akrab yang usianya lebih muda, (11) pedagang etnis Cina dewasa akan menggunakan bahasa Indonesia dan bahasa Jawa dalam interaksi jual belinya dengan pembeli etnis Cina dikenal yang usianya lebih muda, (12) pedagang etnis Cina dewasa akan menggunakan bahasa Indonesia, bahasa Jawa, dan bahasa Cina dalam interaksi jual belinya dengan pembeli etnis Cina dikenal dan akrab yang usianya lebih muda, (13) pedagang etnis Cina dewasa akan menggunakan bahasa Indonesia dalam interaksi jual belinya dengan pembeli etnis non

Cina tidak dikenal yang usianya lebih tua, (14) pedagang etnis Cina dewasa akan menggunakan bahasa Indonesia dalam interaksi jual belinya dengan pembeli etnis non Cina tidak dikenal dan akrab yang usianya lebih tua, (15) pedagang etnis Cina dewasa akan menggunakan bahasa Indonesia dalam interaksi jual belinya dengan pembeli etnis non Cina dikenal yang usianya lebih tua, (16) pedagang etnis Cina dewasa akan menggunakan bahasa Indonesia dan bahasa Jawa dalam interaksi jual belinya dengan pembeli etnis non Cina dikenal dan akrab yang usianya lebih tua, (17) pedagang etnis Cina dewasa akan menggunakan bahasa Indonesia dalam interaksi jual belinya dengan pembeli etnis non Cina tidak dikenal yang usianya sebaya, (18) pedagang etnis Cina dewasa akan menggunakan bahasa Indonesia dalam interaksi jual belinya dengan pembeli etnis non Cina tidak dikenal dan akrab yang usianya sebaya, (19) pedagang etnis Cina dewasa akan menggunakan bahasa Indonesia dan bahasa Jawa dalam interaksi jual belinya dengan pembeli etnis non Cina dikenal yang usianya sebaya, (20) pedagang etnis Cina dewasa akan menggunakan bahasa Indonesia dalam interaksi jual belinya dengan pembeli etnis non Cina tidak dikenal yang usianya lebih muda, (21) pedagang etnis Cina dewasa akan menggunakan bahasa Indonesia dalam interaksi jual belinya dengan pembeli etnis non Cina tidak dikenal dan akrab yang usianya lebih muda, (22) pedagang etnis Cina dewasa akan menggunakan bahasa Indonesia dalam interaksi jual belinya dengan pembeli etnis non Cina tidak dikenal dan akrab yang usianya lebih muda, (23) pedagang etnis Cina dewasa akan menggunakan bahasa Indonesia dan bahasa Jawa dalam interaksi jual belinya dengan pembeli etnis non Cina dikenal yang usianya lebih muda, dan (24) pedagang etnis Cina dewasa akan menggunakan bahasa Indonesia dan bahasa Jawa dalam interaksi jual belinya dengan pembeli etnis non Cina dikenal dan akrab yang usianya lebih muda.

#### **4. Tingkat Tutar Bahasa Jawa**

##### **a. Pengertian Tingkat Tutar**

Tingkat tutur atau disebut dengan istilah *undha usuk*, Chaer dan Leoni Agustina, (2004 : 40) menyebutkan bahwa variasi bahasa yang penggunaannya didasarkan pada tingkat-tingkat sosial dikenal dalam bahasa Jawa dengan istilah *undha usuk*. Rahardi, (2001 : 52-53) menyebutkan bahwa tingkat tutur dapat dikatakan sistem kode dalam masyarakat tutur. Kode dalam jenis ini faktor penentunya adalah relasi antara si penutur dengan mitra tutur.

##### **b. Faktor yang Mempengaruhi Tingkat Tutar**

Mengenai berbagai faktor yang menyebabkan adanya bentuk tingkat tutur, Rahardi, (2001 : 53) membagi ke dalam beberapa faktor, yakni dihormati atau tidak dihormati karena bentuk dan kondisi tubuhnya, kekuatan ekonomi, status sosialnya, kekuatan dan pengaruh politisnya, alur kekerabatan, usia, jenis kelamin, dan kondisi *psikisnya*. Tingkat sosial para penutur sangat menentukan dalam menentukan variasi tingkat tutur. Terdapat anggota masyarakat tertentu yang sangat dihormati, tetapi ada juga golongan masyarakat yang tidak perlu mendapatkan penghormatan khusus. Untuk mengetahui keterkaitan tersebut, Kuntjaraningrat (dalam Chaer dan Leoni Agustina, 2004 : 39-40) membagi masyarakat Jawa atas empat tingkat, yaitu (a) *wong cilik* (masyarakat biasa), (b) *wong sudagar* (golongan pedagang), (c) *priyayi* (golongan pejabat), dan (d) *ndarar* (golongan orang kaya). Penggolongan di atas jelas adanya perbedaan tingkat dalam masyarakat tutur bahasa Jawa, berdasarkan tingkat-tingkat sosialnya. Lebih jelasnya bahwa pihak yang tingkat sosialnya lebih tinggi menggunakan tingkat bahasa yang lebih tinggi, yaitu karma, sedangkan masyarakat

yang tingkat sosialnya lebih rendah menggunakan tingkat menggunakan tingkat bahasa lebih yang lebih rendah, yaitu ngoko. Berikut ragam bahasa yang digunakan pedagang etnis Cina dalam berinteraksi dengan pembeli sesuai dengan faktor-faktor yang mempengaruhi tindak tutur di dalamnya:

### 1. Dihormati atau tidak dihormati karena faktor bentuk dan kondisi tubuh

#### a. Pembeli memiliki bentuk dan kondisi tubuh yang kurang sempurna atau cacat

Dalam interaksi jual belinya, pedagang etnis Cina yang usianya masih muda dan dewasa akan menggunakan bahasa Indonesia pada pembeli yang berasal dari etnis Cina maupun non Cina yang usianya lebih tua. Pada pembeli (etnis Cina dan non Cina) yang usianya sebaya, pedagang (muda dan dewasa) akan menggunakan bahasa Indonesia dan bahasa Jawa, sedangkan pada pembeli (etnis Cina dan non Cina) yang usianya lebih muda, pedagang (muda dan dewasa) akan menggunakan bahasa Jawa dalam interaksi jual belinya.

Berikut contoh percakapan antara pedagang etnis Cina dewasa dengan pembeli etnis non Cina yang usianya lebih muda,

#### PERCAKAPAN 62

**Konteks :** Percakapan terjadi di sebuah toko sembako. Pembeli yang kondisi fisiknya kurang sempurna membeli beberapa jenis barang, namun ada beberapa jenis barang yang persediaannya sudah habis sehingga pembeli di suruh mengambil di rumah pemilik toko.

- Pembeli : “Weh nyong oh.”  
(Belanjaan saya dong)
- Pedagang : “Giye sampeyan, gawa balik kiye karo notane. Njikot ning umah!”  
(Ini anda bawa pulang notanya. Ambil barangnya di rumah!”
- Pembeli : “Ana sing ning umah?”  
(Ada yang di rumah?)
- Pedagang : “Ana sing ning umah. *Unyil* karo *Delima bantal*.”  
(Ada yang di rumah. Plastik unyil sama kecap Delima bantal)
- Pembeli : “Ya wis.”

- Pedagang : (Ya sudah)  
: “Sing dindol-ndol durung, kiye sing uwis. Toli mana balik ya.”  
(Tulisan yang dilingkari belum, ini yang sudah. Terus sana pulang)
- Pembeli 2 : “Balik toli pan tutup.”  
(Pulang terus tokonya mau tutup)
- Pembeli : “Kae ning umah?”  
(Itu di rumah?)
- Pedagang : “Iya. Kemiri ana apa kae ning umah. Kiye sing dindol-ndol *Delima* karo *unyil* warna rong iket.”  
(Iya. Kemiri juga di rumah. Ini yang dilingkari kecap *Delima* sama plastik unyil yang warna dua ikat)

Pada percakapan di atas pedagang melakukan interaksi jual beli menggunakan bahasa Jawa ragam Ngoko. Pedagang juga menunjukkan sikap yang kurang ramah terhadap pembeli yang memiliki kondisi tubuh tidak sempurna atau cacat dengan mengatakan, “*Giye sampeyan, gawa balik kiye karo notane. Njikot ning umah!*”, dan “*Sing dindol-ndol durung, kiye sing uwis. Toli mana balik ya.*”

b. Pembeli memiliki bentuk dan kondisi tubuh yang sempurna atau tidak cacat

Dalam interaksi jual belinya, pedagang etnis Cina yang usianya masih muda dan dewasa akan menggunakan bahasa Indonesia pada pembeli yang berasal dari etnis Cina maupun non Cina yang usianya lebih tua. Pada pembeli (etnis Cina dan non Cina) yang usianya sebaya, pedagang (muda dan dewasa) akan menggunakan bahasa Indonesia dan bahasa Jawa. Pada pembeli (etnis Cina dan non Cina) yang usianya lebih muda, pedagang (muda) juga akan menggunakan bahasa Indonesia dan Jawa, sedangkan pedagang (dewasa) akan menggunakan bahasa Jawa. Berikut contoh percakapan antara pedagang etnis Cina dewasa dengan pembeli etnis non Cina yang usianya sebaya,

### PERCAKAPAN 41

**Konteks : Percakapan terjadi di sebuah toko khusus plastik-plastik dan bahan-bahan perlengkapan kue.**

- Pedagang : “Apa Mbak?”  
 Pembeli : “Mbak plastik pembungkus kue. Eh apa sih. Jajan-jajan yang buat ulang tahun.”  
 Pedagang : “Yang ini?”  
 Pembeli : “Ini isi berapa?”  
 Pedagang : “Empat puluh.”  
 Pembeli : “Empat puluh?”  
 Pedagang : “Kurang lebih. Berapa?”  
 Pembeli : “Satu aja. Itunya sih yang buat ngiketnya ada nggak?”  
 Pedagang : “Itu kan ada di dalamnya.”  
 Pembeli : “Oh nggak kelihatan. Berapa Mbak?”  
 Pedagang : “Enam ribu.”  
 Pembeli : “Ini Mbak. Makasih ya Mbak.”  
 Pedagang : “Iya sama-sama.”

Pada percakapan di atas pedagang mengawali percakapan menggunakan bahasa Indonesia dengan mengatakan, “*Apa Mbak?*”. Hal ini dilakukan pedagang sebagai bentuk penghormatan kepada pembeli. Pedagang juga bersikap ramah terhadap pembeli yang memiliki kondisi tubuh sempurna atau tidak cacat.

## 2. Dihormati atau tidak dihormati karena faktor status sosial (kekuatan ekonomi)

### a. Pembeli berasal dari golongan masyarakat biasa

Dalam interaksi jual belinya, pedagang etnis Cina yang usianya masih muda akan menggunakan bahasa Indonesia pada pembeli yang berasal dari etnis Cina maupun non Cina yang usianya lebih tua. Sedangkan pedagang etnis Cina yang usianya dewasa hanya akan menggunakan bahasa Indonesia pada pembeli yang usianya lebih tua dari etnis Cina saja. Pada pembeli (etnis Cina dan non Cina) yang usianya sebaya, pedagang (muda) menggunakan bahasa Indonesia dan bahasa Jawa. Berbeda dengan pedagang (dewasa) yang hanya menggunakan bahasa Jawa pada

pembeli (etnis Cina dan non Cina) yang usianya sebaya dan lebih muda darinya. Pada pembeli (etnis Cina) yang usianya lebih muda, pedagang (muda) akan menggunakan bahasa Indonesia dan bahasa Jawa. Sedangkan pada pembeli (etnis non Cina), pedagang (muda) hanya menggunakan bahasa Jawa saja. Berikut contoh percakapan antara pedagang etnis Cina dewasa dengan pembeli etnis non Cina yang usianya lebih tua,

### PERCAKAPAN 59

**Konteks : Percakapan terjadi di sebuah toko sembako. Pedagang melakukan kesalahan dengan memberikan kopi dua renceng sementara pembeli hanya berniat membeli satu renceng. Kemudian pedagang meminta uang tambahan kepada pembeli.**

- Pedagang : “Miki ibune ndi? Wis balik? Nyong kayong neine loro.”  
(Tadi ibunya mana? Sudah pulang? Sepertinya tadi saya kasih kopinya dua renceng)  
(PEDAGANG MEMANGGIL PEMBELI)
- Pedagang : “Ibu!”
- Pembeli : “Dalem!”
- Pedagang : “Miki notane ndi?”  
(Tadi notanya mana?)
- Pembeli : “Ning kene laka.”  
(Di sini tidak ada)
- Pedagang : “Apa neng kae ya?”  
(Apa dibelanjaan yang sudah dibawa pulang ya?)
- Pembeli : “Ngko mene maning anake.”  
(Nanti anaknya ke sini lagi)
- Pedagang : “Kopine sarenteng tok oh ya? Nyong neine loro.”  
(Kopinya hanya minta satu renceng ya? Tadi saya kasih dua renceng)
- Pembeli : “Loro? Ya ngko mbokan ana loro ya ngko nyong nambahi.”  
(Dua? Ya nanti barangkali ada dua saya tambah bayarnya)
- Pedagang : “Iya loro. Nyong kayong neine loro.”  
(Iya dua. Saya tadi kasih dua)
- Pembeli : “Iya ngko ning kana tak tiliki ikih ya. Ari sampeyan moni nggawakna mana loro ya ngko nyong nambah mbayare siji.”  
(Iya nanti di sana saya cek. Kalau memang anda bilang bawa ke sana dua ya nanti saya tambah bayarnya satu lagi)
- Pedagang : “Kiye ibu! Ibu! Sampeyan bayar mene papat loro, dadine ngko dong apa? Aja ditumpakna. Eh ditumpakna. Aja titipna becak, bayar mene bae papat loro.”

- (Begini Ibu! Ibu! Anda baya sini empat ribu dua ratus, jadi nanti kalau apa? Jangan dinaikkin. Eh maksudnya jangan dititipkan ketukang becak, bayar sini empat ribu dua ratus)
- Pembeli : “Eh iya wis.”  
(Oh ya sudah)
- Pedagang : “Bayar ngko papat loro ya?”  
(Nanti bayar empat ribu dua ratus ya?)
- Pembeli : “Iya, iya. Lah pimen kiye bocahe kan langsung balik?”  
(Iya, iya. Tapi bagaimana ini anaknya langsung pulang ke rumah?)
- Pedagang : “Ya ngko ning umah dititipna. Nyong kemutan narike loro sih. Miki sing narik nyong, loro.”  
(Ya nanti kalau di rumah suruh dititipkan. Saya ingat nariknya dua renceng sih. Tadi yang narik saya, dua renceng)

Pada percakapan di atas pedagang melakukan interaksi jual beli menggunakan bahasa Jawa ragam Ngoko. Pedagang juga menunjukkan sikap yang kurang ramah terhadap pembeli yang berasal dari golongan masyarakat biasa dengan mengatakan, *“Kiye ibu! Ibu! Sampeyan bayar mene papat loro, dadine ngko dong apa? Aja ditumpakna. Eh ditumpakna. Aja titipna becak, bayar mene bae papat loro.*

b. Pembeli berasal dari golongan saudagar atau golongan pedagang

Dalam interaksi jual belinya, pedagang etnis Cina yang usianya masih muda dan dewasa akan menggunakan bahasa Indonesia pada pembeli yang berasal dari etnis Cina maupun non Cina yang usianya lebih tua. Pada pembeli (etnis Cina dan non Cina) yang usianya sebaya dan lebih muda, pedagang (muda dan dewasa) akan menggunakan bahasa Indonesia dan bahasa Jawa. Pada golongan saudagar ini, pedagang (dewasa) sesekali akan menggunakan bahasa Cina pada pembeli (etnis Cina) yang usianya lebih tua maupun sebaya darinya. Biasanya bahasa Cina ini digunakan untuk mengatakan sesuatu yang dianggap rahasia, misalnya harga. Berikut contoh percakapan antara pedagang etnis Cina dewasa dengan pembeli etnis Cina sebaya,

### PERCAKAPAN 65

**Konteks : Percakapan terjadi di sebuah toko sembako. Pembeli etnis cina yang merupakan pedagang juga sedang membeli beberapa jenis rokok untuk dijual kembali di tokonya.**

- Pembeli : “Itu apa tuh?”  
 Pedagang : “Mana?”  
 Pembeli : “Itulah itu. Orang atas rokok. Haiya.”  
 Pedagang : “Ini?”  
 Pembeli : “Nah sebelah lagi. Sebelah. Sebelah.”  
 Pedagang : “*U Mild.*”  
 Pembeli : “*U Mildnya* berapa?”  
 Pedagang : “*U Mildnya* satu.”  
 Pembeli : “Satu slop?”  
 Pedagang : “Satu. *U Mildnya* satu.”  
 Pembeli : “Berapa?”  
 Pedagang : “*Kau ban pek.*”  
 (Sembilan puluh delapan ribu)  
 Pembeli : “Semuanya berapa?”  
 Pedagang : “*Ce tiao si pek ji lak.*”  
 (Satu juta empat ratus dua puluh enam ribu)  
 (PEMBELI MENGHITUNG SEJUMLAH UANG YANG AKAN DIBAYARKAN KEPADA PEDAGANG)  
 Pembeli : “Lu, hei! *Ni? Ce tiao si pek ji...?*”  
 (Hei kamu? Tadi satu juta empat ratus dua puluh berapa?)  
 Pedagang : “*Lak. Ce tiao si pek ji lak.*”  
 (Enam ribu. Satu juta empat ratus dua puluh enam ribu)  
 Pembeli : “*Sampoerna Mildnya* berapa?”  
 Pedagang : “*Sampoerna? Pek si.*”  
 (Sampoerna? Seratus empat puluh ribu)  
 Pembeli : “Eh campur ijo bae.”  
 Pedagang : “Campur ijo?”  
 Pembeli : “Setengah. Campur setengah slop yang ijo.”  
 Pedagang : “Yang ijo berapa?”  
 Pembeli : “Setengah aja.”  
 Pedagang : “Setengah aja?”  
 Pembeli : “Iya.”  
 (PEDAGANG MENYURUH ANAKNYA UNTUK MEMASUKKAN BARANG BELANJAAN PEMBELI KE DALAM DUS)  
 Pedagang : “Itu punyane *tacik* dimasukkin Wi!”  
 Pedagang 2 : “Iya Mih.”  
 (SETELAH BARANG BELANJAAN SIAP PEDAGANG 2 MEMBERIKAN KEPADA PEMBELI)  
 Pedagang 2 : “Ini Tante sudah.”  
 Pembeli : “*Xiexie.*”  
 (Terimakasih)  
 Pedagang : “*Bu xie Cik.*”  
 (Terimakasih kembali)

Pada percakapan di atas pedagang dan pembeli menggunakan bahasa Indonesia dalam interaksi jual belinya. Namun pada percakapan tersebut juga terdapat beberapa kode bahasa Cina, khususnya pada saat penyebutan harga atau nominal dengan mengatakan “*Kau ban pek.*”, “*Ce tiao si pek ji lak.*”, “*Sampoerna? Pek si.*”, “*Xiexie.*”, dan “*Bu xie Cik.*”. Hal ini dikarenakan antara pedagang dengan pembeli sama-sama berasal dari etnis Cina. Percakapan tersebut juga terlihat cukup panjang karena keduanya sudah saling kenal dan akrab.

c. Pembeli berasal dari golongan pejabat (pengaruh politik)

Dalam interaksi jual belinya, pedagang etnis Cina yang usianya masih muda dan dewasa akan menggunakan bahasa Indonesia pada pembeli (etnis Cina dan non Cina) dari golongan ini, baik yang usianya lebih tua, sebaya, maupun lebih muda. Berikut contoh percakapan antara pedagang etnis Cina belum dewasa dengan pembeli non Cina lebih tua,

#### PERCAKAPAN 64

**Konteks :** Percakapan terjadi di sebuah toko sembako. Pembeli yang merupakan kepala desa setempat berniat membeli beberapa barang di toko tersebut.

Pedagang : “Eh ibu. Cari apa Bu?”  
 Pembeli : “Ini Mbak minta pengharum ruangan yang *spray.*”  
 Pedagang : “Yang merk apa?”  
 Pembeli : “*Stella* warna kuning ya Mbak.”  
 Pedagang : “Oh yang jeruk? Berapa?”  
 Pembeli : “Satu. Sama obat nyamuk *Vape Fumakilanya* satu yang *spray* juga.”  
 Pedagang : “*Stella* sama *Vapenya* yang besar atau kecil Bu?”  
 Pembeli : “Yang besar semua Mbak.”  
 Pedagang : “Lainnya apa lagi Bu?”  
 Pembeli : “Udah tambahannya itu aja Mbak, lainnya udah ada dicatetan, yang itu tadi lupa dicatet.”  
 Pedagang : “Oh udah dicatetan?”  
 Pembeli : “Iya. Catetannya udah dikasih ke Mbak Ninik malah.”  
 Pedagang : “Oh kalau gitu ditunggu sebentar ya Bu.”  
 Pembeli : “Iya Mbak.”

Pada percakapan di atas pedagang melakukan interaksi jual belinya dengan menggunakan bahasa Indonesia. Dalam setiap percakapannya, pedagang juga sangat terlihat sopan dalam melayani pembeli tersebut dengan mengatakan, *“Eh ibu. Cari apa Bu?”*, *“Lainnya apa lagi Bu?”*, dan *“Oh kalau gitu ditunggu sebentar ya Bu.”* Hal ini dilakukan untuk menghormati pembeli yang notabene menjabat sebagai kepala desa di daerah setempat.

d. Pembeli berasal dari golongan orang kaya

Pada pembeli yang berasal dari golongan ini, pedagang yang usianya masih muda dan dewasa juga akan menggunakan bahasa Indonesia dalam interaksi jual belinya, baik pada mereka yang usianya lebih tua, sebaya, maupun lebih muda.

Berikut contoh percakapan antara pedagang etnis Cina dengan pembeli yang usianya lebih tua.

### **PERCAKAPAN 66**

**Konteks : Percakapan terjadi di sebuah konter HP. Pembeli berniat membeli pulsa sekaligus melihat-lihat HP yang tersedia di konter tersebut.**

- Pembeli : “Mas pulsa.”  
 Pedagang : “Pulsa apa Pak?”  
 Pembeli : “Pulsa Simpati sama Mentari.”  
 Pedagang : “Yang berapa?”  
 Pedagang : “Lima puluhan.”  
 Pedagang : “Nomernya silahkan ditulis dulu Pak.”  
 Pembeli : “Ini Hp Samsung yang terbaru?”  
 Pedagang : “Bukan Pak. Yang terbaru kami nggak punya.”  
 Pembeli : “Lho gimana sih kok ga sedia Mas?”  
 Pedagang : “Iya Pak. Soalnya harganya kan di atas rata-rata. Di sini susah pasarannya Pak.”  
 Pembeli : “Oh gitu? Ya bener Mas, sedia hp yang harganya terjangkau aja supaya laku, he.”  
 Pembeli : “Iya Pak. Pulsanya sudah masuk. Dicek dulu barangkali belum masuk disitu.”  
 Pembeli : “Oh sudah masuk semua ini. Jadi berapa semua Mas?”  
 Pedagang : “Seratus sepuluh Pak.”

Pembeli : “Ya. Ini. Makasih ya Mas.”  
 Pedagang : “Iya Pak sama-sama.”  
 Pembeli : “Mari.”  
 Pedagang : “Mari Pak.”

Pada percakapan di atas pedagang dan pembeli menggunakan kode bahasa Indonesia dalam interaksi jual belinya. Selain itu pedagang juga terlihat sangat sopan dalam melayani pembeli dengan mengatakan, “*Nomernya silahkan ditulis dulu Pak.*” dan “*Iya Pak. Pulsanya sudah masuk. Dicek dulu barangkali belum masuk disitu.*”. Hal ini dilakukan untuk menghormati pembeli yang berasal dari golongan ekonomi menengah ke atas (orang kaya).

### 3. Dihormati atau tidak dihormati karena faktor alur kekerabatan

#### a. Pembeli dikenal

Dalam interaksi jual belinya, pedagang etnis Cina yang usianya masih muda dan dewasa akan menggunakan bahasa Indonesia pada pembeli yang berasal dari etnis Cina maupun non Cina yang usianya lebih tua. Pada pembeli (etnis Cina dan non Cina) yang usianya sebaya dan lebih muda, pedagang (muda dan dewasa) akan menggunakan bahasa Indonesia, dan bahasa Jawa. Namun pada pembeli (etnis Cina) yang usianya sebaya, pedagang (muda dan dewasa) juga sesekali menggunakan bahasa Cina. Berikut contoh percakapan antara pedagang etnis Cina belum dewasa dengan pembeli etnis Cina lebih muda,

#### **PERCAKAPAN 43**

**Konteks : Percakapan terjadi antara pedagang dengan pembeli yang juga merupakan etnis cina. Keduanya sudah saling mengenal dan akrab.**

Pedagang : “Apa Mel?”  
 Pembeli : “Disuruh mamih beli pia Cik.”  
 Pedagang : “Yang rasa apa? Kamu nggak masuk sekolah ya?”  
 Pembeli : “Kacang ijo. Sekolah kok. Ini udah pulang.”

- Pedagang : “Hah bohong, pasti bolos ya? Berapa pianya?”  
 Pembeli : “Nggak, tadi di sekolah gurunya mau pada rapat jadi pulang cepet. Beli dua. Satunya berapa?”  
 Pedagang : “*Cit ceng*. Terus apa lagi?”  
 Pembeli : “Udah. Ini Cik.”  
 Pedagang : “Duitnya *no ban* ya? Berarti kembalianya *lak ceng*. *Se ceng-an* ma *gopek-an* nggak apa-apa?”  
 (Uangnya dua puluh ribu ya? Berarti kembaliannya enam ribu. uangnya lima ribuan sama lima ratusan tidak apa-apa?)  
 Pembeli : “Nggak apa-apa. Makasih ya Cik.”  
 Pedagang : “Sama-sama. Main ke rumah Mel.”  
 Pembeli : “Iya Cik.”

Pada percakapan di atas pedagang melakukan interaksi jual beli menggunakan bahasa Indonesia. Pada percakapan di atas juga terdapat gurauan yang dilakukan pedagang terhadap pembeli dengan mengatakan, “*Hah bohong, pasti bolos ya? Berapa pianya?*”. Hal ini dilakukan karena antara pedagang dengan pembeli sudah saling mengenal. Selain itu pedagang juga sesekali menggunakan bahasa Cina karena pembeli juga berasal dari etnis Cina dengan mengatakan, “*Cit ceng. Terus apa lagi?*”, dan “*Duitnya no ban ya? Berarti kembalianya lak ceng. Se ceng-an ma gopek-an nggak apa-apa?*”

#### b. Pembeli tidak dikenal

Dalam interaksi jual belinya, pedagang etnis Cina yang usianya masih muda akan menggunakan bahasa Indonesia pada pembeli yang berasal dari etnis Cina maupun non Cina yang usianya, lebih tua, sebaya, dan lebih muda darinya. Sedangkan pedagang (dewasa) hanya akan menggunakan bahasa Indonesia pada pembeli (etnis Cina dan non Cina) yang usianya lebih tua saja. Selebihnya, pedagang (dewasa) akan menggunakan bahasa Indonesia dan bahasa Jawa pada pembeli (etnis Cina dan non Cina) yang usianya sebaya dan lebih muda. Berikut contoh percakapan antara

pedagang etnis Cina belum dewasa dengan pembeli etnis non Cina yang usianya lebih muda,

### PERCAKAPAN 51

**Konteks :** Percakapan terjadi di sebuah toko sembako. Pembeli menitipkan barang belanjanya ke pedagang karena akan membeli sesuatu di apotek.

- Pembeli : “Pira?”  
 Pedagang : “Tiga empat lima lima ratus.”  
 Pembeli : “Ngko sedelat ya tak ning apotik.”  
 (PEMBELI SAMBIL MENGANMBIL UANG UNTUK MEMBAYAR)  
 (Sebentar ya saya mau ke apotek)  
 Pedagang : “Iya. Tiga ratus empat puluh lima, lima ratus.”  
 (PEMBELI MEMBERIKAN UANG)  
 Pembeli : “Ngonong?”  
 (Begini?)  
 Pedagang : “Iya. Ngko tak etung sedelat. Duite telungatus seket ya.”  
 (Iya. Saya hitung dulu. Uangnya ada tiga ratus lima puluh ribu ya)  
 Pembeli : “Iya.”  
 Pedagang : “Namane sapa?”  
 Pembeli : “Mbak Ani.”  
 Pedagang : “Mbak Ani?”  
 Pembeli : “Karo titip kiye disit.”  
 (Sekalian titip belanjaan sebentar)  
 Pedagang : “Kiye jujul tuli Mbak eben ora keder.”  
 (Ini kembaliannya dulu Mbak supaya tidak bingung)  
 Pembeli : “Oh iya.”  
 Pedagang : “Kiye jujule ya patangewu mangatus.”  
 (Ini kembaliannya empat ribu lima ratus)

Pada percakapan di atas pedagang awalnya menggunakan bahasa Indonesia dalam interaksi jual belinya dengan mengatakan “*Tiga empat lima lima ratus.*”. Namun pembeli tetap menggunakan bahasa Jawa ragam Ngoko, “*Ngko sedelat ya tak ning apotik.*”. Kemudian pedagang mulai beralih kode menggunakan bahasa Jawa ragam Ngoko juga, “*Namane sapa?*”. Percakapan di atas sangat terlihat cepat, efisien dan tanpa basa basi. Hal ini dikarenakan antara pedagang dengan pembeli tidak saling mengenal.

#### 4. Dihormati atau tidak dihormati karena faktor jenis kelamin

##### a. Pembeli berjenis kelamin laki-laki

Dalam interaksi jual belinya, pedagang etnis Cina yang usianya masih muda dan dewasa akan menggunakan bahasa Indonesia pada pembeli yang berasal dari etnis Cina maupun non Cina yang usianya lebih tua. Pada pembeli (etnis Cina dan non Cina) yang usianya sebaya, pedagang (muda dan dewasa) menggunakan bahasa Indonesia dan bahasa Jawa. Sedangkan pada pembeli (etnis Cina dan non Cina) yang usianya lebih muda, mereka akan menggunakan bahasa Jawa. Berikut contoh percakapan antara pedagang etnis Cina dengan pembeli etnis non Cina yang usianya lebih muda,

#### **PERCAKAPAN 57**

**Konteks : Percakapan terjadi di sebuah toko sembako. Pembeli berniat membeli gula aren, tapi persediaan gula tersebut ternyata habis.**

- Pembeli : “Aren Je.”
- Pedagang : “Apa?”
- Pembeli : “Aren.”
- Pedagang : “Ana. Aduh ning kene ana belih ya? Ana kayane ta wingi nggawa yen ora kelalen.”  
(Ada. Aduh di sini ada tidak ya? Ada kayaknya kemarin bawa kalau tidak lupa)
- Pedagang : (PEDAGANG MENANYAKAN AREN KEPADA PELAYAN TOKO)  
“Ning kene ana aren kayongane ya Nik?”  
(Di sini ada aren kayaknya ya Nik?)
- Pelayan toko : “Laka.”  
(Tidak ada)
- Pedagang : “Langka? Ya wis.”  
(Tidak ada? Ya sudah)
- Pedagang : “Langka Mas.”  
(Tidak ada Mas)

Pada percakapan di atas pedagang dan pembeli menggunakan bahasa Jawa ragam Ngoko dalam interaksi jual belinya. Percakapan tersebut juga berlangsung cepat tanpa basa basi.

b. Pembeli berjenis kelamin perempuan

Dalam interaksi jual belinya, pedagang etnis Cina yang usianya masih muda dan dewasa akan menggunakan bahasa Indonesia pada pembeli yang berasal dari etnis Cina maupun non Cina yang usianya lebih tua. Pada pembeli (etnis Cina dan non Cina) yang usianya sebaya, pedagang (muda dan dewasa) menggunakan bahasa Indonesia dan bahasa Jawa. Sedangkan pada pembeli (etnis Cina dan non Cina) yang usianya lebih muda, mereka akan menggunakan bahasa Jawa. Berikut contoh percakapan antara pedagang etnis Cina dengan pembeli etnis non Cina yang usianya lebih muda,

**PERCAKAPAN 49**

**Konteks : Percakapan terjadi di sebuah toko bangunan yang sekaligus menyediakan gas dan berbagai perlengkapannya.**

Pembeli : “Koh ada regulator?”  
 Pedagang : “Ada. Merk yang ini apa bukan?”  
 Pembeli : “Nggak ngerti we.”  
 Pedagang : “Yang biasa aja?”  
 Pembeli : “Yang biasa.”  
 Pedagang : “Tiga lima.”  
 Pembeli : “Berapa?”  
 Pedagang : “Tiga puluh lima.”  
 Pembeli : “Kalau nggak cocok atau gimana boleh dituker?”  
 Pedagang : “Dituker aja nggak apa-apa.”  
 Pembeli : “Ini Koh.”  
 Pedagang : “Makasih ya.”  
 Pembeli : “Ya.”

Pada percakapan di atas pedagang dan pembeli menggunakan bahasa Indonesia dalam interaksi jual belinya. Percakapan tersebut juga berlangsung cepat tanpa basa basi.

**5. Dihormati atau tidak dihormati karena faktor kondisi psikisnya**

a. Pembeli memiliki kejiwaan atau psikis yang sehat/normal

Dalam interaksi jual belinya, pedagang etnis Cina yang usianya masih muda dan dewasa akan menggunakan bahasa Indonesia pada pembeli yang berasal dari etnis

Cina maupun non Cina yang usianya lebih tua. Pada pembeli (etnis Cina dan non Cina) yang usianya sebaya, pedagang (muda dan dewasa) akan menggunakan bahasa Indonesia dan bahasa Jawa. Pada pembeli (etnis Cina dan non Cina) yang usianya lebih muda, pedagang (muda) juga akan menggunakan bahasa Indonesia dan Jawa. Sedangkan pedagang (dewasa) akan menggunakan bahasa Jawa. Berikut contoh percakapan antara pedagang etnis Cina dewasa dengan pembeli etnis non Cina yang usianya lebih muda,

### PERCAKAPAN 58

**Konteks : Percakapan terjadi di sebuah toko sembako.**

- Pedagang : “Mbak!”  
 Pembeli : “Iya.”  
 Pedagang : (BERTANYA KEPADA PELAYAN TOKO)  
 “Punjule seket pitu tok Jo?”  
 (Lebihnya hanya lima puluh tujuh Jo?)  
 Pelayan toko : “Iya.”  
 Pedagang : “Terigune telu ya Jo?”  
 (Terigunya tiga bungkus ya Jo?)  
 Pelayan toko : “Terigu?”  
 Pedagang : “Iya telu. *Sedaape* loro wis ya Mbak?”  
 (Iya tiga. *Mie Sedaapnya* dua sudah ya Mbak?)  
 Pembeli : “Iya.”  
 Pedagang : “Patang wolu kuwe ditambah loro ya Mbak. Endoge sepeti ngko njukut. *Sedaap* mecin miki wis, banyu, minyak sekilo ndi kae. Krupuke sebal, *Sampoernane* rolas.”  
 (Empat puluh delapan ribu ditambah dua ya Mbak. Telurnya satu tong nanti ambil. Mecin merk *Sedaap* sudah, air mineral wis, minyak goreng satu kilo mana. Kerupuknya satu bal, rokok *Sampoernanya* dua belas bungkus)  
 Pembeli : “*Aquane* ndi?”  
 (Aquanya mana?)  
 Pedagang : “Iya ngko tuli sedelat. Kiyé sing durung *Jam* loro, kuwe endog nang arep ngko.”  
 (Iya nanti sebentar. Ini yang belum air mineral merk *Jam* dua dus, itu telurnya di depan)  
 Pembeli : “Notane ndi kuwe?”  
 (Notanya mana itu?)  
 Pedagang : “Notane di dalem.”  
 (Notanya ada di dalam belanjaan)  
 Pembeli : “Oh di dalem?”  
 Pedagang : “Kuwe banyune loro, endoge nang arep.”  
 (Itu air mineralnya dua dus, telurnya di depan)

Pada percakapan di atas pedagang dan pembeli menggunakan bahasa Jawa ragam Ngoko dalam interaksi jual belinya. Percakapan berlangsung cukup panjang karena ada beberapa barang yang belum tersedia dan harus diambil di gudang toko terlebih dahulu, *“Aquane ndi?”*, *“Iya ngko tuli sedelat. Kiye sing durung Jam loro, kuwe endog nang arep ngko.”*

- b. Pembeli memiliki kejiwaan atau psikis yang kurang/tidak normal (kejiwaannya terganggu)

Dalam interaksi jual belinya, pedagang etnis Cina yang usianya masih muda dan dewasa menggunakan bahasa Jawa pada pembeli yang berasal dari etnis Cina maupun non Cina yang usianya lebih tua, sebaya, dan lebih muda. Berikut contoh percakapan antara pedagang etnis Cina dewasa dengan pembeli yang usianya lebih tua,

## **PERCAKAPAN 52**

**Konteks : Percakapan terjadi di sebuah toko sembako. Pedagang yang kondisi psikisnya sedikit terganggu datang dan minta untuk didahulukan.**

- Pembeli : (PEMBELI TIBA-TIBA BERBICARA SENDIRI)  
*“Nyong pan gawe bubur kacang ijo Mbak.”*  
 (Saya mau bikin bubur kacang hijau)  
 (PEDAGANG TIDAK MENGHIRAUKAN PEMBELI KARENA TOKO SEDANG RAMAI PEMBELI. TAPI PEMBELI INI TERUS MEMINTA UNTUK SEGERA DILAYANI)
- Pembeli : *“Kacang ijone setengah karo ketan.”*  
 (Kacang hijaunya setengah kilo sama ketan)
- Pelayan toko : *“Toli apa?”*  
 (Terus apa lagi?)
- Pedagang : *“Mbak itu bentar baru dateng.”*
- Pembeli : *“Karo ketane loro sing Mawar, ketan Mawar.”*  
 (Sama ketannya dua yang merk Mawar)
- Pedagang : *“Sedelat ya Mbah.”*  
 (Sebentar ya Mbah)

Pada percakapan di atas pedagang dan pembeli menggunakan bahasa Jawa ragam Ngoko dalam interaksi jual belinya. Pembeli yang baru datang tiba-tiba berbicara

sendiri dengan mengatakan, *“Nyong pan gawe bubur kacang ijo Mbak.”*. Pedagang tidak menghiraukan pembeli tersebut karena pada saat itu kondisi toko sedang sangat ramai. Namun karena kondisi kejiwaan atau psikisnya yang kurang normal, pembeli tersebut tetap berbicara dan minta untuk segera dilayani, *“Kacang ijone setengah karo ketan.”*. Karena kondisi ini pula pedagang bersikap kurang ramah terhadap pembeli dengan mengatakan kepada pelayannya untuk tidak melayani dulu pembeli tersebut, *“Mbak itu bentar baru dateng.”*

**Table 2.I Penentu Tingkat Tutur Pedagang Etnis Cina Belum Dewasa**

Pembeli		Dihormati atau Tidak Dihormati											
		Bentuk dan Kondisi Tubuh		Status Sosial				Alur Kekerabatan		Jenis Kelamin		Kondisi Psikis	
		Cacat	Tidak Cacat	Masyarakat Biasa	Golongan Pedagang	Golongan Pejabat	Golongan Orang Kaya	Kenal	Tidak Kenal	Laki-laki	Perempuan	Normal	Kurang/Tidak Normal
Etnis Cina	Tua	BI	BI	BI	BI	BI	BI	BI	BI	BI	BI	BI	BJ
	Sebaya	BI dan BJ	BI dan BJ	BI dan BJ	BI dan BJ	BI	BI	BI, BC, dan BJ	BI	BI dan BJ	BI dan BJ	BI dan BJ	BJ
	Muda	BJ	BI dan BJ	BI dan BJ	BI dan BJ	BI	BI	BI dan BJ	BI	BI dan BJ	BI dan BJ	BI dan BJ	BJ
Etnis Non Cina	Tua	BI	BI	BI	BI	BI	BI	BI	BI dan BJ	BI	BI	BI	BJ
	Sebaya	BI dan BJ	BI dan BJ	BI dan BJ	BI dan BJ	BI	BI	BI dan BJ	BI dan BJ	BI dan BJ	BI dan BJ	BI dan BJ	BJ
	Muda	BJ	BJ	BJ	BI dan BJ	BI	BI	BI dan BJ	BI	BJ	BJ	BI dan BJ	BJ

**Tabel 2.2 Penentu Tingkat Tutur Pedagang Etnis Cina Dewasa**

Dihormati atau Tidak Dihormati													
Pembeli		Bentuk dan Kondisi Tubuh		Status Sosial				Alur Kekerabatan		Jenis Kelamin		Kondisi Psikis	
		Cacat	Tidak Cacat	Masyarakat Biasa	Golongan Pedagang	Golongan Pejabat	Golongan Orang Kaya	Kenal	Tidak Kenal	Laki-laki	Perempuan	Normal	Kurang/Tidak Normal
Etnis Cina	Tua	BI	BI	BI	BI dan BC	BI	BI	BI	BI	BI	BI	BI	BJ
	Sebaya	BI dan BJ	BI dan BJ	BJ	BI, BC, dan BJ	BI	BI	BI, BC, dan BJ	BI dan BJ	BI dan BJ	BI dan BJ	BI dan BJ	BJ
	Muda	BJ	BI dan BJ	BJ	BI dan BJ	BI	BI	BI dan BJ	BI dan BJ	BI dan BJ	BI dan BJ	BI dan BJ	BJ
Etnis Non Cina	Tua	BI	BI	BJ	BI	BI	BI	BI	BI	BI	BI	BI	BJ
	Sebaya	BJ	BI dan BJ	BJ	Bi dan BJ	BI	BI	BI dan BJ	BI dan BJ	Bi dan BJ	BI dan BJ	BI dan BJ	BJ
	Muda	BJ	BJ	BJ	BI dan BJ	BI	BI	Bi dan BJ	BI dan BJ	BJ	BI dan BJ	BI dan BJ	BJ

### c. Bentuk-bentuk Tingkat Tutar Bahasa Jawa

Sehubungan dengan *undha usuk* (tingkat tutur), bentuk tingkat tutur bahasa Jawa terbagi atas dua, yaitu karma untuk tingkat tinggi dan ngoko untuk tingkat rendah. Di antara tingkat ngoko dan karma masih terbagi menjadi beberapa tingkat. Uhlenbeck (dalam Chaer dan Leoni Agustina, 2004 : 40) membagi tingkat variasi bahasa Jawa menjadi tiga, yakni: ngoko, madya, karma.

#### 1) Tingkat Tutar Ngoko

Tingkat tutur ngoko memiliki rasa yang tidak berjarak antara penutur dan mitra tutur. Hubungan antar keduanya tidak dibatasi oleh rasa segan. Bentuk ngoko sering muncul antara percakapan teman sejawat, tidak memperhatikan kedudukan dan usia.

Menurut Purwadi, (2005 : 22), tingkat tutur ngoko dibagi atas:

- a. *Ngoko lugu*, ngoko yang susunan kata-katanya dari ngoko semua, adapun kata *aku, kowe*, dan *ater-ater: dak-, ko-, di-*, juga panambang: *-ku, -mu, -e, -ake*, tidak berubah, dan
- b. *Ngoko andhap*, ngoko andhap dipakai oleh siapa saja yang telah akrab dengan lawan bicaranya tetapi, masih saling menghormati.

#### 2) Tingkat Tutar Madya

Tingkat tutur madya adalah tingkat tutur menengah yang berada di antara tingkat tutur karma dan tingkat tutur ngoko. Kadar kesopanan tingkat tutur madya tidak terlalu tinggi dan tidak terlalu rendah atau dengan kata lain, sedang-sedang saja.

Menurut Purwadi, (2005 : 28) membagi tingkat tutur madya menjadi tiga, yaitu:

- a. *Madya ngoko*, yaitu kata-kata madya dicampur kata-kata ngoko,
- b. *Madya krama*, yaitu kata-kata madya dicampur kata-kata karma, dan
- c. *Madyaantara*, yaitu kata-katanya dibentuk dari bahasa madya krama, tetapi kata-kata yang ditujukan pada orang yang diajak bicara diubah menjadi krama inggil.

### 3) Tingkat Tutur Krama

Tingkat tutur krama adalah tingkat yang memancarkan arti penuh sopan santun antara sang penutur dengan mitra tutur. Penggunaan tingkat tutur kramamenandakan adanya perasaan segan di antara penutur. Sebagai rasa hormat atau kedua penutur saling menghormati kemungkinan disebabkan karena relasi antara penutur dan mitra tutur belum terjalin baik (akrab).

Menurut Purwadi, (2005 : 33) tingkat tutur krama dibagi atas:

- a. *Mudha krama*, yakni bahasa yang luwes untuk semua orang. Orang diajak berbicara dihormati. Adapun dirinya sendiri yaitu orang yang mengajak berbicara merendahkan diri. *Aku* diubah menjadi *kulo*, *kowe* diubah menjadi *panjenengan*,
- b. *Kramaantara*, yakni bahasa yang dipakai oleh orang tua kepada orang yang lebih muda,
- c. *Wredha krama*, yakni bahasa yang dipakai oleh orang yang derajatnya sama, dan
- d. *Krama inggil*, yakni bahasa karma inggil kata-katanya dari krama semua dicampur dengan krama inggil untuk orang yang diajak berbicara. Krama inggil bisa digunakan oleh priyayi gede. Umumnya bahasa krama inggil terdengar di dalam masyarakat sekitar Keraton.

Sebuah kalimat diidentifikasi sebagai ragam ngoko dan krama ditentukan oleh pilihan dan pemakaian leksikon di dalam kalimat itu secara tepat (Sasangka,

1993:10). Artinya bahwa tujuan pilihan leksikon tersebut sesuai dengan peruntukannya, yaitu ada tidaknya usaha untuk menghormati lawan bicara atau orang ketiga. Leksikon ngoko digunakan pada kalimat ngoko, sedangkan leksikon krama digunakan dalam kalimat krama. Bahasa Jawa memiliki tiga besar leksikon, yaitu leksikon ngoko, krama, dan krama inggil. Leksikon ngoko digunakan sebagai dasar pembentukan leksikon krama dan krama Inggil, meskipun demikian leksikon ngoko tidak selalu memiliki padanan pada leksikon krama dan krama inggil, bahkan ada beberapa leksikon ngoko yang tidak memiliki padanannya sama sekali. Leksikon ngoko yang demikian itu disebut sebagai leksikon netral. Penggunaan leksikon netral dapat dilakukan pada semua bentuk tingkat tutur, tanpa mengurangi nilai bentuk tingkat tuturnya.

## **5. Pedagang**

Pedagang adalah orang yang melakukan perdagangan, memperjualbelikan barang yang tidak diproduksi sendiri untuk memperoleh suatu keuntungan. Pedagang dibagi menjadi dua yaitu pedagang eceran dan pedagang grosir. Pedagang eceran atau disebut juga pengecer (*retailer*) adalah pedagang yang menjual produk komoditas langsung ke konsumen secara sedikit demi sedikit atau satuan. Perdagangan eceran (*retailing*) termasuk semua aktifitas dalam menjual barang atau jasa langsung ke konsumen akhir untuk kebutuhan pribadi non bisnis. Pemilik toko atau warung termasuk kategori pengecer. Pedagang grosir adalah pedagang yang beroperasi dalam rantai distribusi antara produsen dan pedagang eceran. Yakni mencakup semua kegiatan dalam penjualan barang atau jasa kepada mereka yang membeli atau menjual kembali untuk keperluan bisnis.

## **a. Pedagang Eceran**

### **1) Jenis Pengecer Utama Toko**

- (a) Toko Khusus (*Specially Store*), yaitu toko yang menjual produk dengan sempit dengan berbagai pilihan yang sama. Seperti toko sepatu, toko bunga, toko pakaian dan toko perlengkapan olahraga.
- (b) Toko Serba Ada (*Departement Store*), yaitu toko yang menjual beberapa jenis produk, biasanya menjual pakaian, perlengkapan dan barang kebutuhan rumah tangga dan biasanya tiap lini tersebut beroperasi sebagai departemen tersendiri yang dikelola oleh pembeli spesialis atau pedagang khusus.
- (c) Pasar Swalayan, yaitu toko dimana operasinya lebih besar dengan biaya dan margin rendah, tetapi bervolume tinggi. Swalayan dirancang untuk melayani semua kebutuhan konsumen seperti makanan dan produk peralatan rumah.
- (d) Toko Kenyamanan (*Convenience Store*), yaitu toko yang relatif kecil dan terletak di daerah pemukiman, mempunyai jam buka yang panjang selama 7 hari selama seminggu, serta menjual lini dalam produk bahan pangan yang terbatas dan memiliki tingkat perputaran tinggi.
- (e) Toko Diskon (*Discount Store*), yaitu toko yang menjual barang standar dengan harga lebih murah karna mengambil margin yang lebih rendah dan menjual dengan volume yang tinggi. Dan umumnya menjual merek nasional, bukan barang bermutu rendah.
- (f) Pengecer Potongan Harga (*Off-Price Retail*), yaitu toko dimana pembeli bisa membeli dengan harga yang lebih rendah dari pada harga pedagang besar dan menetapkan harga untuk konsumen lebih rendah dari pada harga eceran, sering merupakan barang sisa, berlebih dan tidak regular yang diperoleh dengan harga yang lebih rendah dari produsen atau pengecerlainnya.

(g) Toko Super (*Super Store*), yaitu toko yang rata-rata memiliki ruang jual yang sangat luas dan bertujuan untuk memenuhi semua kebutuhan konsumen akan produk makanan dan bukan makanan yang dibeli secara rutin. Toko super dapat dibedakan menjadi, (1) Toko Kombinasi (*Combination Store*), merupakan difersifikasi usaha swalayan ke bidang obat-obatan, (2) Pasar Hiper (*Hipermarket*), yaitu toko yang menggabungkan prinsip-prinsip pasar swalayan, toko diskon serta pengecer gudang, ragam produknya lebih dari sekedar barang-barang rutin yang dibeli tapi meliputi mebel, peralatan besar dan kecil, pakaian dan beberapa jenis lainnya, dan (3) Ruang Pameran, yaitu menjual banyak pilihan produk bermerek, mark-up tinggi, perputaran cepat dengan harga diskon. Pelanggan memesan barang tersebut dari suatu area pengambilan barang di toko itu.

## 2) Tingkatan Layanan Pedagang Eceran

- (a) Swalayan (*self-service*), adalah landasan semua usaha diskon. Banyak pelanggan bersedia melakukan proses menemukan, membandingkan, dan memilih sendiri guna menghemat uang,
- (b) Memilih sendiri (*self-selection*), pelanggan mencari barang sendiri, walaupun mereka dapat meminta bantuan,
- (c) Layanan terbatas (*limited-service*), pengecer ini lebih banyak menjual barang belanja, dan pelanggan memerlukan banyak informasi dan bantuan, dan
- (d) Layanan penuh (*full-service*), wiraniaga siap membantu dalam setiap tahap proses menentukan, menemukan, membandingkan, memilih barang.

### **3) Kategori Usaha Eceran Non Toko**

- (a) Penjualan langsung, disebut juga penjualan multilevel dan pemasaran jaringan, dengan ratusan perusahaan menjual dari pintu ke pintu atau kegiatan penjualan di rumah.
- (b) Pemasaran langsung, yakni pemasaran surat langsung (pemasaran jarak jauh/telemarketing, pemasaran televisi respon langsung dan belanja elektronik) dan katalog.
- (c) Mesin Otomatis, menawarkan berbagai barang, seperti minuman ringan, kopi, permen, surat kabar, majalah, dan lain-lain di berbagai tempat.
- (d) Layanan pembelian, yakni pengecer tanpa toko yang melayani klien tertentu (biasanya karyawan organisasi besar) yang ingin membeli dari sejumlah pengecer yang setuju memberi diskon sebagai imbalan keanggotaan.

#### **b. Pedagang Grosir**

##### **1) Jenis Pedagang Grosir Utama**

- (a) Pedagang grosir, yaitu bisnis yang dimiliki secara independen dan memiliki hak atas barang yang mereka tangani. Mereka adalah pemborong layanan penuh dan layanan terbatas, distributor, perusahaan pemasok pabrik.
- (b) Pedagang grosir layanan penuh, yaitu memiliki stok, memiliki tenaga penjualan, melakukan pengiriman, menyediakan bantuan manajemen.
- (c) Pedagang grosir layanan terbatas, seperti pedagang grosir truk menjual dan mengantarkan secara terbatas barang yang agak tahan lama ke swalayan, toko bahan pangan, rumah sakit, restoran, hotel.

- (d) Pialang dan agen, yaitu memfasilitasi pembelian dan penjualan, dan mendapatkan komisi 2% sampai 6% dari harga jual, fungsi terbatas, biasanya dikhususkan berdasarkan jenis produk atau jenis pelanggan.
- (e) Cabang dan kantor produsen serta pengecer, yaitu kegiatan perdagangan grosir dilakukan oleh penjual atau pembeli sendiri dan bukan melalui pedagang grosir independen.
- (f) Pedagang grosir khusus, yaitu pengumpul pertanian (membeli hasil pertanian dari banyak usaha tani), pabrik dan terminal minyak curah (mengkonsolidasikan hasil berbagai sumur), dan perusahaan lelang (melelang mobil, peralatan dan sebagainya ke penyalur dan bisnis lain).

## **2) Fungsi-fungsi yang Dilaksanakan Pedagang Grosir**

- (a) Penjualan dan promosi tenaga penjualan, pedagang grosir membantu produsen dalam menjangkau banyak pelanggan bisnis kecil dengan biaya yang relatif rendah.
- (b) Pembelian dan pembentukan pilihan barang, pedagang grosir mampu memilih barang dan menciptakan pilihan yang dibutuhkan pelanggan mereka, menghemat banyak pekerjaan.
- (c) Pemecah jumlah besar, pedagang grosir mendapatkan penghematan untuk pelanggan mereka dengan membeli dalam jumlah yang besar dan memecah jumlah besar itu menjadi unit yang lebih kecil.
- (d) Pergudangan, pedagang grosir menyimpan persediaan sehingga mengurangi biaya persediaan dan resiko bagi pemasok dan pelanggan.

- (e) Transportasi, pedagang grosir sering kali dapat memberikan pengiriman yang lebih cepat kepada pembeli karena mereka lebih dekat dengan pembeli.
- (f) Pembiayaan, pedagang grosir membiayai pelanggan dengan memberikan kredit, dan membiayai pemasok dengan memesan lebih awal dan membayar tagihan tepat waktu.
- (g) Penanggungungan resiko, pedagang grosir menyerap sejumlah risiko dengan mengambil alih hak kepemilikan dan menanggung biaya pencurian, kerusakan, tumpah, dan keusangan.
- (h) Informasi Pasar, pedagang grosir memasok informasi tentang kegiatan pesaing, produk baru, perkembangan harga, dan seterusnya kepada pemasok dan pelanggan.
- (i) Layanan manajemen dan konseling, pedagang grosir sering membantu pengecer meningkatkan operasi mereka dengan melatih penjaga toko, membantu tata letak dan tampilan toko, dan membuat sistem akuntansi dan kendali persediaan.

## 6. Bahasa Cina

Bahasa Tionghoa (汉语/漢語, 华语/華語, atau 中文; pinyin: hànyǔ, huáyǔ, atau zhōngwén) adalah bagian dari rumpun bahasa Sino-Tibet. Meskipun kebanyakan orang Tionghoa menganggap berbagai varian bahasa Tionghoa lisan sebagai satu bahasa, variasi dalam bahasa-bahasa lisan tersebut sebanding dengan variasi-variasi yang ada dalam misalkan bahasa Roman; bahasa tertulisnya juga telah berubah bentuk seiring dengan perjalanan waktu, meski lebih lambat dibandingkan dengan bentuk lisannya, dan oleh sebab itu mampu melebihi variasi-variasi dalam bentuk lisannya. Hubungan antara bahasa Tionghoa lisan dan tertulis cukup kompleks - kompleksitas

hubungan ini makin dipersulit dengan adanya bermacam-macam variasi bahasa Tionghoa lisan yang telah melewati evolusi selama berabad-abad sejak setidaknya zaman akhir-dinasti Han. Meskipun begitu, bentuk tulisannya tidak mengalami perubahan yang sebesar itu.

Aksara Tionghoa adalah huruf-huruf yang tidak berubah meskipun cara pengucapannya berbeda. Jadi meskipun "satu" dalam bahasa Mandarin adalah "yi", dalam bahasa Kantonis adalah "yat" dan dalam bahasa Hokkien adalah "tsit/cit", mereka semua berasal dari satu kata Tionghoa yang sama dan masih menggunakan satu huruf yang sama: 一. Namun demikian, cara penggunaan huruf-huruf tersebut tidak sama dalam setiap dialek Tionghoa. Kosakata yang digunakan dalam dialek-dialek tersebut juga telah diperluas. Selain itu, meski kosa kata yang digunakan dalam karya sastra masih sering mempunyai persamaan antara dialek-dialek yang berbeda (setidaknya dalam penggunaan hurufnya karena cara bacanya berbeda), kosa kata untuk bahasa sehari-hari seringkali mempunyai banyak perbedaan. Bahasa Mandarin Baku merupakan Bahasa Cina yang dipertutur secara resmi dan digunakan di negara-negara Republik Rakyat China, Republik China di Taiwan, Malaysia dan Singapura. Bahasa Mandarin Baku dikenali di Republik Rakyat China sebagai **Putonghua** (Cina Ringkas: 普通话 Hanyu Pinyin: Pǔtōnghuà, bermaksud "pertuturan biasa"), di Republik China (Taiwan) sebagai **Guoyu** (Cina Tradisional: 國語 Tongyong Pinyin: Guóyǔ, Wade-Giles: Kuo-yü, "bahasa kebangsaan"), dan di Malaysia serta Singapura sebagai **Huayu** (Cina Tradisional: 標準華語, Cina Ringkas: 标准华语, Hanyu Pinyin: *Biāozhǔn huáyǔ*, "bahasa Cina (dalam erti kebudayaan)"). Ketiga-tiga istilah

ini boleh saling dipakai antara komuniti bangsa Cina seluruh dunia dimana kumpulan-kumpulan berbeda dapat berhubungan.

Dinasti Ming (1368 - 1644) dan Dinasti Qing (1644 - 1912) mula menggunakan istilah *guānhuà* ( 官话, "pertuturan rasmi"), untuk merujuk kepada pertuturan yang digunakan dalam istana. Istilah "Mandarin" berasal daripada orang Portugis. Perkataan *mandarin* mula-mulanya digunakan untuk merujuk kepada pegawai birokrat China (iaitu, *mandarins*) kerana orang Portugis, akibat tersilap anggap bahawa perkataan bahasa Sanskrit ( *mantri* atau *mentri*) yang digunakan di seluruh Asia untuk merujuk kepada "pegawai" mempunyai kaitan dengan perkataan bahasa Portugis *mandar* (mengarah seseorang untuk melakukan sesuatu), lalu memerhati bahawa pegawai Cina semuanya "mengeluarkan arahan", maka tergelarlah *mandarins*. Oleh itu, orang Portugis dengan serta-merta mula menggelar bahasa khusus yang ditutur antara pegawai-pegawai China (yaitu, "Guanhua") "bahasa orang mandarin", "bahasa mandarin" atau "Mandarin". Kenyataan bahawa Guanhua merupakan bahasa buatan dalam beberapa aspek, berdasarkan satu set kelaziman (yaitu, famili bahasa Cina Utara bagi tatabahasa dan pengertian, serta sebutan terperinci setempat Istana bagi penggunaannya), adalah faktor utama yang menjadikannya istilah sesuai untuk bahasa Cina Baku Modern. Dan bahasa Cina yang digunakan oleh pedagang dalam interaksi jual beli di pasar Margasari Tegal adalah bahasa Kokkien.

## **7. Perspektif tentang Etnis Cina**

### **a. Ciri-ciri Etnis Cina**

Pada saat ini , ciri khas Tionghoa yang masih kental terlihat hanyalah dari ciri fisik. Seperti mata yang sipit, berkulit putih, dan sedikit kebiasaan etnis Tionghoa.

Kegiatan budaya, tradisi maupun adat istiadat tak lagi banyak terdengar gaungnya. Kegiatan itu pun hanya terlihat, terdengar dan ditampilkan hanya pada saat-saat tertentu seperti perayaan hari besar Tionghoa. Salah satu hal yang masih ada di kalangan etnis Tionghoa di daerah Margasari Kabupaten Tegal, yakni penggunaan istilah kekerabatan (kinship). Meski sudah tak lagi fasih berbahasa ibu negerinya, Mandarin, (terutama yang lahir dan besar di Indonesia) namun sebutan kekerabatan atau kinship masih terdengar. Seperti panggilan Kungkung, Asuk, Ncek, Apak, Ncim, Koko, Cici dan panggilan kinship lainnya. Namun, tidak sedikit pula yang sudah mulai meninggalkan tradisi ataupun kebiasaan menggunakan panggilan kinship tersebut. Alasannya, kuno dan ketinggalan zaman. Istilah panggilan seperti Opa, Oma, Om, Tante, Papi, dan Mami dianggap lebih modern dan lebih cocok dengan zamannya. Padahal, sebutan kinship menjadi salah satu penanda yang membedakan warga keturunan Tionghoa dengan warga keturunan lainnya.

Pemerhati kebudayaan Tionghoa, Fam Kiun Fat mengatakan, kebanyakan masyarakat Tionghoa yang terlahir di Indonesia, saat ini, sudah berakulturasi dengan budaya lokal. Sedikit demi sedikit, istilah sebutan dalam kekerabatan pun ikut menyesuaikan. Dan itu dinilai lebih memasyarakat. Beliau mengatakan, "Indikasinya agar lebih praktis dan menghargai budaya lokal atau pribumi. Kalau dalam tradisi Tionghoa, satu benda satu nama. Termasuk dalam sebutan keluarga,. Gejala pergeseran ini, terjadi lantaran perbedaan kultur yang menghinggapi wilayah baru. Sehingga, selain bahasa, budaya maupun adat istiadat, sebutan dalam kekerabatan atau hubungan kekeluargaan pun ikut mengalami penyesuaian. Dan istilah kinship bagi warga Tionghoa pun hanya digunakan dalam lingkungan sendiri atau pada saat perayaan tertentu. Terkecuali, istilah kinship yang baku sering digunakan dalam

perayaan tertentu. Misalnya momen Imlek pada saat semua keluarga berkumpul. Dan saat itu istilah kinship ini berlaku bagi setiap orang.

### **b. Pemukiman**

Hampir sebagian besar pemukiman masyarakat Tionghoa di Indonesia dibentuk akibat proses aktivitas perdagangan. Hal ini nampak di Jawa, Sulawesi dan Kalimantan Barat, dengan dominasi berada di pulau Jawa. Gambaran umum masyarakat Tionghoa di hampir sebagian wilayah Asia Tenggara, termasuk Indonesia, biasanya dilukiskan sebagai jajaran rumah-toko yang menempati tempat-tempat strategis di suatu kota, seperti pasar. Pasar menjadi titik temu antar berbagai kelompok sosial, khususnya antara komunitas Tionghoa dengan penduduk setempat. Lokasi bangunan yang paling disukai oleh orang Tionghoa adalah yang menjajakan dagangan dan jasa, tempat tersebut merupakan wilayah di sepanjang jalan-jalan besar dan di perempatan-perempatan utama.

### **c. Sikap**

Etnis Tionghoa di Indonesia dalam membina kesehariannya menerapkan tipe sikap *etnosentrisme*, *introverisme*, dan *orientasi leluhur* secara fanatis. Atas dasar penerapan ketiga tipe sikap itulah, maka kehidupannya lestari dengan kondisi kecinaan yang harmonis sebagai masyarakat eksklusif. Sikap etnosentrisme, introverisme, dan orientasi leluhur melahirkan sikap mentalitas bangsa yang senasib sepenanggungan sebagai imigran. Pola hidup eksklusifisme hingga saat ini terus dibina dan dipelihara melalui jaringan sosial, kohesi sosial dan kohesi religius. Kemudian hal ini menjadi sarana pemersatu dalam rangka melestarikan budaya leluhur yang berperan sebagai simbol masyarakat Tionghoa. Hal ini terbukti pada

ketiga nilai dalam perilaku bisnis—*hopeng*, *hongsui*, dan *hokki*—masyarakat Tionghoa yang dipengang teguh sebagaimana telah dijelaskan sebelumnya. Ada juga yang terlihat pada budaya pemakaman etnis Tionghoa yang masih mengikuti cara nenek moyang mereka, mulai dari proses upacara pemakaman sampai pada bentuk tempat pemakamannya. Selain itu, ada pula pemukiman mereka yang menunjukkan simbol-simbol kebudayaan mereka seperti halnya pemajangan lilin-lilin merah, lampion, dan lain-lain. Serta masih banyak lagi kebudayaan masyarakat Tionghoa yang terus dipertahankan di bumi Indonesia ini.

#### **d. Pola Bisnis**

Struktur pada perusahaan-perusahaan Tionghoa, mulai dari pemilikan sampai pengelolaan, semuanya diisi oleh etnis Tionghoa. Belum ada perusahaan-perusahaan Tionghoa yang menempatkan masyarakat pribumi pada posisi struktural dan kepemilikan. Alasannya, tidak lain adalah anggapan bahwa masyarakat pribumi tidak (atau belum) memiliki kemampuan bekerja, berkreasi, dan bertanggung jawab yang cukup sesuai standar mereka. Sebenarnya ada beberapa perusahaan yang sudah mulai menerima pribumi di posisi penting. Namun, etnis Tionghoa tampaknya secara sengaja dan kolektif tidak bersedia mempekerjakan pribumi pada posisi-posisi tertentu. Mereka takut rahasia keberhaslannya akan disedot orang pribumi sehingga berpotensi menjadi saingan berat mereka.

#### **e. Sosialisasi**

Koentjaraningrat dalam sebuah tulisannya di Kompas menyatakan, “Masyarakat Tionghoa merupakan pendatang, seperti halnya orang Muhajir di

Pakistan atau orang Tamil di Srilanka. Mereka secara demografis merupakan minoritas, maka mereka sebaiknya mengintegrasikan dan mengasimilasikan diri dengan suku bangsa serta kebudayaan di daerah tempat mereka menetap.”. Namun demikian, hal ini tidak terjadi secara mudah mengingat ada beberapa faktor yang menyulitkan proses asimilasi masyarakat Tionghoa dengan masyarakat pribumi. Faktor-faktor ini, antara lain: (1) Perbedaan ciri-ciri badaniah, (2) *In-group feeling* yang sangat kuat pada masyarakat Tionghoa, sehingga mereka lebih kuat mempertahankan identitas sosial dan kebudayaannya yang eksklusif, dan (3) Dominasi ekonomi yang menyebabkan timbulnya sikap tinggi hati. Dominasi ekonomi tersebut bersumber pada fasilitas-fasilitas yang dahulu diberikan oleh pemerintah Belanda, dan juga karena kemampuan teknis dalam perdagangan serta ketekunan dalam berusaha.

Dalam hal ini bisa dikatakan terjadi kegersangan relasi sosial antara masyarakat pribumi dengan masyarakat Tionghoa di Indonesia. Gejala interaksi sosial diantara keduanya adalah karena sistem yang cenderung bertolak belakang. Anggapan terhadap sikap etnis Tionghoa—yang dinilai cenderung suka hidup dalam kelompoknya, tidak mau bersosialisasi dengan etnis lain, masih berafiliasi ke negeri leluhur—membuktikan bahwa masih adanya parasangka negatif dari masyarakat pribumi. Hal ini diperparah oleh maraknya etnis Tionghoa yang mendirikan berbagai perkumpulan berdasarkan kelompok sesama etnis. Orang-orang Indonesia keturunan persilangan antara masyarakat Tionghoa dan pribumi bisa menjadi jembatan antar budaya serta simpul rasa saling percaya diantara masyarakat. Jaringan dan etos kerja (dagang) patut ditumbuhkembangkan untuk memperkuat persaingan ekonomi antar negara. Untuk mewujudkan itu semua perlu adanya jaminan kesetaraan hak dan

penghapusan diskriminasi yang memberi ruang bagi partisipasi, pertukaran dan kemitraan. Dengan demikian, wujud harmonisasi sosial dapat terbuka lebar antar dua kubu kebudayaan melalui proses keterbukaan.

Berikut daftar bentuk panggilan kinship dalam dialek Hakka/Hokkien

1. A kung/kung kung/cia kung/wai gong : kakek
2. Pho pho/a po/cia po/wai an : nenek
3. A Pak/thai pak/ku chong/gu zhang : paman, pakde
4. Pak me/kuku/a ku/thayku : bibi, bude
5. A pa dan A me : ayah dan ibu

## **8. Kedwibahasaan dan Kontak Bahasa**

Pada masa sekarang ini, masyarakat tidak hanya mampu menguasai satu bahasa saja. Sebab dengan kuatnya arus interaksi sosial budaya dengan bangsa lain dimungkinkan adanya asimilasi kebudayaan antar banyak masyarakat yang berlatar belakang budaya yang berbeda-beda, dengan demikian ada banyak bahasa yang beredar dimasyarakat. Hal ini kemudian menciptakan situasi bilingual (dwibahasa) dan multilingual (aneka bahasa). Kedwibahasaan adalah penggunaan dua bahasa atau lebih oleh seseorang atau masyarakat, (Tarigan dalam Markhamah, 2000). Orang yang menggunakan dua bahasa atau lebih disebut sebagai dwibahasawan atau bilingual. Seseorang dikatakan bilingual bila mampu menggunakan dua bahasa secara berdampingan, tidak dituntut adanya penguasaan penuh melainkan hanya dengan penguasaan minimal atas bahasa kedua, seseorang sudah disebut bilingual.

Kedwibahasaan ditandai dengan berbagai macam gejala seperti alih kode, campur kode, interferensi, integrasi dan pemertahanan atau pergeseran bahasa. Kedwibahasaan disebabkan oleh adanya sentuh bahasa atau kontak bahasa yang

berarti saling pengaruh antara satu bahasa dengan bahasa lain, dialek satu dengan dialek lain atau antara satu variasi bahasa dengan variasi bahasa yang lain (Markhamah, 2000). Lebih lanjut, kontak bahasa dapat dibagi atas kontak bahasa regional dan kontak bahasa nonregional. Mackey (1968:554 dalam Suwito 1991:47) memberikan pengertian kontak bahasa sebagai pengaruh bahasa yang satu kepada bahasa yang lain baik langsung maupun tak langsung, sehingga menimbulkan perubahan bahasa yang dimiliki oleh ekabahasawan. Kontak bahasa meliputi segala peristiwa persentuhan antara beberapa bahasa yang berakibat adanya kemungkinan pergantian pemakaian bahasa oleh penutur dalam konteks sosialnya.

## **9. Pemilihan Bahasa**

Situasi kedwibahasaan menyediakan beberapa bahasa atau variasi bahasa dalam masyarakat. Seseorang harus melakukan pilihan variasi bahasa mana yang tepat untuk berbicara dengan mitra tuturnya sesuai latar belakang sosial budaya yang mengikutinya. Masalah pilihan bahasa dapat dipandang sebagai masalah sosial yang dihadapi masyarakat dwibahasa. Dalam satu topik pembicaraan tertentu beserta beberapa kondisi sosial budaya yang menyertainya, satu variasi bahasa cenderung lebih dipilih untuk digunakan daripada variasi bahasa yang lain, secara sadar maupun tidak oleh penutur. Hal ini disebabkan adanya penyesuaian yang dilakukan penutur untuk memenuhi kebutuhan berbahasa.

Pemilihan bahasa menurut Fasold (1984: 180) tidak sesederhana yang kita bayangkan, yaitu memilih “sebuah bahasa secara keseluruhan” (*whole language*) dalam suatu komunikasi. Kita membayangkan seseorang yang menguasai dua bahasa atau lebih harus memilih bahasa mana yang akan ia gunakan. Misalnya, seseorang

yang menguasai bahasa Jawa dan bahasa Indonesia, harus memilih salah satu di antara kedua bahasa itu ketika berbicara kepada orang lain dalam peristiwa komunikasi. Kenyataannya, dalam hal memilih, terdapat tiga jenis pilihan. Pertama, dengan memilih satu variasi dari bahasa yang sama (*intra-language-variation*). Apabila seorang penutur bahasa Jawa berbicara kepada kepala desa dengan menggunakan bahasa Jawa *kromo*, misalnya, maka ia telah melakukan pilihan bahasa yang pertama itu. Kedua, dengan alih kode (*code-switching*), artinya menggunakan satu bahasa pada satu keperluan, dan menggunakan bahasa yang lain pada keperluan lain. Ketiga, dengan melakukan campur kode (*code-mixing*), artinya menggunakan satu bahasa tertentu dengan dicampuri serpihan-serpihan dari bahasa lain.

Peristiwa peralihan bahasa atau alih kode (*code-switching*) dapat terjadi karena beberapa faktor. Rayfield (1970: 54-58) berdasarkan studinya terhadap masyarakat dwibahasa bahasa Yahudi-Inggris di Amerika mengemukakan dua faktor utama, yakni respon penutur terhadap situasi tutur (seperti kehadiran seseorang dari luar dan perubahan topik pembicaraan) dan sebagai alat retorik (seperti penekanan pada kata-kata tertentu atau penghindaran terhadap kata-kata yang tabu). Menurut Blom dan Gumperz (1972: 408-409) ada dua macam alih kode, yaitu (1) alih kode situasional (*situational switching*) dan (2) alih kode metaforis (*metaphorical switching*). Alih kode yang pertama terjadi karena perubahan situasi, sedangkan alih kode yang kedua terjadi karena bahasa atau ragam bahasa yang dipakai merupakan metafora (yang melambangkan identitas penutur).

Campur kode (*code-mixing*) merupakan peristiwa percampuran dua atau lebih bahasa atau dua ragam bahasa dalam suatu peristiwa tutur. Di dalam masyarakat tutur Jawa yang diteliti juga diduga akan terdapat gejala tersebut. Gejala seperti itu

cenderung mendekati pengertian yang dikemukakan oleh Haugen (1972: 79-80) sebagai bahasa campuran (*mixture of languages*), yaitu pemakaian satu kata, ungkapan atau frase pendek, yang di Filipina (menurut Sibayan dan Segovia, 1980: 113) disebut *mix-mix* atau *halu-halu* atau *Taglish*, untuk pemakaian bahasa campuran antara bahasa Tagalog dan bahasa Inggris. Di Indonesia, Nababan (1978: 7) menyebutnya dengan istilah bahasa gado-gado untuk pemakaian bahasa campuran antara bahasa Indonesia dan bahasa daerah.

#### **10. Faktor yang Mempengaruhi Pemilihan Bahasa**

Ervin-Trip (dalam Grosjean 1982: 125) mengidentifikasi empat faktor utama yang menyebabkan pemilihan bahasa, yaitu (1) latar (waktu dan tempat) dan situasi, (2) partisipan dalam interaksi, (3) topik percakapan, dan (4) fungsi interaksi. Faktor pertama dapat berupa hal-hal, seperti: makan pagi di lingkungan keluarga, pesta kuliah, atau berkencaan. Faktor kedua mencakup hal-hal, seperti: usia, jenis kelamin, pekerjaan, status sosial ekonomi, asal, latar belakang kesukuan, dan peranannya dalam hubungan dengan partisipan lain. (contoh: direktur-karyawan, suami-istri, penjual pembeli, guru-siswa). Faktor ketiga dapat berupa: topik-topik tentang pekerjaan, olah raga, harga sembako, peristiwa aktual, dan sebagainya. Faktor keempat dapat berupa hal-hal seperti: penawaran informasi, permohonan, dan mengucapkan terima kasih. Senada dengan pendapat Ervin-Trip di atas, Grosjean (1982: 136) berpendapat tentang faktor yang berpengaruh dalam pemilihan bahasa. Menurut Grosjean terdapat empat faktor, yaitu (1) partisipan, (2) situasi, (3) isi wacana, (4) fungsi interaksi. Aspek yang perlu diperhatikan dari faktor partisipan adalah (a) keahlian berbahasa, (b) pilihan bahasa yang dianggap lebih baik, (3) status

sosial ekonomi, (d) usia, (e) jenis kelamin, (f) pendidikan, (g) pekerjaan, (h) latar belakang etnis, (i) relasi kekeluargaan, (j) keintiman, (k) sikap kepada bahasa-bahasa, dan (l) kekuatan luar yang menekan. Faktor situasi mencakup: (a) lokasi atau latar, (b) kehadiran pembicara monolingual, (c) tingkat formalitas, dan (d) tingkat keintiman. Faktor isi wacana berkaitan dengan (a) topik percakapan dan (b) tipe kosakata. Faktor fungsi interaksi mencakup: (a) strategi menaikkan status, (b) jarak sosial, (c) melarang masuk atau mengeluarkan seseorang dari pembicaraan, dan (d) memerintah atau meminta.

Dari jabaran di atas, yang perlu diperhatikan adalah adanya atau jarang terdapat faktor tunggal yang mempengaruhi pemilihan bahasa seorang dwibahasawan/multibahasawan. Yang menjadi pertanyaan adalah “apakah faktor-faktor itu memiliki kedudukan yang sama pentingnya?. Umumnya beberapa faktor menduduki kedudukan yang lebih penting daripada faktor lainnya. Di Obewart, Gal (dalam Grosjean, 1982: 143) menemukan bukti bahwa karakteristik pembicara dan pendengar menduduki faktor penentu terpenting. Sementara faktor topik dan latar merupakan faktor yang kurang penting daripada faktor partisipan.

### **C. Kerangka Berpikir**

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan fenomena pilihan bahasa pedagang etnis Cina dalam interaksi jual beli di pasar Margasari, Kabupaten Tegal beserta faktor-faktor sosial yang melatarbelakanginya. Pasar adalah tempat bertemunya pedagang dengan pembeli dalam kepentingannya untuk melakukan interaksi jual beli. Sebagai sebuah komunitas sosial, pasar memiliki nilai sosiologis yang tinggi, sehingga banyak gejala sosial yang terjadi di sana. Salah satunya adalah

gejala kebahasaan. Pilihan bahasa sangat penting dalam mendukung interaksi jual beli di pasar. Para pedagang berupaya memperlakukan para pembeli dengan baik sehingga tertarik dan melakukan pembelian. Demikian pula para pembeli berusaha mendapatkan transaksi yang menguntungkan dan terhindar dari penipuan. Upaya dari kedua belah pihak tersebut tercermin pada pilihan bahasa mereka.

Pilihan bahasa oleh masyarakat tutur di pasar tidak pernah lepas dari situasi sosial yang ada di sekitarnya. Pedagang dengan pembeli tidak selalu berasal dari lingkungan dengan suasana kebahasaan yang sama. Perbedaan ini menimbulkan usaha menemukan kesepakatan pemahaman terhadap pemakaian bahasa, yang kemudian menciptakan pilihan-pilihan berbahasa yang disesuaikan dengan situasi hubungan antara pedagang dengan pembeli dan berbagai hal yang ada di sekitarnya. Para pedagang etnis Cina dalam interaksi jual beli di pasar Margasari, Kabupaten Tegal juga melakukan pilihan bahasa dalam kepentingannya untuk memperoleh intraksi jual beli yang menguntungkan. Teori yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah teori sociolinguistik, peristiwa tutur, masyarakat bahasa, kontak bahasa, kode bahasa, variasi bahasa, pilihan bahasa, variasi tunggal bahasa, alih kode, campur kode, dan faktor yang mempengaruhi pilihan bahasa.

Penelitian ini menggunakan pendekatan teoretis dan pendekatan metodologis. Pendekatan teoretis penelitian ini adalah pendekatan sociolinguistik. Pendekatan metodologis yang digunakan adalah pendekatan deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui metode simak dan metode cakap. Data dalam penelitian ini dianalisis melalui dua prosedur yaitu analisis selama proses pengumpulan data dan analisis setelah proses pengumpulan data.

Bagan kerangka berpikir di sini gambaran dari apa yang menjadi patokan dan teori dalam penelitian ini, agar terlihat sistematis yang disesuaikan dengan penelitian kenyataan yang terdapat di daerah penelitian. Urut-urutan kerangka berpikir ini sebagai berikut: bahwa masyarakat bahasa atau masyarakat tutur menggunakan bahasa, dan bahasa dibagi menjadi empat aspek yaitu, pengertian bahasa, fungsi bahasa, jenis bahasa, ragam bahasa. Kemudian fungsi bahasa dibagi, dibagi menjadi dua aspek yaitu sebagai alat komunikasi dan interaksi. Wujud dari komunikasi itu sendiri dapat berupa verbal dan non verbal. Sedangkan dari interaksi akan menimbulkan diglosia (variasi bahasa), alih kode, dan campur kode. Komunikasi verbal yaitu berupa tulisan dan lisan, sedangkan non verbal berupa cahaya dan bunyi. Komunikasi verbal atau komunikasi yang dilakukan secara lisan yaitu berupa kata, kalimat, dan peristiwa tutur, (SPEAKING). Jenis bahasa dalam penelitian ini yaitu berupa bahasa Jawa dan bahasa Indonesia. Kemudian ragam bahasa dibagi menjadi empat faktor yaitu situasi, sarana, pemakai, dan pemakaian. Dari faktor situasi, bahasa yang digunakan yaitu formal dan informal; dari faktor sarana, yang digunakan yaitu bahasa tulis dan bahasa lisan; dari faktor pemakai, yaitu idiolek, dialek, sosiolek, dan kronolek; dari faktor pemakaian, dipisahkan atas ragam jual beli, ragam sastra, ragam jurnalistik, ragam hukum, dan ragam ilmiah. Ragam bahasa menurut pemakai pada sosiolek yaitu dipengaruhi oleh faktor pendidikan, pekerjaan, dan usia. Kemudian yang mencakup ke dalam cirri-ciri ragam bahasa jual beli yaitu berupa wujud bahasa/tuturan penjual dan pembeli, pola/bentuk interaksi, dan tingkat tutur. Tingkat tutur yang terjadi dalam interaksi jual beli diklasifikasikan menjadi dua yaitu berupa bahasa Jawa dan bahasa Indonesia. Bahasa Jawa berupa Ngoko, Madya, dan Krama.

Bagan I. kerangka Berpikir

