

RAGAM BAHASA DAN NILAI-NILAI BUDAYA DALAM TRANSAKSI JUAL BELI DI PASAR KARTASURA: KAJIAN SOSIOLINGUISTIK

Endang Rahmawati¹
Atika Nur Alfiah²
Aqueela Naval Fathina³

¹Tadris Bahasa Indonesia, Fakultas Adab dan Bahasa, Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta, Indonesia.

²Tadris Bahasa Indonesia, Fakultas Adab dan Bahasa, Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta, Indonesia.

³Tadris Bahasa Indonesia, Fakultas Adab dan Bahasa, Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta, Indonesia.

[*erharahmawati@gmail.com](mailto:erharahmawati@gmail.com), atikanuralfiah068@gmail.com, aqueelanaval04@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh pentingnya memahami bagaimana ragam bahasa dan nilai-nilai budaya tercermin dalam interaksi jual beli di pasar tradisional, khususnya Pasar Kartasura. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi ragam bahasa yang digunakan dalam transaksi jual beli dan mengkaji nilai-nilai budaya yang terwujud melalui penggunaan bahasa tersebut. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi mendalam terhadap penjual dan pembeli di Pasar Kartasura. Analisis data dilakukan secara deskriptif-kualitatif dengan mengacu pada teori sosiolinguistik dan nilai budaya yang menekankan hubungan bahasa dan masyarakat. Hasil analisis menunjukkan ragam bahasa kajian sosiolinguistik meliputi usia, gender, peristiwa tutur, dan campur kode. Selain itu, ragam bahasa yang dipakai mengandung nilai-nilai budaya yang diwujudkan ke dalam sapaan, tingkatan bahasa Jawa, kejujuran, kepercayaan, interaksi dan kelakuan berpola, serta benda sebagai hasil karya manusia yang dijunjung tinggi oleh masyarakat setempat. Kesimpulan dari penelitian ini menegaskan bahwa ragam bahasa dan nilai-nilai budaya dalam transaksi jual beli di Pasar Kartasura tidak hanya berfungsi sebagai alat komunikasi, tetapi juga sebagai medium pelestarian budaya lokal dan identitas sosial masyarakat.

Kata Kunci: ragam bahasa, nilai budaya, transaksi jual beli, Pasar Kartasura, sosiolinguistik

PENDAHULUAN

Bahasa adalah alat komunikasi dan interaksi yang digunakan manusia dalam kehidupan sehari-hari untuk menyampaikan pikiran, gagasan, dan konsep, baik secara lisan maupun tertulis. Oleh karena itu, bahasa adalah unsur yang tidak akan pernah lepas dari segala kegiatan manusia selama keberadaannya (Chaer & Agustina, 2010). Fungsi utama bahasa sebagai penghubung sosial memungkinkan manusia untuk beradaptasi dengan lingkungannya, yang diterapkan dalam berbagai konteks, seperti transaksi jual

beli, pendidikan, dan interaksi sosial lainnya (Rahardi, 2009). Bahasa yang digunakan dalam konteks sosial yang berbeda akan menciptakan variasi ragam bahasa berdasarkan situasi, latar belakang sosial, dan kebiasaan penuturnya.

Kajian linguistik memuat ragam bahasa yang mencakup suatu variasi yang dipengaruhi oleh beberapa faktor, seperti perbedaan penutur, media, situasi, dan bidang tertentu (Waridah, 2015). Faktor-faktor tersebut yang pertama dapat disebabkan oleh dialek atau gaya berbahasa khas individu, serta variasi bahasa yang muncul karena perbedaan asal daerah. Kedua, media atau sarana yang digunakan, apakah lisan atau tulisan juga memengaruhi ragam bahasa.

Adapun unsur yang ketiga, memuat situasi dalam interaksi yang juga menentukan ragam bahasa, seperti perbedaan antara bahasa resmi dan tidak resmi. Keempat, perbedaan bidang juga memunculkan variasi, misalnya ragam bahasa jurnalistik berbeda dari bahasa sastra. Ragam bahasa ini terus berkembang sesuai dengan latar belakang, media, dan situasi, yang membuat kajian ragam bahasa semakin kompleks.

Sebagai contoh, pasar tradisional adalah ruang interaksi sosial yang kental dengan keragaman bahasa. Pasar menjadi arena pertemuan antara penjual dan pembeli dari berbagai latar belakang sosial dan budaya, tempat transaksi dilakukan secara langsung (Afif et al., 2024). Pasar tradisional, khususnya Pasar Kartasura di Jawa Tengah, didominasi oleh penggunaan bahasa Jawa, mengingat lokasinya yang berada di Solo dan di kawasan yang mayoritas penduduknya berbahasa Jawa.

Apabila dilihat dari sudut pandang sosiolinguistik, bahasa yang digunakan di pasar tradisional sangat dipengaruhi oleh faktor-faktor sosial, seperti usia, status sosial, dan etnis penutur (Rizkyanfi & Fitriana, 2022). Para penjual dan pembeli sering kali menggunakan bahasa Jawa sebagai bahasa pengantar utama karena mendekatkan mereka dengan kebiasaan lokal. Sementara itu, dalam situasi tertentu atau ketika terdapat pembeli dari luar daerah, bahasa Indonesia memungkinkan lebih sering digunakan sebagai bahasa netral untuk mengurangi hambatan komunikasi (Kartikasari, 2023). Hal ini menunjukkan bahwa sudut pandang dalam memilih bahasa tidak hanya berkaitan dengan kemampuan bahasa, tetapi juga dengan penyesuaian sosial yang fleksibel terhadap konteks interaksi.

Pasar tradisional adalah miniatur masyarakat lokal yang merepresentasikan keberagaman budaya, yang terlihat dalam variasi bahasa dan cara berkomunikasi antara

penjual dan pembeli (Nurhasanah, 2020). Pada pasar yang multibahasa seperti Kartasura, bahasa tidak hanya menjadi alat komunikasi tetapi juga identitas kultural yang kaya (Febriyanti, 2017). Para penjual mungkin menggunakan bahasa Jawa yang khas, sehingga transaksi menjadi ajang yang unik untuk mempraktikkan variasi bahasa dalam kehidupan nyata. Keberagaman bahasa ini memperlihatkan bahwa identitas budaya tidak dapat dipisahkan dari cara masyarakat lokal berkomunikasi dan bertransaksi (Setyawati, 2010).

TINJAUAN PUSTAKA

Menurut Abdul Chaer, sosiolinguistik adalah cabang ilmu linguistik yang berfokus pada keterkaitan antara bahasa dan masyarakat, serta menelaah bagaimana bahasa berfungsi sebagai sarana komunikasi yang mampu mencerminkan sekaligus memengaruhi tatanan sosial. Sosiolinguistik merupakan cabang linguistik yang mengkaji keterkaitan antara bahasa dan masyarakat melalui berbagai aspek kebahasaan dalam konteks sosial (Chaer, 2014). Kajian ini mencakup analisis terhadap tingkat sosial yang tampak dalam penggunaan bahasa oleh individu maupun kelompok, serta peristiwa tutur yang melibatkan unsur waktu dan tempat terjadinya percakapan, partisipan yang terlibat, bentuk ujaran, nada bicara, hingga jenis kalimat yang digunakan.

Sosiolinguistik juga menyoroti adanya variasi bahasa, seperti logat atau dialek yang muncul akibat perbedaan geografis dan sosial. Tidak hanya itu, fenomena campur kode dan alih kode turut menjadi bagian penting dalam kajian ini, karena sering muncul dalam interaksi masyarakat dwibahasa atau multibahasa. Lebih lanjut, sosiolinguistik juga membahas proses perubahan dan pergeseran bahasa, termasuk bagaimana suatu bahasa dapat mengalami pemertahanan agar tetap lestari di tengah dinamika sosial yang terus berkembang. Salah satu fokus kajian sosiolinguistik adalah variasi bahasa, yang timbul sebagai akibat dari perbedaan status sosial, jenis kelamin, usia, serta latar belakang budaya. Variasi bahasa tersebut dapat terlihat dalam beragam wujud, mulai dari perbedaan dialek hingga pemilihan gaya bahasa yang disesuaikan dengan situasi dan konteks sosial (Gurning et al., 2024)

Dalam kehidupan bermasyarakat, bahasa tidak sekadar dipandang sebagai sistem tanda untuk menyampaikan dan menerima pesan, melainkan juga sebagai fenomena sosial yang rumit. Setiap unsur bahasa dapat merepresentasikan identitas sosial, keanggotaan kelompok, maupun status seseorang dalam masyarakat. Dengan demikian,

bahasa dalam ranah sosial tidak hanya berperan sebagai alat komunikasi, tetapi juga sebagai medium yang menegaskan hubungan sosial antarindividu maupun antarkelompok (Manan, 2018).

Menurut Koentjaraningrat dalam (Sumarto, 2019), kebudayaan memiliki tiga wujud utama yang saling berkaitan. Pertama, kebudayaan tampak dalam bentuk ide atau gagasan, yaitu sistem nilai dan norma-norma aturan hidup dalam masyarakat. Kedua, kebudayaan terwujud dalam aktivitas nyata atau kelakuan berpola, misalnya dalam interaksi sehari-hari. Ketiga, kebudayaan berupa benda atau hasil karya manusia dapat dilihat pada alat transaksi yang digunakan masyarakat.

Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Helki et al., 2023) yang menggambarkan penggunaan ragam bahasa pada transaksi jual beli di wilayah Pelabuhan Samarinda dengan menggunakan kajian ilmu sosiolinguistik. Penelitian tersebut menjelaskan terkait ragam bahasa yang ada di Pelabuhan Samarinda berdasarkan dialek bahasa yang bervariasi, hal itu disebabkan karena beberapa faktor seperti usia, latar belakang geografis, gender, dan waktu. Namun, penelitian ini berbeda karena lebih berfokus pada ragam bahasa dan nilai kebudayaan yang ada serta penggunaan kata yang khas dalam percakapan jual beli di Pasar Kartasura. Dengan demikian, studi ini tidak hanya mengkaji karakteristik bahasa, tetapi juga mengkaitkan dengan nilai-nilai budaya sebagai identitas sosial masyarakat yang menggunakan bahasa tersebut.

Penelitian serupa dilakukan oleh (Handani, 2022) yang menggambarkan adanya ragam bahasa lisan antara penjual dan pembeli di Pasar Dampit dengan menggunakan pendekatan sosiolinguistik. Temuan dalam penelitian tersebut yaitu adanya ragam bahasa berdasarkan sosiolek di antaranya akrolek dan basilek. Akan tetapi, penelitian ini akan berfokus pada ragam bahasa dan nilai kebudayaan yang ada di dalam percakapan transaksi jual beli di Pasar Kartasura. Oleh karena itu, penelitian ini mengaitkan antara bahasa dan nilai budaya yang ada sebagai identitas sosial.

Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat memperluas literatur tentang sosiolinguistik lokal melalui analisis mendalam tentang pengaruh geografis, budaya, dan sosial dalam pemilihan bahasa di pasar tradisional. Mengingat bahwa Pasar Kartasura merupakan tempat yang didominasi bahasa Jawa dengan pengaruh dari bahasa lain, studi

ini dapat memberikan pemahaman baru tentang kelestarian bahasa daerah di ruang publik (Logita & Juidah, 2022).

Dengan demikian, penelitian ini bertujuan mengidentifikasi ragam bahasa yang digunakan dalam transaksi jual beli di Pasar Kartasura dan mengkaji nilai-nilai budaya yang terwujud melalui penggunaan bahasa tersebut. Ragam bahasa tersebut dapat berupa variasi bahasa yang dipakai oleh para penutur dalam konteks transaksi jual beli, baik berupa dialek daerah, gaya komunikasi, maupun penggunaan istilah lokal yang khas dalam percakapan sehari-hari di Pasar Kartasura yang dikaitkan dengan nilai-nilai kebudayaan. Penelitian ini diharapkan mampu mengisi celah dalam kajian sosiolinguistik khususnya di wilayah Jawa Tengah, dan memberikan kontribusi dalam memahami bagaimana ragam bahasa berfungsi sebagai penghubung sosial yang memadukan unsur tradisi dan adaptasi, khususnya di Pasar Kartasura.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Pendekatan kualitatif dipilih karena sesuai untuk menggali fenomena bahasa yang terjadi secara alami di pasar tradisional tanpa intervensi atau manipulasi dari peneliti (Mahsun, 2014). Dengan pendekatan deskriptif, penelitian ini berupaya memberikan gambaran mendalam mengenai ragam bahasa yang digunakan dalam percakapan antara penjual dan pembeli di Pasar Kartasura, Kecamatan Kartasura, Kabupaten Sukoharjo, Provinsi Jawa Tengah.

Fokus utama penelitian ini adalah mengidentifikasi dan mendeskripsikan ragam bahasa yang muncul dalam transaksi jual beli di Pasar Kartasura. Objek kajian dalam penelitian ini adalah percakapan yang terjadi secara langsung antara penjual dan pembeli di area pasar, di mana dialog-dialog ini mencerminkan keunikan komunikasi dalam masyarakat lokal.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah teknik *simak* dan *catat*, yang dilakukan melalui proses observasi langsung di lapangan. Teknik *simak* memungkinkan peneliti untuk mencermati percakapan yang berlangsung secara alami antara penjual dan pembeli tanpa mengganggu alur interaksi mereka. Setelah melakukan pengamatan, peneliti menerapkan teknik *catat* untuk mencatat kalimat, frasa, atau istilah

tertentu yang digunakan dalam percakapan tersebut (Widiasmoro, 2018). Setiap percakapan yang dianggap relevan dengan fokus penelitian kemudian didokumentasikan secara rinci untuk dianalisis lebih lanjut.

Teknik analisis data dalam penelitian ini melibatkan beberapa tahapan sistematis, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan (Miles et al., 2014). Reduksi data, yaitu proses penyaringan data untuk memilih informasi yang relevan dan sesuai dengan tujuan penelitian. Data yang tidak berkaitan dengan fokus penelitian atau bersifat redundan akan disaring agar analisis lebih efisien (Creswell, 2014). Pada tahap ini, peneliti memfokuskan data pada dialog percakapan yang menggambarkan ragam bahasa yang signifikan dalam transaksi jual beli.

Setelah melalui proses reduksi, data yang terpilih kemudian disajikan dalam bentuk deskripsi naratif. Data ini meliputi kalimat, istilah, atau ekspresi tertentu yang digunakan dalam percakapan antara penjual dan pembeli. Tahap akhir dalam analisis data adalah penarikan kesimpulan (Sugiyono, 2016). Berdasarkan data yang telah dianalisis dan disajikan, peneliti membuat kesimpulan mengenai pola dan karakteristik ragam bahasa yang muncul dalam transaksi di Pasar Kartasura.

Kesimpulan ini mencakup identifikasi ragam bahasa yang dominan, variasi penggunaan bahasa antar penutur, dan fenomena linguistik lainnya yang ditemukan selama penelitian. Penarikan kesimpulan ini bertujuan untuk menjawab tujuan utama penelitian dan memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang penggunaan bahasa dalam interaksi sosial di pasar tradisional.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berikut ragam bahasa di Pasar Kartasura, hasil penelitian ini dituangkan dalam tabel di bawah ini.

Tabel 1. Indikator Analisis Ragam Bahasa dan Nilai Budaya

No	Analisis	Indikator	Keterangan
1.	Sosiolinguistik	Usia	20-60 tahun.
		Gender	Dominasi perempuan.

	Peristiwa Tutur	Interaksi antara penjual dan pembeli di Pasar Kartasura pada pukul 06.30 - 07.30 WIB
	Campur Kode	Penggunaan bahasa Indonesia dan bahasa Jawa dalam percakapan yang sama.
2. Nilai Budaya	Wujud kebudayaan sebagai ide, gagasan, nilai, norma, dan peraturan	Sapaan, ragam bahasa dengan tingkatan Jawa krama serta Jawa ngoko, kejujuran, dan kepercayaan.
	Wujud kebudayaan sebagai bentuk aktivitas atau kelakuan berpola dalam masyarakat	Peristiwa tutur di pasar yang melibatkan penjual dan pembeli dengan pola yang tetap seperti menanyakan barang, menyebut harga, tawar-menawar, dan membayar. Pola penggunaan bahasa yang cepat, efisien, dan lugas.
	Wujud kebudayaan sebagai benda hasil karya manusia	Barang dagangan dan media transaksi.

A. Ragam Bahasa

1. Usia

Usia menjadi salah satu faktor yang memengaruhi ragam bahasa dalam interaksi antara penjual dan pembeli. Hal itu disebabkan adanya penggunaan tingkatan bahasa, khususnya dalam bahasa Jawa. Rata-rata usia penjual dan pembeli yang melakukan interaksi di Pasar Kartasura yaitu berkisar 20 hingga 60 tahun.

2. Gender

Dari sisi gender, transaksi di Pasar Kartasura didominasi oleh perempuan, baik sebagai penjual maupun pembeli. Banyak penjual adalah ibu-ibu, termasuk penjual sayur dan bumbu dapur, sedangkan pembeli pun

mayoritas ibu rumah tangga yang berbelanja kebutuhan sehari-hari. Namun, terdapat juga penjual dan pembeli laki-laki, misalnya penjual bandeng, ayam potong, dan tenongan.

3. Peristiwa Tutur

Aspek ragam bahasa dalam kajian sosiolinguistik adalah peristiwa tutur yang meliputi partisipan, waktu, dan tempat terjadinya komunikasi. Dalam penelitian ini, peristiwa tutur diamati pada aktivitas transaksi jual beli di Pasar Kartasura yang berlangsung pada pagi hari, sekitar pukul 06.30 - 07.30 WIB. Pada saat tersebut, aktivitas pasar terpantau ramai. Pada rentang waktu ini, pembeli mulai berdatangan untuk membeli kebutuhan harian. Partisipan yang terlibat meliputi penjual laki-laki dan perempuan dengan rentang usia sekitar 20 - 60 tahun, serta pembeli yang terdiri dari ibu rumah tangga, remaja, dan laki-laki dewasa. Percakapan terjadi di lapak terbuka dan pedagang keliling.

4. Campur Kode

Data 1

- Pembeli : Yang ini berapa, Bu?
 Penjual : Empat setengah.
 Pembeli : Tiga. *Total e* berapa, Bu?
 Penjual : Tiga belas setengah.

Pada data percakapan di atas terlihat adanya peristiwa campur kode yang mencampurkan antara bahasa Indonesia dan bahasa Jawa. Kalimat pertama dan kedua menggunakan bahasa Indonesia, sedangkan pada kalimat "*Total e* berapa, Bu?" terjadi penyisipan partikel "-e" dari bahasa Jawa yang berarti "-nya."

Data 2

- Penjual : *Monggo, sae-sae.*
 Pembeli 1 : Mih, peyek?
 Pembeli 2 : *Pintenan?*
 Penjual : Lima ribu *mawon.*
 Pembeli 2 : Ya, mau tiga.

Penjual : *Nggih, lima belas. Matur nuwun.*

Pada data percakapan di atas terlihat adanya peristiwa campur kode antara bahasa Indonesia dan bahasa Jawa. Campur kode terjadi pada kalimat “Lima ribu *mawon*” dan “*Nggih, lima belas. Matur nuwun.*” Kedua kalimat tersebut memadukan bahasa Indonesia dan bahasa Jawa dalam satu tuturan. Pada dialog keempat, kata “Lima ribu” berasal dari bahasa Indonesia, sedangkan “*mawon*” adalah bahasa Jawa yang berarti “saja.” Hal serupa juga terjadi pada dialog terakhir, penjual mengucapkan “*Nggih, lima belas. Matur nuwun,*” di mana “*Nggih*” dan “*Matur nuwun*” merupakan ungkapan dalam bahasa Jawa yang berarti “iya” dan “terima kasih,” sedangkan “lima belas” tetap menggunakan bahasa Indonesia.

Data 3

Pembeli : Sekarang sekilo harganya berapa?
Penjual : Naik, habis proklamasi makin gila aja.
Pembeli : Oh, naik *to*?
Penjual : Iya, Bu.

Pada data percakapan di atas, campur kode terlihat pada dialog ketiga, yaitu “Oh, naik *to*?”. Pada situasi ini pembeli mencampurkan bahasa Indonesia dengan partikel “*to*” dari bahasa Jawa yang berarti “ya” atau untuk menegaskan pernyataan.

Data 4

Pembeli 1 : Beli ini mas
Penjual : *Niki?*
Pembeli 1 : *Diilangi kotoran e sisan, Mas.*
Pembeli 2 : Lele satu kakap satu.
Penjual : Kakap *e ga* ada.
Pembeli 2 : Yaudah, lele sama tongkol aja.
Pembeli 1 : *Tak* tinggal *nganu sedelok* ya, Mas.
Penjual : *Tak tilikane sik* ya, lele *ne* satu apa dua.
Pembeli 2 : Dua.

Pada data percakapan di atas, campur kode terlihat pada dialog ketiga, yaitu "*Diilangi kotoran e sisan, Mas*". Pada situasi ini pembeli mencampurkan bahasa Indonesia dan bahasa Jawa yang dapat dilihat dari kata "*kotoran*" dalam hal ini kata tersebut merujuk ke dalam penggunaan bahasa Indonesia. Selain itu, campur kode juga terjadi pada dialog ke delapan, yaitu "*Tak tilikane sik ya, lele ne satu apa dua*". Pada situasi ini penjual mencampurkan bahasa Indonesia ke dalam bahasa Jawa. Hal itu dapat dilihat dari kata "*satu apa dua*".

Data 5

Pembeli : Sama ini Bu. Berapa semua?

Penjual : *Limolas ewu.*

Pembeli : Tolong tambah ini bisa, kan?

Penjual : *Iso, bentar.*

Pada data percakapan di atas, campur kode terlihat pada dialog keempat, yaitu "*Iso, bentar*". Pada situasi ini penjual mencampurkan bahasa Indonesia dengan kata "*iso*" yang memiliki artinya bisa. Campur kode tersebut dapat terjadi karena dipengaruhi si pembeli yang menggunakan bahasa Indonesia sehingga penjual sesekali membalas menggunakan bahasa yang sama.

Data 6

Pembeli : *Onde-ondene isine nopo pak niki?*

Penjual : Kacang *ijo*, yang ini seribu yang ini dua ribu. Kacang *ijo* yang putih atau yang *ijo*?

Pembeli : Putih. *Sedanten?*

Penjual : *Hoo*, sama.

Pembeli : Ini donat berapa?

Penjual : Sama seribu.

Pembeli : *Nek* itu apa pak?

Penjual : Sama donat tapi dikasih panir, *nek* yang itu gula halus.

Pada data percakapan di atas, campur kode terlihat pada penggunaan kata "*ijo*" yang merujuk pada bahasa Jawa dari hijau. Selain itu campur kode

juga terjadi pada pembeli ketika mengatakan “Putih. *Sedanten?*” pada kondisi ini pembeli menggunakan kosakata bahasa Indonesia dan dicampur dengan kosakata bahasa Jawa yaitu “sedanten” yang memiliki arti semua. Penggunaan kata “Nek” dalam percakapan antara pembeli dan penjual juga termasuk ke dalam campur kode. Kata tersebut memiliki artinya kalau.

B. Nilai Budaya

1. Wujud kebudayaan sebagai ide, gagasan, nilai, norma, dan peraturan

Wujud kebudayaan sebagai ide, gagasan, nilai, norma, dan peraturan dibagi menjadi empat yaitu sapaan, ragam bahasa dengan tingkatan Jawa krama serta Jawa ngoko, kejujuran, dan kepercayaan. Nilai budaya yang tampak jelas dalam interaksi jual beli di Pasar Kartasura adalah penggunaan sapaan. Penjual dan pembeli menggunakan sebutan seperti “Bos, Bu, Mas, Mbah, dan Pak” untuk menyapa lawan bicara sesuai usia, relasi sosial, dan situasi. Misalnya, pembeli menyebut “Mbah” kepada penjual lanjut usia sebagai bentuk menghormati, sementara sapaan “Mas” atau “Bu” digunakan dalam konteks situasi yang lebih akrab. Sapaan ini mencerminkan sopan santun, penghormatan, dan hubungan sosial.

Para penjual dan pembeli dalam berkomunikasi tentu memiliki bahasa yang sesuai dengan lawan bicaranya. Hal itu membuat penutur memilih antara bahasa Krama dan Ngoko. Bahasa krama cenderung digunakan penjual dan pembeli kepada orang yang lebih tua, seperti ungkapan “monggo, pintenan, matur nuwun, dan sekawan”. Sedangkan, dalam percakapan akrab atau ketika terburu-buru penjual dan pembeli memilih menggunakan bahasa ngoko, misalnya “wes, telas, entek, dan piro”. Bahkan, bilangan lokal seperti “ji-ro-lu-pat-mo” juga digunakan untuk menghitung barang. Dengan demikian membuktikan bahwa bahasa Jawa bersifat fleksibel sesuai dengan konteks.

Nilai kebudayaan berikutnya adalah kejujuran, yang tercermin dari keterbukaan penjual dalam menyampaikan kondisi barang atau harga. Penjual tidak segan mengatakan *entek* (habis) atau *telas* (barang sudah tidak ada) ketika stok kosong. Selain kejujuran, kepercayaan juga menjadi nilai budaya yang mengikat interaksi sosial. Misalnya, pembeli dapat menitipkan barang

sejenak dengan ungkapan santai, dan penjual menerima tanpa rasa curiga. Situasi ini menggambarkan bahwa transaksi di pasar tradisional bukan sekadar pertukaran barang dengan uang, tetapi juga pertukaran rasa saling percaya yang memperkuat ikatan sosial antarwarga. Hal itu terbukti dalam percakapan seperti "*Tak tinggal nganu sedelok ya, Mas.*" dalam hal ini pembeli berniat menitipkan pesannya kepada penjual.

2. Wujud kebudayaan sebagai bentuk aktivitas atau kelakuan berpola dalam masyarakat

Wujud kebudayaan sebagai aktivitas atau kelakuan berpola tampak pada rutinitas dan cara berinteraksi masyarakat di Pasar Kartasura. Aktivitas jual beli bukan hanya sekadar transaksi ekonomi, melainkan sebuah pola sosial yang diulang dan sudah ada sejak dahulu. Interaksi yang dilakukan di antaranya cara penjual menawarkan barang, pembeli menanyakan harga, proses tawar-menawar, hingga proses transaksi (membayar). Pola ini bersifat tetap, teratur, dan dipahami oleh partisipan.

3. Wujud kebudayaan sebagai benda hasil karya manusia

Wujud kebudayaan yang terlihat di Pasar Kartasura terdiri dari beragam barang dagangan yang dijual. Masyarakat memperlihatkan hasil dari aktivitasnya sehari-hari, baik dalam bentuk hasil alam ataupun hasil olahan. Barang dagangan dalam bentuk hasil alam berupa sayur-mayur, berbagai jenis ikan, ayam, dan buah. Tidak hanya hasil alam mentah, akan tetapi ada juga makanan olahan seperti tempe, wajik, peyek, onde-onde, dan donat. Hal itu menunjukkan bahwa masyarakat di sekitar Pasar Kartasura memiliki keterampilan dalam bidang kuliner. Keberagaman barang dagangan ini menjadi bukti bahwa kebudayaan material berkembang dan menjadi salah satu pemenuhan kebutuhan dasar masyarakat.

Media transaksi juga menjadi wujud kebudayaan yang muncul akibat interaksi di Pasar Kartasura. Masyarakat menggunakan uang tunai sebagai alat tukar yang sah. Penggunaan istilah "*pas*" dalam percakapan antara penjual dan pembeli menunjukkan pelunasan tanpa adanya kembalian. Selain itu adanya proses tawar-menawar yang dapat dilihat dari pertanyaan "*pintenan?*" atau

“yang ini berapa?” yang kemudian dijawab dalam bentuk bahasa Jawa seperti “lima ribu *mawon*”. Proses tersebut akan berujung pada kesepakatan harga yang sesuai antara penjual dan pembeli.

Dengan demikian, interaksi di Pasar Kartasura bukan hanya sekadar ruang jual beli akan tetapi bisa menjadi salah satu ruang kebudayaan yang menampilkan hasil karya dari aktivitas masyarakat. Barang dagangan yang ada menunjukkan bahwa masyarakat mampu mengelola sumber daya alam menjadi produk yang mampu memenuhi kebutuhan sehari-hari. Sedangkan, media transaksi yang digunakan di Pasar Kartasura yaitu alat tukar berupa uang tunai. Kedua hal di atas membuktikan bahwa kebudayaan material tidak hanya berupa benda konkret yang dapat dilihat, akan tetapi dapat berupa sistem nilai serta kebiasaan komunikasi yang terjadi saat proses jual beli.

KESIMPULAN

Aktivitas jual beli di Pasar Kartasura tidak hanya berfungsi sebagai kegiatan ekonomi, tetapi juga mencerminkan ragam bahasa dan nilai budaya yang ada di masyarakat. Faktor usia, gender, serta peristiwa tutur memengaruhi ragam bahasa yang digunakan. Penggunaan bahasa Jawa, baik dalam bentuk krama maupun ngoko sering dipadukan dengan bahasa Indonesia sehingga memunculkan peristiwa campur kode. Hal ini menunjukkan fleksibilitas bahasa sesuai dengan konteks sosial, usia lawan bicara, dan kedekatan hubungan. Selain aspek kebahasaan, interaksi di pasar juga memperlihatkan nilai-nilai budaya, seperti penggunaan sapaan sesuai relasi sosial, kejujuran, serta rasa saling percaya antara penjual dan pembeli. Wujud kebudayaan material juga tampak dari beragam hasil alam dan olahan yang dijual, serta penggunaan uang tunai sebagai media transaksi. Dengan demikian, Pasar Kartasura bukan hanya ruang pertukaran barang, melainkan juga ruang budaya yang memperlihatkan praktik bahasa, nilai sosial, serta hasil karya masyarakat yang diwariskan dan dipertahankan hingga kini.

DAFTAR PUSTAKA

- Afif, D., Isnendes, R., & Kurniawan, E. (2024). Analisis Ragam Bahasa Pada Masyarakat Multilingual Di Pasar Prapatan Kabupaten Majalengka: Kajian Sociolinguistik. *Lingua Rima: Jurnal Pendidikan Bahasa Dan Sastra Indonesia*, 13(3), 11–27.

- Chaer, A., & Agustina. (2010). *Sosiolinguistik Perkenalan Awal Edisi Revisi*. Rineka Cipta.
- Creswell, J. W. (2014). *Research Design Qualitative, Quantitative and Mixed Methods Approaches* (4th ed.). Sage Publisher.
- Febriyanti, B. D. (2017). Ragam Bahasa Dalam Aktivitas Jual Beli Pada Pasar Tradisional, Pasar Modern, Dan Daring Ditinjau Dari Kelas Sosial. *Pendidikan Dan Pembelajaran Dasar*, 2(2).
- Gurning, R. A., Sipayung, W. W., Sinurat, E., & Saragih, Y. S. (2024). *Analisis Sosiolinguistik : Perspektif Bahasa Dalam Masyarakat*. 4.
- Handani, Z. T. (2022). Ragam Bahasa Lisan Penjual dan Pembeli dalam Transaksi Jual Beli Di Pasar Dampit, Kabupaten Malang: Kajian Sosiolinguistik. *Jurnal Penelitian, Pendidikan, Dan Pembelajaran*, 17(16), 1–15.
- Helki, M. H. A., Yudista, R. Y., & Mubarok, A. M. (2023). Variasi Bahasa Interaksi Dalam Transaksi Jual Beli Pada Wilayah Pasar Pelabuhan Samarinda Kajian Sosiolinguistik. *Segara Widya : Jurnal Penelitian Seni*, 11(1), 19–25. <https://doi.org/10.31091/sw.v11i1.2184>
- Kartikasari, E. (2023). Pemakaian kode tutur bahasa Jawa oleh pedagang di pasar. *Diglosia: Jurnal Kajian Bahasa, Sastra, Dan Pengajarannya*, 6(3), 899–910. <https://doi.org/10.30872/diglosia.v6i3.712>
- Logita, E., & Juidah, I. (2022). Variasi Bahasa Pedagang Sebagai Salah Satu Bentuk Keragaman Bahasa. *Bahtera Indonesia; Jurnal Penelitian Bahasa Dan Sastra Indonesia*, 7(1), 295–307. <https://doi.org/10.31943/bi.v7i1.218>
- Mahsun. (2014). *Metode Penelitian Bahasa: Tahapan strategi, metode dan tekniknya*. Rajawali Press.
- Manan, N. (2018). Etika Bahasa Dalam Komunikasi Media Sosial. *Jurnal.Upmk.Ac.Id*, 4(1), 25–35. <http://jurnal.upmk.ac.id/index.php/educater/article/view/223>
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldana, J. (2014). *Qualitative Data Analysis: A Method Sourcebook*. Sage Publications.
- Nurhasanah, N. (2020). Analisis Ragam Bahasa Lisan Pada Pedagang Pasar Terapung Siring Sungai Martapura. *Suparyanto Dan Rosad* (2015, 5(3), 248–253.
- Rahardi, K. (2009). *Bahasa Indonesia Untuk Perguruan Tinggi*. Erlangga.
- Rizkyanfi, M. W., & Fitriana, A. K. (2022). Penggunaan Bahasa Indonesia Dalam Interaksi Komunikasi Jual Beli Di Pasar Tradisional Gegerkalong, Bandung. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2020, 60–69.
- Setyawati, N. (2010). *Analisis Kesalahan Bahasa Indonesia Teori dan Praktik*. Yumma Pressindo.

- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sumarto, S. (2019). Budaya, Pemahaman dan Penerapannya. *Jurnal Literasiologi*, 1(2), 16. <https://doi.org/10.47783/literasiologi.v1i2.49>
- Waridah. (2015). Penggunaan Bahasa dan Variasi Bahasa dalam Berbahasa dan Berbudaya. *Simbolika*, 1(1), 84–92. <https://ojs.uma.ac.id/index.php/symbolika/article/view/53/10>
- Widiasmoro, E. (2018). *Mahir Penelitian Pendidikan Modern (Metode Praktis Penelitian Guru, Dosen dan Mahasiswa Keguruan*. Araska.