

**VARIASI BAHASA PADA INTERAKSI PENJUAL DENGAN PEMBELI
DALAM TRANSAKSI JUAL BELI DI PASAR SAYUR PADANGPANJANG: KAJIAN
SOSIOLINGUISTIK**

**RATNA SARI DEWI POHAN^{1*}, LAILA FITRI², ARYA GILANG ARZANTO³,
YUHELMI W⁴**

Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat^{1*,3,4}, Univeristas Islam Negeri Mahmud Yunus
Batusangkar²

Email: dewipohanmpd@gmail.com^{1*}, aila.fitri85@Gmail.com², aryagilang0308@gmail.com³,
yuhelmiums@gmail.com⁴

***Abstrak:** Language variations are divided into four categories: variations based on the speaker, variations based on usage, variations based on formality, and variations based on means and media. This study focuses on language variations based on the speaker. This research is motivated by the fact that many people still do not understand the concept of language variation and the reasons behind their use of such variations. Language variation also plays a significant role in interactions, particularly in buying and selling transactions. The aim of this study is to analyze the language variations that occur in the interactions between sellers and buyers at the vegetable market in Padangpanjang. This study employs a descriptive qualitative method. Data collection was conducted using the observation method with non-participant observation, recording, and note-taking techniques. The steps of analysis included the following stages: 1) watching the research video, 2) classifying the data based on the type of language variation, 3) describing the data, 4) analyzing the data, and 5) drawing conclusions. The results of the analysis show that the types of language variation found based on the speaker are classified into idiolect, dialect, chronolect, and sociolect. The research data consisted of 68 utterances. Based on the classification, the utterances were found to be: 24 idiolect utterances, 39 dialect utterances, 2 chronolect utterances, and 3 sociolect utterances.*

***Keywords:** Language variations, idiolect, dialect, chronolect, sociolect*

Abstrak: Variasi bahasa dibagi menjadi empat yaitu variasi bahasa dari segi penutur, variasi bahasa dari segi pemakaian, variasi bahasa dari segi keformalan, dan variasi bahasa dari segi sarana prasarana. Penelitian berfokus kepada variasi bahasa dari segi penutur. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh banyaknya masyarakat yang belum memahami variasi bahasa serta alasan mereka menggunakan variasi bahasa tersebut. Variasi bahasa juga sangat berpengaruh dalam suatu interaksi khususnya transaksi jual beli. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis variasi bahasa yang terjadi dalam interaksi jual beli antara pedagang dengan pembeli di pasar sayur Padangpanjang. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode simak dengan teknik simak bebas libat cakap, teknik rekam dan teknik catat. Langkah-langkah analisis dilakukan dengan tahapan: 1) menonton video penelitian, 2) mengklasifikasikan data berdasarkan jenis variasi bahasa, 3) mendeskripsikan data, 4) menganalisis data, dan 5) kesimpulan. Hasil analisis yang diperoleh dalam penelitian ini adalah jenis variasi bahasa yang ditemukan dari segi penutur diklasifikasikan menjadi; idiolek, dialek, kronolek dan sosiolek. Data penelitian terdiri dari 68 tuturan. Berdasarkan klasifikasinya ditemukan data tuturan: idiolek 24 tuturan, dialek 39 tuturan, kronolek 2 tuturan, dan sosiolek 3 tuturan

Kata kunci; variasi Bahasa, idiolek, dialek, kronolek, sosiolek

A. Pendahuluan

Sosiolinguistik merupakan wujud perpaduan ilmu antara sosiologi dan linguistik, merupakan dua bidang ilmu empiris yang mempunyai kaitan sangat erat. Untuk memahami sosiolinguistik harus dibicarakan terlebih dahulu hakikat sosiologi dan linguistik. Sosiologi adalah kajian yang objektif dan ilmiah mengenai manusia di dalam masyarakat, lembaga-lembaga, dan proses sosial yang ada di dalam masyarakat. Sosiologi berusaha mengetahui proses masyarakat itu terjadi, berlangsung, dan tetap ada. Sosiologi mempelajari lembaga-

lembaga sosial dan segala masalah sosial dalam masyarakat, maka akan diketahui cara manusia menyesuaikan diri dengan lingkungannya, cara mereka bersosialisasi, dan menempatkan diri di tempatnya masing-masing di dalam masyarakat. Ilmu linguistik adalah bidang ilmu yang mempelajari bahasa, atau bidang ilmu yang menjadikan bahasa sebagai objek kajiannya (Chaer dan Agustina, 2010: 2).

Bahasa memiliki hubungan erat dengan masyarakat. Perkembangan bahasa terjadi seiring dengan penggunaannya dalam masyarakat. Setiap bahasa memiliki keunikan dan ragam bahasa tertentu, tergantung tempat dan waktu bahasa tersebut digunakan. Dengan menguasai bahasa akan mempermudah seseorang dalam mendapatkan dan menemukan informasi-informasi yang dibutuhkan.

Pemakaian bahasa terjadi dalam masyarakat tutur. Chaer (2012: 55) menyebutkan bahwa suatu anggota masyarakat dalam suatu bahasa terdiri dari berbagai status sosial dan latar belakang budaya yang berbeda. Hal ini terjadi dalam penggunaan bahasa yang digunakan oleh suatu masyarakat. Keberadaan masyarakat yang memiliki bahasa yang bervariasi membuat bangsa ini kaya akan keragaman bahasa yang digunakan. Keragaman bahasa biasanya dipengaruhi oleh penggunaan dari penutur dan mitra tutur.

Salah satu bentuk penggunaan bahasa terjadi dalam kegiatan masyarakat untuk bertukar informasi saat transaksi jual beli seperti pasar. Pasar identik dengan transaksi jual beli antara pedagang dan pembeli secara langsung. Bahasa yang digunakan dalam komunikasi pemasaran sangat menggambarkan komunikasi yang terjadi dalam percakapan sehari-hari. Penggunaan bahasa yang digunakan ditandai dengan munculnya suatu bahasa yang spesifik bagi kelompok pemakai bahasa.

Bahasa yang digunakan di pasar sangat bervariasi, karena pasar merupakan tempat bertemunya pedagang dan pembeli dari berbagai usia, jenis kelamin, etnis, pekerjaan, pendidikan, dan sebagainya. Pemakaian bahasa juga dipengaruhi oleh faktor-faktor situasional, yakni penutur, lawan tutur, lokasi tutur, bahasa yang digunakan serta topik yang dibicarakan. Sebagai alat komunikasi, maka bahasa digunakan sesuai dengan keperluannya, pemakaian bahasa berkaitan kepada fungsi dan situasinya dalam berbagai kegiatan seperti di kantor, di pelabuhan, di bandara, di ruang kuliah, di pasar dan sebagainya. Keadaan dalam situasi tersebut akan menimbulkan suatu variasi bahasa. Munculnya ragam bahasa disebabkan oleh pemilihan variasi pada fungsi dan situasi bahasa.

Menurut Chaer dan Agustina (2004: 89) variasi dari segi penutur dibagi menjadi empat jenis, yakni: idiolek, dialek, kronolek, dan sosiolek. Variasi bahasa yang bersifat perseorangan disebut idiolek. Variasi bahasa dari sekelompok penutur yang jumlahnya relatif yang berada pada suatu tempat, wilayah atau area tertentu disebut dialek. Variasi bahasa yang digunakan oleh sekelompok sosial pada masa tertentu disebut kronolek. Variasi bahasa yang berkenaan dengan status, golongan, dan kelas sosial penuturnya disebut sosiolek.

Pada masyarakat dan kebudayaan tertentu, bahasa selalu digunakan sesuai dengan situasi dan kebutuhan. Maksud dan tujuan pemakai bahasa juga dapat dipandang sebagai sosok penentu variasi bahasa. Variasi bahasa tersebut dipergunakan oleh masyarakat sesuai kelas sosial masing-masing. Pedagang yang satu dengan yang lainnya menggunakan pilihan kata yang berbeda dalam menjajakan dagangannya. Dengan pilihan kata berbeda yang digunakan oleh mereka mempunyai maksud yang sama yaitu menarik pembeli.

Pasar sayur Padangpanjang merupakan tempat transaksi jual beli dari daerah yang berbeda-beda seperti Singgalang, Agam, Payakumbuh, dan Padangpanjang, Padang, Pariaman, Bukittinggi serta berbagai daerah dari luar Sumatera Barat seperti Pekanbaru, juga ada yang berbelanja di pasar sayur tersebut. Setiap daerah tentu memiliki cara atau ungkapan yang berbeda. Dengan begitu akan terlihat variasi bahasa yang digunakan oleh pedagang dengan pembeli pada transaksi jual beli untuk menarik pembeli.

B. Metode Penelitian

Jenis penelitian ini adalah kualitatif dengan metode deskriptif. Menurut (Yusuf, 2016: 32) penelitian kualitatif adalah pemahaman tentang pencarian suatu makna, konsep, gejala,

penyebab, simbol, dan gambar suatu hal yang terjadi secara alamiah menggunakan suatu metode yang hasil akhir berupa naratif.

Metode penelitian deskriptif menurut Sugiyono (2018: 86) adalah suatu penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih (independen) tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan dengan variabel lain. Artinya penelitian ini hanya ingin mengetahui keadaan variabel itu sendiri tanpa ada pengaruh atau hubungan terhadap variabel lain seperti penelitian eksperimen atau korelasi. Data penelitian ini berdasarkan tuturan (kata, kelompok kata, kalimat) dari para pedagang pasar sayur Padangpanjang pada saat berinteraksi dengan pembelinya.

Pengumpulan data dalam penelitian dilaksanakan dari 15 Oktober sampai 16 Nopember 2024 menggunakan metode simak dengan teknik simak bebas libat cakap, teknik rekam dan teknik catat. Analisis data menggunakan metode padan dengan tahapan: 1) menonton video penelitian, 2) mengklasifikasikan data berdasarkan jenis variasi bahasa, 3) mendeskripsikan data, 4) menganalisis data, dan 5) membuat simpulan. Data penelitian diperoleh dari informan penelitian: pedagang/penjual dan pembeli (10 orang pembeli dan 10 orang pembeli

C. Hasil dan Pembahasan

Variasi bahasa terjadi akibat adanya keragaman sosial pada masyarakat penuturnya. Deskripsi data variasi bahasa yang terdapat dalam tuturan antara penjual dengan pembeli di pasar sayur Padangpanjang dapat dilihat di tabel berikut:

Tabel 1. Deskripsi Data

No	Klasifikasi data			
	Idiolek	Dialek	Kronolek	Sosiolek
1	2	3	4	5
1	<i>Tu lah modalnyo tu, tigo sangah baoklah!</i>	<i>Ampek ribu nak.</i>	<i>Lima belas ribu</i>	<i>Pak taruang d imuko tu bara tu Pak?</i>
2	<i>Baoklah.</i>	<i>Ndak tigo ribu do Pak?</i>	<i>Jadih yo, cash koa</i>	<i>Buk, bara bawang perai Buk?</i>
3	<i>Maha yo buk, ndak bisa kurang Buk?</i>	<i>Kasakaruangan nyo Pak?</i>		<i>Pak, ko bara tadi Pak?</i>
4	<i>Ndak bisa kurang do.</i>	<i>Tujuh baleh ribu.</i>		
5	<i>Yo lah buk.</i>	<i>Pak bara bawang ko Pak?</i>		
6	<i>Ko bawang dari ma ko Pak?</i>	<i>Ndak tigo baleh Pak?</i>		
7	<i>Tigo duo matinyo Diak?</i>	<i>Tigo baleh sangah se bayia</i>		
8	<i>Ambiakan duo puluah kilo Bang.</i>	<i>Tigo baleh sangah Pak?</i>		
9	<i>Bara balinyo, amuah balinyo limo baleh?</i>	<i>Ndak tigo baleh se Pak?</i>		
10	<i>Ndak amuah do bayia lah duo puluah.</i>	<i>Dari Solok Alahan Panjang.</i>		
11	<i>Timbanglah</i>	<i>Bara karuang Pak?</i>		
12	<i>Jan dikurangi jo lai</i>	<i>Sambilan sangah</i>		
13	<i>Kurang lah saketek</i>	<i>Bara ko Bang?</i>		
14	<i>Kurangi tigo singgik dih</i>	<i>Tigo-tigo Diak</i>		
15	<i>Aa dih dih</i>	<i>Ndak dapek tigo puluah ibu do Bang?</i>		
16	<i>Nan gadang buk?</i>	<i>Tigo duo yo Bang?</i>		
17	<i>Ambiakan lah duo kilo</i>	<i>Yo Diak</i>		

No	Klasifikasi data			
	Idiolek	Dialek	Kronolek	Sosiolek
1	2	3	4	5
	<i>Buk</i>			
18	<i>Yo lah, caliak lu</i>	<i>Bara lado go?</i>		
19	<i>Ko tigo ribu, ko limo ribu, ko anam ribu</i>	<i>Duo puluh tigo</i>		
20	<i>Yang iko lah limo ribu yo Buk?</i>	<i>Bara go da?</i>		
21	<i>Jan lai, iko tingga galeh Ibuk lai nyo</i>	<i>Tigo sangah</i>		
22	<i>Iko samo se limo ribu yo buk.</i>	<i>Tigo ibu lah</i>		
23	<i>Ambiaklah!</i>	<i>Bara tomaik sakilo go Buk?</i>		
24	<i>Untuak awak duo kilo</i>	<i>Sapuluah</i>		
25		<i>Sapuluah ribu Buk?</i>		
26		<i>Bisa kurang Buk?</i>		
27		<i>Bara di awak?</i>		
28		<i>Lapan ribu lah Buk?</i>		
29		<i>Sambilan ribu lah</i>		
30		<i>Bara kilo dek awak?</i>		
31		<i>Bara kol go Er?</i>		
32		<i>Lapan ribu.</i>		
33		<i>Ndak anam sangah?</i>		
34		<i>Balinyo se tujuh sangah.</i>		
35		<i>Tujuh ribu lah.</i>		
36		<i>Tujuh sangah pasnyo</i>		
37		<i>Bara ko uk?</i>		
38		<i>Tujuh ribu.</i>		
39		<i>Kurang lah motuih Pak</i>		

Berdasarkan tabel di atas, variasi bahasa dari segi penutur dalam transaksi jual beli di pasar sayur Padangpanjang terdapat pada 68 tuturan (24 idiolek, 39 dialek, 2 kronolek dan 3 sosiolek).

Berdasarkan deskripsi data, pada bagian berikut dianalisis penggunaan variasi bahasa pedagang sayur dalam transaksi jual beli di pasar sayur Padangpanjang (3 contoh perklasifikasi yang ditemukan:

1. Idiolek

Idiolek merupakan variasi bahasa yang bersifat perorangan. Menurut konsep idiolek, setiap orang mempunyai variasi bahasanya atau idioleknnya masing-masing. Variasi idiolek ini berkenaan dengan ‘warna’ suara, pilihan kata, gaya bicara, susunan kalimat dan sebagainya. Berdasarkan deskripsi data, idiolek ditemukan 24 data, berikut contoh analisisnya:

a. *Tu lah modalnyo tu, tigo sangah baoklah* (1.b2)

‘Itu sudah modalnya tiga ribu lima ratus, silahkan ambil’

Tuturan di atas merupakan idiolek, karena gaya bicara dan pilihan kata yang khas oleh penjual. Tuturan di atas muncul karena penjual menolak tawaran harga yang disampaikan

seorang pembeli. Tuturan tersebut disampaikan dengan gaya bicara yang tegas dengan tatapan mata yang tajam sambil menyalakan rokok (menunjukkan gaya angkuh). Komunikasi antara pedagang dengan pembeli berhadapan tapi dibatasi sebuah meja. Dapat dilihat dari cara penjual yang menyatakan bahwa harga penawaran yang disampaikan oleh pembeli sama dengan harga modal dagangan yang dijualnya.

Biasanya kalau ada peristiwa jual beli dengan kasus yang sama maka penjual menggunakan beragam variasi di antaranya; *tu lah modalnyo tu, alun dapek lai, ndak bisa do, ndak do nan di awak lai, ndak bisa kurang do*.

b. *Baoklah!* (1.b3)

‘bawalah!’

Tuturan di atas merupakan idiolek, karena gaya bicara dan pilihan kata dan gaya yang khas dari penjual. Pada tuturan di atas, penjual menyetujui permintaan harga pembeli dengan gaya bicara yang lembut dan terdengar pasrah. Dapat dilihat dari cara penjual yang sudah pasrah melepas dagangannya dengan wajah yang lesu sambil mengangkat alisnya, serta mempersilahkan pembeli yang berhadapan dengannya untuk membawa barang dagangannya, sesuai dengan harga yang diinginkan pembeli.

Untuk aktivitas dan peristiwa yang sama, biasanya penjual menggunakan beragam variasi bahasa dalam menyetujui harga sesuai permintaan pembeli, di antaranya: ‘*ambiaklah, baolah, jadilah*’.

c. *Maha yo Buk, ndak bisa kurang do?* (2.c2)

‘Mahal ya Buk, tidak bisa kurang’

Pada petikan di atas, pembeli menggunakan tuturan ‘*Maha yo Buk, ndak bisa kurang do?*’, yang bermakna ‘*mahal ya Buk, tidak bisa kurang ?*’ Pada tuturan ini, pembeli dengan gayanya yang khas meminta pengurangan harga dengan gaya bicara yang santai dan nada datar. Pembeli berdiri di sebelah penjual. Pembeli menampakkan ketidaksetujuannya dengan wajah yang kaget mendengar harga yang diberikan penjual, Pembeli menyampaikan pendapatnya tentang harga dagangan dan mempertanyakan tentang pengurangan harga kepada penjual yang tengah sibuk menulis nota di meja kerjanya.

Pembeli menggunakan pilihan kata ‘*Maha yo Buk, ndak bisa kurang do?*’, yang bermakna ‘*mahal ya Buk, tidak bisa kurang ?*’ merupakan karakteristik gaya cuek. Biasanya untuk kasus serupa, pembeli memiliki beragam variasi bahasa dalam ketidaksetujuan dengan harga ataupun permintaan pengurangan harga, di antaranya; *mahanyo lai, kurangilah, maha na mah, kuranglah setek*.

2. Dialek

Dialek merupakan variasi bahasa dari sekelompok penutur yang jumlahnya relatif, yang berada pada suatu tempat, wilayah, atau area tertentu. Dialek ini didasarkan pada wilayah atau area tempat tinggal penutur. Dialek ini lazim disebut dialek areal, dialek regional atau dialek geografi (dalam penelitian ini tersebut dialek saja). Berdasarkan deskripsi data, dialek ditemukan pada 39 data. Berikut contoh analisisnya:

a. *Ampek ribu Nak*. (1.b1)

Empat ribu Nak

Tuturan di atas disampaikan oleh seorang Bapak ke seorang anak laki-laki yang membeli terung 1 kilogram. Tuturan di atas dianggap dialek, karena perbedaan peristiwa tutur menimbulkan perbedaan kata yang digunakan. Penutur pada petikan di atas berasal dari Batipuh. Tuturan ‘*Ampek ribu Nak*, bermakna ‘*Empat ribu Nak*’, kata ‘*Nak*’ berasal dari kata ‘*Anak*’. Penjual menyebutkan panggilan *Nak* ke pembeli karena usia pembeli (21 tahun) memang lebih kecil dari penjual (50 tahun).

Penutur dari daerah lain menggunakan kata yang berbeda dengan makna yang sama. Penutur yang berasal dari Agam menggantikan kelompok kata ‘*ampek ribu Nak*’ menjadi ‘*ampek ribu Yuang*’. Kata ‘*Yuang*’ berasal dari kata ‘*buyuang*’ yang berarti ‘*anak laki-laki*’.

Oleh penutur yang berasal dari Singgalang mengganti ‘*ampek ribu Nak*’ menjadi ‘*ampek ribu Kan*’. Kata ‘*Kan*’ berasal dari kata ‘*Kamanakan*’ yang berarti ‘*Anak laki-laki*’. Penutur ketiga ini memperlihatkan variasi bahasa yang berbeda dengan kedua penutur sebelumnya,

tetapi itulah datanya. Secara umum *Kan* merupakan bentuk ringkas dari *kemenakan*, yang berarti anak saudara perempuan dari seorang laki-laki.

b. *Ndak tigo ribu do Pak?* (1.a2)

Tidak tiga ribu Pak?

Tuturan di atas disampaikan oleh pembeli yang berasal dari Singgalang. Penutur berusia 28 tahun, sedangkan pedagang berusia 48 tahun. Suatu kewajaran tuturan '*ndak tigo ribu do Pak?*' bermakna '*tidak bisa tiga ribu saja Pak?*' disampaikan seseorang yang usia terpaut 20 tahun. Kata '*Pak*' berasal dari kata '*Bapak*' lazimnya panggilan seorang anak kepada Bapaknya.

Penutur dari daerah lain menggunakan kata yang berbeda dengan makna yang sama. Pada penutur yang berasal dari Batipuh '*ndak tigo ribu Pak*' menjadi '*ndak tigo ribu Mak*'. Kata '*Mak*' berasal dari kata '*Mamak*' yang berarti '*Bapak*'. Meski secara umum, pada masyarakat Minangkabau, kata *Mamak* berarti *Paman* (saudara laki-laki dari ibu) tetapi oleh penutur ini tidak demikian.

c. *Ka sakaruangan nyo yo Pak?* (1.a3)

Satu karung ini ya Pak?

Tuturan di atas disampaikan penutur yang berasal dari Batipuh. Dilihat dari tuturannya, penutur (pembeli) menggunakan '*Kasakaruangan nyo yo Pak?*' bermakna '*satu karung ini ya Pak?*' Penutur menggunakan kelompok kata tersebut untuk menyatakan permintaannya bahwa dia akan membeli dagangan penjual sebanyak 1 karung.

Pada penutur daerah lain menggunakan kata yang berbeda dengan makna yang sama. Penutur yang berasal dari Agam mengganti kelompok kata '*Kasakaruangan nyo yo pak?*' menjadi '*Kasadonyo dih Pak*'. Penutur yang berasal dari Singgalang mengganti kata '*Kasakaruangan nyo yo Pak?*' menjadi '*Kasakaruangannyo dih Mak*'.

Pada ketiga data di atas ditemukan diksi /pilihan kata yang berbeda meski dengan maksud yang sama. Perbedaan asal daerah penutur memperlihatkan penggunaan kata yang bervariasi, meski masih dalam konteks kata yang masih dipahami saat interaksi penjual dan pembeli di pasar sayur Padangpanjang tersebut. Masing-masing penutur dengan kebiasaan berbahasanya memperlihatkan jati diri kelompok atau wilayah asalnya.

3. Kronolek

Kronolek merupakan variasi bahasa yang digunakan oleh kelompok sosial pada masa tertentu. Umpamanya, variasi bahasa Indonesia pada masa tahun tiga puluhan, variasi yang digunakan tahun lima puluhan, dan variasi yang digunakan pada masa kini. Variasi bahasa pada ketiga zaman itu tentunya berbeda, baik dalam segi lafal, ejaan, morfologi, maupun sintaksis. Biasanya tampak dari segi leksikon, karena bidang ini mudah sekali berubah akibat perubahan sosial budaya, ilmu pengetahuan, dan teknologi.

Berdasarkan deskripsi data, idiolek ditemukan 2 data. Analisisnya dapat dilihat berikut:

a. Lima belas ribu. (3.fl)

Tuturan di atas disampaikan penjual berusia 25 tahun yang berdomisili di Padangpanjang saat pembeli menanyakan harga dagangannya. Petikan kata ini merupakan kronolek, karena merupakan variasi bahasa yang digunakan kelompok sosial pada masa tertentu. Pembeli berusia 65 tahun. Tuturan '*lima belas ribu*' berbahasa Indonesia, digunakan sebagian besar yang hidup di tahun 2020-an. Sedangkan pada tahun penutur yang sudah tua pilihan kalimat yang digunakan adalah '*limo baleh ribu*' yang masih menggunakan Bahasa Minangkabau. Pada tuturan '*lima belas ribu*' di atas seorang penjual menjawab pertanyaan seorang pembeli tentang harga dagangannya. Pembeli bertanya dengan menggunakan bahasa daerah dan dijawab pedagang dengan bahasa Indonesia. Hal ini menjelaskan bahwa kelompok sosial yang berbeda akan memperlihatkan pilihan kata yang berbeda, meskipun dengan maksud yang sama.

1.2 *Jadih yo, cash ko a.* (6.14)

Jadi ya, bayar cash ya

Tuturan di atas merupakan kronolek, karena merupakan variasi bahasa yang digunakan kelompok sosial pada masa tertentu. Pilihan kata di atas digunakan penjual saat meminta bayaran dagangannya yang telah terjual dengan menggunakan bahasa Inggris 'cash' sebagai pilihan katanya. Pilihan kata 'cash' digunakan oleh orang-orang yang hidup dalam zaman sekarang yang aktivitas didampingi dengan smartphone sehingga dalam kesehariannya telah banyak mengetahui istilah serapan dari bahasa asing.

Pada tuturan '*jadih yo, cash ko a*', seorang penjual memastikan keputusan pembeli sambil meminta pembayaran secara langsung, dengan menggunakan kata 'cash' dari bahasa Inggris yang berarti '*langsung/tunai*'. Jadi tuturan '*jadih yo, cash ko a*' bermakna '*jadi ya, langsung bayar ya*'. Kata cash bisa juga berarti dibayar kontan, tidak dikredit atau dicicil

4. Sosiolek

Sosiolek merupakan variasi bahasa yang berkenaan dengan status, golongan, dan kelas sosial para penuturnya. Dalam sosiolinguistik biasanya variasi inilah yang paling banyak dibicarakan dan paling banyak menyita waktu untuk membicarakannya karena variasi ini menyangkut semua masalah pribadi para penuturnya, seperti usia, pendidikan, seks/jenis kelamin, pekerjaan, tingkat kebangsawanan, keadaan sosial ekonomi, dan sebagainya. Berdasarkan usia, bisa dilihat perbedaan variasi bahasa yang digunakan oleh anak-anak, para remaja, orang dewasa, dan orang-orang yang tergolong lansia (lanjut usia). Berdasarkan deskripsi data, idiolek ditemukan 3 data. Selengkapnya analisis dimaksud dapat dilihat sebagai berikut.

a. *Pak, taruang di muko tu bara tu Pak? (1.a1)*

Pak, terung di depan berapa harganya Pak?

Tuturan di atas merupakan sosiolek. Hal ini dapat dilihat dari penggunaan kata '*Pak*' dari seorang penutur yang berbeda usia dengan pembeli. Pada peristiwa tutur ini sosiolek dari segi usia. Pembeli yang masih remaja tampak lebih muda (25 tahun) dari pada penjual yang sudah paruh baya (45 tahun).

Kata '*Pak*' dalam tuturan di atas merujuk pada kata '*Bapak*'. Tuturan '*Pak; taruang di muko tu bara tu Pak?*' bermakna '*Pak, terung yang di depan itu berapa harganya ya Pak?*'.

b. *Buk bara bawang perai Buk? (2.c1)*

'Buk berapa harga bawang perai Buk?'

Tuturan di atas merupakan sosiolek, Kata '*Buk*' merupakan sosiolek dari segi usia. Perbedaan tersebut dilihat dari wajah penutur. Pembeli yang sudah dewasa dan masih lebih muda (27 tahun) dari pada penjual yang sudah tua (62 tahun).

Pada tuturan di atas seorang pembeli menanyakan harga daun bawang yang ingin dibelinya. Tuturan '*Buk, bara bawang perai Buk?*' bermakna '*Buk, berapa harga daun bawangnya Buk?*'. *Buk* merupakan variasi bentuk kata Ibu, yang sebenarnya adalah *Bu* sebagai bentuk ringkas dari kata Ibu dalam Bahasa Indonesia.

c. *Pak ko bara tadi Pak? (10.s1)*

Pak, ini berapa harganya tadi Pak?

Tuturan di atas merupakan sosiolek. Kata '*Pak*' merupakan sosiolek dari segi usia. Perbedaan tersebut dilihat dari wajah penutur. Pembeli masih remaja tampak lebih muda (38 tahun) dari pada penjual yang sudah tua (60 tahun).

Pada tuturan di atas seorang pembeli menanyakan kembali harga suatu dagangan yang sebelumnya sempat dia tawar. Tuturan '*Pak, ko bara tadi Pak?*' bermakna '*Pak, ini tadi berapa ya Pak?*'. Peristiwa tutur ini terbiasa di pasar. Menjadi kebiasaan pembeli sebelum memutuskan untuk membeli sesuatu sering melakukan penelusuran dengan membandingkannya dengan barang dan harga di tempat lain terlebih dahulu, meski harus kembali membeli barang yang telah ditawarkan sebelumnya.

Pembahasan

Data penelitian ini berupa tuturan yang menunjukkan variasi bahasa antara penjual dengan pembeli dalam transaksi jual beli di pasar sayur Padangpanjang, Pengumpulan data tuturan dilaksanakan 15 Oktober hingga 16 November 2024 dengan menggunakan metode simak

dengan teknik simak bebas libat cakap, rekam dan teknik catat. Informan penelitian adalah pedagang/penjual dan pembeli (10 orang penjual dan 10 orang pembeli)

Variasi bahasa dalam penelitian ini ditinjau dari segi penutur yang terbagi terdiri atas: idiolek, dialek, kronolek, dan sosiolek. Dari analisis data yang telah dilakukan terhadap tuturan penjual dan pembeli di pasar sayur Padangpanjang (68 data) terdistribusi pada 24 tuturan berupa idiolek, 39 tuturan berupa dialek, 2 tuturan berupa kronolek dan 3 tuturan berupa sosiolek.

Berdasarkan hasil penelitian ini, data terbanyak adalah dialek. Hal ini disebabkan sebagian besar penjual dan pembeli yang bertransaksi di pasar sayur Padangpanjang masih penutur Bahasa Minangkabau. Pasar ini tidak terlalu besar, kebanyakan penjual maupun pembeli masih menggunakan bahasa daerah dalam melakukan transaksi jual belinya. Meskipun ada pembeli yang berasal dari Pekanbaru, Jambi serta daerah lainnya, ternyata mereka adalah penutur Bahasa Minangkabau juga, hanya saja telah merantau. Hal ini menyebabkan mereka masih mampu menggunakan Bahasa Minangkabau. Adanya penggunaan bahasa Indonesia dan bahasa asing sangat minim, hanya pada kelompok tertentu.

D. Penutup

Variasi bahasa merupakan cara atau bentuk penyampaian yang berbeda untuk mengungkapkan hal yang sama. Dalam membedakan variasi bahasa khususnya dari segi penutur, variasi bahasa dibagi menjadi idiolek, dialek, kronolek dan sosiolek.

Variasi bahasa yang ditemukan dari percakapan antara penjual dan pembeli dalam transaksi jual beli di pasar sayur Padangpanjang terdiri atas 68 tuturan. Ditemukan idiolek pada 24 tuturan. Dialek ditemukan pada 39 tuturan. Kronolek ditemukan pada 2 tuturan. Sosiolek ditemukan pada 3 tuturan. Variasi Bahasa yang dominan terlihat pada tataran dialek. Hal ini disebabkan karena pasar sayur Padangpanjang dominan dikunjungi oleh pembeli dengan penutur Bahasa Minangkabau juga. Meskipun ada pembeli dari luar kota, tidak mempengaruhi peristiwa komunikasi.

Daftar Pustaka

- Abdullah, R. S. 2013. *Inovasi Pembelajaran*. Cetakan.I. Jakarta: Bumi Aksara
- Ainurrahma, I. 2013. Ragam Bahasa dan Strategi Tindak Tutur Pedagang Asongan di Terminal Minak Koncar Kabupaten Lumajang. *Skripsi*. FKIP.Uiversitas Jember.
- Chaer, Abdul dan Leonie Agustina. 2004. *Sosiolinguistik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Chaer, Abdul. 2012. *Linguistik Umum*. Yogyakarta: Rineka Cipta
- Chaer, Abdul dan Leonie Agustina. 2014. *Sosiolinguistik Perkenalan Awal*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Djajasudarma, F. 2010. *Metode Linguistik: Ancangan Metode Penelitian dan Kajian*. Bandung: Refika Aditama.
- Felicia. 2001. *Pengertian Bahasa*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka.
- Hikmat, Ade dan Nani Solihati. 2013. *Bahasa Indonesia*. Jakarta : Grasindo.
- Jannah, A., Widayati, W., & Kusmiyati, K. 2017. Bentuk dan Makna Kata Makian di Terminal Purabaya Surabaya dalam Kajian Sosiolinguistik. *Jurnal Ilmiah Fonema: Jurnal Edukasi Bahasa Dan Sastra Indonesia*, 4(2).
- Mahsun. 2013. *Metode Penelitian Bahasa: Tahapan, Strategi, Metode, dan Tekniknya*. Jakarta: Rajagrafindo Persada.
- Raco, J. 2018. *Metode Penelitian Kualitatif: Jenis, Karakteristik dan Keunggulannya*. Osf Preprints. <http://doi.org/10.31219/osf.io/mfzuj> diakses pada 24 mei 2023.
- Ibrahim, S. 2015. Analisis Gaya Bahasa dalam Kumpulan Novel Mimpi Bayang Hingga Karya Sanie B. Kuncoro: *Gaya Bahasa Jurnal Bahasa UNPAM*.3(3), 35-57
- Oktafiani, Y. D. 2021. Ragam Bahasa Pedagang Sayur di Pasar Kidul Dusun Blokagung dalam Ranah Fonologi. 1(2): 284
- Setiawati, R. D. 2019. Variasi Bahasa dalam Situasi Tidak Formal pada Mahasiswa Program Studi Pendidikan Bahasa Indonesia di Universitas Tadulako. *Jurnal Bahasa dan Sastra*. 4(1): 10

- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
Sumarsono. 2010. *Sosiolinguistik*. Yogyakarta: Sabda.
Wijana, D.P. 2006. *Sosiolinguistik: Kajian Teori dan Analisis*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.