

ANALISIS BENTUK BAHASA BAKU DAN TIDAK BAKU PADA PERCAKAPAN PEDAGANG DAN PEMBELI DI PASAR TRADISIONAL

Cindy Olivia Natasya¹, Anggreani Hutagalung², Yulia Rizki³, Delia Rahmi⁴,
Ninis Sekar Ayu⁵, Dina Wahyuni Lubis⁶

Pendidikan Fisika Universitas Negeri Medan

cindyolivia.4243121018@mhs.unimed.ac.id,

anggreanihutagalung507@gmail.com, yuliarizkii1122@gmail.com,

rahmidelia87@gmail.com, ninissekarayu.4243121058@mhs.unimed.ac.id,

dinawahyunilubis05@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to analyze the use of standard and non-standard language forms in conversations between sellers and buyers at Pasar Raya MMTTC. The research employed a qualitative approach with a descriptive method. Data were collected through direct observation of buying and selling interactions in the market. Observation, note-taking, and documentation techniques were used to record utterances produced by sellers and buyers during transactions. The results indicate that non-standard language is used more frequently than standard language. Non-standard language appears in the form of everyday conversational expressions, the use of certain particles, and a mixture of Indonesian and local languages. This language variety is preferred because it is considered more practical, easier to understand, and suitable for the fast-paced and informal communication that characterizes market interactions. Meanwhile, standard language is used in specific situations, particularly when speakers need to convey information clearly and politely. Factors influencing the use of standard and non-standard language include cultural background, age of the speakers, social environment, communication purposes, and the level of familiarity between sellers and buyers. The findings show that language use in buying and selling interactions is flexible and adapts to the communicative context of the traditional market.

Keywords: *standard language, non-standard language, traditional market.*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bentuk bahasa baku dan tidak baku yang digunakan dalam percakapan antara pedagang dan pembeli di Pasar Raya MMTTC. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Data diperoleh melalui observasi langsung terhadap interaksi jual beli yang berlangsung di lingkungan pasar. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan observasi, pencatatan, dan dokumentasi terhadap tuturan yang digunakan selama proses transaksi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa bahasa tidak baku lebih dominan digunakan dibandingkan bahasa baku. Bahasa tidak baku muncul dalam bentuk kata-kata percakapan sehari-hari, penggunaan partikel tertentu, serta

campuran bahasa Indonesia dan bahasa daerah. Penggunaan bahasa tersebut dipilih karena dianggap lebih praktis, mudah dipahami, dan sesuai dengan situasi komunikasi di pasar yang berlangsung cepat dan informal. Sementara itu, bahasa baku digunakan pada situasi tertentu, terutama saat menyampaikan informasi secara jelas dan sopan. Faktor-faktor yang memengaruhi penggunaan bahasa baku dan tidak baku meliputi latar belakang budaya, usia penutur, lingkungan sosial, tujuan komunikasi, dan tingkat kedekatan antara pedagang dan pembeli. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan bahasa dalam interaksi jual beli bersifat fleksibel dan menyesuaikan konteks komunikasi yang terjadi di pasar tradisional.

Kata Kunci: bahasa baku, bahasa tidak baku, pasar tradisional.

A. Pendahuluan

Bahasa merupakan alat komunikasi utama yang digunakan manusia untuk menyampaikan informasi, gagasan, kebutuhan, serta menjalin hubungan sosial dengan orang lain. Dalam kehidupan sehari-hari, penggunaan bahasa dipengaruhi oleh situasi, lingkungan, dan tujuan komunikasi yang ingin dicapai. Salah satu lingkungan sosial yang memperlihatkan keragaman penggunaan bahasa adalah pasar tradisional. Pasar tradisional tidak hanya berfungsi sebagai tempat berlangsungnya aktivitas ekonomi, tetapi juga menjadi ruang interaksi sosial yang melibatkan berbagai latar belakang masyarakat sehingga menghasilkan variasi penggunaan bahasa yang beragam.

Interaksi antara pedagang dan pembeli di pasar tradisional

berlangsung secara spontan, dinamis, dan cenderung menggunakan bahasa yang komunikatif agar proses transaksi berjalan efektif. Dalam situasi tersebut, penutur sering menggunakan ragam bahasa yang berbeda, baik bahasa baku maupun tidak baku. Bahasa baku biasanya digunakan untuk menyampaikan informasi secara jelas dan sesuai dengan kaidah bahasa Indonesia, sedangkan bahasa tidak baku muncul dalam bentuk bahasa daerah, bahasa percakapan sehari-hari, singkatan, maupun campuran bahasa yang dianggap lebih akrab dan mudah dipahami oleh lawan tutur (Bromanggara, 2020). Penggunaan kedua bentuk bahasa tersebut menunjukkan adanya penyesuaian bahasa terhadap konteks sosial dan kebutuhan komunikasi.

Pasar tradisional merupakan lingkungan yang kaya akan fenomena kebahasaan karena interaksi yang terjadi tidak hanya bertujuan untuk melakukan transaksi ekonomi, tetapi juga membangun hubungan sosial antara pedagang dan pembeli. Razak (2025) menjelaskan bahwa komunikasi yang berlangsung di pasar tradisional dipengaruhi oleh faktor sosial, budaya, dan ekonomi yang membentuk pola penggunaan bahasa tertentu. Oleh karena itu, bahasa yang digunakan dalam percakapan jual beli sering kali memperlihatkan variasi yang menarik untuk dikaji, terutama terkait penggunaan bentuk bahasa baku dan tidak baku.

Penelitian mengenai bahasa dalam interaksi jual beli telah banyak dilakukan. Amy Sabila dkk. (2023) menemukan bahwa percakapan antara pedagang dan pembeli di pasar tradisional didominasi oleh penggunaan bahasa yang komunikatif dan menyesuaikan konteks situasi tutur. Sementara itu, Maulida, Rosidin, dan Riansi (2024) menunjukkan bahwa percakapan di pasar tradisional banyak menggunakan register atau ragam bahasa khusus yang dipahami oleh komunitas pasar sehingga mempermudah proses

komunikasi. Penelitian lain oleh Syarif dan Alam (2023) mengungkapkan bahwa interaksi jual beli di pasar tradisional mengandung berbagai bentuk tindak tutur yang mencerminkan tujuan komunikasi antara penjual dan pembeli.

Selain itu, penggunaan bahasa dalam aktivitas tawar-menawar juga memperlihatkan adanya strategi komunikasi tertentu. Tama dkk. (2025) menyatakan bahwa bahasa dalam negosiasi antara pedagang dan pembeli digunakan sebagai alat persuasi untuk memengaruhi lawan tutur sekaligus menjaga hubungan sosial yang harmonis. Dalam kondisi tersebut, penggunaan bahasa tidak baku sering kali lebih dominan karena dianggap mampu menciptakan suasana yang lebih akrab dan fleksibel dibandingkan bahasa baku.

Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan dalam mini riset kelompok di salah satu pasar tradisional di Kota Medan, ditemukan bahwa percakapan antara pedagang dan pembeli menunjukkan penggunaan bahasa Indonesia baku, bahasa Indonesia tidak baku, bahasa daerah, serta campuran keduanya. Penggunaan bahasa tersebut dipengaruhi oleh faktor usia, latar

belakang sosial, kebiasaan berbahasa, serta tujuan komunikasi yang ingin dicapai. Fenomena ini menunjukkan bahwa pasar tradisional merupakan tempat yang tepat untuk mengkaji variasi bahasa dalam kehidupan masyarakat.

Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bentuk bahasa baku dan tidak baku yang digunakan dalam percakapan antara pedagang dan pembeli di pasar tradisional. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman mengenai bentuk-bentuk bahasa yang digunakan dalam interaksi jual beli serta faktor-faktor yang memengaruhi penggunaannya dalam konteks komunikasi masyarakat sehari-hari.

B. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Metode deskriptif dipilih karena penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan dan menganalisis bentuk bahasa baku dan tidak baku yang digunakan dalam percakapan antara pedagang dan pembeli di pasar tradisional. Penelitian kualitatif memungkinkan peneliti memahami fenomena kebahasaan secara mendalam berdasarkan konteks

penggunaan bahasa dalam situasi nyata.

Penelitian dilaksanakan di salah satu pasar tradisional di Kota Medan pada bulan Mei 2026. Subjek penelitian adalah pedagang dan pembeli yang terlibat dalam aktivitas jual beli. Objek penelitian berupa tuturan atau percakapan yang mengandung penggunaan bahasa baku dan tidak baku selama proses transaksi berlangsung.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi, rekam, dan catat. Observasi digunakan untuk mengamati secara langsung interaksi antara pedagang dan pembeli di lingkungan pasar. Teknik rekam dilakukan dengan merekam percakapan yang terjadi selama transaksi jual beli untuk memperoleh data yang akurat. Selanjutnya, teknik catat digunakan untuk mentranskripsikan hasil rekaman serta mencatat tuturan yang relevan dengan fokus penelitian.

Instrumen utama dalam penelitian ini adalah peneliti sendiri yang dibantu dengan alat perekam dan lembar pencatatan data. Peneliti berperan dalam mengamati, mengumpulkan, mengidentifikasi, serta mengklasifikasikan bentuk

bahasa yang ditemukan dalam percakapan.

Analisis data dilakukan melalui beberapa tahap, yaitu: (1) mengumpulkan dan mentranskripsikan data percakapan hasil observasi; (2) mengidentifikasi tuturan yang termasuk bahasa baku dan bahasa tidak baku; (3) mengelompokkan data berdasarkan kategori bahasa yang digunakan; (4) menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi penggunaan bahasa tersebut; dan (5) menarik kesimpulan berdasarkan hasil analisis. Keabsahan data diperoleh melalui triangulasi teknik, yaitu membandingkan hasil observasi, rekaman, dan catatan lapangan untuk memastikan kesesuaian data yang diperoleh.

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Penelitian dilakukan melalui observasi langsung di Pasar Raya MMTC, Kecamatan Percut Sei Tuan, Kabupaten Deli Serdang, Sumatera Utara. Observasi difokuskan pada percakapan antara pedagang dan pembeli selama proses jual beli berlangsung. Berdasarkan hasil pengamatan, ditemukan bahwa bahasa yang digunakan dalam

interaksi jual beli didominasi oleh bahasa tidak baku, meskipun dalam beberapa situasi masih ditemukan penggunaan bahasa baku.

Penggunaan bahasa tidak baku terlihat pada tuturan yang bersifat santai, singkat, dan menyesuaikan kebiasaan masyarakat setempat. Bahasa tersebut digunakan untuk mempercepat proses komunikasi sehingga transaksi dapat berlangsung secara efektif. Sebaliknya, bahasa baku umumnya digunakan ketika penutur ingin menyampaikan informasi secara lebih jelas dan sopan.

Salah satu contoh percakapan yang ditemukan selama observasi adalah sebagai berikut.

Pedagang: “Cari apa, Kak? Baru datang sayurnya.”

Pembeli: “Cabainya berapa sekilo, Bu?”

Pedagang: “Tiga puluh ribu, ambil banyak dikurangin.”

Pembeli: “Kurang lagi lah, Bu.”

Pada percakapan tersebut terdapat beberapa bentuk bahasa tidak baku, seperti penggunaan kata *sekilo*, *dikurangin*, dan partikel *lah*. Bentuk bakunya adalah *satu kilogram*, *dikurangi*, dan ungkapan yang lebih formal tanpa penggunaan partikel

tersebut. Data ini menunjukkan bahwa bahasa tidak baku lebih dominan digunakan dalam komunikasi sehari-hari di pasar.

Selain itu, ditemukan pula penggunaan bahasa daerah dan campuran bahasa Indonesia dengan bahasa daerah. Penggunaan bahasa daerah biasanya terjadi ketika pedagang dan pembeli memiliki latar belakang budaya yang sama. Dalam beberapa situasi, bahasa daerah digunakan untuk menciptakan suasana yang lebih akrab dan mempererat hubungan sosial antara kedua pihak.

Berdasarkan hasil observasi, faktor-faktor yang memengaruhi penggunaan bahasa baku dan tidak baku di pasar meliputi: (1) latar belakang budaya dan daerah asal, (2) usia penutur, (3) lingkungan sosial, (4) tujuan komunikasi, dan (5) kedekatan sosial antara pedagang dan pembeli.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa bahasa memiliki peran penting dalam mendukung aktivitas jual beli di pasar tradisional. Bahasa digunakan sebagai alat untuk menyampaikan informasi, menawarkan barang, melakukan tawar-menawar, dan membangun hubungan sosial antara pedagang dan pembeli. Temuan ini

sejalan dengan pendapat Ibrahim (2014) yang menyatakan bahwa bahasa berfungsi sebagai alat komunikasi sekaligus sarana interaksi sosial dalam masyarakat.

Dominannya penggunaan bahasa tidak baku dalam interaksi jual beli menunjukkan bahwa masyarakat pasar lebih mengutamakan efektivitas komunikasi dibandingkan kepatuhan terhadap kaidah bahasa Indonesia baku. Bahasa tidak baku dianggap lebih praktis, mudah dipahami, dan sesuai dengan situasi pasar yang berlangsung cepat. Bentuk bahasa seperti *dikurangin*, *sekilo*, *murah ini*, atau *ambil banyak bisa kurang* lebih sering digunakan karena mampu menyampaikan pesan secara langsung kepada lawan tutur.

Temuan ini sejalan dengan penelitian Bromanggara (2020) yang menyatakan bahwa penggunaan variasi bahasa dalam interaksi penjual dan pembeli dipengaruhi oleh latar belakang sosial, geografis, usia, dan budaya penutur. Pedagang dan pembeli cenderung menyesuaikan bahasa yang digunakan dengan lawan bicara agar komunikasi berlangsung lancar dan nyaman.

Selain bahasa tidak baku, penggunaan bahasa baku juga masih

ditemukan, terutama ketika pedagang memberikan informasi harga, menjelaskan kualitas barang, atau berbicara dengan pembeli yang belum dikenal. Penggunaan bahasa baku bertujuan menciptakan kejelasan informasi serta menunjukkan sikap sopan dalam berkomunikasi. Namun, frekuensi penggunaannya lebih sedikit dibandingkan bahasa tidak baku karena kondisi pasar yang cenderung informal.

Penelitian ini juga menunjukkan bahwa penggunaan bahasa di pasar tidak hanya memiliki fungsi komunikatif, tetapi juga fungsi persuasif. Pedagang sering menggunakan ungkapan seperti “Masih segar”, “Murah ini”, atau “Kalau ambil banyak bisa kurang” untuk menarik perhatian dan memengaruhi keputusan pembeli. Bahasa dalam konteks ini tidak hanya berfungsi menyampaikan informasi, tetapi juga menjadi strategi untuk meningkatkan penjualan.

Dengan demikian, dapat dipahami bahwa penggunaan bahasa baku dan tidak baku dalam percakapan pedagang dan pembeli di pasar tradisional dipengaruhi oleh kebutuhan komunikasi, kondisi sosial, dan tujuan interaksi. Bahasa tidak

baku menjadi bentuk yang paling dominan karena dianggap lebih efektif dan sesuai dengan karakteristik komunikasi di lingkungan pasar, sedangkan bahasa baku digunakan sebagai pelengkap ketika diperlukan kejelasan dan kesopanan dalam penyampaian informasi.

D. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai analisis bentuk bahasa baku dan tidak baku pada percakapan pedagang dan pembeli di Pasar Raya MMTC, dapat disimpulkan bahwa penggunaan bahasa dalam aktivitas jual beli didominasi oleh bahasa tidak baku. Bahasa tidak baku digunakan karena lebih sederhana, mudah dipahami, serta mampu mendukung komunikasi yang cepat dan efektif sesuai dengan kondisi interaksi di lingkungan pasar. Bentuk bahasa tidak baku yang ditemukan antara lain penggunaan kata-kata percakapan sehari-hari, singkatan, serta campuran bahasa Indonesia dengan bahasa daerah.

Meskipun demikian, penggunaan bahasa baku juga masih ditemukan dalam beberapa situasi, terutama ketika pedagang memberikan informasi mengenai

harga, kualitas barang, atau ketika ingin menyampaikan pesan dengan lebih jelas dan sopan. Hal ini menunjukkan bahwa pemilihan bahasa oleh pedagang dan pembeli bergantung pada konteks komunikasi yang sedang berlangsung.

Faktor-faktor yang memengaruhi penggunaan bahasa baku dan tidak baku meliputi latar belakang budaya, usia penutur, lingkungan sosial, tujuan komunikasi, dan tingkat kedekatan antara pedagang dan pembeli. Selain berfungsi sebagai alat komunikasi, bahasa juga berperan dalam membangun hubungan sosial, menciptakan rasa nyaman, serta mendukung kelancaran proses transaksi jual beli.

Dengan demikian, penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan bahasa di pasar tradisional mencerminkan adanya variasi bahasa dalam masyarakat. Bahasa tidak baku menjadi bentuk yang paling dominan karena dianggap lebih sesuai dengan karakteristik komunikasi di pasar yang bersifat santai, fleksibel, dan berorientasi pada efektivitas penyampaian pesan.

DAFTAR PUSTAKA

- Bromanggara, R. (2020). Variasi bahasa pedagang dalam interaksi penjual dan pembeli di Pasar Sitimang Kota Jambi: Kajian sosiolinguistik. *DIKBASRA: Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra*, 3(2), 10–20.
- Hartati, L., & Liana, L. (2025). *Ragam bahasa: Pemahaman dan penerapan dalam komunikasi sehari-hari*. Tahta Media Group.
- Ibrahim, A. S. (2014). *Sosiolinguistik*. Universitas Terbuka.
- Maulida, W., Rosidin, O., & Riansi, E. (2024). Analisis register dalam percakapan pedagang dan pembeli di Pasar Keranggut Kota Cilegon. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 10(24.2), 796–809.
- Nasarudin, N., dkk. (2024). *Pengantar sosiolinguistik*. CV Gita Lentera.
- Razak, N. K. (2025). Tindak tutur lokusi, ilokusi, dan perlokusi dalam interaksi pedagang dan pembeli di pasar tradisional Karuwisi Makassar. *Jurnal Onoma: Pendidikan, Bahasa, dan Sastra*, 11(1), 371–381.
- Sabila, A., dkk. (2023). Tindak tutur pada interaksi jual beli di pasar tradisional. *Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia*, 8(2), 45–56.
- Suarta, I. M. (2022). *Pengantar bahasa dan sastra Indonesia: Sejarah dan*

perkembangannya. Pustaka
Larasan.

Syarif, M. I., & Alam, A. S. (2023). Analisis tindak tutur antara penjual dan pembeli di Pasar Tradisional Tala-Tala Kecamatan Bissappu Kabupaten Bantaeng. *Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia*, 5(2), 112–121.

Tama, F. O., dkk. (2025). *Speech acts in negotiation: Language strategy in market trader and buyer interactions*. *Journal of Language and Communication Studies*, 7(1), 55–68.