

**Alih Kode dalam Tuturan Penjual dan Pembeli di Pasar Pusat Jalan Hos Cokroaminoto
Kelurahan Sukaramai Kota Pekanbaru**

Yosi Darmayanti¹, Erni²

Universitas Islam Riau, Indonesia^{1,2}

*Yosidarmayanti10@gmail.com*¹, *ernirusli65@gmail.com*²,

Info Artikel:

Diterima Juli 2020

Disetujui Desember 2020

Dipublikasikan Juni 2021

Alamat:

Jalan Kaharudin Nasution No.

113 Simpang Tiga, Pekanbaru

Riau 24248

e-mail: jlelc@journal.uir.ac.id

Sitasi Artikel:

Yosi Darmayanti, Erni (2021)

Alih Kode dalam Tuturan Penjual

dan Pembeli di Pasar Pusat Jalan

Hos Cokroaminoto Kelurahan

Sukaramai Kota Pekanbaru. *J-*

LEC:Journal of Language

Education, Linguistics, and

Culture, 1(2), 59-70.

Abstract

As social beings, humans need tools in the form of language in interacting and socializing. The diversity of regional languages scattered throughout Indonesia is a general description of the wealth of the Indonesian people, which has a personality and elegance in its different variations. Code switching events can also occur in the form of oral and written communication. In oral communication, code switching events are usually carried out consciously by the speaker, whereas in written communication, code switching events are usually carried out with the life experience of an author. Code switching is a transition event from one code to another. If a speaker initially uses code A (for example Indonesian) and then switches to using code B (for example Javanese). This study examines two problems, namely (1) what are the types of code switching in the speeches of sellers and buyers in the Central market of Jalan Hos Cokroaminoto, Sukaramai Village, Pekanbaru City? and (2) what are the factors that cause code switching in the speeches of sellers and buyers at the Central market of Jalan Hos Cokroaminoto, Sukaramai Village, Pekanbaru City ?. The theory used in this research is the code switching theory put forward by Abdul Chaer and Leoni Agustina (2010) and Kunjana Rahardi (2010). The research approach that the author uses is a qualitative approach. The method used in this research is the content analysis method. From the data that the authors obtained during the research conducted at the central market Jalan Hos Cokroaminoto Kelurahan Sukarama Pekanbaru city none of the external code switching data was found, all speeches between the seller and the buyer are only contained in the internal code transfer, namely from Indonesian into Minang, Minang into Indonesian, Indonesian into Javanese, Javanese into Indonesian, Indonesian into Malay, and Malay into Indonesian. (2) factors that cause code switching in the speech of sellers and buyers at the Central market Jalan Hos Cokroaminoto Village Sukaramai City Pekanbaru has 8 the details are as follows : (a) the seller's annoyance to the buyer, (b) the buyer's annoyance to the buyer to the seller, (c) the buyer has a hidden purpose, (d) the seller wants to match the code used by the buyer, (e) expression of surprise on the part of the buyer, (f) the presence of other potential buyers during the conversation, (g) the seller wants to pretend with the buyer (does not exist), and (h) the seller wants to joke with the buyer. These factors are dominated by the seller wants to match the code used by the buyer.

Keywords : over code, types and factor

Abstrak

Sebagai makhluk sosial manusia memerlukan alat berupa bahasa dalam berinteraksi dan bersosialisasi. Keberagaman bahasa daerah yang

tersebar di seluruh wilayah Indonesia merupakan gambaran umum kekayaan bangsa Indonesia yang berkepribadian serta elegan dalam variasinya yang berbeda-beda. Peristiwa alih kode juga dapat terjadi dalam bentuk komunikasi lisan dan tulisan. Dalam komunikasi lisan, peristiwa alih kode biasanya dilakukan dengan sadar oleh pembicara, sedangkan dalam komunikasi tulisan, peristiwa alih kode biasanya dilakukan dengan pengalaman hidup seorang pengarang. Alih kode adalah peristiwa peralihan dari kode yang satu ke kode yang lain. Apabila seorang penutur mula-mula menggunakan kode A (misalnya bahasa Indonesia) dan kemudian beralih menggunakan kode B (misalnya bahasa Jawa). Penelitian ini mengkaji tentang dua masalah yaitu (1) apasajakah jenis-jenis alih kode dalam tuturan tuturan penjual dan pembeli di pasar Pusat Jalan Hos Cokroaminoto Kelurahan Sukaramai Kota Pekanbaru? dan (2) apasajakah faktor penyebab terjadinya alih kode dalam tuturan tuturan penjual dan pembeli di pasar Pusat Jalan Hos Cokroaminoto Kelurahan Sukaramai Kota Pekanbaru?. Teori yang digunakan dalam penelitian ini yaitu teori alih kode yang di kemukakan oleh Abdul Chaer dan Leoni Agustina (2010) dan Kunjana Rahardi (2010), Pendekatan penelitian yang penulis gunakan yaitu pendekat kualitatif. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode konten analisis. Dari data yang penulis peroleh selama penelitian dilakukan di pasar Pusat Jalan Hos Cokroaminoto Kelurahan Sukaramai Kota Pekanbaru tidak satupun data alih kode ekstern yang ditemukan, semua tuturan antara penjual dan pembeli itu hanya terdapat tuturan alih kode intern yaitu dari bahasa Indonesia ke dalam bahasa minang, bahasa minang ke dalam bahasa Indonesia, bahasa Indonesia ke dalam bahasa jawa, bahasa jawa ke dalam bahasa Indonesia, bahasa Indonesia ke dalam bahasa melayu, dan bahasa melayu ke dalam bahasa Indonesia. dan (2) faktor yang menyebabkan terjadinya alih kode dalam tuturan penjual dan pembeli di pasar Pusat Jalan Hos Cokroaminoto Kelurahan Sukaramai Kota Pekanbaru terdapat 8 dengan rincian sebagai berikut : (a) perasaan jengkel penjual kepada pembeli, (b) perasaan jengkel pembeli kepada penjual, (c) pembeli memiliki maksud tertentu yang disembunyikan, (d) penjual ingin menyesuaikan dengan kode yang dipakai oleh pembeli, (e) ekspresi keterkejutan pada pihak pembeli, (f) kehadiran calon pembeli lain pada saat percakapan berlangsung, (g) pembeli ingin berpura-pura dengan pembeli, dan (h) penjual ingin bergurau dengan pembeli. Faktor tersebut di dominasi oleh penjual ingin menyesuaikan dengan kode yang di pakai oleh pembeli.

Kata Kunci : Alih Kode, Jenis-Jenis Alih Kode dan Faktor Penyebab Alih Kode

Pendahuluan

Masyarakat Indonesia adalah masyarakat yang terdiri dari berbagai suku dan berbagai bahasa. Oleh karena itu, dalam komunikasi sehari-hari masyarakat yang multilingual menggunakan bahasa Indonesia untuk berinteraksi antara satu dengan yang lainnya. Masyarakat Indonesia pada umumnya menguasai minimal dua bahasa yaitu bahasa ibu sebagai B1 dan bahasa Indonesia sebagai B2. Oleh karena itu, dengan adanya berbagai bahasa yang beragam akan terjadinya variasi-variasi bahasa yang digunakan oleh masyarakat. Keberagaman bahasa ini salah satu faktor pemersatu bangsa Indonesia dalam berkomunikasi. Pada umumnya, masyarakat Indonesia adalah masyarakat yang bilingualisme yaitu berkenaan dengan penggunaan dua bahasa atau lebih. Masyarakat yang bilingualisme dilatarbelakangi oleh bahasa yang berbeda, seperti bahasa Minang, Bahasa Jawa, Bahasa Melayu, dan bahasa lainnya.

Bahasa merupakan alat yang ampuh untuk berkomunikasi dengan orang lain. khususnya saat berinteraksi di pasar, seperti halnya di Pasar Pusat Jalan Hos Cokroaminoto Kelurahan Sukaramai Kota Pekanbaru banyak penjual dan pembeli yang sering menggunakan lebih dari satu bahasa saat berinteraksi. Jadi, di Pasar Pusat tersebut banyak terdapat bahasa yang beragam,

seperti Bahasa Indonesia, Bahasa Minang, Bahasa Melayu, Bahasa Melayu dan Bahasa daerah lainnya yang mereka kuasai. Mengingat fungsi bahasa sebagai media komunikasi, penjual dan pembeli dilatarbelakangi oleh bahasa yang berbeda dan suku yang berbeda pula. Dari bahasa yang berbeda dan suku yang berbeda antara penjual dan pembeli dapat beralih kode, bisa penjual yang beralih kode ataupun pembeli. Tetapi pada umumnya antara penjual dan pembeli berkomunikasi diawali dengan menggunakan bahasa Indonesia saat menyapa pembeli ataupun menyapa penjual. Peralihan kode tersebut terjadi dilihat dari situasi dan logat si penutur.

Peristiwa alih kode juga dapat terjadi dalam bentuk komunikasi lisan dan tulisan. Dalam komunikasi lisan, peristiwa alih kode biasanya dilakukan dengan sadar oleh pembicara, sedangkan dalam komunikasi tulisan, peristiwa alih kode biasanya dilakukan dengan pengalaman hidup seorang pengarang. Alih kode adalah peristiwa peralihan dari kode yang satu ke kode yang lain. Apabila seorang penutur mula-mula menggunakan kode A (misalnya bahasa Indonesia) dan kemudian beralih menggunakan kode B (misalnya bahasa Jawa). Alih kode biasanya dilakukan dengan sadar oleh pembicara. Suwito (Wijana dan Rohmadi, 2010:178-179). Alasan peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang alih kode dalam tuturan penjual dan pembeli di pasar Pusat Jalan Hos Cokroaminoto Kelurahan Sukaramai Kota Pekanbaru yaitu, karena penjual dan pembeli banyak berasal dari berbagai daerah dengan latar belakang bahasa berbeda serta status sosial yang berbeda pula yang dapat memicu terjadinya dua bahasa atau lebih. Alasan terpilihnya lokasi di pasar pusat karena peristiwa tawar-menawar dalam interaksi jual beli di kawasan ini masih sering terjadi, terlebih lagi kawasan tersebut menjadi sasaran bagi masyarakat untuk memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari.

Dari latar belakang yang penulis kemukakan di atas, lalu dapatlah dirumuskan persolan penelitian itu sebagai berikut Apasajakah jenis-jenis alih kode yang terdapat dalam Tuturan Penjual dan Pembeli di Pasar Pusat Jalan Hos Cokroaminoto Kelurahan Sukaramai Kota Pekanbaru dan Faktor apa sajakah yang menyebabkan terjadinya alih kode dalam Tuturan Penjual dan Pembeli di Pasar Pusat Jalan Hos Cokroaminoto Kelurahan Sukaramai Kota Pekanbaru. Tujuan dilakukannya penelitian ini yaitu untuk mengetahui mendeskripsikan, menganalisis, menginterpretasi, dan menyimpulkan jenis-jenis alih kode dan faktor penyebab alih kode yang terdapat dalam Tuturan Penjual dan Pembeli di Pasar Pusat Jalan Hos Cokroaminoto Kelurahan Sukaramai Kota Pekanbaru.

Penelitian ini dapat memberikan manfaat teoritis dan praktis. Manfaat teoritis adalah memberikan pengetahuan dan menambah wawasan kepada penulis khususnya kajian linguistik di bidang sosiolinguistik yang berkaitan dengan Alih Kode. Khususnya bagi para pemerhati bahasa dan mahasiswa Program Studi Pendidikan Bahasa Dan Sastra Indonesia. Secara praktis penelitian ini dapat dijadikan sebagai pedoman atau bahan perbandingan bagi guru, dosen, mahasiswa, pembaca, dan peneliti yang akan datang.

Metodologi

Jenis penelitian yang penulis gunakan yaitu penelitian lapangan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini analisis isi (*content analysis*). Penelitian ini termasuk pendekatan kualitatif. Data dalam penelitian ini adalah seluruh tuturan yang teridentifikasi sebagai jenis-jenis dan faktor antara Penjual dan Pembeli di Pasar Pusat Jalan Hos Cokroaminoto Kelurahan Sukaramai Kota Pekanbaru yang teridentifikasi sebagai tuturan alih kode. Sehubungan dengan penelitian yang penulis lakukan, maka yang menjadi sumber data dalam penelitian ini adalah seluruh tuturan Penjual dan Pembeli di Pasar Pusat Jalan Hos Cokroaminoto Kelurahan Sukaramai Kota Pekanbaru yang terekam pada saat pengambilan data dilakukan. Teknik pengumpulan yang digunakan yaitu teknik observasi, teknik simak, teknik rekam dan teknik catat. Teknik analisis data pada penelitian ini menggunakan teknik analisis data kualitatif yaitu *content analysis*. Penelitian ini hanya menganalisis tuturan penjual dan pembeli di pasar Pusat Jalana Hos Cokro Aminoto Kolurahan Sukaramai Kota Pekanbaru yang di dalamnya terdapat alih kode, jenis-jenis dan faktor alih kode.

Hasil dan Pembahasan

Berdasarkan deskripsi data yang telah penulis peroleh maka dapatlah dianalisis data tentang alih kode dalam tuturan penjual dan pembeli di pasar Pusat Jalan Hos Cokroaminoto Kelurahan Sukaramai Kota Pekanbaru. Hasil analisis data menunjukkan bahwa terdapat (1) Jenis-jenis alih kode dalam tuturan penjual dan pembeli di Pasar Pusat Jalan Hos Cokroaminoto Kelurahan Sukaramai Kota Pekanbaru, dan (2) faktor-faktor yang menyebabkan terjadinya alih kode dalam tuturan penjual dan pembeli di Pasar Pusat Jalan Hos Cokroaminoto Kelurahan Sukaramai Kota Pekanbaru. Berikut ini dapat diuraikan hasil analisis penelitian yang dilakukan di pasar Pusat Jalan Hos Cokroaminoto Kelurahan Sukaramai Kota Pekanbaru sebagai berikut.

A. Jenis-Jenis Alih Kode Dalam Tuturan Penjual Dan Pembeli Di Pasar Pusat Jalan Hos Cokroaminoto Kelurahan Sukaramai Kota Pekanbaru

Jenis alih kode menurut Suwito (Chaer dan Agustina, 2010:114) juga membedakan dua macam alih kode, yaitu alih kode intern (*internal code switching*) dan alih kode ekstern (*external code switching*). Alih kode intern (*internal code switching*) yakni alih kode yang berlangsung antara bahasa sendiri, seperti dari bahasa Indonesia ke bahasa Jawa, atau sebaliknya. Alih kode ekstern (*external code switching*) adalah alih kode yang terjadi antara bahasa sendiri (salah satu bahasa atau ragam yang ada dalam masyarakat tutur), seperti dari bahasa Indonesia ke bahasa Asing atau sebaliknya.

1. Jenis-Jenis Alih Kode Intern (*Internal Code Switching*) Dalam Tuturan Penjual Dan Pembeli Di Pasar Pusat Jalan Hos Cokroaminoto Kelurahan Sukaramai Kota Pekanbaru

Peristiwa alih kode intern (*internal code switching*) berupa alih kode ke dalam yang berlangsung antara bahasa sendiri dengan bahasa Jawa, Minang, Melayu dan lainnya yang terdapat dalam tuturan antara penjual dan pembeli di Pasar Pusat Jalan Hos Cokroaminoto Kelurahan Sukawsearamai Kota Pekanbaru.

a. Alih Kode dari Bahasa Indonesia ke dalam Bahasa Minang

- | | |
|-----------|---|
| Penjual | : Ini ada model yang baru ni (menawarkan barang yang lainnya) |
| Pembeli 1 | : Eee... gak suka yang warna emas do. Warna putih pokoknya |
| Penjual | : Kalau gak inilah (menawarkan barang yang lainnya) |
| Pembeli 1 | : <i>Ketek imut lai, ya Allah. Sayang den mamakai imut-imut mode iko, tangan haluih.</i> (sambil mencoba ke tangan) (Kecil imut lagi, ya Allah. Sayang aku untuk memakainya kalau imu-imut begini modelnya, tangan kecil) |
| Penjual | : <i>Raso-raso pas rasonyo</i> (Rasa-rasa pas rasanya) |
| Pembeli 2 | : <i>Raso-raso pas yo bang</i> (Rasa-rasa pas ya bang) |
| Penjual | : <i>Raso-raso, awak maraso-rasoan jo barunyo</i> (Rasa-rasa, saya merasa rasakan aja baru ini) |

Berdasarkan tuturan di atas, dapat dilihat adanya alih kode yang dilakukan oleh pembeli dan penjual. Semula, penjual dan pembeli bertutur dengan menggunakan bahasa Indonesia pada awal percakapan. Pada tuturan "*Ketek imut lai, ya Allah. Sayang den mamakai imut-imut mode iko, tangan haluih* (Kecil imut lagi, ya Allah. Sayang aku untuk memakainya kalau imu-imut begini modelnya, tangan kecil)" pembeli 1 beralih kode dari bahasa Indonesia ke dalam bahasa Minang, di karenakan pembeli ngomel sendiri dengan jam yang di berikan oleh penjual. Pada tuturan "*Raso-raso pas rasonyo* (Rasa-rasa pas rasanya)" penjual beralih kode dari bahasa Indonesia ke dalam bahasa Minang, dikarenakan penjual ingin menyesuaikan bahasa yang digunakan oleh si pembeli 1. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa alih kode yang dilakukan pembicara pada tuturan tersebut adalah alih kode intern (*Internal Code Switching*) berupa pergantian bahasa yang menggunakan bahasa Nasional, yaitu dari bahasa Indonesia ke dalam bahasa Minang.

b. Alih Kode dari Bahasa Minang ke dalam Bahasa Indonesia

Pembeli 3	: <i>Ko bara ciek?</i> (Ini berapa satu?)
Penjual	: <i>Duo baleh bu...</i> (Dua belas bu)
Pembeli 3	: <i>Ndak duo, limo baleh do?</i> (Tidak dua lima belas)
Penjual	: <i>Itu yang ancaknyo bu</i> (Itu yang bagusnya bu)
Penjual	: Model petak gak mau? Ini ha (menawarkan barang yang lainnya)
Pembeli 2	: Cantik ini lagi dang

Berdasarkan tuturan di atas, dapat dilihat adanya alih kode yang dilakukan oleh penjual. Semula, penjual bertutur dengan pembeli 3 menggunakan bahasa Minang. Pada tuturan “Model petak gak mau? Ini ha (menawarkan barang yang lainnya)” penjual beralih kode dari bahasa Minang ke dalam bahasa Indonesia, dikarenakan penjual ingin melanjutkan percakapannya dengan pembeli 2. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa alih kode yang dilakukan pembicara pada tuturan tersebut adalah alih kode intern (*Internal Code Switching*) berupa pergantian bahasa yang menggunakan bahasa Nasional, yaitu dari bahasa Minang ke dalam bahasa Indonesia.

c. Alih Kode dari Bahasa Indonesia Ke dalam Bahasa Melayu

Pembeli	: Semangka apa ini ?
Penjual	: Semangka madu kak
Pembeli	: Manis ini ?
Penjual	: Namanya aja Semangka madu, ya pasti manislah kak
Pembeli	: <i>Bapo harogo iko sakilo ?</i> (berapa satu kilo ini)
Penjual	: <i>Limo ribu kak</i> (Lima ribu kak)
Pembeli	: <i>Iyolah, pilien yang mani. Tapi borek duo kilo yo</i> (yaudah, pilihlah yang manis. Tapi berat dua kilo ya)

Berdasarkan tuturan di atas, dapat dilihat adanya alih kode yang dilakukan oleh penjual dan pembeli. Semula, penjual dan pembeli menggunakan bahasa Indonesia saat mengawali percakapan. Pada tuturan “*Bapo harogo iko sakilo ?* (berapa satu kilo ini)” pembeli beralih kode dari bahasa Indonesia ke dalam bahasa Melayu, dikarenakan sebelumnya terdengar percakapan antara penjual dengan rekannya menggunakan bahasa Melayu. Pada tuturan “*Limo ribu kak* (Lima ribu kak)” penjual beralih kode dari bahasa Indonesia ke dalam bahasa Melayu, dikarenakan penjual ingin menyesuaikan bahasa yang digunakan oleh si pembeli. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa alih kode yang dilakukan pembicara pada tuturan tersebut adalah alih kode intern (*Internal Code Switching*) berupa pergantian bahasa yang menggunakan bahasa Nasional, yaitu dari bahasa Indonesia ke dalam bahasa Melayu.

d. Alih Kode dari Bahasa Melayu Ke dalam Bahasa Indonesia

Pembeli	: <i>Bapo harogo iko sakilo ?</i> (berapa satu kilo ini)
Penjual	: <i>Limo ribu kak</i> (Lima ribu kak)
Pembeli	: <i>Iyolah, pilien yang mani. Tapi borek duo kilo yo</i> (yaudah, pilihlah yang manis. Tapi berat dua kilo ya)
Penjual	: Lebih sedikit yang ada kak, dua kilo pas gak ada (sambil menimbang)
Pembeli	: Yaudah gak papa

Berdasarkan tuturan di atas, dapat dilihat adanya alih kode yang dilakukan oleh penjual dan pembeli. Semula, penjual dan pembeli menggunakan bahasa Melayu. Pada tuturan “Lebih sedikit yang ada kak, dua kilo pas gak ada (sambil menimbang)” penjual beralih kode dari bahasa Melayu ke dalam bahasa Indonesia, dikarenakan penjual ingin menginformasikan kepada pembeli bahwa berat semangka tidak ada yang dua kilo pas. Pada tuturan “Yaudah gak papa” pembeli beralih kode dari bahasa Melayu ke dalam bahasa Indonesia, dikarenakan pembeli ingin menyesuaikan bahasa yang digunakan oleh si penjual. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa

alih kode yang dilakukan pembicara pada tuturan tersebut adalah alih kode intern (*Internal Code Switching*) berupa pergantian bahasa yang menggunakan bahasa Nasional, yaitu dari bahasa Melayu ke dalam bahasa Indonesia.

e. Alih Kode dari Bahasa Indonesia ke Bahasa Jawa

- Pembeli : Ada jam model baru pak ?
 Penjual : Ada, ini (melihatkan jam yang terbaru)
 Pembeli : Yang lainnya pak
 Penjual : Ini (melihatkan jam yang lainnya)
 Pembeli : *Piro iki?* (berapa ini?) (menggambil salah satu dari sekian banyak jam)
 Penjual : Itu seratu dua puluh

Berdasarkan tuturan di atas, dapat dilihat adanya alih kode yang dilakukan oleh pembeli. Pada tuturan "*Piro iki?* (berapa ini?) (menggambil salah satu dari sekian banyak jam)" pembeli beralih kode dari bahasa Indonesia ke dalam bahasa Jawa. Karena sebelumnya terdengar percakapan antara penjual dengan rekannya menggunakan bahasa Jawa. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa alih kode yang dilakukan pembicara pada tuturan tersebut adalah alih kode intern (*Internal Code Switching*) berupa pergantian bahasa yang menggunakan bahasa Nasional, yaitu dari bahasa Indonesia ke dalam bahasa Jawa.

f. Alih Kode dari Bahasa Jawa Ke dalam bahasa Indonesia

- Pembeli : *Larang juga yo pak* (mahal juga ya pak)
 Penjual : Apa artinya itu dek, saya gak terlalu tau bahasa Jawa
 Pembeli : Mahal juga ya pak, itu artinya pak
 Penjual : Oh, gitu toh. Itu sudah harga pasarannya aja dek

Berdasarkan tuturan di atas, dapat dilihat adanya alih kode yang dilakukan oleh pembeli. Pada tuturan "*Mahal juga ya pak, itu artinya pak* " pembeli beralih kode dari bahasa Jawa ke bahasa Indonesia dikarenakan si penjual kurang menguasai bahasa Jawa. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa alih kode yang dilakukan pembicara pada tuturan tersebut adalah alih kode intern (*Internal Code Switching*) berupa pergantian bahasa yang menggunakan bahasa Nasional, yaitu dari bahasa Jawa ke dalam bahasa Indonesia .

2. Jenis-Jenis Alih Kode Ekstern (*External Code Switching*) Dalam Tuturan Penjual Dan Pembeli Di Pasar Pusat Jalan Hos Cokroaminoto Kelurahan Sukaramai Kota Pekanbaru

Alih kode ekstern (*external code switching*) adalah alih kode yang terjadi antara bahasa sendiri (salah satu bahasa atau ragam yang ada dalam masyarakat tutur), seperti dari bahasa Indonesia ke bahasa Asing atau sebaliknya yang terdapat dalam tuturan antara penjual dan pembeli di Pasar Pusat Jalan Hos Cokroaminoto Kelurahan Sukaramai Kota Pekanbaru. Oleh karena itu, tuturan antara penjual dan pembeli yang ada di pasar pusat Jalan Hos Cokroaminoto Kelurahan Sukaramai Kota Pekanbaru pada umumnya adalah masyarakat yang ada di wilayah Indonesia. Selama penulis meneliti tidak satupun bahasa asing yang penulis temukan. Dikarenakan pasar pusat Jalan Hos Cokroaminoto Kelurahan Sukaramai Kota Pekanbaru melakukan komunikasi yang terjadi adanya persetujuan antara penjual dan pembeli dalam melakukan transaksi jual beli, maka bahasa yang digunakan adalah bahasa yang dipahami oleh kedua belah pihak. Jika bahasa yang digunakan adalah bahasa yang tidak dipahami, maka tidak akan terjadinya transaksi jual beli tersebut.

B. Faktor-Faktor Yang Menyebabkan Terjadinya Alih Kode Dalam Tuturan Penjual Dan Pembeli Di Pasar Pusat Jalan Hos Cokroaminoto Kelurahan Sukaramai Kota Pekanbaru

Faktor penyebab terjadinya alih kode menurut Kunjana Rahardi (2010:114-124) antara lain : (a) perasaan jengkel penjual kepada pembeli, (b) perasaan jengkel pembeli kepada penjual, (c) pembeli memiliki maksud tertentu yang disembunyikan, (d) penjual ingin menyesuaikan dengan kode yang di pakai oleh pembeli, (e) ekspresi keterkejutan pada pihak pembeli, (f) kehadiran calon pembeli lain pada saat perakapan berlangsung, (g) penjual ingin berpura-pura dengan pembeli, dan (h) penjual ingin bergurau dengan pembeli. Berdasarkan penjelasan teori tersebut, faktor penyebab alih kode dalam tuturan penjual dan Pembeli di Pasar Pusat Jalan Hos Cokroaminoto Kelurahan Sukaramai Kota Pekanbaru sebagai berikut:

1. Perasaan Jengkel Penjual Kepada Pembeli

Sering dalam proses tawar-menawar barang dagang (sandang) penjual mendapatkan kesan bahwa pembeli tidak benar-benar ingin menawar barang dagangannya. Hal itu terjadi dari seringnya pembeli menanyakan harga, corak, warna, dan ukuran, dari barang yang berbeda-beda pula. Pertanyaan seperti itu kalau dilakukan secara berulang-ulang tentu dapat menumbuhkan rasa jengkel pada diri penjual. Berikut adalah contoh dari alih kode yang disebabkan oleh faktor kejengkelan penjual.

Penjual	: Dah, di tengah-tengah aja ambilnya ya. Abang kan lima puluh tadikan, adek empat puluh. Jadi empat lima aja dilnya
Pembeli 2	: Oh tidak bisa, lima ribu itu upah jalan
Penjual	: <i>Sadakek ko nyo ha...</i> (Sedekat ini)
Pembeli 1	: <i>Jauah mah bang. Ka Ramayana, ka balakang BNK BRI lai</i> (Jauh itu bang. Ke Ramayana, ke belakang BNK BRI lagi)

Berdasarkan tuturan di atas, dapat dilihat adanya alih kode yang dilakukan oleh penjual. Pada tuturan "*Sadakek ko nyo ha...* (Sedekat ini)" penjual beralih kode dari bahasa Indonesia ke dalam bahasa Minang, dikarenakan penjual merasa jengkel dengan pembeli 2. Hal ini disebabkan oleh pembeli 2 yang tidak mau menambah harga tawarannya. Dengan demikian, alih kode tersebut terjadi karena perasaan jengkel penjual kepada pembeli.

2. Perasaan Jengkel Pembeli Kepada Penjual

Penjual yang terlalu tinggi menawarkan barang dagangannya atau mungkin juga terlalu tidak ramah dalam melayani pembeli, sering kali menimbulkan rasa jengkel pula pada pembeli. Pada saat pembeli merasa jengkel dengan penjual, terjadilah peristiwa alih kode dalam bertutur yang dilakukan oleh penjual. Berikut adalah contoh dari alih kode yang disebabkan oleh faktor perasaan jengkel pembeli kepada penjual.

Penjual	: Luna Maya itu pakainya tu
Pembeli 2	: Mana Luna Maya ini
Penjual	: <i>Ado Luna Maya pakai iko</i> (Ada, Luna Maya menggunakan ini)
Pembeli 2	: <i>Mano ado Luna Maya pakai iko do. Luna Maya jam maha</i> (Mana ada Luna Maya menggunakan ini. Luna Maya jam mahal)
Penjual	: <i>Ado. Iko Luna Maya yang kirim ka siko mah</i> (Ada. Ini Luna Maya yang kirim ke sini)

Berdasarkan tuturan di atas, dapat dilihat adanya alih kode yang dilakukan oleh pembeli 2. Pada tutur "*Mano ado Luna Maya pakai iko do. Luna Maya jam maha* (Mana ada Luna Maya menggunakan ini. Luna Maya jam mahal)" pembeli 2 beralih kode dari bahasa Indonesia ke dalam bahasa Minang, dikarenakan pembeli 2 merasa jengkel dengan penjual. Hal ini disebabkan oleh penjual menyamakan barang tersebut dengan barang yang digunakan oleh selebrtis. Hal ini

disebabkan oleh penjual tidak mau mengurangi harga dagangannya kepada pembeli, Dengan demikian, alih kode tersebut terjadi karena perasaan jengkel pembeli kepada penjual.

3. Pembeli Memiliki Maksud Tertentu Yang Disembunyikan

Ketika pembeli bersama dengan rekannya melakukan tawar-menawar biasanya, antara pembeli akan menggunakan kode yang tidak diketahui oleh penjual. Pada saat pembeli 1 menginformasikan barang atau harga barang tertentu kepada pembeli 2, akan cenderung digunakan kode yang tidak di mengerti oleh penjual, misalnya akan digunakan bahasa asing, bahasa Indonesia, dan sebagainya. Berikut adalah contoh dari alih kode yang disebabkan oleh faktor pembeli memiliki maksud tertentu yang disembunyikan.

- Pembeli 1 : Buk, harga bisa di kurang ?
 Penjual : Bisa emangnya mau yang mana ?
 Pembeli 2 : Yang satu fungsi aja buk
 Penjual : Dua puluh lima aja
 Pembeli 1 : *Duo limo di atak an ibuk tu, ambiak atau ndak ?* (Dua puluh lima di kasih ibuk itu, ambil atau tidak?)
 Pembeli 2 : *Cubo mintak duo puluh, soalnyo merek dan bantuak samo* (coba mintak dua puluh, Soalnya merek dan bentuk sama)
 Pembeli 1 : *Dimano-mano kan emang duo limo hagonyo* (dimana-mana kan memang dua puluh lima harganya)
 Pembeli 2 : *Mano ado, den jo bali duo puluh mah* (mana ada, aku aja beliknya dua puluh)

Berdasarkan tuturan di atas, dapat dilihat adanya alih kode yang dilakukan oleh pembeli 1 dan pembeli 2. Pada tuturan "*Duo limo di atak an ibuk tu, ambiak atau ndak ?* (Dua puluh lima di kasih ibuk itu, ambil atau tidak?)" pembeli 1 beralih kode dari bahasa Indonesia ke dalam bahasa Minang, dikarenakan pembeli 1 ingin menginformasikan kepada pembeli 2 atas harga yang di tawarkan oleh penjual. Pada tuturan "*Cubo mintak duo puluh, soalnyo merek dan bantuak samo* (coba mintak dua puluh, Soalnya merek dan bentuk sama)" pembeli 2 beralih kode dari bahasa Indonesia ke dalam bahasa Minang, dikarenakan pembeli 2 ingin menyesuaikan bahasa yang digunakan oleh si pembeli 1. Hal ini disebabkan oleh adanya maksud tertentu dari pembeli agar harga Eyeliner dapat di kurangi dari harga yang telah di tetapkan oleh si penjual. Peralihan kode tersebut dilakukannya agar si penjual tidak tau maksud dari si pembeli. Dengan demikian, alih kode tersebut terjadi karena ada maksud yang di sembunyikan oleh si pembeli yang dan maksud tersebut tidak di ketahui oleh si penjual.

4. Penjual Ingin Menyesuaikan Dengan Kode Yang Di Pakai Oleh Pembeli

Sering kali didapatkan bahwa kode yang dipakai oleh penjual tidak sama dengan kode yang dipakai oleh pembeli. Ketidaksamaan kode yang dikuasai oleh kedua belah pihak itu sering kali menghambat jalannya proses tawar-menawar barang sandang. Karena dorongan barang dagangannya ingin segera laku atau terbeli oleh di calon pembeli, penjual sering berupaya untuk memakai kode yang saat itu digunakan oleh pembeli. Berikut adalah contoh dari alih kode yang disebabkan oleh faktor penjual ingin menyesuaikan dengan kode yang di pakai oleh pembeli.

- Pembeli 1 : Eee... gak suka yang warna emas do. Warna putih pokoknya
 Penjual : Kalau gak inilah (menawarkan barang yang lainnya)
 Pembeli 1 : *Ketek imut lai, ya Allah. Sayang den mamakai imut-imut mode iko, tangan haluih.* (sambil mencoba ke tangan) (Kecil imut lagi, ya Allah. Sayang aku untuk memakainya kalau imu-imut begini modelnya, tangan kecil)
 Penjual : *Raso-raso pas rasonyo* (Rasa-rasa pas rasanya)
 Pembeli 2 : *Raso-raso pas yo bang* (Rasa-rasa pas ya bang)

Penjual : *Raso-raso! Awak maraso-rasoan jo barunyo* (Rasa-rasa, saya merasa rasakan aja baru ini)

Berdasarkan tuturan di atas, dapat dilihat adanya alih kode yang dilakukan oleh penjual. Pada tuturan "*Raso-raso pas rasonyo* (Rasa-rasa pas rasanya)" penjual beralih kode dari bahasa Indonesia ke dalam bahasa Minang, dikarenakan penjual ingin menyesuaikan bahasa yang digunakan oleh si pembeli 2. Peralihan kode tersebut dilakukannya, karena penjual ingin menyesuaikan dengan kode yang digunakan oleh pembeli.

5. Ekspresi Keterkejutan Pada Pihak Pembeli

Sering kali pembeli merasa bahwa barang yang akan dibelinya tidak akan semahal yang ditawarkan oleh penjual. Anggapan yang demikian sering kali meleset dari kenyataan, karena pada saat barang ditawarkan ternyata harganya jauh sekali dari jangkauan. Keterkejutan yang demikian sering menimbulkan peristiwa alih kode dalam bertutur. Biasanya, ekspresi keterkejutan itu di ungkapkan dengan bahasa yang sangat dekat dengan penutur. Berikut adalah contoh dari alih kode yang disebabkan oleh faktor ekspresi keterkejutan pada pihak pembeli.

Pembeli 1 : Berapa ini ?
Penjual : Enam puluh lah kasih
Pembeli 1 : *Bara bang?* (Berapa bang?)
Penjual : *Anam puluah, itu lah naiak. Saratuih duo puluah biaso jua ko* (Enam puluh, itu udah naik. Seratus dua puluh biasa menjulnya ini)

Berdasarkan tuturan di atas, dapat dilihat adanya alih kode yang dilakukan oleh penjual. Pada tuturan "*Bara bang?* (Berapa bang?)" pembeli beralih kode dari bahasa Indonesia ke dalam bahasa Minang, dikarenakan munculnya ungkapan keterkejutan dari pihak pembeli 1. Peralihan kode tersebut dilakukannya, karena keterkejutan pembeli 1 akan harga yang di tawarkan penjual tidak akan setinggi itu. Sebab anggapan itu tidak sesuai dengan pemikiran si pembeli 1. Maka dari itu, munculah ekspresi keterkejutan dari pembeli.

6. Kehadiran Calon Pembeli Lain Pada Saat Perakapan Berlangsung

Pada saat terjadi percakapan tawar-menawar antara penjual dan pembeli, sering kali datang pula satu, dua atau bahkan beberapa calon pembeli yang lain. Kedatangan calon pembeli sudah tentu harus ditanggapi oleh penjual dengan menggunakan kode biasanya digunakan untuk mengawali percakapan atawar-menawar sandang. Berikut adalah contoh dari alih kode yang disebabkan oleh faktor kehadiran calon pembeli lain pada saat percakapa berlangsung.

Penjual : Dia suka yang besar-besar ?
Pembeli 2 : Gak terlalu besar
Pembeli 3 : *Ko bara ciek?* (Ini berapa satu?)
Penjual : *Duo babeh bu...* (Dua belas bu)
Pembeli 3 : *Ndak duo, llimo baleh do?* (Tidak dua lima belas)
Penjual : *Itu yang ancaknyo bu* (Itu yang bagusnya bu)

Berdasarkan tuturan di atas, dapat dilihat adanya alih kode yang dilakukan oleh penjual. Pada tuturan "*Duo babeh bu...* (Dua belas bu)" penjual beralih kode dari bahasa Indonesia ke dalam bahasa Minang, dikarenakan munculnya kehadiran calon pembeli lain pada saat percakapan. Pada tuturan tersebut. Peralihan tersebut dilakukan karena terdapatnya orang baru yang hadir dengan menggunakan bahasa Minang pada saat percakapan berlangsung.

7. Penjual Ingin Berpura-Pura Dengan Pembeli

Dalam saat-saat tertentu, pada wacana jual beli sandang, sering kali dijumpai sikap pura-pura yang dilakukan oleh penjual. Kepura-puraan itu dilakukan dengan beralih kode. Biasanya, alih kode yang demikian itu memiliki arah dari kode yang berstatus lebih tinggi ke yang lebih rendah, misalnya dari bahasa Jawa dalam tingkat *karma* atau *madya* kedalam bahasa Jawa dalam tingkat *ngoko*. Berikut adalah contoh dari alih kode yang disebabkan oleh faktor penjual ingin berpura-pura dengan pembeli.

8. Penjual Ingin Bergurau Dengan Pembeli

Kadang-kadang dalam wacana jual beli sandang, terdapat alih kode yang disebabkan oleh keinginan bergurau dari penjual. Keinginan untuk bergurau dengan pembeli dimungkinkan jika antara penjual dan pembeli sudah tidak terdapat lagi jarak. Sering kali ditemukan, bahwa penjual bersikap cepat akrab dengan penjual. Keakraban yang demikian sering pula menumbuhkan keberanian, baik penjual atau pembeli, untuk sedikit bergurau dalam tawar-menawarsandang. Berikut adalah contoh dari alih kode yang disebabkan oleh faktor penjual ingin bergurau dengan pembeli.

- Pembeli 2 : Apa mereknya ni bang, Luna Maya ?
 Penjual : *Apolah mereknyo tadi tu, lupo bang namonyo* (Apalah mereknya tadi itu, lupa bang namanya)
 Pembeli 2 : *Luna Maya mereknyo* (Luna Maya mereknya)
 Penjual : Ha... si Luna. Tepat sekali (sambil melihat jam yang di pegang)
 Pembeli 2 : *Bang bara nan yang iyo-iyonyo bang? Sagitu indak do* (Bang berapa yang iya-iyanya bang? Segitu tidak lah)

Berdasarkan tuturan di atas, dapat dilihat adanya alih kode yang dilakukan oleh penjual. Pada tuturan “Ha... si Luna. Tepat sekali (sambil melihat jam yang di pegang)” penjual beralih kode dari bahasa Minang ke dalam bahasa Indonesia, dikarenakan keinginan penjual bergurau dengan pembeli. Peralihan kode tersebut dilakukannya, karena keinginan bergurau dengan pembeli dimungkinkan terjadi jika antara penjual dan pembeli tidak terdapat jarak. Hal ini tampak bahwa alih kode tersebut terjadi karena penjual ingin bergurau dengan pembeli.

Simpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan penelitian mengenai alih kode dalam tuturan penjual dan pembeli di pasar Pusat Jalan Hos Cokroaminoto Kelurahan Sukaramai Kota Pekanbaru, dapat di simpulkan bahwa terdapatnya jenis-jenis alih kode dan faktor penyebab terjadinya alih kode dapat diuraikan sebagai berikut. Dari data yang penulis peroleh selama penelitian dilakukan di pasar Pusat Jalan Hos Cokroaminoto Kelurahan Sukaramai Kota Pekanbaru tidak satupun data alih kode ekstern yang ditemukan semua tuturan antara penjual dan pembeli itu hanya terdapat tuturan alih kode intern yaitu dari bahasa Indonesia ke dalam bahasa minang, bahasa minang ke dalam bahasa Indonesia, bahasa Indonesia ke dalam bahasa jawa, bahasa jawa ke dalam bahasa Indonesia, bahasa Indonesia ke dalam bahasa melayu, dan bahasa melayu ke dalam bahasa Indonesia. Dikarenakan kecendrungan penjual dan pembeli yang berada di Pasar Pusat tersebut menggunakan bahasa Indonesia dan bahasa Minang sebagai pilihan bahasa. Karena, di pasar pusat tersebut lebih dominan ke pada bahasa Minang dan Indonesia. Tidak aneh jika tidak di temukannya alih kode Ekstern. Sedangkan Faktor penyebab terjadinya alih kode ada 8 faktor, diantaranya (a) perasaan jengkel penjual kepada pembeli, (b) perasaan jengkel pembeli kepada penjual, (c) pembeli memiliki maksud tertentu yang disembunyikan, (d) penjual ingin menyesuaikan dengan kode yang di pakai oleh pembeli, (e) ekspresi keterkejutan pada pihak pembeli, (f) kehadiran calon pembeli lain pada saat perakapan berlangsung, (g) penjual ingin

berpura-pura dengan pembeli tidak ada, dan (h) penjual ingin bergurau dengan pembeli. Faktor tersebut di dominasi oleh penjual ingin menyesuaikan dengan kode yang di pakai oleh pembeli.

Daftar Pustaka

- Alber, A. dan Sri Rahayu. 2017. Kohesi Teks Syair dalam Tanjuk Ajar Melayu Karya Tenas Effendy. *journal geram*. vol.5 No.1 (2017)
<https://jaournal.uir.ac.id/index.php/geram/article/view/421>
- Aslinda dan Leni Syafyaha. 2010. *Pengantar Sociolinguistik*. Bandung: PT. Refika Aditama.
- Asnawi, A. dan Muhammad Mukhlis. 2019. Perilaku Sintaksis Verba Bahasa Banjar Hulu: Tinjauan Fungsi Gramatikal. *Journal Geram*. Vol.7 No 2 (2019)
<https://journal.uir.ac.id/index.php/geram/article/view/3777>
- Chaer, Abdul dan Leonie Agustina. 2010. *Sociolinguistik Perkenalan Awal*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Chaer, Abdul. 2012. *Linguistik Umum*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Depdiknas. 2008. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Ermawati. 2019. Struktur Frasa pada Bungkus Makanan Berbahasa Indonesia. *Journal Geram*. Vol. 7 No. 1 (2019)
<https://journal.uir.ac.id/index.php/geram/article/view/2683>
- Erni, Herwandi, dan Indah Sari. 2019. praanggapan dalam tuturan dialog bahasa persidangan dipengadilan negeri kelas A1 pekanbaru. *jurnal geram*.
<http://journal.uir.ac.id/index.php/geram/article/view/3911/2133>
- Fathoni, Abdurahman. 2011. *Metodologi Penelitian dan Teknik Penyusunan Skripsi*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Ibrahim, Abdul. Syukur. dan Suparno. 2003. *Sociolinguistik*. Jakarta: Universitas Terbuka.
- Henaulu, Maryam dkk. 2020. "Alih Kode dan Campur Kode Penjualan dan Pembeli di Pasar Tradisional Namlea." *Jurnal Loa*. Vol 15, No 1, Juni 2020.
<http://ojs.badanbahasa.kemdikbud.go.id/jurnal/index.php/loa/article/download/2170/1215>
- Indriyani, Yekti. 2019. "Alih Kode dan Campur Kode Antara Penjual dan Pembeli di Pasar Prembun Kabupaten Kebumen (Sebuah Kajian Sociolinguistik)." *Jurnal Pendidikan Bahasa, Sastra dan Budaya*. Vol 6, No 12, September 2019.
<http://ejournal.umpwr.ac.id/index.php/bahtera/article/download/6032/5356>
- Iskandar. 2008. *Metodologi Penelitian Pendidikan dan Sosial (Kuantitatif dan Kualitatif)*. Jakarta: Gaung Persada Press (GP Press).
- Kemdikbud. 2017. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa.
- Kridaklasana, Harimurti. 2008. *Kamus Linguistik Edisi Keempat*. Jakarta: PT Gramedia.
- Mahsun. 2005. *Metode Penelitian Bahasa*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- Marni, Wa Ode. 2016. "Campur Kode dan Alih Kode dalam Peristiwa Jual Beli di Pasar Labuan Tobelo Kecamatan Wakorumba Utara Kabupaten Buton Utara." *Jurnal Bastra (Bahasa dan Sastra)*. Vol 2, No 1, Juli 2016.
<http://ojs.uho.ac.id/index.php/BASTRA/article/viewfile/1529/1082>
- Mutikawati, Diyah Atiek. 2015. "Alih Kode dan Campur Kode Antara Penjual dan Pembeli (Analisis Pembelajaran Melalui Studi Sociolinguistik)." *Jurnal Dimensi Pendidikan Dan Pembelajaran*, Vol 3, No 2, Juli 2015.
<http://journal.umpo.ac.id/index.php/dimensi/article/download/154/141>
- Pateda, Mansoer. 1987. *Sociolinguistik*. Bandung: Angkasa.
- Rahardi, Kunjana. 2010. *Kajian Sociolinguistik*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Rahayu, Sri dan alber. 2019. Tradisi Timang Turun Mandi pada Masyarakat Kampar: Tinjauan Nilai Baudaya dan Nilai Pendidikan Karakter. *journal geram*. Vol.7 No.2 (2019)
<https://journal.uir.ac.id/index.php/geram/article/view/3770>
- Setyosari, Punaji. 2013. *Metode Penelitian Pendidikan dan Pengembangan*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group.

- Srihartatik, Atik dan Sri Mulyani. 2017. "Alih Kode dan Campur Kode Masyarakat Tutur di Pasar Tradisional Pleret Cirebon." *Jurnal Literasi*. Vol 1, No 2, Oktober 2017.
<http://jurnal.unigal.ac.id/index.php/literasi/article/download/784/689>
- Subagyo, Joko. 2006. *Metode Penelitian Dalam Teori Dan Praktek*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Sukenti. 2018. Pengembangan Berpikir Kreatif Melalui Penguatan Kepercayaan Diri Mahasiswa. *Journal Geram*. Vol. 6 No.1 (2018)
<https://journal.uir.ac.id/index.php/geram/article/view/1224>
- Sumarsono. 2012. *Sosiolinguistik*. Yogyakarta: Sabda (Lembaga Studi Agama, Budaya dan Perdamaian).
- Wijana, I Dewa Putu dan Rohmadi, Muhammad. 2010. *Sosiolinguistik Kajian Teori dan Analisis*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.