

Campur Kode dalam Peristiwa Jual Beli di Pasar Wakumoro*Code Mixing in Buying and Selling Interactions at Wakumoro Market***Nirma Olo¹, Sulfiah², La Ode Syukur³**^{1,2,3} Universitas Halu Oleo*Correspondence e-mail: nirmaolon@gmail.com**Article History**

Submitted: 11 Maret 2026

Accepted: 19 April 2026

Published: 1 Mei 2026

Keywords

code mixing; sociolinguistics; market interaction; local language; buying and selling

Kata Kunci

campur kode; sosiolinguistik; interaksi pasar; bahasa daerah; jual beli

Page

1050-1058

Abstract

This study aims to describe the forms of code mixing and the factors that influence code mixing in buying and selling interactions at Wakumoro Market, Parigi District, Muna Regency. The study employed a descriptive qualitative method. The data consisted of oral utterances produced by sellers and buyers during market transactions. Data were collected through observation, recording, interviews, and note taking, and were analyzed by transcribing the conversations, identifying code-mixing elements, classifying their linguistic forms, interpreting the speech context, and drawing conclusions. The findings show that code mixing appears in the forms of word insertion, phrase insertion, clause insertion, and reduplication. The code mixing involves Indonesian, Muna, Bugis, and Javanese. The factors that influence code mixing are role identification, variety identification, and the speakers' intention to explain, interpret, negotiate meaning, and build social intimacy. These findings indicate that code mixing in market transactions is not merely a linguistic irregularity, but also a communicative strategy for clarifying price, strengthening solidarity, and facilitating bargaining.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan mendeskripsikan bentuk campur kode dan faktor yang memengaruhi terjadinya campur kode dalam peristiwa jual beli di Pasar Wakumoro, Kecamatan Parigi, Kabupaten Muna. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Data penelitian berupa tuturan lisan penjual dan pembeli yang muncul dalam transaksi jual beli di pasar. Data dikumpulkan melalui teknik simak, rekam, wawancara, dan catat, kemudian dianalisis melalui tahap transkripsi, identifikasi unsur campur kode, klasifikasi bentuk kebahasaan, penafsiran konteks tutur, dan penarikan simpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa campur kode muncul dalam bentuk penyisipan kata, penyisipan frasa, penyisipan klausa, dan perulangan kata. Campur kode yang ditemukan melibatkan bahasa Indonesia, bahasa Muna, bahasa Bugis, dan bahasa Jawa. Faktor yang memengaruhi terjadinya campur kode meliputi identifikasi peranan, identifikasi ragam, serta keinginan penutur untuk menjelaskan, menafsirkan, menegosiasikan makna, dan membangun keakraban sosial dengan lawan tutur. Temuan ini memperlihatkan bahwa campur kode dalam transaksi pasar tidak hanya merupakan gejala kebahasaan, tetapi juga strategi komunikasi yang berfungsi memperjelas harga, memperkuat solidaritas, dan memperlancar proses tawar-menawar.

© 2026 The Author(s). BASTRA: Bahasa dan Sastra by Halu Oleo University



BASTRA: Bahasa dan Sastra
is an open access article under terms of Creative Commons Attribution-Share Alike
4.0 International License (CC BY-SA4.0)



PENDAHULUAN

Bahasa dalam kehidupan masyarakat tidak hanya berfungsi sebagai alat penyampai pesan, tetapi juga sebagai sarana membangun relasi sosial, menegosiasikan identitas, dan menandai kedekatan antarpeserta tutur. Dalam masyarakat multilingual, pilihan bahasa selalu terkait dengan siapa penutur, siapa lawan tutur, topik apa yang dibicarakan, kapan tuturan berlangsung, dan dalam situasi sosial apa tuturan itu digunakan. Pemikiran Fishman (1965) tentang hubungan antara penutur, lawan tutur, bahasa, dan ranah komunikasi menjadi dasar penting untuk memahami bahwa penggunaan bahasa di ruang publik tidak pernah netral. Nilep (2006) juga menegaskan bahwa pemilihan atau pergantian unsur bahasa dalam interaksi sosial dapat berfungsi untuk mengontekstualisasikan tuturan, sehingga pilihan kode tertentu dapat memperjelas maksud, sikap, dan hubungan sosial penutur.

Fenomena tersebut tampak nyata dalam interaksi jual beli di pasar tradisional. Pasar bukan hanya tempat pertukaran barang dan uang, melainkan juga ruang pertemuan berbagai penutur dengan latar sosial, etnis, dan bahasa yang berbeda. Dalam konteks Indonesia, keberadaan bahasa Indonesia sebagai bahasa penghubung berdampingan dengan bahasa daerah yang tetap digunakan dalam komunikasi sehari-hari. Sumarsih, Siregar, Bahri, dan Sanjaya (2014) menunjukkan bahwa campur kode dan alih kode di Indonesia menjadi bagian dari praktik komunikasi masyarakat bilingual dan multilingual. Sejalan dengan itu, Chaer dan Agustina (2010) memandang gejala kebahasaan semacam ini sebagai bagian dari kajian sosiolinguistik karena berkaitan langsung dengan hubungan antara bahasa dan masyarakat.

Campur kode menjadi isu utama dalam penelitian ini karena interaksi penjual dan pembeli di Pasar Wakumoro memperlihatkan pencampuran bahasa Indonesia dengan bahasa Muna, Bugis, dan Jawa. Secara konseptual, Muysken (2000) menjelaskan campur kode sebagai penggunaan unsur leksikal atau unsur gramatikal dari dua bahasa dalam satu tuturan. Poplack (1980) memperlihatkan bahwa percampuran kode dalam tuturan bilingual tidak terjadi secara sembarangan, tetapi memiliki pola linguistik tertentu. Myers-Scotton (1983) memandang pilihan kode sebagai strategi sosial yang berkaitan dengan negosiasi identitas, sedangkan Wei (2005) menekankan bahwa pilihan kode dalam percakapan perlu dibaca dari fungsi interaksionalnya, bukan hanya dari perbedaan bahasa yang muncul di permukaan.

Landasan konseptual penelitian ini bertumpu pada bentuk dan faktor campur kode. Bentuk campur kode dalam naskah ini dipahami sebagai penyisipan unsur bahasa tertentu ke dalam tuturan yang meliputi kata, frasa, klausa, dan perulangan kata. Dalam kerangka sosiolinguistik Indonesia, Nababan (1991) menjelaskan bahwa campur kode dapat dipengaruhi oleh identifikasi peranan, identifikasi ragam, serta keinginan penutur untuk menjelaskan atau menafsirkan maksud tertentu. Kerangka ini relevan dengan data pasar karena penjual dan pembeli tidak hanya menyampaikan informasi harga atau barang, tetapi juga mengelola hubungan sosial, membangun keakraban, dan menegosiasikan kepentingan ekonomi melalui pilihan bahasa.

Beberapa penelitian terdahulu menunjukkan bahwa pasar tradisional merupakan ruang yang produktif bagi kemunculan campur kode. Marni (2016) menemukan bahwa campur kode dan alih kode dalam peristiwa jual beli di Pasar Labuan Tobelo dipengaruhi oleh kedekatan emosional, kesamaan bahasa ibu, dan suasana komunikasi yang santai. Nuwa (2017) juga menunjukkan bahwa transaksi jual beli di pasar memperlihatkan pemakaian campur kode karena penutur menyesuaikan bahasa dengan lawan tutur dan konteks transaksi. Avicenna (2019) menemukan bahwa campur kode di Pasar Sentral Sungguminasa dominan muncul dalam bentuk frasa dan klausa serta dipengaruhi oleh kebutuhan penutur untuk memfokuskan pokok pembicaraan.

Kajian lain juga menguatkan bahwa campur kode dalam interaksi pasar berkaitan dengan latar etnis, situasi tutur, dan kebutuhan memperlancar transaksi. Rahim, Arifuddin, dan Thaba (2020) menunjukkan bahwa alih kode dan campur kode di Pasar Pabbaeng Baeng dipengaruhi oleh faktor etnis, usia, dan relasi sosial antara penjual dan pembeli. Wulandari, Suciati, dan Handayani (2023) menemukan bahwa interaksi jual beli di Pasar Kayen memperlihatkan penggunaan kode yang berubah sesuai dengan kebutuhan komunikasi penjual dan pembeli. Permana dan Widyaningsih (2025) menegaskan bahwa campur kode dalam interaksi penjual dan pembeli di Pasar Gamping merefleksikan keberagaman bahasa masyarakat dan kemampuan penutur menyesuaikan bahasa dengan kebutuhan komunikasi.

Meskipun penelitian-penelitian tersebut telah memperlihatkan bahwa campur kode lazim terjadi dalam transaksi pasar, masih terdapat celah penelitian yang perlu diisi. Pertama, sebagian besar penelitian terdahulu berfokus pada pasar di wilayah lain dengan konfigurasi bahasa yang berbeda, seperti Bugis-Makassar, Jawa-Indonesia, atau bahasa daerah lain yang tidak sama dengan ekologi bahasa Pasar Wakumoro. Kedua, penelitian sebelumnya umumnya menempatkan campur kode dan alih kode secara bersamaan, sedangkan penelitian ini memusatkan perhatian pada campur kode sebagai gejala penyisipan unsur bahasa dalam tuturan jual beli. Ketiga, kajian khusus mengenai pencampuran bahasa Indonesia, Muna, Bugis, dan Jawa dalam peristiwa jual beli di Pasar Wakumoro belum banyak dijelaskan secara mendalam, terutama dari segi bentuk linguistik dan faktor sosial yang melatarinya.

Berdasarkan latar belakang, urgensi, tinjauan penelitian terdahulu, dan celah penelitian tersebut, fokus penelitian ini diarahkan pada dua persoalan utama. Pertama, bagaimana bentuk campur kode yang muncul dalam peristiwa jual beli di Pasar Wakumoro, Kecamatan Parigi, Kabupaten Muna. Kedua, faktor apa saja yang memengaruhi terjadinya campur kode dalam interaksi penjual dan pembeli di pasar tersebut. Sejalan dengan fokus tersebut, penelitian ini bertujuan mendeskripsikan bentuk campur kode berupa kata, frasa, klausa, dan perulangan kata, serta menjelaskan faktor sosial dan komunikatif yang menyebabkan penjual dan pembeli menggunakan campur kode dalam proses transaksi jual beli.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan jenis penelitian lapangan. Metode ini dipilih karena objek penelitian berupa tuturan lisan yang terjadi secara alami dalam interaksi jual beli di Pasar Wakumoro, Kecamatan Parigi, Kabupaten Muna. Pendekatan deskriptif kualitatif relevan digunakan karena penelitian tidak bertujuan menghitung frekuensi tuturan secara statistik, tetapi mendeskripsikan bentuk campur kode, menafsirkan konteks pemakaiannya, dan menjelaskan faktor sosial yang melatarbelakangi kemunculannya.

Data penelitian ini berupa tuturan penjual dan pembeli yang mengandung campur kode dalam transaksi jual beli. Sumber data penelitian adalah penjual dan pembeli yang berinteraksi di Pasar Wakumoro. Tuturan yang dianalisis mencakup penggunaan bahasa Indonesia, bahasa Muna, bahasa Bugis, dan bahasa Jawa, baik dalam bentuk penyisipan unsur bahasa daerah ke dalam bahasa Indonesia maupun penyisipan unsur bahasa Indonesia ke dalam bahasa daerah. Dengan demikian, data yang digunakan dalam penelitian ini sejalan dengan fokus penelitian, yaitu bentuk campur kode dan faktor yang memengaruhi terjadinya campur kode dalam peristiwa jual beli.

Pengumpulan data dilakukan melalui teknik simak, rekam, wawancara, dan catat. Teknik simak digunakan untuk mengamati penggunaan bahasa penjual dan pembeli selama proses transaksi berlangsung. Teknik rekam digunakan untuk memperoleh bukti tuturan yang dapat diputar ulang sehingga peneliti dapat melakukan transkripsi dan pemeriksaan data secara lebih cermat. Teknik wawancara digunakan untuk memperoleh keterangan tambahan mengenai latar bahasa penutur, maksud tuturan tertentu, serta konteks sosial yang menyertai transaksi. Teknik catat digunakan untuk mencatat situasi tutur, jenis transaksi, identitas kebahasaan penutur sejauh relevan dengan analisis, serta unsur-unsur campur kode yang muncul dalam percakapan.

Analisis data dilakukan melalui beberapa tahap yang saling berkaitan. Pertama, data rekaman ditranskripsikan ke dalam bentuk tertulis. Kedua, tuturan yang mengandung campur kode diidentifikasi dan dipisahkan dari tuturan yang tidak relevan dengan fokus penelitian. Ketiga, unsur campur kode diklasifikasikan berdasarkan bentuknya, yaitu kata, frasa, klausa, dan perulangan kata. Keempat, setiap data diterjemahkan ke dalam bahasa Indonesia untuk memperjelas makna tuturan. Kelima, data ditafsirkan berdasarkan konteks interaksi, peran penutur, ragam bahasa yang digunakan, dan tujuan komunikatif dalam transaksi jual beli. Keenam, hasil analisis dikaitkan dengan teori campur kode dan dibandingkan dengan penelitian terdahulu agar temuan tidak hanya bersifat deskriptif, tetapi juga memiliki dasar konseptual dan kontribusi ilmiah.

Keabsahan data dijaga melalui ketekunan pengamatan, perbandingan antara hasil rekaman dan catatan lapangan, serta pengecekan makna tuturan bahasa daerah melalui informasi kontekstual dari penutur atau pihak yang memahami bahasa tersebut. Langkah ini dilakukan agar transkripsi, terjemahan, dan klasifikasi bentuk campur kode tidak semata-mata berdasarkan dugaan peneliti. Dengan prosedur tersebut, metode penelitian ini disesuaikan dengan karakter

data lisan, tujuan penelitian, serta kebutuhan analisis sociolinguistik terhadap campur kode dalam peristiwa jual beli.

HASIL

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Pasar Wakumoro merupakan ruang komunikasi multilingual. Penjual dan pembeli menggunakan bahasa Indonesia sebagai bahasa penghubung, tetapi bahasa Muna, bahasa Bugis, dan bahasa Jawa tetap muncul dalam proses transaksi. Campur kode terjadi karena penutur tidak hanya mengejar ketepatan informasi, tetapi juga mempertimbangkan kedekatan sosial, kebiasaan berbahasa, dan efektivitas negosiasi. Data penelitian memperlihatkan bahwa campur kode muncul dalam bentuk penyisipan kata, frasa, klausa, dan perulangan kata.

Bentuk campur kode berupa penyisipan kata tampak pada percakapan antara pembeli dan penjual dalam transaksi alat tulis. Unsur bahasa Muna muncul dalam tuturan yang secara umum berkaitan dengan konteks bahasa Indonesia. Bukti data dapat dilihat pada kutipan berikut.

Data 1

Pembeli : *Nando fulpeni Snowman?*

"Ada pulpen Snowman?"

Penjual: Tidak ada, kecuali di depan situ.

Pembeli: *Nando enceran Snowman?*

"Ada enceran Snowman?"

Penjual: Hanya ada di paknya, setengah mati dia diencer.

Pembeli: Oh iya, *mina* jadi ibu saya sudah lihat fulpenku.

Pada Data 1, kata *nando* dan *mina* merupakan unsur bahasa Muna yang berarti ada dan tidak. Unsur tersebut disisipkan ke dalam peristiwa tutur yang juga memuat bahasa Indonesia, seperti tidak ada, kecuali di depan situ dan hanya ada di paknya. Bentuk campur kode pada data ini berupa penyisipan kata karena unsur yang berpindah kode hanya berupa satuan leksikal, bukan frasa atau klausa. Penggunaan kata *nando* dan *mina* menunjukkan bahwa pembeli masih mempertahankan kebiasaan berbahasa daerah ketika berkomunikasi dalam transaksi sederhana.

Bentuk campur kode berupa penyisipan frasa tampak dalam transaksi sarung antara penjual dan pembeli berlatar bahasa Bugis. Pada data ini, unsur bahasa Bugis dan bahasa Indonesia hadir dalam satu rangkaian percakapan. Bukti data dapat dilihat pada kutipan berikut.

Data 2

Pembeli: *Engkaga sarung?*

"Ada sarung?"

Penjual: *Mereaga tafoji?*

"Merek apa yang kita suka?"

Pembeli: Gajah Duduk.

Penjual: Iye *mega*.

"Iya, banyak."

Pembeli : *Siaga hargana?*

"Berapa harganya?"

Penjual: Gajah Duduk itu 150 per lembar, *sialampa talomala?*

"Gajah Duduk itu 150 per lembar, berapa lembar kita mau ambil?"

Pembeli: *Loka malatellu, siaga ellinna yaro?*

"Saya mau ambil tiga, berapa harganya itu?"

Penjual: *Ellinna appadatu lima puloh natellu.*

"Harganya empat ratus lima puluh ribu untuk tiga lembar."

Pembeli: *Iye coconi uwalani.*

"Iya, saya ambil."

Pada Data 2, frasa Gajah Duduk dan per lembar digunakan dalam tuturan yang dikelilingi oleh unsur bahasa Bugis. Frasa Gajah Duduk merujuk pada merek sarung, sedangkan 150 per lembar merujuk pada harga barang. Penyisipan frasa ini menunjukkan bahwa istilah komoditas dan harga lebih mudah disampaikan dalam bentuk yang lazim digunakan dalam perdagangan.

Campur kode pada data ini bukan hanya menunjukkan kebiasaan berbahasa, tetapi juga memperlihatkan kebutuhan praktis dalam transaksi, yaitu menyebut merek, jumlah, dan harga secara jelas agar tidak terjadi salah tafsir.

Bentuk campur kode berupa penyisipan klausa tampak dalam transaksi gula merah. Pada data ini, penjual menggunakan bahasa Muna untuk menjelaskan harga pokok barang, kemudian menyisipkan klausa bahasa Indonesia untuk menegaskan keuntungan yang diperoleh. Bukti data dapat dilihat pada kutipan berikut.

Data 3

Pembeli: Berapa gula merah satu?

Penjual: Lima belas.

Pembeli: Tidak bisa kurang?

Penjual: *Angolie ompuluh fotoriwu idi*, untungnya saya seribu satu biji.

"Saya beli empat belas ribu ini, untungnya saya seribu satu biji."

Pembeli: *Wakanau medeadeano itu rangonu*.

"Kasih saya yang merah-merah itu dua biji."

Penjual: *Rangonu rariwu kaasi labano* daripada dekongkora.

"Dua biji dua ribu, kasihan untungnya, daripada duduk saja."

Pembeli: Makasih e.

Pada Data 3, tuturan *angolie ompuluh fotoriwu idi* merupakan klausa bahasa Muna yang berarti saya beli empat belas ribu ini, sedangkan tuturan untungnya saya seribu satu biji merupakan klausa bahasa Indonesia. Kehadiran dua klausa dari kode berbeda dalam satu tuturan memperlihatkan campur kode pada tingkat klausa. Data ini juga memperlihatkan fungsi campur kode sebagai strategi penjelasan. Penjual tidak sekadar menyebut harga, tetapi menjelaskan alasan mengapa harga sulit diturunkan karena keuntungan yang diperoleh sangat kecil.

Bentuk campur kode berupa perulangan kata tampak dalam transaksi ikan. Penjual menggunakan bentuk ulang bahasa Indonesia untuk menonjolkan kualitas barang, kemudian melanjutkan tuturan dengan unsur bahasa Muna. Bukti data dapat dilihat pada kutipan berikut.

Data 4

Penjual: Ikannya segar-segar, ranggulu ompuluh.

Pembeli : Kenta ohae itu?

"Ikan apa itu?"

Penjual: Langgora, mau ambil mi lajang 20 ambil semua bapaknya, tambah tiga rafulu.

Pembeli : Sehae lajang aitu?

"Berapa lajang itu?"

Penjual : Rafulu aini katobarino tolungulu.

"Dua puluh ini tambahya tiga."

Pada Data 4, bentuk ulang segar-segar merupakan unsur bahasa Indonesia yang berfungsi menegaskan kualitas ikan. Unsur tersebut hadir dalam tuturan yang kemudian bercampur dengan bahasa Muna, seperti kenta ohae, sehae, rafulu, dan tolungulu. Campur kode pada data ini menunjukkan bahwa bentuk ulang dipakai untuk menarik perhatian pembeli dan memperkuat nilai persuasif tuturan penjual. Dalam konteks jual beli, penjual perlu menonjolkan kualitas barang secara cepat, sehingga bentuk segar-segar menjadi pilihan yang efektif dan mudah dipahami oleh pembeli dari latar bahasa berbeda.

Selain bentuk kebahasaan, hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor penyebab campur kode berkaitan dengan tujuan komunikasi penutur. Faktor identifikasi peranan tampak ketika penjual menggunakan campur kode untuk menjalankan perannya sebagai pihak yang menjelaskan harga, modal, dan keuntungan. Hal ini terlihat pada Data 3 ketika penjual mengatakan *angolie ompuluh fotoriwu idi*, untungnya saya seribu satu biji. Campur kode tersebut berfungsi memperkuat posisi penjual dalam tawar-menawar karena penjual ingin meyakinkan pembeli bahwa harga yang ditawarkan masih wajar.

Faktor identifikasi ragam tampak pada transaksi sayur ketika penjual menyesuaikan bahasa dengan situasi pasar. Bukti data terlihat pada kutipan berikut.

Data 5

Pembeli: Berapa kacang panjangnya?

Penjual: Dua ikat lima ribu.

Pembeli: Bisa, dua ribu dua ribu?

Penjual: Uwas ma, nda perlu mahal-mahal.

Pada Data 5, bentuk uwas yang dalam konteks tuturan dipahami sebagai bentuk Jawa uwes digunakan bersama unsur bahasa Indonesia dan ragam tutur pasar seperti nda perlu mahal-mahal. Campur kode terjadi karena situasi transaksi menuntut respons cepat dan santai. Penjual menyetujui tawaran pembeli dengan tuturan yang tidak sepenuhnya baku, tetapi komunikatif. Data ini menunjukkan bahwa ragam bahasa pasar bersifat fleksibel dan sangat dipengaruhi oleh situasi jual beli.

Faktor keinginan untuk menjelaskan dan menafsirkan tampak ketika campur kode digunakan untuk menjaga keakraban sekaligus memperjelas tawaran. Bukti data terlihat pada kutipan berikut.

Data 6

Pembeli : Ada daun sup?

Penjual : Ambil yang besar ini sepuluh ribu.

Pembeli : Terlalu banyak, nembali deala rariwu.

"Terlalu banyak, bisa ambil dua ribu?"

Penjual : Alamo lima riwu aitu seboke.

"Ambil saja lima ribu itu satu ikat."

Pembeli : Dua ribu saja.

Pada Data 6, pembeli dan penjual menggunakan bahasa Indonesia dan bahasa Muna dalam proses tawar-menawar. Tuturan nembali deala rariwu dan alamo lima riwu aitu seboke memperlihatkan bahwa bahasa Muna digunakan untuk memperhalus negosiasi, menjaga kedekatan, dan menghindari kesan terlalu kaku. Dalam konteks ini, campur kode membantu penjual dan pembeli mempertahankan hubungan sosial yang akrab walaupun keduanya sedang berbeda kepentingan dalam menentukan harga.

PEMBAHASAN

Temuan penelitian ini memperlihatkan bahwa campur kode dalam peristiwa jual beli di Pasar Wakumoro merupakan bagian dari praktik komunikasi masyarakat multilingual. Campur kode tidak muncul secara acak, melainkan berkaitan dengan kebutuhan penutur untuk menyesuaikan pilihan bahasa dengan lawan tutur, tujuan transaksi, dan suasana sosial pasar. Dalam pengertian sosiolinguistik, bahasa tidak hanya berfungsi sebagai alat penyampai informasi, tetapi juga sebagai penanda identitas, kedekatan, dan posisi sosial penutur. Oleh karena itu, kemunculan bahasa Muna, Bugis, Jawa, dan Indonesia dalam satu peristiwa tutur menunjukkan bahwa penutur memiliki kemampuan memilih kode secara situasional.

Bentuk penyisipan kata dalam Data 4 menunjukkan bahwa unsur leksikal bahasa daerah masih kuat dalam percakapan sehari-hari. Kata nando dan mina tidak sekadar berfungsi sebagai padanan ada dan tidak, tetapi juga menjadi penanda kedekatan identitas antara penutur dengan lingkungan sosialnya. Jika dikaitkan dengan pandangan Kridalaksana (1983), unsur kebahasaan seperti kata merupakan satuan leksikal yang dapat membawa makna sekaligus identitas sosial pemakainya. Dalam konteks Pasar Wakumoro, penggunaan kata Muna di tengah tuturan bahasa Indonesia menunjukkan bahwa penutur tidak merasa perlu memisahkan bahasa secara ketat selama lawan tutur memahami maksudnya. Hal ini menguatkan pandangan bahwa campur kode merupakan gejala alami dalam masyarakat bilingual dan multilingual.

Penyisipan frasa dalam Data 2 memperlihatkan dimensi praktis campur kode. Frasa Gajah Duduk dan 150 per lembar dipertahankan dalam bentuk yang lazim digunakan dalam perdagangan karena keduanya berkaitan dengan identifikasi barang dan harga. Dalam transaksi pasar, kejelasan informasi mengenai merek, jumlah, dan harga menjadi hal utama. Oleh karena itu, penutur cenderung menggunakan kode yang dianggap paling ekonomis dan paling mudah dipahami. Jika seluruh tuturan dipaksakan ke dalam satu bahasa, kemungkinan terjadi kekakuan

atau bahkan salah pengertian. Campur kode justru memudahkan transaksi karena penutur dapat menggabungkan bahasa daerah untuk menjaga kedekatan dan bahasa Indonesia untuk menyampaikan informasi komersial yang lebih umum.

Penyisipan klausa dalam Data 3 memperlihatkan bahwa campur kode juga memiliki fungsi argumentatif. Ketika penjual mengatakan *angolie ompuluh fotoriwu idi*, untungnya saya seribu satu biji, penjual sedang membangun alasan agar pembeli memahami batas negosiasi harga. Penggunaan bahasa Muna memberi kesan kedekatan dan kejujuran, sedangkan klausa bahasa Indonesia memperjelas informasi keuntungan secara langsung. Dalam kerangka Nababan (1991), faktor campur kode dapat berkaitan dengan identifikasi peranan karena penutur memilih kode tertentu untuk menjalankan peran sosialnya. Dalam data tersebut, penjual menjalankan peran sebagai pihak yang menjelaskan harga pokok, membela harga jual, dan meyakinkan pembeli. Dengan demikian, campur kode menjadi strategi retorik dalam tawar-menawar, bukan sekadar kebiasaan berbahasa.

Data 4 memperlihatkan bahwa bentuk ulang segar-segar memiliki fungsi persuasif. Dalam transaksi ikan, penjual harus menarik perhatian pembeli dan menonjolkan kualitas barang dalam waktu singkat. Bentuk ulang tersebut memberi penekanan makna bahwa ikan yang dijual tidak hanya segar, tetapi benar-benar layak dibeli. Jika dikaitkan dengan kajian bentuk bahasa, perulangan kata dapat memperkuat intensitas makna. Dalam konteks jual beli, penguatan makna tersebut berhubungan langsung dengan strategi promosi. Oleh sebab itu, bentuk ulang yang muncul dalam peristiwa campur kode memiliki nilai komunikatif yang kuat karena membantu penjual membujuk pembeli tanpa harus memberi penjelasan panjang.

Faktor identifikasi ragam terlihat jelas dalam Data 5. Tuturan *uwas ma, nda perlu mahal-mahal* memperlihatkan bahwa ragam bahasa pasar tidak selalu mengikuti kaidah bahasa baku. Ragam yang muncul adalah ragam lisan informal yang dekat dengan situasi transaksi. Penjual tidak menggunakan kalimat formal seperti baiklah, tidak perlu mahal-mahal, tetapi menggunakan bentuk yang lebih akrab, cepat, dan sesuai dengan suasana tawar-menawar. Hal ini sejalan dengan pandangan sociolinguistik bahwa variasi bahasa ditentukan oleh situasi, partisipan, dan tujuan komunikasi. Dalam pasar, keberhasilan komunikasi tidak diukur dari kebakuan bahasa, melainkan dari tercapainya pemahaman dan kesepakatan antara penjual dan pembeli.

Faktor keinginan untuk menjelaskan dan menafsirkan tampak dalam Data 6. Ketika pembeli menawar daun sup dengan ungkapan *nembali deala rariwu* dan penjual merespons *alamo lima riwu aitu seboke*, keduanya menggunakan bahasa daerah untuk menjaga suasana interaksi tetap akrab. Negosiasi harga pada dasarnya berpotensi menimbulkan ketegangan karena pembeli ingin harga rendah, sedangkan penjual ingin mempertahankan keuntungan. Namun, penggunaan bahasa daerah membuat tawar-menawar berlangsung lebih cair. Campur kode dalam konteks ini berfungsi sebagai alat mitigasi sosial, yaitu memperhalus perbedaan kepentingan dan menjaga hubungan baik antara penjual dan pembeli.

Temuan penelitian ini memiliki persamaan dengan penelitian Avicenna (2019) yang menunjukkan bahwa campur kode dalam peristiwa jual beli di pasar terjadi karena penjual dan pembeli berada dalam situasi komunikasi yang spontan dan praktis. Persamaannya terletak pada fungsi campur kode sebagai sarana memperlancar transaksi. Namun, penelitian ini memiliki kekhasan pada kombinasi bahasa yang muncul, yaitu bahasa Indonesia, Muna, Bugis, dan Jawa. Perbedaan konfigurasi bahasa ini menunjukkan bahwa setiap pasar memiliki ekologi bahasa sendiri. Dengan demikian, campur kode di Pasar Wakumoro tidak dapat dilepaskan dari identitas lokal masyarakat Muna serta keberadaan kelompok penutur Bugis dan Jawa dalam jaringan perdagangan setempat.

Penelitian ini juga sejalan dengan Marni Wa Ode (2016) yang menemukan bahwa campur kode dan alih kode dalam peristiwa jual beli dipengaruhi oleh latar belakang penutur dan kebutuhan menyesuaikan diri dengan lawan tutur. Namun, data Pasar Wakumoro menunjukkan bahwa penyesuaian bahasa tidak hanya terjadi antara penjual dan pembeli yang berbeda latar bahasa, tetapi juga antara penutur yang memiliki kedekatan bahasa daerah. Pada situasi tertentu, bahasa daerah digunakan untuk membangun solidaritas, sedangkan bahasa Indonesia digunakan untuk memperjelas istilah harga, jumlah, merek, dan barang. Perpaduan ini memperlihatkan bahwa campur kode memiliki fungsi ganda, yaitu fungsi sosial dan fungsi informasional.

Jika dibandingkan dengan penelitian Munandar (2018), temuan ini menegaskan bahwa campur kode merupakan strategi penutur dalam mengelola hubungan sosial. Dalam interaksi

masyarakat, pilihan kode sering kali dipengaruhi oleh siapa yang diajak berbicara, seberapa dekat hubungan penutur, dan tujuan apa yang hendak dicapai. Data Pasar Wakumoro memperlihatkan bahwa penjual menggunakan campur kode untuk menarik pembeli, menjelaskan harga, menegaskan kualitas barang, dan mempertahankan suasana akrab. Pembeli menggunakan campur kode untuk menawar harga, menanyakan barang, dan memperlihatkan kedekatan dengan penjual. Dengan demikian, campur kode berperan dalam membentuk dinamika sosial ekonomi di pasar.

Implikasi penelitian ini dapat dilihat pada dua ranah. Dalam ranah sosiolinguistik, penelitian ini memperlihatkan bahwa pasar tradisional merupakan ruang penting untuk membaca praktik multilingual masyarakat. Bahasa di pasar tidak dapat dipahami hanya sebagai sistem gramatikal, tetapi juga sebagai tindakan sosial yang berhubungan dengan identitas, solidaritas, negosiasi, dan ekonomi. Dalam ranah pembelajaran bahasa Indonesia, hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan ajar kontekstual untuk menjelaskan variasi bahasa, ragam lisan, bahasa baku dan tidak baku, serta penggunaan bahasa sesuai konteks. Siswa dapat memahami bahwa bahasa Indonesia memiliki fungsi sebagai bahasa pemersatu, tetapi dalam kehidupan sehari-hari masyarakat tetap menggunakan bahasa daerah sebagai bagian dari identitas dan strategi komunikasi.

Secara keseluruhan, pembahasan ini menunjukkan bahwa campur kode di Pasar Wakumoro bukan penyimpangan komunikasi, melainkan bentuk kompetensi komunikatif masyarakat multilingual. Penutur mampu memilih dan menggabungkan kode untuk mencapai tujuan tertentu. Dalam transaksi jual beli, tujuan tersebut mencakup kejelasan informasi, kelancaran negosiasi, kedekatan emosional, dan keberhasilan ekonomi. Oleh karena itu, campur kode perlu dipahami sebagai praktik bahasa yang produktif dan bermakna dalam kehidupan sosial masyarakat.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, campur kode dalam peristiwa jual beli di Pasar Wakumoro, Kecamatan Parigi, Kabupaten Muna, muncul karena penjual dan pembeli berada dalam situasi komunikasi multilingual. Bahasa Indonesia digunakan sebagai bahasa penghubung, sedangkan bahasa Muna, Bugis, dan Jawa digunakan sesuai dengan latar belakang penutur, kedekatan sosial, dan kebutuhan transaksi. Bentuk campur kode yang ditemukan meliputi penyisipan kata, frasa, klausa, dan perulangan kata. Penyisipan kata tampak pada penggunaan unsur seperti *nando* dan *mina*; penyisipan frasa tampak pada penggunaan nama merek dan harga dalam percakapan berbahasa Bugis; penyisipan klausa tampak pada tuturan yang menggabungkan klausa bahasa Muna dan bahasa Indonesia; sedangkan perulangan kata tampak pada penggunaan bentuk segar-segar dalam promosi barang dagangan.

Faktor yang memengaruhi terjadinya campur kode meliputi identifikasi peranan, identifikasi ragam, serta keinginan untuk menjelaskan dan menafsirkan maksud tuturan. Identifikasi peranan tampak ketika penjual menggunakan campur kode untuk menjelaskan harga dan keuntungan. Identifikasi ragam tampak ketika penutur menyesuaikan bahasa dengan situasi pasar yang informal dan cepat. Keinginan untuk menjelaskan dan menafsirkan tampak ketika penutur menggunakan bahasa daerah untuk menjaga keakraban, memperhalus tawar-menawar, dan memperjelas maksud. Dengan demikian, campur kode di Pasar Wakumoro memiliki fungsi sosial dan pragmatis karena membantu penjual dan pembeli membangun hubungan, menghindari salah paham, dan mencapai kesepakatan dalam transaksi jual beli.

DAFTAR PUSTAKA

- Avicenna, A. (2019). Campur kode dalam peristiwa jual beli di lingkungan Pasar Sentral Sungguminasa Kabupaten Gowa. *Jurnal Konsepsi*, 8(2), 85-93.
- Chaer, A., & Agustina, L. (2010). *Sosiolinguistik: Perkenalan awal*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Fishman, J. A. (1965). Who speaks what language to whom and when? *La Linguistique*, 1(2), 67-88.
- Kridalaksana, H. (1983). *Kamus linguistik*. Jakarta: Gramedia.
- Marni, W. O. (2016). Campur kode dan alih kode dalam peristiwa jual beli di Pasar Labuan Tobelo Kecamatan Wakorumba Utara Kabupaten Buton Utara. *Jurnal Bastra*, 2(1), 1-15.
- Muysken, P. (2000). *Bilingual speech: A typology of code-mixing*. Cambridge: Cambridge University Press.

- Myers-Scotton, C. (1983). The negotiation of identities in conversation: A theory of markedness and code choice. *International Journal of the Sociology of Language*, 44, 115-136. <https://doi.org/10.1515/ijsl.1983.44.115>
- Nababan, P. W. J. (1991). *Sosiolinguistik: Suatu pengantar*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Nilep, C. (2006). "Code switching" in sociocultural linguistics. *Colorado Research in Linguistics*, 19, 1-22.
- Nuwa, G. G. (2017). Campur kode dalam transaksi jual beli. *Bisastra*, 1(2), 112-121.
- Permana, A. F., & Widyaningsih, N. (2025). Campur kode dalam interaksi penjual dan pembeli di Pasar Gamping Kabupaten Sleman. *Jurnal Diksatrasia*, 9(1), 255-265.
- Poplack, S. (1980). Sometimes I'll start a sentence in Spanish Y TERMINO EN ESPAÑOL: Toward a typology of code-switching. *Linguistics*, 18(7-8), 581-618. <https://doi.org/10.1515/ling.1980.18.7-8.581>
- Rahim, A. R., Arifuddin, & Thaba, A. (2020). Alih kode dan campur kode penjual dan pembeli di Pasar Pabbaeng Baeng Kota Makassar. *Kredo: Jurnal Ilmiah Bahasa dan Sastra*, 4(1), 245-261.
- Sumarsih, Siregar, M., Bahri, S., & Sanjaya, D. (2014). Code switching and code mixing in Indonesia: Study in sociolinguistics. *English Language and Literature Studies*, 4(1), 77-88. <https://doi.org/10.5539/ells.v4n1p77>
- Wei, L. (2005). "How can you tell?" Towards a common sense explanation of conversational code-switching. *Journal of Pragmatics*, 37(3), 375-389. <https://doi.org/10.1016/j.pragma.2004.10.008>
- Wulandari, V. W., Suciati, S., & Handayani, P. M. (2023). Alih kode dan campur kode dalam interaksi jual beli di Pasar Kayen Kabupaten Pati. *Sasindo*, 11(2), 295-301. <https://doi.org/10.26877/jo.v11i2.16155>
- Munandar, A. (2018). Alih kode dan campur kode dalam interaksi masyarakat Terminal Mallengkeri Kota Makassar. Universitas Negeri Makassar. <http://eprints.unm.ac.id/id/eprint/10388>