

## Alih Kode dan Campur Kode dalam Interaksi Pedagang dan Pembeli di Pasar Cikebrok: Studi Kualitatif pada Komunikasi Informal

*Code Switching and Code Mixing in Interactions between Sellers and Buyers at Cikebrok Market: A Qualitative Study of Informal Communication*

Fairuz Primanda<sup>1</sup>, Sukirno<sup>2</sup>, Eko Suroso<sup>3</sup>, Eko Muharudin<sup>4</sup>

<sup>1,2,3,4</sup>Universitas Muhammadiyah Purwokerto

\*Correspondence e-mail: [primafairuz25@gmail.com](mailto:primafairuz25@gmail.com)<sup>1</sup>, [sukirnopwt56@gmail.com](mailto:sukirnopwt56@gmail.com)<sup>2</sup>, [ekosuroso36@gmail.com](mailto:ekosuroso36@gmail.com)<sup>3</sup>, [ekoayahkaisan@gmail.com](mailto:ekoayahkaisan@gmail.com)<sup>4</sup>

<p><b>Article History</b></p> <p>Published: 20 Mei 2026</p> <p><b>Keywords</b> Code switching; code mixing; sociolinguistics; informal communication; traditional market</p> <p><b>Kata Kunci</b> Alih kode; campur kode; sosiolinguistik; komunikasi informal; pasar tradisional</p> <p><b>Page</b> 1343-1351</p>	<p><b>Abstract</b></p> <p>This study aims to describe the forms, factors, and roles of code switching and code mixing in interactions between sellers and buyers at Cikebrok Market. The research employs a descriptive qualitative approach and a sociolinguistic perspective to understand the language use of sellers and buyers during market interactions. Data were collected through participant observation, listening, recording, note-taking, and documentation techniques. Data analysis was conducted using the distributional method with the Immediate Constituent Analysis (ICA) technique to identify the forms of code switching and code mixing. The findings reveal that code switching and code mixing occur directly in the interactions between sellers and buyers at Cikebrok Market, Purwokerto, both in the form of language shifts and the insertion or mixing of words, phrases, and sentences within a single utterance. These language phenomena function to facilitate communication, create familiarity, and adjust speech according to the social and situational context of informal market interactions.</p> <p><b>Abstrak</b></p> <p>Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan bentuk, faktor, dan peranan alih kode serta campur kode dalam interaksi pedagang dan pembeli di Pasar Cikebrok. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dan pendekatan sosiolinguistik untuk memahami penggunaan bahasa yang digunakan pedagang dan pembeli saat berinteraksi di pasar. Data diperoleh melalui teknik observasi partisipan, simak, rekam, catat, dan dokumentasi. Analisis data dilakukan dengan metode agih menggunakan teknik bagi unsur langsung untuk mengidentifikasi bentuk-bentuk alih kode dan campur kode. Hasil penelitian menunjukkan bahwa peristiwa alih kode dan campur kode yang terjadi secara langsung dalam interaksi pedagang dan pembeli di Pasar Cikebrok Purwokerto, baik dalam bentuk peralihan bahasa maupun penyisipan atau percampuran kata, frasa, dan kalimat dalam satu tuturan.</p> <p>© 2026 The Author(s). BASTRA: Bahasa dan Sastra by Halu Oleo University</p>
--	---



## PENDAHULUAN

Bahasa merupakan sarana utama komunikasi yang memiliki peran penting dalam kehidupan sosial masyarakat. Bahasa berfungsi sebagai alat komunikasi, baik antarindividu maupun kelompok. Bahasa bukan hanya digunakan untuk menyatakan informasi, tetapi juga untuk mengekspresikan gagasan, perasaan, serta apa yang dipikirkan penutur (Albaburrahim, 2019). Bahasa mencerminkan identitas sosial dan budaya masyarakat dalam proses interaksi (Marni, 2016).

Kehidupan sosial masyarakat sehari-hari yang bersifat bilingual atau multilingual, penggunaan bahasa tidak hanya berlangsung secara tunggal, melainkan sering melibatkan lebih dari satu kode bahasa (Paramitha, 2016). Fenomena ini disebut dengan istilah alih kode dan campur kode. Hal tersebut merupakan wujud dari perubahan dinamis pada pemakaian bahasa yang berubah seiring waktu sesuai kebutuhan penutur dalam berinteraksi (SusyLOWATI et al., 2024). Fenomena ini menunjukkan bahwa bahasa bersifat fleksibel dan mampu menyesuaikan dengan situasi dan kondisi, serta hubungan sosial antarpenerut (Yusni & Nengsi Sudirman, 2023).

Alih kode merupakan proses perpindahan pemakaian kode bahasa yang meliputi pergantian dari satu bahasa ke bahasa lain, perubahan antara variasi bahasa yang berbeda, ataupun perpindahan antar tingkat tutur yang berlainan (Rahim et al., 2020). Selain alih kode yang muncul akibat perubahan situasi dalam percakapan, terdapat fenomena campur kode yang memiliki karakteristik yang berbeda dengan alih kode (Fauzi & Tressyalina, 2021). Campur kode adalah peristiwa penyisipan unsur-unsur kode tertentu ke dalam tuturan yang menggunakan satu kode utama.

Di pasar tradisional sebagai pertemuan pedagang dan pembeli terjadi interaksi yang menarik untuk dikaji fenomena alih kode dan campur kode (Syaparuddin & Utami, 2019). Bahasa berfungsi sebagai alat interaksi dan sebagai sarana membangun, menjaga hubungan sosial yang mempertemukan pedagang dan pembeli dari berbagai latar belakang bahasa dan budaya (Tutut & Khalimah, 2020). Pemakaian alih kode dan campur kode sering dilakukan sebagai strategi interaksi untuk menciptakan suasana yang nyaman, memperlancar proses transaksi, keakraban, efektif, dan menyesuaikan diri dengan lawan tutur.

Fenomena tersebut ditemukan pada pedagang dan pembeli di Pasar Cikebrok yang sedang berinteraksi. Fenomena ini terlihat ketika seorang pembeli yang awalnya memakai bahasa Indonesia untuk bertanya, yang beralih memakai bahasa Jawa dengan tuturan "*nggih mboten nopo*". Peralihan ini sebagai bentuk kesopanan dan penghormatan kepada lawan penutur, serta adanya faktor kebiasaan penggunaan bahasa Jawa dalam interaksi sehari-hari. Fenomena tersebut termasuk alih kode karena adanya perpindahan kode bahasa dalam satu peristiwa tutur yang dipengaruhi oleh konteks sosial. Selain itu, peneliti juga menemukan fenomena campur kode seperti pada tuturan "*seprapat berapa bu?*" dan "*eh seon isinya berapa?*". Pada tuturan tersebut terdapat penggunaan kata "*seprapat*" berarti seperempat dan "*seon*" berarti satu ons yang merupakan bentuk pencampuran unsur bahasa Jawa ke tuturan bahasa Indonesia. Fenomena ini termasuk campur kode karena adanya percampuran atau penyisipan unsur bahasa tanpa disertai perubahan situasi penutur atau perubahan topik pembicaraan (Sholihah, 2018).

Beberapa penelitian terdahulu telah mengkaji fenomena alih kode dan campur kode dalam interaksi sosial informal, seperti penelitian oleh Munandar (2018) yang menemukan alih kode antar bahasa Makassar dan bahasa Indonesia serta campur kode internal di Terminal Mallengkeri Makassar untuk menjelaskan konteks dan penghormatan; Yusni & Nengsi Sudirman (2023) yang mendeskripsikan penyebab serta prosesnya dalam tawar-menawar di Pusat Niaga Palopo dengan bahasa Tae dan bahasa Indonesia; serta Susilo (2016) yang mengidentifikasi sifat dan arah alih kode di kaki lima Malioboro Yogyakarta melibatkan bahasa Indonesia, Jawa, Minang, dan Sunda. Persamaan dalam penelitian ini berfokus kualitatif pada bentuk, fungsi, dan faktor alih kode dan campur kode di konteks multilingual, namun berbeda pada subjek, lokasi, dan ruang lingkup. Penelitian di Pasar Cikebrok Purwokerto menyoroti interaksi pedagang-pembeli menggunakan bahasa Banyumasan-Indonesia, menggambarkan strategi komunikasi untuk keakraban, transaksi, dan identitas budaya lokal yang unik.

Sesuai dengan uraian di atas, penelitian ini penting dilakukan untuk mengkaji lebih mendalam mengenai alih kode dan campur kode dalam interaksi pedagang dan pembeli di Pasar Cikebrok Purwokerto. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan berkontribusi dalam pengembangan kajian sosiolinguistik, terutama terkait pemakaian bahasa dalam konteks sosial ekonomi masyarakat di pasar tradisional.

## METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dan pendekatan sociolinguistik. Pendekatan kualitatif deskriptif untuk mengkaji fenomena alih kode dan campur kode dalam interaksi pedagang dan pembeli di Pasar Cikebrok Purwokerto (Pribady, 2018). Pendekatan sociolinguistik digunakan untuk memahami hubungan antara penggunaan bahasa dan konteks sosial budaya dalam kegiatan jual beli (Utami & Rizal, 2022). Subjek penelitian ini yaitu pedagang dan pembeli yang terlibat langsung dalam interaksi pasar. Adapun objek penelitian berupa tuturan yang mengandung alih kode dan campur kode beserta peranannya dalam proses komunikasi.

Penelitian ini dilakukan pada tanggal 17 Februari dan 16 April 2026 di Pasar Cikebrok Purwokerto. Pengumpulan data dilaksanakan sebanyak dua kali observasi. Selama penelitian, peneliti berada di lokasi sebagai pengamat sekaligus partisipan pada beberapa kesempatan untuk memperoleh data tuturan secara langsung. Partisipan dalam penelitian ini terdiri atas 6 pedagang dan 8 pembeli. Pedagang yang diamati berasal lapak sayur, ayam, dan sembako. Pemilihan jenis lapak didasarkan pada pertimbangan kemungkinan munculnya variasi bahasa yang berbeda.

Data penelitian dikumpulkan melalui teknik observasi partisipan dengan metode simak yang meliputi teknik simak, teknik rekam, teknik catat, dan dokumentasi (Abubakar, 2021). Teknik simak libat cakup dilakukan dengan melibatkan peneliti secara langsung dalam percakapan dengan partisipan untuk memperoleh data yang lebih alami dan kontekstual. Teknik simak bebas libat cakup dilakukan dengan cara menyimak tanpa terlibat langsung dalam percakapan. Data diperoleh melalui perekaman percakapan dan pengamatan langsung pedagang dan pembeli, kemudian ditranskripsikan dan didukung dengan dokumentasi berupa foto serta catatan lapangan.

Instrumen utama yang digunakan yaitu peneliti sendiri yang dibantu dengan lembar observasi dan dokumen transkrip (Tutut & Khalimah, 2020). Analisis data dilakukan menggunakan metode agih dengan teknik bagi unsur langsung (BUL) untuk mengidentifikasi satuan kebahasaan (Julia et al., 2020). Proses analisis meliputi reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Data yang telah ditranskripsikan, diidentifikasi, dan dikelompokkan menurut bentuknya, kemudian dianalisis secara kontekstual.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Setelah data diperoleh, kemudian temuan-temuan penelitian akan diuraikan melalui pemaparan hasil analisis data dan pembahasan penjelasan data dari interaksi pedagang dan pembeli di Pasar Cikebrok Purwokerto.

### Hasil

Berdasarkan hasil penelitian terhadap tuturan dalam interaksi pedagang dan pembeli di Pasar Cikebrok Purwokerto, ditemukan adanya fenomena alih kode dan campur kode. Fenomena tersebut menunjukkan adanya peralihan dan pencampuran kode bahasa yang digunakan saat berinteraksi.

Tabel 1. Fenomena alih kode

Jenis	Kode	Bahasa	Satuan	Faktor
Alih Kode	AK:1:17Feb	Inodonesia-Jawa	Kalimat	Kebiasaan dan latar belakang
Alih Kode	AK:2:17FE	Indonesia-Inggris	Kalimat	Usia dan spontanitas
Alih Kode	B	Jawa-Indonesia	Kalimat	Kebiasaan
Alih Kode	AK:1:16AP	Indonesia-Jawa-indonesia-Jawa	Kalimat	Latar belakang dan keakraban
Campur Kode	R	Jawa-Indonesia	Frasa dan Kata	Kebiasaan dan latar belakang
Campur Kode	AK:2:16AP	Indonesia-Jawa	Kata	Kebiasaan dab latar belakang
Campur Kode	R	Jawa-Indonesia	Kata	Kebiasaan, spontanitas,
Campur Kode	CK:1:17FE	Indonesia-Jawa	Kata	keakraban
Campur Kode	B	Indonesia-Jawa-Inggris	Kalimat dan	Kebiasaan, spontanitas,
	CK:2:17FE		Kata	keakraban
	B			Kebiasaan, spontanitas,
	CK:3:17FE			keakraban
	B			
	CK:4:17FE			
	B			
	CK:1:16AP			
	R			

Dari hasil penelitian, menghasilkan 9 data terdiri dari 4 data alih kode dan 5 data campur kode. Fenomena alih kode terdiri dari alih kode *intern* yang berjumlah 3 data dan alih kode *ekstern* yang berjumlah 1 data. Sedangkan fenomena campur kode terdiri dari campur kode sisipan kata,

sisipan frasa, dan sisipan kalimat. Temuan-temuan tersebut akan dijadikan dasar untuk melanjutkan ke bagian pembahasan.

## Pembahasan

Pada bagian ini akan diuraikan pembahasan analisis fenomena alih kode dan campur kode yang ditemukan dalam interaksi pedagang dan pembeli di Pasar Cikebrok. Uraian tersebut dilakukan dengan merujuk pada data yang telah diamati selama observasi di Pasar Cikebrok sebagai berikut.

### Alih Kode

Berdasarkan analisis data ditemukan adanya bentuk alih kode yang melibatkan tiga bahasa yaitu bahasa Indonesia, bahasa Jawa, dan bahasa Inggris. Dalam interaksi di Pasar Cikebrok, bahasa Indonesia dan bahasa Jawa lebih dominan digunakan sebagai bahasa pengantar dan muncul dalam bentuk sisipan kata atau dalam ungkapan tertentu. Berikut data alih kode yang ditemukan dalam penelitian ini:

#### Data AK:1:17Feb

Pembeli : Ini berapa bu?  
Pedagang : Seribuan.  
Pembeli : Sebungkus.  
Pedagang : *Kiye sewu mangatus.* (Ini seribu limaratus)

Pada tuturan data AK:1:17Feb ditemukan fenomena alih kode *intern* dari bahasa Indonesia ke bahasa Jawa. Interaksi diawali pembeli dengan bahasa Indonesia, lalu direspons dengan bahasa Jawa ("*kiye sewu mangatus*"). Alih kode ini menunjukkan penyesuaian bahasa untuk menciptakan kenyamanan dalam interaksi. Faktor yang mendorong alih kode di Pasar Cikebrok meliputi kebiasaan berbahasa daerah (dominasi bahasa Jawa), penyesuaian lawan tutur, latar belakang penutur, serta situasi informal di pasar (Pribadi, 2020). Peran alih kode adalah membangun hubungan komunikatif yang efektif dan efisien, menumbuhkan rasa nyaman dan kepercayaan, serta membuka peluang negosiasi dan mengurangi kesalahpahaman.

#### Data AK:2:17Feb

Pembeli : Bu ada bayam?  
Pedagang : Ada.  
Pembeli : Oh ini ya.  
Pedagang : Ini ada lagi.  
Pembeli : *Fresh?* (Segar?)  
Pedagang : *Fresh.* (Segar)  
Pembeli : Satunya berapa?  
Pedagang : Lima ribu.  
Pembeli : Makasih.

Pada data AK:2:17Feb terdapat fenomena alih kode *ekstern*. Terlihat pada tuturan pembeli yaitu peneliti itu sendiri yang bertanya dengan tuturan "*Fresh?*" setelah menggunakan bahasa Indonesia sebelumnya. Peralihan dari bahasa Indonesia ke bahasa Inggris seperti yang digunakan pembeli saat berinteraksi. Hal tersebut muncul karena dipengaruhi oleh faktor penutur dan mitra tutur dapat dilihat dari pembeli yang berusia lebih muda terbiasa berinteraksi dengan menggunakan bahasa Indonesia bercampur bahasa Inggris. Penggunaan kata "*fresh*" dianggap lebih tepat dan efisien dalam situasi interaksi negosiasi atau penawaran di pasar, serta kebiasaan spontan penggunaan bahasa saat berinteraksi sehari-hari (Wijana, 2019). Dalam negosiasi, alih kode berperan menjadi strategi pembeli untuk memperjelas kualitas barang berupa sayur yang akan dibeli agar sesuai dengan harapan yang dicari itu benar-benar segar sekaligus membangun suasana percakapan yang lebih akrab serta santai sehingga proses tawar-menawar berjalan dengan lancar.

#### Data AK:1:16Apr

Pembeli : *Bu kacange pintenan niku?* (Bu kacangnya berapa itu?)  
Pedagang : *Sekawan ewu mba.* (Empat ribu mba.)  
Pembeli : *Mboten saged kirang?* (Tidak bisa kurang?)  
Pedagang : *Bade tumbas pinten?* (Mau beli berapa?)

- Pembeli : *Bade tumbas tigo sepuluh ewu angsal?* (Mau beli tiga sepuluh ribu boleh?)  
 Pedagang : *Nggih mba.* (Iya mba.)  
 Pembeli : Alhamdulillah.  
 Pedagang : Apa lagi?  
 Pembeli : Eeh bawang putih lima ribu aja, udah.  
 Pedagang : Jadi lima belas ya.  
 Pembeli : Iya, ini Bu. Terima kasih.  
 Pedagang : Sama-sama mba.

Berdasarkan data AK:1:16Apr di atas, ditemukan adanya fenomena alih kode *intern* berupa peralihan kode penggunaan bahasa Jawa ke bahasa Indonesia dalam satu rangkaian interaksi. Pada awal interaksi berlangsung yang dimana pembeli yaitu peneliti, kedua penutur menggunakan bahasa Jawa seperti pada tuturan "*Bu kacange pintenan niku?*", "*Sekawan ewu mba*", "*Mboten saged kirang?*", "*Bade tumbas pinten?*", "*Bade tumbas tigo sepuluh ewu angsal?*", dan "*Nggih mba*" yang kemudian dia akhir interaksi terjadi peralihan ke bahasa Indonesia seperti pada tuturan "Eeh bawang putih lima ribu aja, udah", "Jadi lima belas ya", "Iya, ini Bu. Terima kasih", dan "Sama-sama mba". Hal ini menunjukkan bahwa alih kode dapat dilakukan secara sadar maupun tidak sadar oleh penutur dalam berinteraksi untuk menyesuaikan kebutuhan komunikasi.

Pengaruhnya terjadi karena kebiasaan berbahasa, yaitu ketika pembeli dan pedagang menguasai lebih dari satu bahasa, serta situasi dan kondisi pasar yang mendorong perubahan bahasa untuk mempermudah penyebutan harga. Dalam konteks negosiasi, penggunaan bahasa Jawa pada awal interaksi menciptakan suasana santai dan akrab, sementara peralihan ke bahasa Indonesia membantu memperjelas dan memperlancar komunikasi. Dengan demikian, alih kode bukan hanya sekadar pergantian bahasa, tetapi juga berfungsi sebagai strategi untuk memperlancar proses negosiasi di Pasar Cikebrot.

#### **Data AK:2:16Apr**

- Pedagang : *Mbae?* (Mbanya?)  
 Pembeli 1 : Mau dada *seprapat* berapa? (Mau dada seperempat berapa?)  
 Pedagang : Sepuluh ribu lima ratus.  
 Pembeli 1 : Iya *seprapat*. (Iya seperempat.)  
 Pembeli 2 : *Nyong arep tuku ceker apa langka?* (Aku mau beli ceker apa tidak ada?)  
 Pedagang : *Ceker ayuwene. Ya biasane ora mesti lah.* (Ceker sekarang. Iya Biasanya tidak pasti lah.)  
 Pedagang : Seperempat ya?  
 Pembeli 1 : Iya.  
 Pedagang : Dipotong atau utuh?  
 Pembeli 1 : Boleh dipotong.  
 Pedagang : Jadi berapa tiga atau empat?  
 Pembeli 1 : Jadi empat. Terima kasih.  
 Pedagang : *Enggeh.* (Iya.)

Pada tuturan data AK:2:16Apr ditemukan adanya fenomena alih kode *intern*, yaitu peralihan kode yang terjadi antara bahasa Indonesia dan bahasa Jawa. Alih kode terlihat pada tuturan pembeli 2 "*Nyong arep tuku ceker apa langka?*" yang kemudian direspon oleh pedagang dengan tuturan "*Ceker ayuwene. Ya biasane ora mesti lah*" yang menggunakan bahasa Jawa sebelum kembali menggunakan bahasa Indonesia seperti pada awal interaksi terjadi. Peralihan tersebut menunjukkan bahwa penutur secara mudah berpindah kode sesuai dengan situasi dan kondisi lawan tuturnya. Pedagang menyesuaikan kode bahasa yang sesuai dengan pembeli yang sedang dilayani.

Di samping itu, alih kode dalam interaksi tersebut terjadi karena adanya perbedaan latar belakang bahasa antara pembeli 1 (peneliti), pembeli 2, dan pedagang dalam berinteraksi, faktor situasi di dalam pasar yang informal memungkinkan penggunaan berbagai bahasa secara bebas, dan tujuan komunikasi untuk menciptakan keakraban dan memperlancar kegiatan jual beli. Pembeli 1 memakai bahasa Indonesia ketika berinteraksi, pembeli 2 menggunakan bahasa Jawa

ketika berinteraksi, sedangkan pedagang menggunakan bahasa Indonesia ketika merespon pembeli 1 dan bahasa Jawa ketika merespon pembeli 2 agar interaksi berjalan lancar.

Adapun peranan alih kode dalam interaksi tersebut dalam pembentukan negosiasi dapat terlihat dari kemampuannya dalam membangun kedekatan sosial dan mempermudah proses tawar-menawar. Penggunaan bahasa yang sesuai dengan situasi dan lawan penutur membuat interaksi menjadi lebih akrab dan tidak merasa kaku, sehingga pembeli merasa nyaman saat berinteraksi. Selain itu, alih kode juga dapat membantu memperjelas maksud atau tujuan penutur (Alawiyah dkk, 2021), seperti saat pedagang menanyakan "Dipotong atau utuh?" untuk memastikan kebutuhan pembeli. Dengan demikian, alih kode berperan sebagai strategi dalam berinteraksi yang mendukung kelancaran negosiasi sehingga tercapainya kesepakatan antara pedagang dan pembeli di Pasar Cikebrok.

### **Campur Kode**

Analisis data campur kode yang ditemukan pada penelitian ini adalah campur kode yang melibatkan tiga bahasa yaitu bahasa Indonesia, bahasa Jawa, dan bahasa Inggris. Wujud campur kode dalam bentuk penyisipan kata, frasa, dan kalimat dari ketiga bahasa tersebut. Berdasarkan data yang telah ditemukan peneliti pada interaksi pedagang dan pembeli di Pasar Cikebrok adalah sebagai berikut:

#### **Data CK:1:17Feb**

- Pembeli : *Ana biomiwon sing gede?* (Ada biomiwon yang besar?)  
Pedagang : *Ana.* (Ada.)  
Pembeli : *Sing piranan?* (Yang berapaan?)  
Pedagang : *Paling gede ya satu kilo.* (Paling besar ya satu kilo.)  
Pembeli : *Aja kaya kuwe.* (Jangan seperti itu.)  
Pedagang : *Loh takone sing gede. Eceran telulas ana.* (Lah tanyanya yang besar. Eceran tigabelas ada.)

Pada data CK:1:17Feb tuturan pedagang "Paling *gede* ya satu kilo" mengandung campur kode yang berbentuk sisipan frasa "satu kilo", menyisipkan unsur bahasa Indonesia ke dalam struktur kalimat bahasa Jawa. Istilah tersebut dipakai karena lebih praktis dan lebih baku untuk ukuran dalam sistem jual beli. Interaksi pada tuturan tersebut, secara keseluruhan menggunakan bahasa Jawa. Selain itu, dalam interaksi di atas juga mengandung campur kode yang berbentuk sisipan kata "eceran" dalam tuturan "*Loh takone sing gede. Eceran telulas ana*" yang sebagian besar menggunakan bahasa Jawa. Kata "eceran" merupakan kata dalam bahasa Indonesia yang berarti barang yang dijual dalam jumlah kecil atau satuan.

Terjadinya campur kode dalam interaksi pedagang dan pembeli di Pasar Cikebrok dipengaruhi oleh kebiasaan penggunaan istilah perdagangan (seperti *kilo* dan *eceran*), kebutuhan akan komunikasi yang cepat dan jelas, latar belakang kebahasaan penutur, serta konteks situasi transaksi yang menuntut efisiensi dan kecepatan. Campur kode membantu memperlancar interaksi, dengan mempertahankan bahasa Jawa sebagai bahasa dominan untuk memperkuat identitas sosial masyarakat Banyumas, sementara bahasa Indonesia digunakan untuk menguraikan dan memperjelas transaksi jual beli agar berjalan lebih tepat dan lancar di Pasar Cikebrok.

#### **Data CK:2:17Feb**

- Pembeli : *Mba ada welok yang gede?* (Mba ada labu siam yang besar?)  
Pedagang : *Welok yang gede habis.* (Labu siam yang besar habis.)

Tuturan data CK:2:17Feb di atas menunjukkan adanya fenomena campur kode yang berbentuk sisipan kata. Campur kode terdapat pada penggunaan kata "*welok*" dan "*gede*" yang berasal dari bahasa Jawa dalam interaksi pedagang dan pembeli yang dominan menggunakan bahasa Indonesia. Penggunaan kata "*welok*" dipilih karena dianggap lebih dikenal oleh masyarakat Banyumas dibandingkan dengan sebutan labu siam dalam bahasa Indonesia. Sedangkan penggunaan kata "*gede*" yang artinya besar dalam bahasa Indonesia dipilih untuk memberikan penekanan ukuran barang yang diinginkan oleh pembeli.

Terjadinya campur kode pada data CK:2:17Feb dipengaruhi oleh kebiasaan sehari-hari bahasa penutur dalam berinteraksi. Situasi di Pasar Cikebrok sebagai lingkungan informal ini membuat penutur merasa lebih bebas menggunakan variasi bahasa dalam berkomunikasi. Kesamaan latar belakang antara penutur dan lawan tutur, keduanya saling memahami bahasa Jawa

sehingga pemakaian kata yang dipilih tidak menimbulkan kesalahpahaman karena mengerti apa yang dimaksud penutur. Penggunaan istilah-istilah lokal ini sering kali lebih singkat, jelas, dan sangat mudah dipahami dalam situasi jual beli di Pasar Cikebrok.

#### **Data CK:3:17Feb**

Pembeli : *Beningan* katuk *pira* mba? (Sayur bening katu berapa mba?)

Pedagang : *Beningan* katuk habis *gari bayem*. (Sayur bening katuk habis tinggal bayam.)

Berdasarkan tuturan data CK:3:17Feb menunjukkan adanya fenomena campur kode yang berbentuk sisipan kata, yaitu penyisipan unsur bahasa Jawa seperti "beningan", "pira", "gari", dan "bayem" dalam tuturan bahasa Indonesia. Hal tersebut dapat dipengaruhi oleh kebiasaan penutur menggunakan bahasa Jawa bercampur bahasa Indonesia, kedekatan sosial antara pedagang dan pembeli, serta spontanitas dalam memilih kata agar maksud cepat dan mudah dipahami. Campur kode juga berperan dalam pembentukan negosiasi karena menciptakan suasana yang lebih nyaman dan akrab, serta memperlancar pertukaran informasi di Pasar Cikebrok.

#### **Data CK:4:17Feb**

Pedagang : Recehnya ada?

Pembeli : Ada sih, habis nih *koine*. (Ada sih, habis nih koinnya.)

Pedagang : Sepuluh lima ratus.

Pembeli : Sepuluh lima ratus ya?

Pedagang : Iya.

Pada tuturan data CK:4:17Feb terdapat fenomena campur kode yang berbentuk sisipan kata, yaitu pada tuturan "Ada sih, habis nih *koine*". Adanya penyisipan unsur bahasa Jawa "*koine*" di dalam tuturan bahasa Indonesia. Hal tersebut dapat terjadi karena adanya kebiasaan penutur menggunakan campuran kata bahasa Indonesia dan bahasa Jawa dalam berinteraksi, spontanitas, dan kedekatan. Campur kode dalam tuturan tersebut dapat mempermudah negosiasi sekaligus menunjukkan keakraban antara pedagang dan pembeli di pasar. Kata "receh" dan "*koine*" menciptakan suasana yang santai, sedangkan tuturan "sepuluh ribu lima ratus" mempercepat proses negosiasi jumlah uang yang sedang ditawarkan agar menggunakan uang kecil atau pecahan. Dengan demikian, campur kode berperan sebagai strategi dalam interaksi untuk menjaga kelancaran saat bertransaksi.

#### **Data CK:1:16Apr**

Pembeli : Bimolinya ada atau tropikal?

Pedagang : Tropikal ada tropikal.

Pembeli : Bimoli aja.

Pedagang : Bimolinya kosong *miki kelalen be ora njaluk*. (Bimolinya kosong tadi lupa tidak tidak minta.)

Pembeli : Pakainya plastikkan?

Pedagang : Engga, pakainya botol. Kalau yang *pouch* itu adanya cuma bimoli kunci. Kunci mau? (Engga, pakainya botol. Kalau yang kantong plastik itu adanya Cuma bimoli kunci. Kunci mau?)

Pembeli : Engga.

Pedagang : Kalo kunci ada.

Pada tuturan data CK:1:16Apr fenomena campur kode yang berbentuk sisipan kalimat pada tuturan "Bimolinya kosong *miki kelalen be ora njaluk*" dimana pedagang menggunakan percampuran bahasa Indonesia dengan bahasa Jawa dan campur kode yang berbentuk sisipan kata yaitu pada tuturan pedagang yang menyisipkan kata "*pouch*" dalam kalimat bahasa Indonesia. Hal tersebut menunjukkan penyisipan unsur bahasa berbeda dalam satu tuturan yang sama.

Faktor yang memengaruhi penggunaan campur kode dalam interaksi di Pasar Cikebrok meliputi kebiasaan, latar belakang sosial budaya, serta situasi kondisi interaksi. Penutur memilih kata yang praktis dan mudah dipahami dalam konteks jual beli, kedekatan sosial antara pedagang dan pembeli, serta spontanitas dalam berbahasa yang mengikuti kebiasaan sehari-hari (Prayogo, 2020). Peranan campur kode dalam negosiasi terlihat dari upaya menciptakan interaksi yang efektif, efisien, dan akrab. Campur kode membantu memperjelas maksud, misalnya melalui penggunaan kata "*pouch*" yang langsung merujuk pada jenis produk, sekaligus membangun

kedekatan dengan lawan tutur. Dengan demikian, campur kode menjadi strategi komunikasi yang mendukung kelancaran negosiasi di Pasar Cikebrok.

## KESIMPULAN

Dapat disimpulkan bahwa hasil penelitian menunjukkan ada dua fenomena yaitu alih kode dan campur kode dalam interaksi pedagang dan pembeli di Pasar Cikebrok Purwokerto. Alih kode ditemukan sebanyak 4 data yang terdiri dari alih kode *intern* dan alih kode *ekstern*. Campur kode ditemukan sebanyak 5 data dalam bentuk tuturan bahasa Indonesia, bahasa Jawa, dan bahasa Inggris yang termasuk campur kode berbentuk sisipan kata, frasa, dan kalimat.

Temuan penelitian menunjukkan bahwa bahasa Jawa/Banyumasan berperan sebagai kode keakraban dan identitas lokal dalam interaksi jual beli, sedangkan bahasa Indonesia digunakan untuk memperjelas informasi transaksi seperti harga, jumlah, ukuran, dan kebutuhan barang. Sementara itu, bahasa Inggris muncul secara terbatas pada istilah kualitas dan kemasan barang, seperti *fresh* dan *pouch*. Fenomena ini dipengaruhi oleh faktor kebiasaan berbahasa, latar belakang penutur, usia, hubungan sosial, spontanitas, serta situasi komunikasi yang informal. Dengan demikian, alih kode dan campur kode di Pasar Cikebrok tidak hanya terjadi karena kebiasaan bilingual, tetapi juga menjadi strategi sosial-ekonomi untuk membangun kedekatan, mempercepat transaksi, memperlancar negosiasi, dan menyesuaikan diri dengan lawan tutur.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abubakar, R. (2021). *Pengantar Metodologi Penelitian*. SUKA-Press UIN Sunan Kalijaga.
- Alawiyah, S. R., Agustiani, T., & Humaira, H. W. (2021). Wujud dan Faktor Penyebab Alih Kode dan Campur Kode dalam Interaksi Sosial Pedagang dan Pembeli di Pasar Parungkuda Kabupaten Sukabumi. *Jurnal Pendidikan Bahasa Dan Sastra Indonesia*, 11(2), 197–207. <https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/JJPBS>
- Albaburrahim. (2019). *Pengantar Bahasa Indonesia Untuk Akademik* (A. H. Nawawi (ed.); 1st ed., Vol. 17). CV. Madza Media.
- Fauzi, R. A., & Tressyalina, T. (2021). Alih Kode Dan Campur Kode Dalam Transaksi Antara Penjual Dan Pembeli Di Pasar Modern Teluk Kuantan Riau. *Kajian Linguistik Dan Sastra*, 5(2), 113–122. <https://doi.org/10.23917/kl.v5i2.11000>
- Julia, A., Rijal, S., & Purwanti. (2020). Campur Kode Dan Interferensi Pada Percakapan Mahasiswa Fakultas Ilmu Budaya Universitas Mulawarman: Kajian Sociolinguistik. *Jurnal Bahasa, Sastra, Seni, Dan Budaya*, 4, 315–330. <https://ocs.unmul.ac.id/index.php/JBSSB/article/view/2717>
- Marni, W. O. (2016). Campur Kode Dan Alih Kode Dalam Peristiwa Jual Beli Di Pasar Labuan Tobelo Kecamatan Wakorumba Utara Kabupaten Buton Utara. *E-Jurnal Pendidikan Bahasa Dan Sastra Indonesia FKIP UHO*, 2(1). <https://bastra.uho.ac.id/index.php/journal/article/download/647/431>
- Munandar, A. (2018). Alih Kode dan Campur Kode dalam Interaksi Masyarakat Terminal Mallengkeri Kota Makassar. <http://Eprints.Unm.Ac.Id/Id/Eprint/10388>, 1, 43. <https://repositorio.ufsc.br/bitstream/handle/123456789/186602/PPAU0156-D.pdf?sequence=1&isAllowed=y><http://journal.stainkudus.ac.id/index.php/equilibrium/article/view/1268/1127><http://www.scielo.br/pdf/rae/v45n1/v45n1a08><http://dx.doi.org/10.1016/j>
- Paramitha, N. P. (2016). Implementasi Pendekatan Sociolinguistik dalam Pembelajaran Bahasa Arab. *Educacao e Sociedade*, 1(1), 1689–1699. [http://www.biblioteca.pucminas.br/teses/Educacao\\_PereiraAS\\_1.pdf](http://www.biblioteca.pucminas.br/teses/Educacao_PereiraAS_1.pdf)[http://www.anpocs.org.br/portal/publicacoes/rbcs\\_00\\_11/rbcs11\\_01.htm](http://www.anpocs.org.br/portal/publicacoes/rbcs_00_11/rbcs11_01.htm)[http://repositorio.ipea.gov.br/bitstream/11058/7845/1/td\\_2306.pdf](http://repositorio.ipea.gov.br/bitstream/11058/7845/1/td_2306.pdf)<https://direitofma2010.files.wordpress.com/2010/>
- Prayogo, W. (2020). ALFABETA : Jurnal Bahasa , Sastra , dan Pembelajarannya. *ALFABETA: Jurnal Bahasa, Sastra, Dan Pembelajarannya*, 2587, 1–12.
- Pribadi, N. R. (2020). Kajian Sociolinguistik : Alih Kode dan Campur Kode dalam Video Youtube Gita Savitri Devi. *OSF Preprints, 2011*.
- Pribady, H. (2018). *Pengantar Metodologi Penelitian Linguistik*. In the Name of Science and Society Dignity.
- Rahim, A. R., Arifuddin, & Thaba, A. (2020). Analisis Alih Kode Dan Campur Kode Dalam

- Interaksi Jual Beli Di Pasar Pabbaeng Baeng Kota Makassar. *KREDO: Jurnal Ilmiah Bahasa Dan Sastra*, 4, 245–261. <https://jurnal.umk.ac.id/index.php/kredo/index>
- Sholihah, R. A. (2018). Kontak Bahasa: Kedwibahasaan, Alih Kode, Campur Kode, Interferensi, Dan Integrasi. *The 3rd Annual International Conference on Islamic Education*, 361–376.
- Susilo, E. (2016). Alih Kode dalam Interaksi Pedagang dan Pembeli di Kawasan Kaki Lima Malioboro Yogyakarta. *Skripsi*, 1–5.
- Susylowati, E., Zakiyah, F., Sandy, D. K., & Cicilia, V. D. (2024). *Sosiolinguistik Teori dan Aplikasi* (Andriyanto (ed.); Cetak Pert). Anggota IKAPI No.267/JTE/2023.
- Syaparuddin, & Utami, S. (2019). *Islam & Pasar Tradisional* (Jumriani, M. Ardi, & R. Idayanti (eds.); Cetakan I). TrustMedia Publishing.
- Tutut, R., & Khalimah, N. (2020). Alih kode dan campur kode antara penjual dan pembeli pada masa pandemi. *Jurnal Ilmiah SEMANTIKA*, 2(01), 52–61.
- Utami, R., & Rizal, M. (2022). Bahasa Dalam Konteks Sosial (Peristiwa Tutar Dan Tindak Tutar). *JUMPER: Journal of Educational Multidisciplinary Research*, 1(1), 16–25. <https://doi.org/10.56921/jumper.v1i1.36>
- Wijana, I. D. P. (2019). *Pengantar Sosiolinguistik*. UGM Press.
- Yusni, Y., & Nengsi Sudirman. (2023). Alih Kode Campur Kode dalam Interaksi Penjual dan Pembeli di Pusat Niaga Palopo. *DEIKTIS: Jurnal Pendidikan Bahasa Dan Sastra*, 3(2), 105–110. <https://doi.org/10.53769/deiktis.v3i2.466>