

## RAGAM BAHASA PEDAGANG KAKI LIMA DI PASAR PANGKALPINANG, BANGKA BELITUNG: KAJIAN SOSIOLINGUISTIK

### LANGUAGE VARIETY OF STREET VENDORS IN PANGKALPINANG MARKET, BANGKA BELITUNG: A SOCIOLINGUISTIC STUDY

**Lasmi Hartati<sup>1\*</sup>, Lili Liana<sup>2</sup>**

Perencanaan Wilayah dan Kota, Universitas Bangka Belitung, Indonesia<sup>1</sup>

Kedokteran, Universitas Bangka Belitung, Indonesia<sup>2</sup>

[lasmihartati24@gmail.com](mailto:lasmihartati24@gmail.com)<sup>1</sup>, [lililiana@ubb.ac.id](mailto:lililiana@ubb.ac.id)<sup>2</sup>

\*penulis korespondensi

Info Artikel	ABSTRAK
<b>Sejarah artikel:</b> Diterima: 30 Juni 2025 Direvisi: 03 Juli 2025 Disetujui: 12 Juli 2025	Ragam bahasa adalah variasi bahasa yang timbul karena perbedaan konteks sosial, maksud komunikasi, saluran penyampaian, dan latar belakang pembicara. Bahasa lisan para pedagang kaki lima umumnya bersifat tidak formal, mendadak, dan penuh kreativitas. Dengan demikian, mempelajari variasi bahasa yang dipakai oleh pedagang kaki lima bisa memberikan perspektif berharga mengenai identitas sosial dan dinamika komunitas tersebut. Oleh sebab itu, studi ini bertujuan untuk menganalisis variasi bahasa pedagang kaki lima di pasar Pangkalpinang, Bangka Belitung. Penelitian ini adalah suatu analisis sosiolinguistik, karena membahas tentang variasi bahasa. Dengan demikian, penelitian ini dapat memperkaya kosakata bahasa, khususnya bahasa Indonesia. Studi ini adalah penelitian kualitatif menggunakan metode deskriptif kualitatif. Data dalam penelitian ini berasal dari variasi bahasa yang digunakan oleh pedagang kaki lima di pasar Pangkalpinang. Hasil studi menunjukkan bahwa variasi bahasa yang dipakai oleh penjual kepada pembeli adalah dengan bahasa lokal atau bahasa sehari-hari, meskipun kadang-kadang diselingi dengan bahasa daerah.
Article Info	ABSTRACT
<b>Article history:</b> Received: 30 June 2025 Revised: 03 July 2025 Accepted: 12 July 2025	Language variety is a variation in language that arises due to differences in social context, communication intent, delivery channel, and speaker background. The spoken language of street vendors is generally informal, abrupt, and full of creativity. Therefore, studying the language variations used by street vendors can provide valuable perspectives on the social identity and dynamics of the community. Therefore, this study aims to analyze the language variations of street vendors in Pangkalpinang market, Bangka Belitung. This research is a sociolinguistic analysis, because it discusses language variations. Thus, this research can enrich the vocabulary of languages, especially Indonesian. This study is a qualitative research using qualitative descriptive methods. The data in this study comes from the language variations used by street vendors in Pangkalpinang market. The results of the study indicate that the language variations used by sellers to buyers are local or everyday languages, although sometimes interspersed with regional languages.

Copyright © 2025, Stilistika: Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra  
DOI: <http://dx.doi.org/10.30651/st.v18i2.27087>

## PENDAHULUAN

Pendidikan merupakan suatu proses yang sangat diutamakan dalam meningkatkan kualitas baik pengajaran maupun karakter, terkhusus bahasa (Hartati et al., 2024). Bahasa adalah suatu perasaan yang berisi maksud guna memberikan informasi kepada orang lain (Novianti & Riadi, 2023). Sagala dan Naibaho (2023) mengatakan bahwa sesuatu yang disampaikan oleh pembicara dapat dipahami dan dimengerti oleh pendengar atau lawan bicara melalui bahasa yang diungkapkan.

Bahasa berfungsi sebagai alat utama untuk komunikasi yang dipakai manusia dalam menyampaikan ide, emosi, dan informasi. Dalam aktivitas sehari-hari, cara penggunaan bahasa tidak konsisten, tetapi sangat beragam tergantung situasi, kondisi, serta interaksi sosial antara para penuturnya. Variasi ini disebut ragam bahasa, yaitu perbedaan bahasa yang muncul akibat berbagai faktor seperti lingkungan sosial, tujuan komunikasi, cara penyampaian, dan latar belakang penuturnya.

Ragam bahasa dapat dibedakan berdasarkan beberapa kriteria, seperti lisan dan tulisan, formal dan informal, serta ilmiah dan sastra. Selain itu, faktor-faktor seperti usia, pendidikan, pekerjaan, dan lokasi tempat tinggal juga berpengaruh pada jenis ragam bahasa yang dipakai oleh individu. Sebagai contoh, bahasa yang dipakai dalam dunia akademik jelas berbeda dari bahasa yang digunakan dalam interaksi sosial sehari-hari.

Pemakaian bahasa yang bervariasi dikenal sebagai ragam bahasa (Kurniawati, 2009). Pemakaian ragam bahasa di Indonesia dapat dikatakan sangat beragam, yang dapat dibuktikan dengan banyaknya suku,

etnis, serta budaya yang terdapat di negara ini. Selain itu, generasi muda yang dengan karya-karyanya selalu berhasil menghadirkan bentuk bahasa yang baru dan melahirkan variasi bahasa yang segar. Penggunaan ragam bahasa yang sering dijumpai tidak hanya terjadi di masyarakat, tetapi juga di dalam lingkungan pendidikan (Handika et al., 2019).

Pemahaman tentang variasi bahasa sangatlah krusial dalam bidang pendidikan, komunikasi publik, media, dan interaksi sosial. Dengan memiliki pemahaman tentang variasi bahasa, seseorang dapat menyesuaikan cara berbicara mereka sesuai dengan situasi dan orang yang diajak berbicara, sehingga komunikasi menjadi lebih efisien dan mengurangi kemungkinan terjadinya salah paham.

Namun, di lapangan masih banyak orang yang belum menyadari betapa pentingnya menerapkan ragam bahasa dengan benar. Situasi ini berpotensi mengakibatkan komunikasi yang tidak efektif, terutama dalam situasi resmi seperti pendidikan, pemerintahan, dan media. Keberagaman bahasa muncul akibat adanya pengelompokan dalam masyarakat. Kelompok-kelompok ini bisa didasarkan pada usia, tingkat pendidikan, status sosial ekonomi, pekerjaan, daerah asal, dan faktor lainnya. Oleh karena itu, studi tentang ragam bahasa menjadi penting untuk dianalisis lebih mendalam demi meningkatkan kesadaran berbahasa serta kemampuan komunikasi yang sesuai dengan konteksnya.

Variasi bahasa adalah bentuk-bentuk bahasa yang berbeda berdasarkan penggunaan, topik yang sedang dibahas, hubungan antara pembicara, serta media yang digunakan dalam percakapan. Rokhman dalam

(Helki, dkk., (2023) mengatakan bahwa ragam bahasa merujuk pada variasi dalam bahasa yang dibedakan berdasarkan tema yang dibahas serta jenis komunikasi yang digunakan. Pemilihan ragam bahasa harus sesuai dengan konteksnya, misalnya ragam bahasa yang dipakai dalam kegiatan belajar mengajar di sekolah akan berbeda dari ragam bahasa yang digunakan dalam transaksi di pasar.

Menurut Chaer dalam Putri (2021), Keragaman bahasa timbul dari perbedaan sosial dan peranan berbagai aktivitas dalam masyarakat. Kelompok masyarakat yang berbeda usia, pekerjaan, tingkat pendidikan, dan status sosial masing-masing memiliki variasi bahasanya sendiri ketika berkomunikasi dengan kelompok yang sama dan kelompok yang berbeda. Penutur akan berbicara formal atau tidak formal berdasarkan lawan bicara dan kebutuhan. Dalam hal ini, pedagang kaki lima yang berperan dalam penggunaan ragam bahasa saat berdagang menggunakan bahasa yang nonformal. Pedagang kaki lima mempunyai peran yang begitu penting dalam ekonomi lokal dan seringkali menjadi representasi keanekaragaman budaya dan bahasa di suatu wilayah (Barusman & Setiawan, 2014). Berdasarkan konteks Geografis dan Sosial, Bangka Belitung merupakan provinsi yang terdiri dari kepulauan dengan keberagaman etnis, budaya, dan bahasa.

(Hartati dan Rozi (2023) mengatakan bahwa perkembangan ekonomi di Indonesia saat ini mengalami pasang surut. Pasar Pangkalpinang menjadi pusat aktivitas ekonomi di wilayah ini, di mana beragam pedagang kaki lima berkumpul untuk berjualan. Pedagang kaki lima seringkali berasal dari latar

belakang ekonomi yang beragam. Kondisi ini menciptakan keragaman bahasa yang unik di antara mereka. Dalam konteks pedagang kaki lima, bahasa tidak hanya menjadi alat berkomunikasi, tetapi juga menjadi sarana untuk menjual dan menarik perhatian pelanggan atau pembeli. Ragam bahasa yangdigunakan oleh pedagang kaki lima dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk asal usul etnis, tingkat pendidikan, pengalaman migrasi, dan interaksi dengan pelanggan.

Dengan demikian, penelitian mengenai ragam bahasa yang digunakan oleh pedagang kaki lima di Pasar Pangkalpinang, Bangka Belitung, akan memberikan pemahaman yang lebih dalam tentang dinamika sosiolinguistik dalam konteks lokal yang khusus. Menurut Kridalaksana dalam Prayogo, dkk., (2020) sosiolinguistik adalah cabang linguistik yang mempelajari hubungan dan saling pengaruh antar perilaku bahasa dan perilaku sosial. Selain itu, Sumarsono dan Partana dalam Kartikasari, dkk., (2021) berpendapat bahwa sosiolinguistik merupakan studi yang meneliti bahasa dalam konteks sosial. Penelitian ini juga dapat memberikan pemahaman yang bermanfaat untuk merancang kebijakan yang mendukung pelestarian serta penghargaan terhadap keragaman bahasa dan budaya di area tersebut. Dengan demikian, pasar Pangkalpinang di Bangka Belitung menjadi salah satu lokasi yang menarik untuk mengeksplorasi variasi bahasa di kalangan pedagang kaki lima melalui sudut pandang sosiolinguistik.

Mengacu pada latar belakang di atas, peneliti akan meneliti masalah yang berkaitan dengan variasi bahasa para pedagang kaki lima di pasar Pangkalpinang, Bangka Belitung

dengan pendekatan sosiolinguistik. Oleh karena itu, fokus penelitian ini adalah tentang penggunaan variasi bahasa oleh pedagang kaki lima selama transaksi jual beli di pasar, dalam konteks kajian sosiolinguistik. Ini tentu berkaitan dengan bahasa tidak formal yang dipakai oleh pedagang dan pembeli.

Chaer dan Agustina (2014) menyatakan bahwa sosiolinguistik mencakup hubungan antara dua disiplin ilmu, yaitu sosiologi dan linguistik. Sosiologi menjelaskan sifat, perilaku, dan perkembangan masyarakat terkait dengan struktur dan dinamika sosial serta berbagai perubahan yang terjadi di dalamnya. Sementara itu, linguistik mempelajari aturan bahasa secara mendalam dengan berdasarkan pada data dan fakta yang ada. Contohnya, kita tahu arti dari istilah yang ada dalam bahasa Indonesia, namun dalam praktiknya, banyak orang yang belum paham bagaimana menggunakan bahasa Indonesia dengan benar dalam kehidupan sehari-hari (Achadiyah & Yulianto, 2022).

Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi dan menganalisa variasi bahasa yang digunakan oleh pedagang kaki lima di pasar Pangkalpinang. Selain itu, penelitian ini berupaya untuk mengidentifikasi karakteristik dari jenis bahasa informal yang dipakai oleh pedagang tersebut. Hal ini berkaitan dengan fakta bahwa variasi bahasa informal dapat menggambarkan identitas sosial, budaya, atau kelompok pengguna bahasa. Variasi bahasa sangat menarik untuk diteliti dalam konteks ini, mengingat saat ini variasi bahasa menjadi aspek penting dalam komunikasi individu, termasuk di kalangan pedagang kaki lima.

Dalam setiap transaksi jual beli, pedagang dan pembeli sering kali menggunakan variasi bahasa. Di samping itu, pentingnya membahas variasi bahasa semakin menonjol, mengingat saat ini banyak orang yang lebih mengutamakan penggunaan bahasa asing atau daerah dalam berkomunikasi. Terdapat beragam variasi bahasa yang muncul dalam proses jual beli. Hal ini tentu saja dapat mengurangi minat untuk mengenal dan menggunakan Bahasa Indonesia. Padahal, Bahasa Indonesia merupakan bahasa penyatu antar wilayah yang seharusnya digunakan dalam berbagai situasi dan kondisi. Dengan demikian, penelitian ini menjadi menarik untuk dilakukan, terutama karena pengguna Bahasa Indonesia dalam jual beli semakin menurun, khususnya di pasar Pangkalpinang, Bangka Belitung. Selain itu, penelitian ini juga akan mengkaji variasi bahasa dari sudut pandang sosiolinguistik.

## METODE

Penelitian ini merupakan suatu penelitian kualitatif deskriptif yang bertujuan untuk memberikan analisis mengenai variasi bahasa yang terlihat dalam bentuk kata dan frasa. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang menghasilkan informasi deskriptif dalam bentuk kata-kata yang ditulis atau diucapkan oleh individu serta perilaku yang dapat terlihat (Bogdan dan Taylor dalam Winata, 2019).

Populasi yang diteliti dalam studi ini adalah para pedagang kaki lima yang berada di pasar Pangkalpinang, Bangka Belitung, yang memiliki variasi dalam penggunaan bahasanya. Sampel yang diambil dalam penelitian ini berasal dari Pangkalpinang. Tema utama dari penelitian ini adalah variasi bahasa yang digunakan oleh pedagang

kaki lima di pasar Pangkalpinang. Sumber data berasal dari percakapan antara pedagang dan pembeli di pasar tersebut.

Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data primer, karena informasi tersebut diperoleh langsung oleh peneliti sendiri. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini meliputi observasi, dokumentasi, pencatatan, dan pengamatan langsung. Observasi difokuskan pada interaksi antara pedagang dan pembeli, yang direkam menggunakan alat perekam audio untuk menghasilkan data lisan. Di sisi lain, metode pencatatan dilakukan dengan mencermati sumber data dan merekam informasi yang akan dianalisis agar diperoleh data tertulis.

Data diolah memakai teknik analisis data dengan tahapan sebagai berikut (Miles dan Huberman dalam (Sugiyono, 2013): Reduksi data (*data reduction*), penyajian data (*data display*), serta menarik kesimpulan (*verifikasi*).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil

Istilah ragam bahasa berarti membicarakan atau membahas tentang bagaimana gaya seseorang atau individu berbahasa baik secara lisan maupun tulisan. Dalam penelitian ini berfokus pada ragam bahasa lisan para pedagang kaki lima dengan para pembeli di pasar Pangkalpinang, Bangka Belitung. Terjadinya keragaman bahasa ini tidak hanya disebabkan oleh para penutur yang tidak homogen, tetapi juga karena kegiatan atau aktivitas interaksi sosial yang dilakukan sangat beragam (Chaer dan Agustina, 2010: 61). Ragam Bahasa, yaitu variasi bahasa menurut pemakainya yang berbeda-beda (Kridalaksana, 2021: 184). Ragam

bahasa lisan adalah bahan yang dihasilkan oleh alat ucapan dengan fonem atau bunyi bahasa sebagai unsur dasar. Dalam ragam lisan berarti berurusan dengan tata bahasa, kosakata dan lafal. Dalam ragam bahasa lisan ini, pembicara dapat memanfaatkan tinggi rendahnya suara atau tekanan, gerak tangan, atau isyarat untuk mengungkapkan ide.

Fishman (1972: 149) mendefinisikan sosiolinguistik sebagai sebuah penelitian mengenai karakteristik ragam bahasa, fungsi bahasa dan penutur bahasa. Berkaitan dengan pemakai atau penutur bahasa Indonesia, muncul dua masalah utama, yaitu penggunaan bahasa baku dan tidak baku. Dalam situasi resmi, seperti kantor, sekolah, kampus, atau pertemuan resmi menggunakan bahasa baku. Sedangkan dalam situasi tidak resmi atau informal seperti, pasar, rumah, kafe, atau tempat wisata tidak dituntut untuk menggunakan bahasa baku.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan ragam penggunaan bahasa pedagang kaki lima di pasar Pangkalpinang saat berinteraksi dengan pembeli yakni ragam bahasa lisan. Berikut beberapa ragam bahasa lisan yang digunakan pedagang kaki lima di pasar Pangkalpinang.

Tabel 1. Ragam Bahasa Lisan  
Pedagang Kaki Lima dengan Pembeli  
di Pasar Pangkalpinang

No	Pelaku	Kalimat Percakapan
1.	Pembeli	: berepe kangkung?
	Pedagang	: Kangkung lima ribu, timun lima ribu, kacang panjang lima ribu, sawi lima ribu
	Pembeli	: Ambik kaceng sikok kek tomat 5rb
	Pedagang	: Aok, makaseh ok
2.	Pembeli	: Beli tomat 3rb

	Pedagang	:	20rb ok, jadi kembali e 17rb
3.	Pedagang	:	Cari apa om?
	Pembeli	:	Beli cabik campur yang besak kek kecit.
	Pedagang	:	yeng merah beli berape om?
	Pembeli	:	5rb
	Pedagang	:	5rb ya se ons
	Pembeli	:	ne sayur ne berape?
	Pedagang	:	ya 5rb pak
	Pembeli	:	ne sikok
	Pedagang	:	jadi semue e 15rb Pak Ok? Tambeh sayur ne 5rb
	Pembeli	:	Oh iya ya
	Pedagang	:	Makasih om ok.

Berdasarkan data (1) di atas, ragam bahasa antara pedagang kaki lima dengan pembeli di atas termasuk ragam bahasa lisan. Data percakapan yang pertama, “Berepe kangkung?, pembeli menanyakan berapa harga kangkung kepada pedagangnya. Artinya dalam konteks tersebut pembeli baru menanyakan harga kepada pedagang, belum tentu membelinya. Jika harganya sesuai dengan yang diharapkan, kemungkinan membelinya. Akan tetapi, jika harganya tidak sesuai dengan yang diharapkan, pembeli tidak jadi beli. Kemudian pedagang langsung menjawa, “Kangkung lima ribu, timun lima ribu, kacang panjang lima ribu, sawi lima ribu”. Dari jawaban tersebut, pedagang menjelaskan dengan rinci bahwa kangkung, timun, kacang panjang, dan sawi serba lima ribu, meskipun pembeli hanya bertanya harga kangkung, tetapi pedagang tetap menjelaskan semua jenis sayur yang ia jajakan. Hal ini bermaksud supaya pembeli mengetahui harga semua jenis sayur mayurnya. Lalu pembeli menjawab “Ambik kaceng sikok kek

tomat 5rb”, maksudnya, pembeli mau membeli kacang dan tomat lima ribu. Kacang di sini maksudnya kacang panjang, sesuai yang dijelaskan pedagang sebelumnya.

Dari percakapan sebelumnya, pembeli menanyakan harga kangkung, tetapi akhirnya dia hanya membeli kacang panjang dan tomat, tidak jadi membeli kangkung. Setelah memberitahu barang yang ingin dibeli, pembeli pun langsung memberikan uang sesuai dengan jumlah belanjaannya. Sehingga, pedagang langsung menjawab “Aok, makaseh ok” yang artinya, “iya, terima kasih ya” setelah menerima uang dari pembeli. Dari situasi tersebut, bahasa yang digunakan adalah bahasa lisan yang mencirikan jika seseorang (pedagang) menerima uang dari pembeli dan bahasa yang digunakan pun bahasa asli Bangka Belitung.

Berdasarkan informasi (2) sebelumnya, variasi bahasa antara pedagang kaki lima dan pembeli tersebut tergolong dalam kategori bahasa lisan. Data percakapan yang kedua, “Beli tomat 3rb”, pembeli memberitahu kalau dia mau beli tomat tiga ribu. Tanpa menanyakan harga tomat sebenarnya atau harga tomat 1 buahnya seharga 3.000. Kemudian, pedagang langsung menjawab “20rb ok, jadi kembali e 17rb” artinya “20.000 ya, jadi kembalinya 17.000”. saja. Dalam konteks lain, kalimat percakapan tersebut dapat diartikan lain, yakni pedagang memberitahu harga dagangannya atau yang lainnya. Akan tetapi, dalam kalimat percakapan tersebut, maksud dari pedagangnya adalah pedagang sambil memegang uang senilai 20.000 yang diterimanya dari si pembeli, kemudian dilanjutkan dengan memberitahu kepada si pembeli bahwa kembalian dari uang belanjanya

adalah 17.000, karena ia hanya belanja senilai 3.000. pembeli pun langsung menerima kembalian dari pedagang tanpa menjawab iya atau membenarkan percakapan dari pedagang.

Berdasarkan data (3) di atas, ragam bahasa antara pedagang kaki lima dengan pembeli di atas termasuk ragam bahasa lisan. Data percakapan yang ketiga, “*Cari apa om?*”, maksudnya adalah pedagang langsung menanyakan kepada pembeli mau membeli apa, karena kemungkinan pembeli melihat-lihat barang yang dijajakan oleh pedagang. Dari percakapan tersebut diketahui bahwa pembeli berjenis kelamin laki-laki, karena diketahui dengan sapaan “*om*” (sapaan kepada laki-laki yang lebih tua). Dijawab oleh pembeli “*Beli cabik campur yang besak kek kecit*” artinya “pembeli ingin membeli cabai, campur antara cabai rawit dan cabai merah”. Dalam percakapan tersebut, pembeli belum memberitahu mau membeli per ons atau per kilo, dan tidak menanyakan berapa harga masing-masing cabai tersebut. Sehingga langsung dijawab oleh pedagang “*yang merah beli berape om?*”. Dalam konteks lain, merah berarti berkaitan dengan warna, dan tidak ada kejelasan merah tersebut merujuk ke benda apa. Dalam konteks tersebut, dapat diketahui maksud dari pedagang menanyakan kalau cabai merah ingin membeli berapa? Per ons atau per kilo atau sesuai jumlah dan keinginan pembeli. Kemudian, pembeli langsung menjawab lima ribu. Dari percakapan tersebut, kalimat yang dimaksud seperti kurang lengkap, karena pembeli hanya menjawab cabai merah beli lima ribu, sedangkan pada percakapan sebelumnya dia mau membeli cabai rawit dan cabai merah. Artinya, cabai

rawit belum tahu mau membeli berapa atau bahkan tidak jadi membelinya.

Namun, pedagang langsung memberitahu dengan kalimat “*5rb ya se ons*”, artinya “lima ribu ya satu onsnya”, maksudnya harga cabai tersebut lima ribu satu ons, jika beli satu kilo 50.000 sekaligus memberitahu kalau lima ribu sesuai keinginan pembeli tersebut artinya pembeli membeli satu ons saja. Selain itu pembeli tidak mempermasalahkan berapa harga per onsnya, yang terpenting pembeli hanya ingin membeli seharga lima ribu saja. Kemudian, pembeli menanyakan terkait harga sayur lainnya dengan percakapan seperti ini: “*ne sayur ne berape?*”, maksudnya pembeli menanyakan sambil menunjuk kearah satu jenis sayur, sayur yang ini harganya berapa?. Dalam konteks lain dapat memiliki makna yang bereda dari kata berapa berarti memiliki beberapa makna bisa berapa harganya atau berapa buah barang yang dimaksud.

Akan tetapi, pedagang langsung menjawab “*ya 5rb pak*”, maksudnya itu harganya lima ribu, sama dengan harga satu ons cabai tadi. Dapat diketahui dari percakapan tersebut dengan sapaan “Pak” bahwa pembeli berjenis kelamin laki-laki, dan pembeli pun langsung menjawab, “*ne sikok*”, artinya “ini satu”, maksudnya pembeli mau sayur yang dimaksud berjumlah satu, mungkin satu yang dimaksud satu ikat. Akan tetapi satu tersebut entah satu ikat atau satu buah. Sehingga pedagang pun langsung menjawab dengan kalimat “*jadi semue e 15rb Pak ok? Tambeh sayur ne 5rb*” artinya “jadi semuanya 15.000 ya pak, ditambah dengan sayur ini (sambil menunjuk kearah satu jenis sayur) lima ribu”, maksud dalam percakapan tersebut, pedagang langsung memberitahu kalau total

belanja pembeli berjumlah 15.000 dengan rincian cabai rawit lima ribu, cabai merah lima ribu, dan sayur lima ribu. Pembeli langsung menjawab “Oh iya ya”, maksudnya pembeli langsung menyetujui dengan total jumlah belanjaannya. Sambil menyerahkan uang dengan jumlah 15.000 tanpa adanya kembalian. Sehingga pedagang pun langsung menjawab terima kasih “*Makasih om ok*”, artinya, “terima kasih ya om”.

### Pembahasan

Menurut analisis data yang telah dilakukan, terlihat bahwa variasi bahasa lisan antara pedagang kaki lima dan pembeli di Pasar Pangkalpinang banyak dipengaruhi oleh penggunaan bahasa lokal, sesuai dengan tempatnya dan asal daerah masing-masing. Meskipun terkadang para pedagang menyelipkan sesekali dengan bahasa Indonesia. Secara fundamental, keberagaman bahasa tidak hanya dipicu oleh perbedaan di antara penuturnya, tetapi juga oleh variasi dalam aktivitas interaksi sosial yang berlangsung Chaer & Agustina dalam Prayitno, 2014).

Ragam bahasa lisan adalah bahan yang dihasilkan alat ucapan dengan fonem sebagai unsur dasar. Dalam ragam lisan tentu berurusan dengan tata bahasa, kosakata dan lafal. Dalam ragam bahasa lisan, pembicara dapat memanfaatkan tinggi rendah suara atau tekanan, gerak tangan atau isyarat untuk mengungkapkan ide.

Dalam hal konteks ragam bahasa dalam penelitian ini sangat sesuai dengan situasi dan kondisi yaitu nonformal, tepatnya di pasar. Sehingga banyak menggunakan bahasa sehari-hari atau bahasa daerah. Perbedaan penggunaan bahasa yang beragam disebabkan oleh berbagai faktor. Analisis mengenai variasi bahasa yang

digunakan oleh pedagang kaki lima, terutama di Pasar Pangkalpinang, terbatas pada komunikasi yang berlangsung antara pedagang dan pembeli. Dari sejumlah data tentang keberagaman bahasa dari pedagang kaki lima tersebut, tampak dengan jelas bahwa bahasa yang dipakai oleh pedagang kaki lima ditandai dengan penggunaan kata-kata yang singkat namun jelas dan mudah dipahami. Data tersebut menunjukkan bahwa sosiolinguistik merupakan ilmu yang mempelajari bahasa yang berkaitan dengan situasi sosial khususnya masyarakat yang berkaitan dengan pedagang kaki lima di pasar Pangkalpinang. Sejalan dengan pendapat Fishman (1972: 149), yaitu mendiskusikan sosiolinguistik sebagai studi tentang ciri-ciri variasi bahasa, peran bahasa, dan pengguna bahasa.

Cara berbahasa dalam transaksi jual beli tampak berbeda dari cara komunikasi biasa karena dalam sistem perdagangan tradisional, tidak ada penekanan pada aturan-aturan umum perdagangan, tetapi lebih fokus pada bagaimana transaksi itu berlangsung (Muzdalifah, Sukidin, & Suharso, 2019).

Komunikasi yang baik antara penjual dan pembeli harus mencakup respon yang berasal dari baik kata-kata maupun isyarat (Rohim dalam Nuthihar et al., 2020). Hal ini didukung oleh pendapat Scrhramm dalam Mulyana (2015:151) yang menjelaskan bahwa komunikasi adalah interaksi antara dua orang yang menafsirkan, mengirim, dan menerima sinyal untuk berbagi pengetahuan. Oleh karena itu, inti dari komunikasi yang berhasil harus mencakup pertukaran informasi serta penerapan prinsip kesopanan dan kerja sama. Para pedagang menggunakan bahasa dengan ciri khas sendiri, seperti

pemilihan kata yang relevan dengan barang yang dipasarkan, kalimat yang tidak utuh dan santai, serta penggunaan bahasa dari berbagai daerah (Nuthihar et al., 2020).

Dalam bentuknya, ragam bahasa lisan sangat dipengaruhi oleh elemen nonverbal, seperti pergerakan, ekspresi muka, intonasi, dan tanda-tanda. Ragam bahasa lisan terdiri dari obrolan, orasi, pembicaraan, ceramah, dan lain-lain. Ragam ini adalah tipe bahasa yang disampaikan secara lisan dengan penekanan suara yang kaya, yang tidak sepenuhnya bisa dijelaskan dengan tulisan. Variasi bahasa lisan didukung oleh konteks, ekspresi wajah, serta pergerakan atau tanda-tanda. Ragam bahasa lisan yang dipakai di lingkungan keluarga berbeda dari ragam yang digunakan dalam pertemuan, berpidato, atau memberikan ceramah. Perbedaan variasi ditentukan oleh konteks atau lingkungan penggunaan bahasa, oleh arti ucapan serta pembicara. Gaya bahasa lisan yang resmi diperlukan saat kita berbicara dalam situasi yang formal (Aisah, 2018).

## PENUTUP

Keragaman bahasa muncul karena ada pembagian dalam interaksi sosial, yang dapat berdasarkan umur, latar belakang pendidikan, posisi sosial dan ekonomi, jenis pekerjaan, asal tempat, dan hal-hal lainnya. Ragam bahasa harus memiliki peran yang penting dalam ekonomi lokal dan seringkali representasi keanekaragaman budaya dan bahasa di suatu wilayah. Pasar Pangkalpinang, Bangka Belitung, merupakan provinsi yang terdiri dari kepulauan dengan keberagaman etnis, budaya, dan bahasa. Penelitian tentang ragam bahasa pedagang kaki lima di Pasar Pangkalpinang, Bangka Belitung, akan memberikan pemahaman yang

lebih dalam dinamika sosiolinguistik dalam konteks lokal yang khusus. Penelitian ini akan fokus pada rumusan masalah terkait keragaman bahasa pedagang kaki lima di pasar Pangkalpinang, Bangka Belitung dengan kajian sosiolinguistik. Ragam bahasa memang menarik untuk diangkat dalam penelitian ini, mengingat ragam bahasa saat ini menjadi tonggak penting dalam berkomunikasi seseorang, termasuk para pedagang dan pedagang. Padahal, Bahasa Indonesia adalah bahasa yang dapat menyatukan berbagai wilayah dan seharusnya dipakai dalam berbagai situasi dan keadaan.

Berdasarkan analisis data yang telah dibahas, variasi bahasa dalam percakapan antara penjual dan pembeli mencakup elemen-elemen penting, yaitu keberadaan penutur (penjual dan pembeli) serta kata-kata atau kalimat yang diucapkan (dialog dalam proses jual beli), alat ucapan berupa mulut, tempat dimana komunikasi berlangsung (pasar Pengkalpinang), situasi informal seperti di pasar, serta penggunaan bahasa secara lisan atau langsung. Dalam variasi bahasa lisan ini, para penjual dapat menggunakan variasi nada suara atau penekanan saat menawarkan produk, ekspresi wajah pembeli yang menanyakan tentang harga atau penjual yang memberikan jawaban atas pertanyaan pembeli, serta gerakan tangan atau isyarat untuk menyampaikan informasi mengenai harga atau barang yang dijualnya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Achadiyah, R., & Yulianto, B. (2022). Sosiolek dalam Komunikasi Pedagang Kaki Lima di Kota Baru Driyorejo: Kajian Sosiolinguistik. *Jurnal Bapala*, 9(8), 247–256.

- Aisah. (2018). Ragam Bahasa Lisan Para pedagang Buah Pasar Langensari Kota Banjar. *Literasi: : Jurnal Bahasa Dan Sastra Indonesia Serta Pembelajarannya*, 2(1), 83.
- Barusman, M. Y. S., & Setiawan, R. A. (2014). Studi Kualitatif Perkembangan Klaster Pedagang Kaki Lima Klaster Pasar Mambo dan Klaster Lapangan Korpri. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Universitas Bandar Lampung*, 5(1), 38–62.
- Handika, K. D., Sudarma, I. K., & Murda, I. N. (2019). Analisis Penggunaan Ragam Bahasa Indonesia Siswa dalam Komunikasi Verbal. *Jurnal Pedagogi Dan Pembelajaran*, 2(3), 358. <https://doi.org/10.23887/jp2.v2i3.19284>
- Hartati, L., Liana, L., & Rozani, M. (2024). Kearifan Lokal Masyarakat Bangka Belitung dalam Cerita Rakyat "Batu Balai": Kajian Pendidikan Karakter. *Stilistika: Jurnal Pendidikan Bahasa Dan Sastra*, 17(1), 1–10.
- Hartati, L., & Rozi, R. (2023). INDUSTRI KREATIF BERBASIS BAHASA DAN SASTRA INDONESIA. *Diglosia: Jurnal Pendidikan, Kebahasaan, Dan Kesusastraan Indonesia*, 7(2).
- Helki, M. H. A., Yudista, R. Y., & Mubarok, A. M. (2023). A VARIASI BAHASA INTERAKSI DALAM TRANSAKSI JUAL BELI PADA WILAYAH PASAR PELABUHAN SAMARINDA
- KAJIAN SOSIOLINGUISTIK: Sosiolinguistik. *Segara Widya: Jurnal Penelitian Seni*, 11(1), 19–25.
- Kartikasari, R. D., Devi, W. S., Khaerunnisa, K., & Amalia, I. N. (2021). Ragam Bahasa Mahasiswa Umj Dalam Pembelajaran Daring. *Pena Literasi*, 4(2), 117–127.
- Novianti, I., & Riadi, S. (2023). Campur Kode Bahasa Indonesia pada Tuturan Berbahasa Sunda dalam Film "Ambu" Karya Farid Dermawan. *Pena Literasi*, 6(2), 124–131.
- Nuthihar, R., Widya, S., Abulyatama, U., Listrik, P. J., Komunitas, A., Aceh, N., Abulyatama, U., & Sabang, K. (2020). Karakteristik Bahasa Pedagang Kaki Lima Pasar Pagi Kota Sabang. *LITERASI: Jurnal Ilmiah Pendidikan Bahasa, Sastra Indonesia Dan Daerah*, 10(Volume 10), 71–84. <https://doi.org/10.23969/literasi.v10i2.2223>
- Prayitno, J. (2014). Ragam Bahasa Lisan Dan Tulisan Siswa Kelas X Jurusan Akomodasi Perhotelan Smk Negeri 3 Bogor Tahun Pelajaran 2013-2014. *Lokabasa*, 5(1), 47–53. <https://doi.org/10.17509/jlb.v5i1.3156>
- Prayogo, W., Roysa, M., & Widianto, E. (2020). Alih kode dan campur kode dalam interaksi jual beli di pasar tradisional prawoto sukolilo pati. *ALFABETA: Jurnal Bahasa, Sastra, Dan Pembelajarannya*, 3(2), 1–12.
- Putri, N. W. (2021). FENOMENA

KEBERAGAMAN BAHASA DI  
KOTA BANDAR LAMPUNG.  
*Prasasti: Journal Of Linguistics,*  
6(1), 106–119.

Sagala, D., & Naibaho, D. (2023). Mampu Menggunakan Bahasa Yang Komunikatif. *Jurnal Pendidikan Sosial Dan Humaniora*, 2(4), 12724–12735.

Sugiyono, D. (2013). *Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R&D.*

Winata, N. T. (2019). Analisis kesalahan ejaan bahasa indonesia dalam media massa daring (detikcom). *Bahtera Indonesia; Jurnal Penelitian Bahasa Dan Sastra Indonesia*, 4(2), 115–121.

