

## **Penggunaan Variasi Bahasa Berdasarkan Faktor Sosial dan Situasional pada Lingkungan UMKM di Desa Bayur Kidul: Kajian Sosiolinguistik**

**Nur Anisa Rahayu<sup>1</sup>, Shafa Idha Nabila<sup>2</sup>, Tata Nur Laeily<sup>3</sup>, Hendra Setiawan<sup>4</sup>**

<sup>1,2,3,4</sup>Universitas Singaperbangsa Karawang  
[2310631080079@student.unsika.ac.id](mailto:2310631080079@student.unsika.ac.id)  
[2310631080093@student.unsika.ac.id](mailto:2310631080093@student.unsika.ac.id)  
[2310631080138@student.unsika.ac.id](mailto:2310631080138@student.unsika.ac.id)  
[hendra.setiawan@fkip.unsika.ac.id](mailto:hendra.setiawan@fkip.unsika.ac.id)

### **Abstrak**

Penelitian ini mengkaji penggunaan variasi bahasa berdasarkan faktor sosial dan situasional pada lingkungan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Desa Bayur Kidul, Kabupaten Karawang, melalui pendekatan sosiolinguistik. Tujuan penelitian ialah untuk mendeskripsikan bentuk-bentuk variasi bahasa yang digunakan oleh pelaku UMKM serta menganalisis faktor-faktor yang memengaruhinya dalam interaksi jual beli. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan teknik pengumpulan data berupa wawancara mendalam kepada pelaku UMKM. Objek kajian dalam penelitian ini berupa bentuk-bentuk variasi bahasa yang dilatarbelakangi oleh beberapa faktor dan dianalisis dengan menggunakan kajian sosiolinguistik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variasi bahasa yang digunakan meliputi bahasa Jawa, bahasa Sunda, dan bahasa Indonesia. Pemilihan variasi bahasa sangat dipengaruhi oleh 1) faktor sosial yang mencakup; usia, jenis kelamin, dan status sosial, serta 2) faktor situasional yang mencakup; tujuan interaksi, tempat, hubungan antar individu, topik pembicaraan, dan asal daerah penutur. Berdasarkan hasil penelitian, ditemukan sebanyak 41 data variasi bahasa dengan sebaran 15 data pada faktor sosial, dan 26 data pada faktor situasional. Penyesuaian bahasa dalam interaksi UMKM tidak hanya sebagai identitas dan kedekatan sosial, tetapi juga menjadi strategi komunikasi untuk membangun relasi, meningkatkan keberhasilan transaksi, dan memperluas jangkauan pasar.

**Kata Kunci:** Variasi bahasa, Sosiolinguistik, UMKM, Faktor sosial dan situasional, Desa Bayur Kidul.

### ***The Use of Language Variation Based on Social and Situational Factors in the MSME Environment in Bayur Kidul Village: A Sociolinguistic Study***

### ***Abstract***

*This research examines the use of language variation based on social and situational factors in the environment of Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) in Bayur Kidul Village, Karawang Regency, through a sociolinguistic approach. The research aims to describe the forms of language variation used by MSME actors and analyze the factors that influence them in buying and selling interactions. The research method used is qualitative with data collection*

*techniques in the form of in-depth interviews with MSME actors. The object of study in this research is in the form of forms of language variation motivated by several factors and analyzed using sociolinguistic studies. The results showed that the language variations used include Javanese, Sundanese, and Indonesian. The choice of language variation is strongly influenced by 1) social factors which include; age, gender, and social status, and 2) situational factors which include; purpose of interaction, place, relationship between individuals, topic of conversation, and regional origin of speakers. Based on the results of the study, 41 data of language variation were found with a distribution of 15 data on social factors, and 26 data on situational factors. Language adjustment in MSME interactions is not only an identity and social closeness, but also a communication strategy to build relationships, increase transaction success, and expand market reach.*

**Keywords:** *Language variation, Sociolinguistics, MSMEs, Social and situational factors, Bayur Kidul Village.*

## **PENDAHULUAN**

Penggunaan bahasa kerap dipengaruhi oleh lingkungan sosial maupun situasional, hal ini menciptakan fenomena variasi bahasa. Fenomena penggunaan bahasa di desa Bayur Kidul, Kabupaten Karawang menunjukkan adanya kecenderungan masyarakat untuk memilih bahasa sesuai dengan faktor sosial dan situasi dalam komunikasi. Di desa tersebut, bahasa Jawa cenderung digunakan dalam percakapan sehari-hari, khususnya di lingkungan keluarga dan masyarakat sekitar. Minimnya pendatang di wilayah Bayur Kidul turut memengaruhi dominasi penggunaan bahasa Jawa, karena tidak banyak terjadi percampuran budaya dan bahasa dari luar. Kondisi ini menjadikan bahasa Jawa tetap lestari dan kuat sebagai alat komunikasi utama masyarakat setempat.

Menurut Pateda (2021: 4) salah satu peran penting bahasa adalah sebagai sarana komunikasi. Bahasa sebagai alat komunikasi memegang peranan penting dalam berbagai bidang, termasuk dunia ekonomi. Kegiatan perdagangan membutuhkan penggunaan bahasa yang baik agar tercipta interaksi yang lancar antara pedagang dan pembeli dari beragam suku dan bahasa, terlebih bagi pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Penerapan bahasa yang tepat turut mendukung kelancaran transaksi jual beli sehingga lebih terarah dan mencakup pasar yang lebih luas.

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji bagaimana penggunaan variasi bahasa berdasarkan faktor sosial dan situasional pada masyarakat UMKM di desa Bayur Kidul. Penggunaan pendekatan dalam penelitian adalah sosiolinguistik yang berfokus pada analisis penggunaan variasi bahasa dan faktor yang memengaruhinya dalam masyarakat. Pada

kajian sosiolinguistik, variasi bahasa menjadi objek yang menarik untuk dianalisis, karena mencerminkan dinamika sosial, identitas masyarakat, hingga strategi komunikasi penuturnya.

Kajian sosiolinguistik mempelajari hubungan antara bahasa dan masyarakat, termasuk bagaimana bahasa digunakan oleh berbagai kelompok sosial dalam situasi tertentu. Di desa Bayur Kidul, Kecamatan Cilamaya Kulon, Kabupaten Karawang, masyarakat terdiri dari individu-individu yang memiliki latar belakang sosial yang beragam. Keragaman ini memengaruhi cara mereka menggunakan bahasa dalam kehidupan sehari-hari. Menurut Aslinda dan Syafyahya, dalam proses komunikasi penutur tidak hanya menggunakan satu ragam atau dialek bahasa, tetapi akan menyesuaikan dengan lingkungan sosialnya (Utami, 2016: 1).

Berdasarkan perspektif sosiolinguistik, variasi bahasa merupakan fenomena alamiah yang dipengaruhi oleh berbagai faktor. Rene Apple (dalam Pateda: 2021:19) menggolongkan faktor-faktor yang dapat menentukan penggunaan variasi bahasa dalam konteks pembicaraan ke dalam dua jenis. Faktor tersebut mencakup faktor sosial dan faktor situasional. Ketika berinteraksi, terdapat beberapa aspek yang harus diperhatikan, seperti dimana lokasi pembicaraan berlangsung, bagaimana situasi pembicaraan, kepada siapa dan bagaimana latar belakang lawan bicara, hingga tujuan pembicaraan.

Variasi bahasa muncul karena masyarakat terdiri dari berbagai latar belakang sosial yang berbeda, seperti umur, profesi, kedudukan sosial, jenis kelamin, dan suku. Selain dipengaruhi oleh faktor sosial, keragaman bahasa juga ditentukan oleh situasi penggunaannya. Manusia secara alami menyesuaikan cara berbicara mereka tergantung pada siapa mereka berinteraksi, situasi yang sedang dihadapi, atau maksud yang ingin disampaikan.

Penelitian-penelitian terdahulu banyak mengkaji variasi bahasa pada berbagai konteks sosial, seperti pada penelitian berjudul “*Bahasa Cangkrukan Di Angkringan (Kajian Sosiolinguistik)*” oleh Manumanasa dan Hasan yang menyoroti fenomena variasi bahasa dalam interaksi santai di angkringan (Manumanasa & Hasa: 2023). Fokus utama penelitian adalah bagaimana variasi bahasa mencerminkan keragaman sosial, menjadi media sosialisasi, hingga pemertahanan identitas kelompok. Bentuk-bentuk variasi bahasa seperti slang, campur kode, dan interferensi berhasil ditemukan melalui pendekatan sosiolinguistik dalam penelitian tersebut.

Berikutnya, penelitian yang dilakukan oleh Fretiagrisah dkk., berjudul “*Variasi Bahasa dalam Penjualan Online di Grup Facebook ‘BUSAM’: Tinjauan Sosiolinguistik*” mengkaji

fenomena variasi bahasa dalam konteks penjualan *online* (Fretiagrisah., dkk: 2022). Fokus utama dalam penelitian tersebut ialah tuturan-tuturan berupa penawaran yang digunakan oleh penjual pakaian ketika menawarkan produknya kepada pembeli di grup *Facebook* BUSAM. Penelitian tersebut berhasil menemukan variasi bahasa pada segi penutur yang mencakup idiolek dan dialek, serta variasi bahasa pada segi keformalan seperti gaya santai dan gaya akrab.

Berbeda dengan penelitian terdahulu, penelitian ini akan mengkaji variasi bahasa dalam konteks yang lebih spesifik, yaitu lingkungan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Karakteristik sosial dan situasional dalam lingkungan UMKM tergolong unik, karena interaksi tidak hanya berjalan secara formal, namun melibatkan aspek penting seperti bisnis, negosiasi, hingga pelayanan pelanggan. Melalui pendekatan sosiolinguistik, penelitian ini akan menguraikan bentuk-bentuk variasi bahasa berdasarkan faktor sosial dan situasional, serta mengkaji bagaimana variasi tersebut digunakan sebagai strategi komunikasi untuk mencapai tujuan bisnis, membangun relasi dengan pembeli, dan meningkatkan efektivitas interaksi dalam lingkungan UMKM.

## **METODE PENELITIAN**

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif. Metode penelitian kualitatif merupakan pendekatan yang digunakan untuk mengkaji objek dalam kondisi alami, dengan peneliti berperan sebagai instrumen utama. Djali (2020: 3) mengungkapkan bahwa pengumpulan data dalam penelitian kualitatif dilakukan dengan lebih mendalam yang dilengkapi dengan teknik triangulasi, untuk menghasilkan data kualitatif dalam bentuk deskriptif naratif yang menggambarkan fakta sesungguhnya yang menjadi fokus penelitian. Penggunaan metode kualitatif bertujuan untuk mendeskripsikan bentuk variasi bahasa yang dipengaruhi oleh faktor sosial dan situasional pada ranah UMKM di Desa Bayur Kidul, Karawang.

Objek kajian dalam penelitian ini berupa bentuk-bentuk variasi bahasa yang dilatarbelakangi oleh beberapa faktor dan dianalisis dengan menggunakan kajian sosiolinguistik. Instrumen yang dilakukan dalam penelitian ini berupa wawancara mendalam dan terstruktur kepada para pelaku UMKM di desa Bayur Kidul. Instrumen penelitian dilakukan melalui beberapa tahapan, sebagai berikut: 1) melakukan penetapan informan, 2) menyusun pertanyaan pada kartu data, 3) mengajukan pertanyaan sesuai dengan indikator yang telah ditetapkan, 4) melakukan proses wawancara terhadap informan, 5) membuat catatan

jawaban, 6) mengidentifikasi variasi bahasa dan faktor yang memengaruhinya dengan kajian sosiolinguistik, dan 7) membuat kesimpulan hasil analisis.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Hasil pengumpulan data dengan cara wawancara terhadap narasumber yang bergerak pada bidang UMKM di Desa Bayur Kidul memperoleh beberapa bentuk variasi bahasa, antara lain:

**Tabel 1.** Hasil temuan variasi bahasa dalam ranah UMKM di Desa Bayur Kidul

<b>No.</b>	<b>Variasi Bahasa</b>	<b>Arti</b>	<b>Keterangan</b>	<b>Narasumber</b>	<b>Menit</b>
1.	Sampean	Anda	Kata ‘sampean’ merupakan bahasa Jawa halus atau kromo inggil yang biasanya digunakan oleh seseorang yang lebih muda kepada lawan bicara yang lebih tua.	1	14.39
2.	Sinten	Siapa	Kata ‘sinten’ merupakan kata tanya dalam bahasa Jawa halus yang dipakai untuk menanyakan “siapa” dengan nada sopan.	1	14.43
3.	Nggih	Iya	Kata ‘nggih’ adalah bentuk persetujuan dalam bahasa Jawa halus yang berarti “iya” atau “ya,” digunakan dalam situasi formal atau untuk menunjukkan rasa hormat.	1	14.49
4.	Kulo	Saya	‘Kulo’ adalah kata ganti orang pertama tunggal dalam bahasa Jawa halus yang berarti “saya,” biasa digunakan untuk menunjukkan kesopanan.	1	14.50
5.	Nyuwun	Minta	‘Nyuwun’ berarti “minta” atau “memohon” dalam bahasa Jawa halus, biasanya digunakan untuk permintaan dengan cara yang sopan dan hormat.	1	14.52
6.	Sira	Anda	‘Sira’ adalah kata ganti orang kedua dalam bahasa Jawa kasar atau ngoko, digunakan untuk menyapa orang yang sebaya atau lebih muda.	1	14.33
7.	Inyong	Saya	‘Inyong’ juga merupakan kata ganti orang pertama tunggal dalam bahasa Jawa kasar atau ngoko, biasa digunakan untuk lawan bicara yang akrab atau sebaya.	1	14.17

8.	Tuku	Beli	‘Tuku’ adalah kata kerja dalam bahasa Jawa kasar yang berarti “beli,” digunakan dalam percakapan sehari-hari yang lebih santai atau tidak formal.	1	15.11
9.	Ora olih	Tidak boleh	‘Ora olih’ merupakan ungkapan dalam bahasa Jawa kasar yang berarti “tidak boleh” atau “tidak diizinkan,” digunakan dalam situasi santai.	1	13.52
10.	Gie	Ini	Kata ‘gie’ dalam bahasa Jawa memiliki arti ‘ini’, yang biasanya digunakan untuk menunjukkan sesuatu.	3	15.06
11.	Ana	Ada	‘Ana’ merupakan kata keterangan yang berarti ‘ada’, digunakan dalam percakapan sehari-hari dalam situasi untuk menunjukkan keberadaan sesuatu.	3	11.23
12.	Arep	Ingin atau hendak	‘Arep’ dalam bahasa Jawa merupakan kata kerja termasuk pada bahasa Jawa Ngoko, digunakan dalam situasi santai seperti untuk menawarkan dagangan.	3	11.24
13.	Digawa	Dibawa	‘Digawa’ termasuk dalam bahasa Jawa Ngoko yang berarti ‘dibawa’, merupakan bentuk kata kerja. Digunakan pada situasi santai.	3	11.25
14.	Bali	Pulang	Kata ‘bali’ termasuk dalam bahasa Jawa kasar yang berarti pulang. Digunakan dalam situasi santai atau sehari-hari.	3	11.26
15.	Sabaraha	Berapa	‘Sabaraha’ termasuk ke dalam bahasa Sunda halus atau kasar, tergantung situasi yang sedang terjadi. Kata ‘sabaraha’ berarti ‘berapa; yang biasanya dapat digunakan dalam situasi jual beli untuk menanyakan harga atau jumlah barang.	1	13.20
16.	Teuing	Sangat	‘Teuing’ termasuk dalam bahasa Sunda kasar. Biasanya digunakan dalam sehari-hari atau situasi santai.	1	13.35
17.	Gawe	Buat	Kata ‘gawe’ termasuk dalam bahasa Jawa Krama dan Ngomo. Penggunaan kata ‘gawe’ tergantung situasi dan lawan bicara kata tersebut akan digunakan.	2	15.18
18.	Dewek	Diri sendiri	Kata ‘dewek’ termasuk bahasa Jawa kasar, yang memiliki arti ‘diri sendiri’. Biasanya digunakan dalam berbagai	2	15.19

			konteks ketika sedang berbicara dengan teman sebaya atau yang lebih muda.		
19.	Awak	Tubuh	Kata ‘awak’ dalam bahasa Jawa penggunaannya merujuk pada bagian tubuh. Biasanya digunakan pada situasi santai.	2	15.27
20.	Lara	Sakit	‘Lara’ termasuk bahasa Jawa Ngoko. Biasanya digunakan untuk menunjukkan keadaan pada percakapan sehari-hari.	2	15.28
21.	Dadi	Jadi atau menjadi	Kata ‘dadi’ memiliki arti ‘jadi’ atau ‘menjadi’, berfungsi untuk menyatakan sesuatu. Digunakan dalam percakapan sehari-hari.	2	15.31
22.	Mari	Sembuh	Kata ‘mari’ termasuk dalam bahasa Jawa kasar, yang memiliki arti ‘sembuh’. Biasanya digunakan dalam percakapan santai.	2	15.32
23.	Nteu	Tidak	‘Nteu’ termasuk dalam bahasa kasar, digunakan pada situasi santai dan sehari-hari. Kata ‘nteu’ dapat juga digunakan untuk menanyakan ketersediaan sesuatu.	3	16.48
24.	Aya	Ada	Kata ‘aya’ dalam bahasa Sunda digunakan untuk menunjukkan keberadaan sesuatu, digunakan pada situasi santai maupun formal tergantung konteks percakapan dan lawan bicara.	3	17.12
25.	Keur	Lagi	‘Keur’ dalam bahasa Sunda dapat digunakan dalam situasi santai maupun formal tergantung konteks yang digunakannya. Kata ‘keur’ juga dapat digunakan ketika sedang berbicara dengan orang yang lebih tua atau lebih muda.	3	17.13
26.	Bang	Kakak laki-laki	Sapaan ini digunakan pada situasi santai dan sehari-hari. Umumnya pembeli menggunakan sapaan ‘bang’ kepada penjual laki-laki yang usianya sebaya.	1	12.57
27.	Pak	Bapak	Sapaan ini kerap digunakan pada aktivitas sehari-hari dan ditujukan kepada lawan bicara laki-laki dengan usia yang lebih tua. Bentuk sapaan ini	1	16.15

			juga dapat digunakan dalam situasi formal dan in.		
28.	Buk	Ibu	Kata ‘buk’ digunakan sebagai kata sapaan yang ditujukan kepada lawan bicara perempuan dengan usia yang lebih tua.	1	3.32
29.	Saya	Saya	Kata ‘saya’ merupakan penggunaan kata ganti orang pertama tunggal yang biasanya digunakan pada situasi formal.	3	5.40
30.	Mau	Ingin atau hendak	Kata ‘mau’ merujuk pada keinginan terhadap suatu hal. Kata ini biasanya digunakan pada situasi informal atau dalam aktivitas sehari-hari yang santai.	1	12.58
31.	Ieu	Ini	Kata ‘ieu’ dalam bahasa Sunda merujuk pada benda yang sedang dibicarakan. Penggunaan kata ini lebih formal dan menunjukkan kesantunan berbahasa.	1	13.21
32.	Weh	Saja	‘Weh’ dalam bahasa Sunda umum digunakan sebagai pelengkap kalimat pada situasi informal.	1	13.47
33.	Beh	Saja	Secara umum, kata ‘Beh’ memiliki kesamaan makna dengan kata ‘Weh’. Perbedaannya terletak pada penggunaan berdasarkan asal daerah penuturnya.	1	13.50
34.	Rebuan	Ribuan	Kata ‘rebuan’ dalam bahasa Sunda digunakan untuk menyatakan jumlah angka ribuan. Pada aktivitas perdagangan, kata ini merujuk pada harga barang dagangan.	1	13.33
35.	Iki	Ini	Kata ‘iki’ dalam bahasa Jawa merujuk pada benda yang sedang dibicarakan dan dapat digunakan pada situasi formal maupun informal.	2	15.11
36.	Sing	Yang	Kata ‘sing’ dalam bahasa Jawa digunakan pada aktivitas sehari-hari dengan situasi yang cenderung informal.	2	15.34
37.	Ewu	Ribu	Kata ‘ewu’ dalam bahasa Jawa digunakan untuk menyatakan jumlah angka ribuan. Kata ini biasanya merujuk pada harga dagangan dalam konteks perdagangan.	1	13.42

38.	Wis	Sudah	‘Wis’ dalam bahasa Jawa umum digunakan pada aktivitas sehari-hari dengan situasi yang santai dan terkesan akrab.	1	13.54
39.	Mas	Kakak laki-laki	‘Mas’ dalam bahasa Jawa merupakan bentuk sapaan dengan kesan yang sopan kepada laki-laki yang lebih tua ataupun sebaya.	4	4.48
40.	Mba	Kakak perempuan	‘Mba’ dalam bahasa Jawa merupakan bentuk sapaan kepada perempuan yang lebih tua ataupun sebaya.	4	4.59
41.	Amang	Kakak laki-laki	Sapaan dari bahasa Sunda ini kerap digunakan pada aktivitas sehari-hari, termasuk kegiatan perdagangan. Pembeli biasanya menyapa penjual laki-laki dengan panggilan “Amang”.	4	18.58

Berikut pembahasan analisis hasil temuan bentuk-bentuk variasi bahasa yang dipengaruhi oleh faktor sosial dan faktor situasional pada ranah UMKM di desa Bayur Kidul.

## A. Faktor Sosial

Variasi bahasa tidak semata-mata disebabkan oleh heterogenitas penuturnya, melainkan juga oleh dinamika interaksi sosial yang sangat bervariasi dalam kehidupan sehari-hari. Variasi bahasa dipengaruhi oleh berbagai hal termasuk faktor sosial penggunanya. Variasi bahasa yang terpengaruh oleh stratifikasi sosial dikenal sebagai sosiolek, di mana cara seseorang berbahasa dapat menunjukkan perbedaan usia, jenis kelamin, dan status sosial ekonomi.

### 1. Usia

Perbedaan usia memengaruhi penggunaan bahasa secara nyata antara kalangan muda dan tua, baik dalam hal cara penyampaian, kosakata, maupun susunan kalimat. Dengan orang yang lebih tua, biasanya penutur akan berbicara secara sopan dan halus, sedangkan dengan yang lebih muda penggunaan bahasanya terkesan lebih santai. Perbedaan penggunaan variasi bahasa terlihat dalam perbedaan usia dalam ranah UMKM ketika terjadi percakapan tawar menawar. Berikut contoh variasi bahasa yang terjadi berdasarkan faktor usia dalam ranah UMKM:

- a) “*Sampean*”, “*Sinten*”, “*Nggih*”, “*Kulo*”, “*Nyuwun*”, “*Tumbas*”

Variasi bahasa di atas biasanya digunakan saat berbicara dengan mitra tutur yang lebih tua ataupun sesepuh untuk menunjukkan kesopanan. Sementara itu, variasi bahasa berikut lebih sering digunakan ketika berkomunikasi dengan mitra tutur yang sebaya atau orang yang lebih muda dari penutur untuk menciptakan suasana akrab dan santai.

- b) “*Sira*”, “*Inyong*”, “*Tuku*”

Berdasarkan beberapa tuturan pada data tersebut, terlihat bahwa usia dapat memengaruhi variasi bahasa yang digunakan, termasuk cara seseorang berkomunikasi baik sebagai penutur maupun mitra tutur. Kata-kata tersebut menggunakan istilah bahasa Jawa yang biasanya sering diucapkan oleh masyarakat Desa Bayur Kidul pada saat berinteraksi.

## 2. Jenis Kelamin

Gaya komunikasi seseorang sering kali dipengaruhi oleh jenis kelamin yang mencerminkan variasi aspek psikologis, normal sosial, dan latar budaya antara perempuan dan laki-laki. Jenis kelamin dapat memengaruhi cara seseorang berkomunikasi dalam ranah UMKM. Perbedaan tersebut terletak pada penggunaan leksikon berupa kata sapaan. Berikut variasi bahasa yang muncul dari faktor sosial perbedaan jenis kelamin:

- a) “*Pak*”, “*Buk*”

Berdasarkan data tersebut, kata “*Pak*”, “*Buk*” dapat digunakan oleh pedagang maupun pembeli ketika menyapa. Penggunaan sapaan seperti “*Pak*” digunakan untuk laki-laki lebih tua dan “*Buk*” digunakan untuk perempuan yang lebih tua. Adapun kata sapaan dalam bahasa Jawa bagi pembeli dari kalangan muda dengan jenis kelamin laki-laki umumnya menggunakan kata “*Mas*”, sedangkan perempuan menggunakan kata “*Mba*”. Berikutnya, terdapat pula kata sapaan yang umum digunakan oleh para pembeli untuk menyapa pedagang laki-laki yaitu “*Bang*” dan “*Amang*” yang dalam bahasa Sunda penggunaannya sebagai panggilan akrab dan santai.

Penggunaan bentuk sapaan seperti ini tidak terbatas pada interaksi antara pedagang dan pembeli saja, melainkan sebagai bentuk mengekspresikan rasa hormat yang sesuai dengan tata krama. Pedagang maupun pembeli perempuan umumnya lebih ekspresif dan interaktif saat membeli atau mempromosikan dagangannya. Sementara itu, pedagang atau pembeli laki-laki biasanya cenderung berbicara langsung ke inti pembicaraan.

## 3. Status sosial

Variasi bahasa juga dipengaruhi oleh status sosial penutur dan mitra tutur. Pada ranah UMKM, pembeli tidak hanya datang dari kalangan ibu rumah tangga saja, terdapat pula pejabat

desa yang berkunjung dan tidak jarang turut memesan produk UMKM dari desa. Perbedaan status sosial pembeli menjadi salah satu perhatian khusus bagi penjual dalam menyesuaikan penggunaan variasi bahasa. Berikut variasi bahasa yang muncul berdasarkan faktor status sosial:

- a) Pembeli: *“Pak, saya pesan opaknya seribu bungkus untuk acara, bisa?”*  
Penjual: *“Iya, bisa Bu.”*

Percakapan di atas terjadi antara penjual dengan pembeli yang memiliki perbedaan status sosial. Penjual ialah pelaku UMKM opak yang sudah menjalankan usaha selama 10 tahun, sedangkan pembeli datang dari pejabat desa yang berkunjung langsung ke lokasi UMKM. Penggunaan bahasa dalam percakapan ialah dengan bahasa Indonesia yang cenderung formal. Meski demikian, penjual tetap menciptakan suasana yang ramah selama komunikasi berlangsung. Umumnya bahasa yang digunakan ketika berkomunikasi dengan perbedaan status sosial cenderung lebih formal dan santun. Bahasa yang santun dapat berupa penggunaan bahasa Indonesia sebagai bahasa nasional, dan bahasa Jawa halus atau kromo inggil.

## B. Faktor Situasional

### 1. Tujuan interaksi

Salah satu faktor situasional yang memengaruhi penggunaan variasi bahasa yaitu tujuan interaksi. Pada suatu komunikasi, pastinya terdapat tujuan yang ingin dicapai oleh pihak penutur dan mitra tutur. Berdasarkan konteks dalam percakapan, tujuan interaksi memiliki cakupan yang sangat luas sehingga perlu adanya penyesuaian variasi bahasa. Tujuan interaksi yang umum dijumpai pada ranah UMKM ialah untuk mempromosikan dan menawarkan produk dagangan kepada target pasar. Berikut bentuk variasi bahasa yang terjadi berdasarkan faktor tujuan interaksi:

- a) Penjual: *“Gie ana opak. Arep digawa bali?”*

Berdasarkan data di atas, produk yang ditawarkan oleh penjual ialah opak. Penggunaan kalimat tanya *“Arep digawa bali?”* merujuk pada cara penjual dalam menawarkan produk dagangannya. Variasi bahasa tersebut muncul ketika penjual melakukan aktivitas perdagangan yang bertujuan supaya menarik perhatian pembeli untuk membeli produk dagangannya. Berikutnya, tujuan interaksi juga dapat datang dari pembeli pada aktivitas perdagangan sebagaimana dialog berikut:

- b) Pembeli: *“Bang mau beli pindang, bang.”*

Dialog tersebut dituturkan oleh pembeli pada aktivitas perdagangan dengan tujuan melakukan transaksi pembelian barang. Dari dialog di atas, terlihat bahwa pembeli memiliki minat terhadap barang yang diperdagangkan oleh penjual hingga terjadi proses transaksi jual-beli. Bahasa yang digunakan dalam percakapan sangat dipengaruhi oleh siapa lawan bicara. Berdasarkan data yang terkumpul, baik penjual maupun pembeli menggunakan bahasa yang cenderung santai, akrab, dan bercampur antara bahasa Indonesia dan bahasa daerah khususnya bahasa Jawa atau dialek lokal Bayur Kidul. Bahasa yang digunakan lebih cenderung pada keakraban sosial dibandingkan dengan keformalannya.

## 2. Tempat

Lokasi berlangsungnya percakapan membawa pengaruh signifikan terhadap variasi bahasa yang digunakan oleh penutur. Berikut dialog dengan variasi bahasa pada ranah UMKM yang dilatarbelakangi oleh faktor lokasi:

- a) Pembeli: “*Mang, pindang apa?*”  
Penjual: “*Pindang layang, pindang bandeng*”  
Pembeli: “*Sabaraha ieu lauk?*”  
Penjual: “*Sepuluh rebuan*”  
Pembeli: “*Mahal teuing sepuluh rebuan mah, lima rebuan weh*”

Dialog percakapan di atas terjadi ketika proses jual beli berlangsung di luar desa. Penjual pindang yang asalnya dari desa Bayur Kidul dengan latar belakang bahasa Jawa, turut menjual produknya ke desa sekitar yang mayoritas penduduknya memiliki perbedaan dalam penggunaan bahasa daerah. Berdasarkan data tersebut, bahasa yang digunakan ialah bahasa Sunda. Kata “*sabaraha*” digunakan oleh pembeli untuk menanyakan harga produk kepada penjual.

Terjadi penyesuaian bahasa yang dilakukan oleh penjual untuk menjaga keberlangsungan komunikasi dengan pembelinya. Dengan keterampilan bilingual yang dimilikinya, penjual pindang menanggapi pertanyaan dari pembelinya menggunakan bahasa Sunda sehingga tercipta efektivitas dan keselarasan dalam komunikasi. Penyesuaian dalam penggunaan variasi bahasa pada ranah UMKM ini menciptakan suasana yang lebih ramah dan menandai kedekatan sosial khas masyarakat lokal. Maka, dapat disimpulkan bahwa tempat terjadinya percakapan turut memengaruhi pilihan ragam bahasa yang digunakan oleh para penutur.

## 3. Hubungan Antar Individu

Hubungan antar individu menjadi salah satu faktor situasional yang memengaruhi penggunaan variasi bahasa oleh pelaku UMKM. Penjual akan menyesuaikan bahasa, gaya bicara, dan pilihan kata berdasarkan usia, kedekatan sosial, atau status pembelinya. Hal ini terlihat dalam tuturan berikut:

- a) “*Sampean*”, “*Tuku*”

Beberapa tuturan di atas merupakan penggunaan bahasa Jawa ngoko yang biasanya dipakai dalam hubungan antar individu yang sebaya seperti kata “*Tuku*”. Berikutnya, kata “*Sampean*” digunakan kepada mitra tutur yang lebih tua agar terkesan lebih sopan. Tuturan tersebut menandai kedekatan sosial antara petutur dan mitra tutur.

- b) Pembeli: “*Pak, aya opak nteu?*”

Leksikon sapaan “*Pak*” dalam dialog di atas termasuk bentuk penghormatan dari petutur yang usianya di bawah mitra tutur. Dalam konteks dialog tersebut, pembeli yang merupakan pelanggan lama dari UMKM opak menanyakan stok atau ketersediaan barang kepada penjual langganannya. Bahasa yang digunakan menciptakan suasana yang akrab namun tetap menjaga kesantunan dalam berbahasa.

- c) Pembeli: “*Gawe dewek? Supaya apa jamune?*”

Dialog di atas menggunakan bahasa yang cukup santai, pilihan variasi bahasa dan cara bertanya tersebut mencerminkan hubungan sosial yang berbeda antara petutur dan lawan bicara, di mana penggunaan ragam bahasa dan sapaan disesuaikan untuk menunjukkan rasa hormat, kedekatan, atau kesetaraan dalam interaksi sehari-hari.

#### 4. Topik Pembicaraan

Topik pembicaraan menjadi faktor situasional yang memengaruhi bentuk penggunaan variasi bahasa. Topik ini berkaitan dengan konteks atau bidang tertentu yang menjadi fokus percakapan, seperti dalam dialog berikut:

- a) Penjual: “*Yo mama pada kumpul beli jamu. Jamu iki bagus khasiatnya*”

Pembeli: “*Jamu apa?*”

Penjual: “*Jamu kunyit asem, Jamu bidara*”

Pembeli: “*Gawe dewek? Supaya apa jamune?*”

Penjual: “*Iya, supaya sing awake pada lara dadi pada mari*”

Percakapan di atas menunjukkan bahwa topik pembicaraan berfokus pada penjualan jamu tradisional dan khasiatnya. Penjual mengawali interaksi dengan memberi informasi umum bahwa banyak pembeli ibu-ibu yang berkumpul dan membeli jamu karena khasiatnya

yang baik. Hal ini menimbulkan rasa penasaran di benak pembeli sehingga terdapat pembeli yang menanyakan jenis jamu yang sedang ditawarkan oleh penjual jamu.

Pertanyaan pembeli mengenai “*Gawe dewek?*” dan “*Supaya apa jamune?*” menunjukkan ketertarikan lebih mendalam terkait asal-usul jamu dan khasiatnya. Hal ini merupakan bagian penting dalam keputusan pembeli untuk melanjutkan tahap transaksi. Penjual menjelaskan bahwa jamu tersebut dibuat sendiri dan memiliki tujuan kesehatan, yaitu menyembuhkan penyakit, sehingga memperkuat kepercayaan pembeli terhadap produk yang ditawarkan.

Berdasarkan data tersebut, dapat disimpulkan bahwa variasi bahasa yang digunakan pada ranah UMKM secara umum berkaitan erat dengan aktivitas transaksi jual-beli dan tawar-menawar yang dilakukan antara pelaku UMKM dengan para pembeli. Penjual sebagai pelaku UMKM berusaha menarik minat pembelinya dengan memperhatikan pilihan variasi bahasa yang akan digunakannya. Pada konteks penjual yang sedang menawarkan barang dagangannya, variasi bahasa yang digunakan meliputi tuturan yang berkaitan dengan barang yang sedang dijual, baik ketersediaan barang, harga, keunggulan produk, dan sebagainya.

## 5. Asal Daerah

Indonesia salah satu negara yang memiliki keberagaman suku dan budaya, di mana setiap suku memiliki bahasa khas yang digunakan untuk berkomunikasi biasa dikenal sebagai bahasa daerah. Berdasarkan faktor asal daerah dalam situasi jual beli, penggunaan dialek tertentu dapat memperlihatkan identitas serta memengaruhi kenyamanan komunikasi. Penjual cenderung menyesuaikan bahasa yang digunakan pembelinya untuk menciptakan suasana akrab. Berikut dialog pembeli yang bahasa ibunya menggunakan bahasa Jawa:

- b) Penjual: “*Sepuluh ewu siji*”  
Pembeli: “*Mahal temen sih sepuluh ewu, lima ewuan beh*”  
Penjual: “*Ora olah lima ewu mah*”  
Penjual: “*Wis lima belas dua beh*”

Penggunaan bahasa Jawa pada dialog di atas, terjadi ketika asal daerah pembeli sama-sama dari desa Bayur Kidul, yang penggunaan bahasanya yaitu bahasa Jawa. Penjual dan pembeli menggunakan bahasa Jawa dengan dialek khas desa Bayur Kidul, artinya ada kesamaan bahasa yang digunakan. Penggunaan ungkapan seperti “*ewu*”, “*mahal temen*”, “*ora olah*”, hingga “*wis*” menunjukkan identitas kedekatan sosial yang membuat komunikasi berjalan lancar dan akrab. Penyesuaian bahasa ini menandakan adanya penghormatan terhadap budaya daerah dan meningkatkan kepercayaan dalam transaksi jual beli.

Berbeda halnya jika pada suatu kondisi di mana pembeli yang latar belakang bahasa daerahnya menggunakan bahasa Sunda, seperti pada dialog berikut:

c) Pembeli: “*Pak, aya opak nteu?*”

Penjual: “*Keur aya opak na*”

Berdasarkan dialog di atas, pembeli dan penjual menggunakan bahasa Sunda sesuai dengan latar belakang bahasa ibunya. Pilihan bahasa ini tidak hanya memudahkan pemahaman, tetapi juga menunjukkan penghargaan terhadap budaya lokal lawan bicara. Penggunaan sapaan “*Pak*” menambah nuansa sopan santun dalam komunikasi. Dari data-data di atas, dapat disimpulkan bahwa faktor asal daerah sangat menentukan pilihan variasi bahasa dalam interaksi sehari-hari, khususnya pada kegiatan jual beli dalam ranah UMKM untuk menciptakan komunikasi yang akrab dan efektif.

## SIMPULAN

Fenomena variasi bahasa yang terjadi di Desa Bayur Kidul, khususnya pada ranah UMKM mencerminkan kekayaan bahasa di Indonesia. Bahasa daerah yang dominan digunakan ialah bahasa Jawa, sedangkan bahasa Sunda dan bahasa Indonesia kerap digunakan pada waktu tertentu. Berdasarkan hasil penelitian, ditemukan sebanyak 41 data variasi bahasa dengan sebaran 15 data pada faktor sosial, dan 26 data pada faktor situasional. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa variasi bahasa muncul akibat faktor-faktor yang melatarbelakanginya, baik faktor sosial ataupun faktor situasional. Faktor sosial mencakup perbedaan usia, jenis kelamin, hingga status sosial. Penggunaan variasi bahasa juga kerap dipengaruhi oleh faktor situasional yang mencakup tujuan interaksi, tempat dan waktu berlangsungnya percakapan, hubungan antar individu, topik pembicaraan, hingga asal daerah.

Komunikasi merupakan kunci utama yang mendukung kelancaran aktivitas jual beli. Variasi bahasa yang digunakan dalam komunikasi muncul karena masyarakat terdiri dari berbagai latar belakang sosial yang berbeda. Selain dipengaruhi oleh faktor sosial, keragaman bahasa juga ditentukan oleh situasi penggunaannya. Penggunaan variasi bahasa yang sesuai dapat menciptakan komunikasi yang efektif dan meningkatkan minat pembeli terhadap produk UMKM. Berdasarkan kondisi tersebut, maka para pelaku UMKM harus memiliki keterampilan dalam penggunaan variasi bahasa yang disesuaikan dengan latar belakang pembeli dan situasi pembicaraan. Dengan berbekal keterampilan bahasa ini, diharapkan usaha-usaha yang

dijalankan oleh para pelaku UMKM mendapat jangkauan pasar yang lebih luas dan semakin maju.

## **UCAPAN TERIMA KASIH**

Penulis mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan, bantuan, serta kontribusinya dalam penyelesaian penelitian ini. Ucapan terima kasih khusus disampaikan kepada Bapak Hendra Setiawan, S.S., M.Pd. selaku dosen pembimbing pada mata kuliah sosiolinguistik yang telah memberikan arahan, bimbingan, dan masukan berharga sejak awal hingga akhir proses penelitian serta penyusunan artikel. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada Pak Warmun, Pak Udin, Pak Hasan, dan Bu Tuainah selaku narasumber inspiratif yang telah bersedia meluangkan waktu dan memberikan informasi berharga sebagai objek kajian penelitian. Terima kasih kepada Kepala Desa Bayur Kidul yang telah memberikan izin dan kemudahan akses dalam pelaksanaan observasi. Berikutnya, apresiasi dan terima kasih disampaikan kepada rekan-rekan penulis yang telah bekerja sama dengan baik dalam proses pengumpulan dan analisis data, hingga penyusunan artikel ilmiah ini. Tulisan ini diharapkan dapat berkontribusi dalam penelitian kebahasaan dan bidang ilmu lainnya, khususnya kajian sosiolinguistik.

## **REFERENSI**

- Abdussamad , Z. (2021). *Metode Penelitian Kualitatif*. Makassar: Syakir Media Press.
- Agustin, P. D., Ishak, Z., Balaga, F. S., Manangin, N., Khatimah, H., Djafar, S. F. I., ... & Musa, A. D. (2024). Pengaruh Penggunaan Bahasa Indonesia Pada Umkm Di Lingkungan Universitas Negeri Gorontalo. *Jurnal Perubahan Ekonomi*, 8(12).
- Aisyah, A. (2024). Penggunaan Deiksis Dalam Percakapan Antara Pelanggan Dan Pelaku Umkm Di Tanean Suramadu. *Journal of Social, Culture, and Language*, 3(1), 28-47
- Anhar, A., Hasanah, R., & Aprilia, R. P. (2024). Pengaruh interaksi virtual terhadap pembentukan bahasa slang di komunitas gamer Indonesia: Perspektif sosiolinguistik. *Jurnal Intelek Insan Cendikia*, 1(8), 3821-3829.
- Anggito, A., & Setiawan, J. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Sukabumi: CV Jejak.
- Azahra, I. P., Wardhani, V. J., Devinta, L. C., Khaliala, N., Rohma, V. B., Bahanan, A. A. G., & Fitrianto, T. A. (2024). Analisis Penggunaan Bahasa Indonesia Dalam Promosi Online Bagi Pelaku Usaha Kecil dan Kelas Menengah. *Jurnal Bahasa Daerah Indonesia*, 1(3), 8-8.
- Bhrata, P. D., Yustanto, H., & Yulianti, W. (2024). Memperjelas Variasi Bahasa Melalui Faktor Sosial dalam Percakapan Pemeran Tokoh di Media Webseries “Imperfect The Series S2 Episode 1-5”: Perspektif Sosiolinguistik. *Jurnal Ilmiah Dikdaya*, 14(2), 584-602.

- Budiman, B., Ningsih, D. S., & Harahap, M. K. (2024). Dasar-dasar dialektologi: Pemahaman variasi bahasa dalam suatu sosial masyarakat. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 8(1), 1353-1359.
- Djaali. (2020). Metodologi Penelitian Kuantitatif. Jakarta: Bumi Aksara.
- Fadli, M. R. (2021). Memahami desain metode penelitian kualitatif. *Humanika, Kajian Ilmiah Mata Kuliah umum*, 21(1), 33-54.
- Fretiagrisah, Mursalim, & Purwanti. (2022). Variasi Bahasa dalam Penjualan Online di Grup Facebook 'BUSAM': Tinjauan Sosiolinguistik. *Ilmu Budaya: Jurnal Bahasa, Sastra, Seni, dan Budaya*, 6(2), 618-657.
- Hayati, R. (2021). Variasi bahasa dan kelas sosial. *Pena: Jurnal Ilmu Pengetahuan dan Teknologi*, 35(1), 48-54.
- Harahap, M. A., & Adeni, S. (2021). Bahasa dalam komunikasi gender. *Professional: Jurnal Komunikasi Dan Administrasi Publik*, 8(2), 7-13.
- Hidayat, A. (2014). Variasi Bahasa Berdasarkan Jenis Kelamin Di Desa Matangaji Kecamatan Sumber Kabupaten Cirebon. *Fon: Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia*, 5(2).
- Manumanasa, S., & Hasan, T. (2023). Bahasa Cangkrukan di Angkringan (Kajian Sosiolinguistik). *Translation and Linguistics (Transling)*, 3 (2), 110-123.
- Pateda, M. (2021). Sosiolinguistik. Bandung: Angkasa.
- Rahima, A. (2021). Variasi sapaan ragam akrab dan ragam santai masyarakat Melayu Jambi dalam komunikasi verbal (Kajian Sosiolinguistik). *Jurnal Ilmiah Dikdaya*, 11(1), 1-6.
- Rizkyanfi, M. W., & Fitriana, A. K. (2022). Penggunaan Bahasa Indonesia Dalam Interaksi Komunikasi Jual Beli Di Pasar Tradisional Gegerkalong, Bandung. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 12 (2), 60-69.
- Suhenda, N. (2016). Ragam Bahasa Di Kecamatan Pakisjaya Kabupaten Karawang (Kajian Sosiolinguistik). *Jurnal Lokabasa*, 7(1), 53-61.
- Suryani, I., Bakiyah, H., & Isnaeni, M. (2020). Strategi Public Relations PT Honda Megatama Kapuk Dalam Customer Relations. *Journal Komunikasi*, 11(2), 101-110.
- Utami, S, S. (2016). Variasi Bahasa Masyarakat Pesisir Kampung Tambak Wedi Baru, Surabaya: Kajian Sosiolinguistik. *Jurnal Skriptorium*, 6(1).
- Waluyati, I., & Nurhidayatika, N. (2023). Variasi Sosial Penggunaan Bahasa di Kelurahan Santi Kecamatan Mpunda. *Edu Sociata: Jurnal Pendidikan Sosiologi*, 6(1), 23-28.
- Zulkarnain, S. I., & Fitriani, N. (2019). Perbedaan gaya bahasa laki-laki dan perempuan pada penutur Bahasa Indonesia dan Aceh. *Gender Equality: International Journal of Child and Gender Studies*, 4(1), 159-172.