



## **ALIH KODE DAN CAMPUR KODE PARA PEDAGANG ETNIS ARAB DI PURWOKERTO BANYUMAS 2026**

**Rida Fathin Mauliya<sup>1)</sup>, Eko Muharudin<sup>2)</sup>, Eko Suroso<sup>3)</sup>, Isnaeni Praptanti<sup>4)</sup>**

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

Email: [fathinrida@gmail.com](mailto:fathinrida@gmail.com)<sup>1)</sup>, [ekoayahkaisan@gmail.com](mailto:ekoayahkaisan@gmail.com)<sup>2)</sup>, [ekosuroso36@gmail.com](mailto:ekosuroso36@gmail.com)<sup>3)</sup>, [isnaeniump@gmail.com](mailto:isnaeniump@gmail.com)<sup>4)</sup>

### ***Abstract***

*This study looks into how Arab traders from the Arab ethnic group in Purwokerto, Banyumas use and mix different language codes when they speak. The approach taken is a descriptive qualitative method that looks at language from a sociolinguistic viewpoint. Data were collected using participant observation, semi-structured interviews, and recording conversations at six different trading sites. The study shows that Arab traders who are from ethnic groups use code-switching between different languages, like Indonesian, Javanese Ngapak, and Arabic. They also switch between different levels of the Javanese language, such as from Ngoko to Krama, as ways to communicate better depending on the situation they are in. Code mixing is also common, especially when people add Arabic words into their Indonesian or Javanese sentences. These language features help in: (1) meeting the communication needs of local buyers, (2) assisting in discussions and convincing others during business talks, (3) showing cultural and religious background, and (4) adjusting to life in a place with many different ethnic groups. This study finds that the different ways Arab traders speak show their ability to use many languages and manage their identity in a constantly changing language environment.*

**Keywords:** *code-switching, code-mixing, Arab ethnic traders, sociolinguistics, Purwokerto.*

### **Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan bagaimana pedagang etnis Arab di Purwokerto, Banyumas menggunakan serta menggabungkan berbagai kode bahasa dalam berbicara. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif deskriptif dengan pendekatan sosiolinguistik. Data didapat dengan mengamati partisipan, melakukan wawancara yang terstruktur, dan mencatat percakapan di enam tempat perdagangan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pedagang etnis Arab menggunakan cara mengubah bahasa antar budaya, seperti dari bahasa Indonesia, Jawa Ngapak, dan Arab, serta mengubah cara berbicara dalam bahasa Jawa sendiri, yaitu peralihan dari Bahasa Ngoko ke Bahasa Krama, sebagai cara berkomunikasi yang bisa menyesuaikan diri dengan situasi. Campur kode juga banyak terjadi, terutama dalam bentuk memasukkan kata-kata Arab ke dalam percakapan menggunakan bahasa Indonesia atau Jawa. Fenomena ini berperan sebagai: (1) cara untuk memenuhi kebutuhan komunikasi pembeli lokal, (2) alat untuk bernegosiasi dan meyakinkan pihak lain dalam proses transaksi, (3) tanda dari identitas budaya dan agama, serta (4) bentuk penyesuaian diri dalam lingkungan yang terdiri dari berbagai kelompok etnis. Implikasi penelitian ini berkontribusi terhadap pengembangan pelestarian bahasa Banyumasan sebagai identitas daerah, sekaligus memperluas wawasan mengenai praktik penggunaan bahasa lokal dalam interaksi sosial dan ekonomi masyarakat multietnis.

**Kata kunci:** alih kode, campur kode, pedagang etnis Arab, sosiolinguistik, Purwokerto.



## I. PENDAHULUAN

Masyarakat menggunakan bahasa dalam berinteraksi di kehidupan sehari-hari termasuk dalam interaksi perdagangan. Dengan menggunakan bahasa, individu maupun kelompok dapat berinteraksi, bernegosiasi, dan membangun identitas kultural mereka (Susilawati, 2017). Keberagaman latar belakang penutur, situasi tutur, dan tujuan dari komunikasi melahirkan bahasa yang memiliki bentuk beragam, yaitu variasi bahasa yang dikaji dalam sosiolinguistik, berdasarkan dari siapa yang menggunakan, untuk apa bahasa itu digunakan, dalam situasi apa, dan melalui media apa (Nugrawiyati, 2020). Jual beli merupakan wadah yang paling nyata untuk melihat variasi bahasa yang muncul dalam interaksi sosial masyarakat (Suka et al., 2024). Variasi bahasa dagang yang digunakan di Purwokerto berupa campuran antara bahasa Cina, Arab, bahasa Jawa Ngapak Banyumasan, dan Bahasa Indonesia.

Dalam variasi bahasa, terdapat dua fenomena penting, yaitu alih kode (*code switching*) dan campur kode (*code mixing*) yang keduanya berperan untuk mempererat relasi sosial antara pihak penutur dan lawan tuturnya (Oktaviany et al., 2023). Alih kode (*code switching*) dan campur kode (*code-mixing*) merupakan fenomena kebahasaan yang lazim dan bukan suatu kesalahan dari berbahasa, melainkan bentuk kompetensi komunikatif penutur multilingual untuk mencapai tujuan tertentu dalam berinteraksi, seperti membangun keakraban, menegosiasikan, atau menyesuaikan diri dengan identitas lawan bicara (Charolina & Zulaeha, 2019). Alih kode didefinisikan sebagai peralihan satu kode bahasa ke kode lain yang disebabkan oleh perubahan situasi, lawan bicara, atau topik pembicaraan (Prayogo et al., 2020). Sementara itu, campur kode merupakan penyisipan unsur-unsur bahasa lain (kata, frasa, klausa) ke dalam tuturan dasar (Marni et al., 2020). Penggunaan bahasa dalam aktivitas perdagangan etnis Arab di Purwokerto ini mencakup penggunaan bahasa Indonesia, dialek lokal bahasa Ngapak, dan bahasa Arab, yang sering kali bercampur dalam interaksi sehari-hari. Dalam interaksi jual-beli, fenomena ini banyak diteliti sebagai strategi efektif pedagang.

Pernah dilakukan studi bahasa di Malioboro (Hafari, 2015) dan Pasar Kersana (Rahayu & Khalimah, 2020) yang mana menunjukkan bahwa alih kode antara bahasa Jawa dan Indonesia digunakan untuk menjaga kesopanan, meningkatkan pemahaman, dan menyesuaikan diri dengan latar belakang pembeli. Penelitian terdahulu lebih banyak berfokus pada pedagang dari kelompok etnis dominan lokal di Aceh (Hasibuan, 2020), (Lubis et al., 2022), atau Jawa (Handani, 2022). Padahal, komunitas Arab Hadrami di Purwokerto, seperti marga Basalamah, telah lama membentuk kelompok komunitas yang memiliki identitas linguistik yang kompleks (Haryanto, 2022; De Jonge, 2019). Mereka hidup dalam trikotomi bahasa: bahasa Arab sebagai identitas kultural keagamaan, bahasa Indonesia sebagai bahasa utama, dan bahasa Jawa sebagai bahasa lingkungan sosial dan pasar. Oleh karena itu, penelitian ini secara spesifik ditujukan untuk menganalisis bentuk, fungsi, dan faktor penyebab alih kode dan campur kode pada pedagang etnis Arab di Purwokerto. Dengan mengisi celah tersebut, kajian ini diharapkan dapat memberi gambaran konkret tentang strategi adaptasi linguistik sebuah komunitas multilingual dalam mempertahankan identitasnya.

Adapun fenomena alih kode dan campur kode yang peneliti temukan dan dijadikan sebagai temuan data awal. Fenomena ditemui ketika peneliti berbicara dengan pedagang etnis Arab dalam rangka hendak membeli mebel, peneliti menemukan tuturan sebagai berikut:

Pedagang 1	: ih sing kiye lewih wangi lik
Karyawan	: ngarep umahku sing jual
Pedagang 1	: iya, makasih lik

### **Konteks:**

Karyawan toko mebel membawakan buah mangga, kemudian memberikannya kepada pedagang 1.



Pada tuturan tersebut, Pedagang 1 yang semula menggunakan bahasa Jawa *ih sing kiye lewih wangi lik* kemudian berubah menggunakan bahasa Indonesia dalam kalimat *iya, makasih lik*. Peristiwa seperti ini merupakan peristiwa alih kode, sebab ada perubahan penggunaan bahasa, dari bahasa Jawa ke bahasa Indonesia. Perpindahan dari bahasa Jawa ke bahasa Indonesia tersebut menunjukkan adanya peralihan kode yang digunakan secara internal terjadi penutur dan mitra tutur di lingkungan sosial yang sama, yaitu menyesuaikan pilihan bahasa dengan situasi komunikasi yang santai dan hubungan sosial yang akrab.

Diklasifikasikan sebagai fenomena alih kode intern karena sesuai dengan pengertian alih kode (*code switching*) menurut (Prayogo et al., 2020), bahwa alih kode merupakan fenomena penggunaan bahasa dari bahasa satu kode ke kode lain yang dipicu oleh perubahan situasi atau konteks dari komunikasi. Dan peralihan ini terjadi sebagai bentuk respons penutur terhadap tuturan situasional sehingga penutur menyesuaikan pilihan bahasa yang digunakan. Karena kode merupakan bentuk umum dari bahasa secara inkonvensional, dan bahasa secara konvensional merupakan bagian dari kode.

Pada saat peneliti mengunjungi toko parfum Sumber Wangi di Kebondalem, peneliti mendapati pedagang 2 ini sedang menanyakan kepada kerabatnya, yaitu pamannya sendiri, sebagai berikut:

Pedagang 2 : Am, ente udah minum sahi belum?

Paman Pedagang 2 : Ya Kholas

#### **Konteks:**

Pedagang 2 menanyakan kepada pamannya, apakah pamannya ini sudah minum teh atau belum. Pada tuturan tersebut, Pedagang 2 dan lawan tuturnya (Paman Pedagang 2) menggunakan bahasa Indonesia sebagai bahasa dasar '*Am, ente udah minum sahi belum*, namun menyisipkan unsur bahasa Arab berupa kosakata '*Am, ente, sahi, dan kholas*. Fenomena pada kutipan tersebut dikategorikan sebagai campur kode ekstern karena dalam satu rangkaian tuturan terdapat penyisipan unsur bahasa Asing, yaitu bahasa Arab, ke dalam bahasa Indonesia sebagai bahasa dasar. Kosakata *sahi* berasal dari kata dasar (mufrodat)nya *sahyun* yang berarti teh. Dan *kholas* yang berarti sudah.

Peneliti juga pernah mendapati sebuah percakapan antara teman etnis Arab yang posisinya menjadi pembeli dengan seorang pedagang Warung Pojok Sate Sumbang. Diketahui pembeli dan pedagang tersebut masih satu kerabat sesama etnis Arab. Dari percakapan itu, tampaklah tuturan sebagai berikut:

Pedagang 3 : kamu minumannya apa, Tim?

Pembeli : Sahi aja sahi.

Pedagang 3 : nggak qahwa, biasa qahwa?

#### **Konteks:**

Pada percakapan tersebut, pedagang 3 menawarkan minuman kepada pembeli dengan tuturan *kamu minumannya apa, Tim?*. Pembeli kemudian menjawab *Sahi aja sahi*, yang artinya teh. Pada tuturan tersebut, penutur menggunakan bahasa Indonesia sebagai bahan dasar, namun menyisipkan kosakata bahasa Arab, yaitu *sahi* dan *qahwa*. Fenomena ini dikategorikan sebagai campur kode ekstern karena dalam satu tuturan terjadi percampuran unsur bahasa Arab ke dalam struktur kalimat bahasa Indonesia. Dari tuturan tersebut, tampak adanya kalimat *sahi aja sahi* yang merupakan gabungan antara kosakata Arab *sahi* yang berarti teh dan *aja* yang berarti saja dalam bahasa Indonesia. Penggabungan seperti ini merupakan fenomena campur kode.

Komunitas etnis Arab yang tinggal di Purwokerto perlu menyesuaikan diri dengan lingkungan sosial dialek Banyumasan dalam komunikasi sehari-hari yang terlihat pada penggunaan variasi bahasa Arab, bahasa Indonesia, dan bahasa Jawa Ngapak di berbagai situasi



sosial. Dialek ngapak tidak hanya berfungsi sebagai alat komunikasi, tetapi juga sebagai identitas budaya yang mencerminkan nilai, kebiasaan, dan karakter masyarakat Banyumas yang dikenal blakasuta (terus terang) (Dan & Pujiastuti, 2021; Pratomo, 2018). Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah sebagai berikut, bagaimana alih kode dan campur kode para pedagang etnis Arab di Purwokerto Banyumas 2026. Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah tersebut, dapat dirumuskan tujuan penelitian sebagai berikut, yaitu untuk mendeskripsikan alih kode dan campur kode para pedagang etnis Arab di Purwokerto Banyumas 2026.

Secara teoretis, penelitian ini diharapkan bermanfaat dalam menambah pengetahuan di bidang kebahasaan, khususnya kajian sociolinguistik yang membantu memahami bentuk alih kode dan campur kode bahasa yang muncul dalam interaksi antara etnis Arab dan masyarakat Banyumasan serta memperkaya referensi terhadap teori sociolinguistik mengenai fenomena bahasa yaitu alih kode, campur kode, dan penyesuaian bahasa pada kegiatan perdagangan. Manfaat penelitian secara praktis bagi guru bahasa, diharapkan dapat menjadi referensi bagi guru bahasa, budayawan, pemerhati hati bahasa, pelajar, dan pemerintah daerah dalam memahami fenomena alih kode dan campur kode sebagai bentuk penyesuaian bahasa dalam masyarakat multikultural, serta mendukung upaya pelestarian dan pengembangan bahasa daerah sebagai bagian dari identitas budaya.

## II. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan jenis kualitatif deskriptif dengan pendekatan sociolinguistik. Metode ini dipilih karena sesuai dengan tujuan dari penelitian, yaitu untuk menggambarkan dan memahami variasi bahasa pada fenomena alih kode dan campur kode yang digunakan oleh pedagang etnis Arab dalam kegiatan perdagangan di wilayah Purwokerto, Banyumas. Pendekatan yang digunakan adalah kualitatif, agar peneliti dapat memahami makna di balik penggunaan bahasa secara mendalam, bukan sekadar data atau statistik (Moleong, 2017). Objek penelitian ini adalah variasi bahasa yang digunakan dalam interaksi jual beli antara pedagang etnis Arab dan pembeli di sekitar wilayah Purwokerto, Banyumas. Data yang dikumpulkan berupa alih kode dan campur kode tuturan secara verbal, meliputi kosakata, frasa, klausa, dari pedagang etnis Arab dengan mitra tutur mereka. Sumber data terdiri dari: (1) sumber primer, yaitu pedagang etnis Arab dan pembeli yang terlibat dalam interaksi jual- beli (2) sumber sekunder, yaitu berupa rekaman audio, catatan observasi lapangan, transkrip tuturan. Sumber data adalah subjek dari mana data diperoleh (Arikunto, 2013). Menurut (Moleong, 2019) data penelitian kualitatif dapat diperoleh melalui dua bentuk, yaitu data yang bersifat terbuka dan data yang bersifat terstruktur.

Data terbuka dikumpulkan melalui proses penggalian informasi tanpa dibatasi pedoman pertanyaan yang kaku, sehingga peneliti dapat mengikuti alur informasi yang muncul di lapangan. Sementara itu, data yang terstruktur atau tertutup dikumpulkan melalui pedoman yang lebih sistematis, karena peneliti memiliki tujuan tertentu yang ingin di capai dari setiap pertanyaan. Pengumpulan data dilakukan melalui tiga cara utama, yaitu observasi partisipan, wawancara semi-struktur, dan dokumentasi. Observasi partisipan atau simak libat cakap, di mana peneliti secara langsung hadir di lokasi dan turut menyimak serta terlibat dalam transaksi jual-beli untuk memperoleh tuturan secara langsung. Wawancara semi-struktur, yaitu dengan pedagang dan pembeli sebagai informan utama, sehingga dapat menggali konsep penggunaan bahasa, faktor yang mempengaruhi ragam bahasa, dan motif dalam berkomunikasi. Wawancara semi-struktur dianggap efektif karena memberi kebebasan bagi informan menjelaskan pengalaman mereka secara alami (Sugiyono, 2019). Dokumentasi, yaitu merekam percakapan, mencatat hasil wawancara, serta mengambil foto atau video sebagai bukti pendukung.



Dokumentasi digunakan untuk memastikan data yang akurat serta mempermudah analisis bahasa yang muncul di lapangan (Arikunto, 2013).

Peneliti melakukan observasi partisipan dengan datang langsung di lokasi penelitian untuk menyimak interaksi antara pedagang dan pembeli. Teknik ini dikenal sebagai teknik simak libat cakap, di mana peneliti ikut terlibat dalam situasi komunikasi tanpa mengubah jalannya interaksi (Kesuma, 2007). Menurut Matthew B. Miles dan A. Michael Huberman, analisis data dilakukan melalui tiga tahap utama, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan, (Miles, 1994). Reduksi data berupa pemilihan, pemilahan, dan rangkuman bagian-bagian tuturan yang sesuai dengan fokus penelitian. Langkah berikutnya adalah penyajian data, yaitu menyusun hasil reduksi dalam bentuk narasi, tabel, transkrip terpilih, atau bagan untuk menggambarkan pola dalam penggunaan bahasa, dialek, alih kode atau campur kode. Tahap akhir berupa penarikan kesimpulan, yaitu menarik simpulan berdasarkan pola analisis dan mengkaitkannya dengan teori sosiolinguistik, serta memastikan kesimpulan tersebut secara kredibel.

### III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berikut merupakan 20 data tuturan dari 6 pedagang yang peneliti temukan di Purwokerto Banyumas 2026:

#### 1. Data Tuturan 1. Alih Kode Warung Soto Bu Jamil

- Pembeli : Biasane sing rewang cok Bu Liah  
Pedagang 1 : Iya, angger pas dodolane rame  
Pembeli : Jam pira?  
Pedagang 1 : Ya angger esuk  
Pembeli : Ternyata rajin yah, Bu Liah  
Pedagang 1 : Rajin sekali tiada duanya

Data tuturan di atas merupakan fenomena alih kode karena dapat kita analisis pedagang Arab yang diketahui Pedagang 1 ini sedang berbincang dengan pelanggannya yang asli Jawa. Di awal perbincangannya pelanggan Pedagang 1 menanyakan keberadaan pegawainya menggunakan bahasa Jawa *biasane sing rewang cok Bu Liah*, kemudian Pedagang 1 membalas tuturan tersebut menggunakan bahasa Jawa, *iya angger pas dodolane rame*, kemudian perbincangan mengarah pada pelanggan yang memuji pegawai warung soto menggunakan bahasa Indonesia *ternyata rajin yah, Bu Liah*. Kemudian Pedagang 1 membalas tuturan tersebut menggunakan bahasa Indonesia mengikuti bahasa yang sebelumnya digunakan oleh pelanggannya. *Rajin sekali tiada duanya*. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa alih kode pada kutipan tersebut adalah dari bahasa Jawa ngoko berpindah bahasa Indonesia. Fenomena ini dipicu oleh sekumpulan penutur, dimana pembeli yang merupakan orang Jawa memulai percakapan dengan kode Ngoko yang akrab. Namun, saat menyampaikan pujian yang lebih serius *rajin*, pembeli beralih ke bahasa Indonesia sebagai kode netral yang sekaligus memberi sedikit jarak yang lebih terkesan formal. Pedagang 1 kemudian mengikuti alih kode ini, menunjukkan penyesuaian linguistik untuk menjaga kelancaran dalam berinteraksi dan merespon nada tuturan yang berubah. Pada motif pembicaraannya merupakan pujia dalam bahasa Indonesia yang terkesan lebih netral dan sedikit formal, cocok untuk memuji orang yang tidak terlalu akrab. Kemudian dapat diklasifikasikan bahwa tuturan ini merupakan bentuk alih kode *ekstern*, karena penutur mengganti bahasa, dari Jawa ke Indonesia.

#### 2. Data Tuturan 2. Alih Kode Warung Soto Bu Jamil

- Pembeli : Semua jadi berapa?  
Pedagang 1 : Jadi dua puluh empat aja



Pembeli : Dadi pas kiye ya?

Pedagang 1 : Nggih suwun ya mba

Data tuturan di atas menunjukkan fenomena alih kode, karena bermula dari pelanggan yang menanyakan harga menggunakan bahasa Indonesia *semua jadi berapa?*, dan Pedagang 1 membalas tuturan menggunakan bahasa Indonesia mengikuti bahasa dari lawan tutur *jadi dua puluh empat aja*. Kemudian pelanggan tersebut kembali menanyakan harga menggunakan bahasa Jawa, *dadi pas kiye ya?* yang artinya *jadi pas ini ya?*, tuturan tersebut dibalas oleh Pedagang 1 menggunakan bahasa Jawa sesuai dengan bahasa yang digunakan oleh pelanggan *nggih suwun ya mba* yang artinya dalam bahasa Indonesia *ya, terima kasih ya mba*. Fenomena pada data ini adalah alih kode, yang terdiri dari dua lapisan. Pertama, alih kode *ekstern* dari bahasa Indonesia ke bahasa Jawa. Kedua, alih kode *intern* dalam bahasa Jawa, dimana Pedagang 1 menggunakan krama (*nggih, suwun*) kepada pembeli. Fenomena ini termasuk dalam alih tingkat tutur karena Pedagang 1 memilih bahasa krama untuk menghormati pembeli meskipun pembeli pakai Jawa Ngoko dengan maksud menjaga kesopanan sekaligus menyesuaikan bahasa dengan pembeli.

### 3. Data Tuturan 3. Campur Kode Warung Soto Bu Jamil

Pedagang 1 : Geneng nembe metu, Bu?

Pembeli : Iya kiye ndase mumet

Pedagang 1 : Kerasa puyeng apa?

Pembeli : Genah iya koh

Pedagang 1 : Gyeh, Bu. syukron ya wingi

Pembeli : Iya, Bu. Anu pangan turahan

Dapat dianalisis pada tuturan diatas merupakan fenomena campur kode, dikatakan sebagai situasi campur kode yang diawali sapaan Pedagang 1 pada pelanggannya yang diketahui sebagai tetangganya menggunakan bahasa Jawa *kerasa puyeng apa?* dan pelanggan atau tetangganya tersebut menjawab menggunakan bahasa Jawa *genah iya koh* tuturan tersebut berlanjut pada Pedagang 1 yang mengucap *gyeh, Bu, Syukron ya wingi*, kata sapaan dalam bahasa Jawa *gyeh, Bu* yang artinya *hai bu*. Kemudian disisipi kata *syukron* yaitu istilah bahasa Arab yang artinya bahasa Indonesianya terima kasih dan dilanjutkan menggunakan bahasa Jawa *ya wingi* yang artinya *ya kemarin*, dan kembali dibalas oleh tuturan pelanggannya menggunakan bahasa Jawa. Dapat dikatakan sebagai fenomena campur kode ekstern, karena posisi bahasa Jawa sebagai bahasa dasar disisipi kosakata bahasa Arab. Penggunaan kata *syukron* di tengah percakapan Jawa berfungsi sebagai penanda identitas kultur Pedagang 1 seorang pedagang etnis Arab.

### 4. Data Tuturan 4. Alih Kode Warung Soto Bu Jamil

Pedagang 1 : Cabene bade ingkang ingkang pinten, Mba?

Pembeli : Kalih lah, Bu. Takutnya pedes.

Pedagang 1 : Ngga terlalu pedes sih, Mba.

Pembeli : Sedikit aja lah, Bu.

Data tuturan di atas menunjukkan fenomena alih kode ekstern dari bahasa Jawa Krama ke bahasa Indonesia. Dapat dijelaskan konteks dari tuturan tersebut berawal dari Pedagang 1 yang menanyakan kepada pelanggannya menggunakan bahasa Jawa *cabene bade ingkang ingkang pinten, Mba?* yang artinya dalam bahasa Indonesia *cabenya mau berapa, Mba?*, lalu pelanggannya menjawab *kalih lah, Bu. Takutnya pedes*. Lalu terjadilah alih kode Pedagang 1 menjawab menggunakan bahasa Indonesia *ngga terlalu pedes sih, Mba*. Pada tuturan tersebut Pedagang 1 menjawab menggunakan bahasa Indonesia menyesuaikan bahasa yang digunakan oleh lawan tutur sebelumnya. Fenomena ini masuk dalam kategori alih bahasa dari bahasa Jawa ke dalam Bahasa Indonesia. Yang mana pergantian ini berfungsi sebagai penyesuaian dengan



gaya komunikasi pembeli yang mana penjual mengikuti kecenderungan pembeli yang mungkin lebih nyaman dengan bahasa Indonesia untuk menjelaskan produk jualannya.

### **5. Data Tuturan 5. Campur Kode Toko Parfum Sumber Wangi**

- Pedagang 2 : May, hitungan kacang almond perkilonya masih mi'ah?  
Saudara Pedagang 2 : seratus dua puluh, tapi kalo ambil per dua kilo jadi mi'ahtain  
Pedagang 2 : gawe per paket baen sih kudune, misal almond tambah apa dadi mi'ahtain

Data tuturan tersebut dikatakan sebagai fenomena campur kode ekstern dengan Bahasa Indonesia sebagai Bahasa dasar yang disisipi kosakata Bahasa Arab numerik. Berawal dari Pedagang 2 yang mengatakan *May, hitungan kacang almond perkilonya masih mi'ah*. Tuturan menggunakan Bahasa Indonesia ini disisipi dengan kata bahasa Arab *mi'ah* yang artinya seratus. Dan lawan tuturnya membalas menggunakan bahasa Indonesia yang disisipi menggunakan bahasa Arab *seratus dua puluh, tapi kalo ambil per dua kilo jadi mi'ahtain*. Kata *mi'ahtain* ini diartikan sebagai dua ratus dalam bahasa Indonesia. Fenomena ini mencerminkan bahwa istilah numerik perdagangan dipertahankan dalam bahasa Arab sebagai bagian dari pengetahuan bisnis di dalam keluarga dengan tujuan mempertahankan istilah Arab untuk memperkuat identitas bisnis keluarga Arab meskipun komunikasi sehari-hari menggunakan bahasa Indonesia.

### **6. Data Tuturan 6. Campur Kode Toko Parfum Sumber Wangi**

- Saudara Pedagang 2 : Sir, kemarin acara nikahannya rahat banget yah  
Pedagang 2 : Aku bisa loh ngasih mahar lebih dari kemarin itu  
Saudara Pedagang 2 : Mana dulu calonnya, bahlul?  
Pedagang 2 : di mana-mana ya mikir mahar dulu, sama siapa yang urusan belakang, yang penting cocok, Yah

Data di atas menunjukkan fenomena campur kode ekstern dengan penyisipan kosakata Arab yang maknanya emosional dalam kalimat bahasa Indonesia. Fenomena di atas terjadi ketika Saudara Pedagang 2 berbincang dengan Pedagang 2 dan memberi pendapat *Sir, kemarin acara nikahannya rahat banget yah*, Saudara Pedagang 2 berbincang menggunakan bahasa Indonesia yang disisipi bahasa Arab *rahat* yang artinya dalam bahasa Indonesia itu tenang. Kemudian lawan tuturnya, Pedagang 2 menjawab *Aku bisa loh ngasih mahar lebih dari kemarin itu*, dan Saudara Pedagang 2 menjawab lagi tuturannya, *Mana dulu calonnya, bahlul*, Saudara Pedagang 2 menjawab menggunakan bahasa Indonesia yang disisipi menggunakan bahasa Arab *bahlul* yang artinya bodoh. Kata *bahlul* ini merupakan sebuah candaan yang dilakukan berdasarkan jarak kedekatan keluarga di antara mereka. Kata *rahat* (tenang) dan *bahlul* (bodoh) digunakan di dalam percakapan dengan tujuan mengekspresikan emosi yang lebih khas Arab dibandingkan kata Indonesia "bodoh". Kemudian penggunaan kosakata Arab ini dimaknai sebagai candaan yang menunjukkan kedekatan hubungan dan lingkungan keluarga yang masih menjaga bahasa leluhurnya.

### **7. Data Tuturan 7. Alih Kode Toko Parfum Sumber Wangi**

- Pedagang 2 : coklat krikil ada berapa stok? Mba tolong cek  
Karyawan : iya, Mas Naasir. Tumben nyuruh, apa lagi sakit yah, Mas?  
Pedagang 2 : Alhamdulillah ana khaer  
Karyawan : hemat energi yah?  
Pedagang 2 : betul, mau jadi supir besok

Data tuturan di atas menunjukkan fenomena alih kode ekstern dari Bahasa Indonesia ke Bahasa Arab yaitu alih Bahasa dari Bahasa Indonesia ke dalam Bahasa Asing. Fenomena ini diawali dari percakapan Pedagang 2 menggunakan bahasa Indonesia *coklat krikil ada berapa stok? Mba tolong cek*, lalu karyawannya menjawab menggunakan Bahasa Indonesia *iya, Mas Naasir*.



*Tumben nyuruh, apa lagi sakit yah, Mas?*, kemudian Pedagang 2 kembali membalas tuturan karyawannya menggunakan bahasa Arab *Alhamdulillah ana khaer*, yang artinya *segala puji bagi Allah, saya baik*. Peralihan Bahasa dari Pedagang 2 menggunakan Bahasa Indonesia kemudian berbahasa Arab, merupakan sebuah fenomena alih kode. Fungsi dari tuturan alih kode ini merupakan bentuk ekspresi dari ungkapan syukur, menegaskan identitas secara keagamaan, dan pembagian dari domain Bahasa Indonesia untuk urusan duniawi (stok barang), dan penggunaan Bahasa Arab untuk urusan ukhrawi (Syukur).

#### 8. Data Tuturan 8. Campur Kode Toko Parfum Sumber Wangi

Saudara Pedagang 2 : kacang almond model kaya kiye kan pasarane emang lagi gholi, Sir

Pedagang 2 : sing tukuni be jarang siki tah, paling nggo wadah toples lebaran

Saudara Pedagang 2 : ya tetep ana sih, kiye kan lagi arep Sya'ban ya wis laka sing mangkat umroh maning kecuali memang furoda

Data tuturan di atas menunjukkan fenomena campur kode ekstern yang mana karena terjadi sebuah penyisipan bahasa asing ke dalam bahasa asal, yaitu penyisipan bahasa Arab ke dalam bahasa asalnya yaitu bahasa Indonesia. Fenomena ini terjadi ketika Saudara Pedagang 2 memulai pembicaraan mengenai harga barang yang di perjualkan di tokonya, *kacang almond model kaya kiye kan pasarane emang lagi gholi, Sir*, kemudian Pedagang 2 menjawab *sing tukuni be jarang siki tah, paling nggo wadah toples lebaran*. Diketahui Saudara Pedagang 2 membalas tuturan menggunakan bahasa Jawa yang disisipi kata bahasa Arab *furoda* yang artinya terpisah pada kalimat tuturan *ya tetep ana sih, kiye kan lagi arep sya'ban ya wis laka sing mangkat umroh maning kecuali memang furoda*. Fungsi dari tuturan ini untuk memperkuat identitas bisnis keluarga.

#### 9. Data Tuturan 9. Campur Kode Toko Mebel Merdeka

Pembeli : Lemari geser selain warna item gak ada mas?

Penjual 3 : Paling baru yang kacanya hitam, Bu

Pembeli : Biasane lebih turun harganya kalo yang kaca ne bening

Penjual 3 : yang item ya ngga papa, Bu. Kan Ibu banyak fulus

Pembeli : Fulus daun yah, Mas

Data tuturan di atas menunjukkan fenomena campur kode ekstern dengan penyisipan kosakata Arab ke dalam bahasa Indonesia. Fenomena ini terjadi di toko mebel Merdeka, yaitu dibuktikan pada tuturan yang dilakukan oleh pembeli yang menanyakan harga lemari kaca kepada Pedagang 3. Pembeli menanyakan *biasane lebih turun harganya kalo yang kaca ne bening*, kemudian Pedagang 3 sebagai pemilik toko menjelaskan bahwa lemari kaca yang hitam juga sebenarnya tidak menjadi masalah karena pembeli tersebut banyak uangnya, *yang item ya ngga papa, Bu. Kan Ibu banyak fulus*. Kalimat tersebut merupakan fenomena alih kode karena kalimat yang diucapkan Pedagang 3 menggunakan bahasa Indonesia sebagai bahasa dasar, *yang item ya ngga papa, Bu. Kan Ibu banyak..* dan disisipkan kata *fulus* yang berarti uang. Fungsi dari penyisipan kata *fulus* sebagai bentuk sanjungan bahwa pembeli adalah orang yang berkecukupan, menciptakan kesan akrab antara pedagang dan pembeli, dan membuat pembicaraan tentang uang terasa lebih halus dan tidak vulgar.

#### 10. Data Tuturan 10. Campur Kode Toko Mebel Merdeka

Pembeli : punten, Mas. Yang punya ada?

Pedagang 3 : ke saya bisa, Pak. Ada yang bisa dibantu?

Pembeli : mau nego ranjang jati yang kemarin, Mas.

Pedagang 3 : oh, yang tahu Ayah saya, Pak.

Pembeli : bapake njenengan ditimbali, bisa?

Pedagang 3 : nggih, saya panggil Ayah dulu



Data tuturan di atas merupakan fenomena campur kode ekstern, yang diawali pada situasi yang terjadi di toko Mebel Merdeka yaitu pembeli yang menanyakan keberadaan pemilik toko yang di hari kemarin mereka berjanji untuk saling bernegosiasi. Kemudian Pedagang 3 sebagai anak dari pemilik toko mencoba membantu keperluan pelanggan tersebut. Terjadilah tuturan yang bermula dari pembeli, *mau nego ranjang jati yang kemarin, Mas*. Kemudian Pedagang 3 menjawab *oh, yang tahu Ayah saya, Pak*. Pembeli kembali membalas tuturan *bapake njenengan ditimbali, bisa?* Kemudian spontan Pedagang 3 menjawab menggunakan bahasa Jawa kemudian di kalimat selanjutnya dominan bahasa Indonesia *nggih*, bahasa Jawa yang artinya iya, dan bahasa Indonesia *saya panggil Ayah dulu*. Tuturan ini termasuk ke dalam pola alih tingkat tutur ngoko-madya/krama yang terjadi dalam lingkup multilingual. Kata *nggih* digunakan oleh penutur sebagai penanda kesopanan kepada orang yang lebih tua, meskipun kalimatnya dominan bahasa Indonesia.

#### IV. SIMPULAN

Berdasarkan analisis terhadap 20 data tuturan pedagang etnis Arab di Purwokerto 2026, penelitian ini menyimpulkan bahwa fenomena alih kode dan campur kode merupakan strategi komunikasi yang dominan dan bermakna dalam interaksi perdagangan. Alih kode ekstern sering terjadi antara bahasa Indonesia, Jawa (Ngapak Banyumasan), dan Arab, dengan pola peralihan yang dipengaruhi oleh faktor dari lawan tutur, topik yang dibicarakan, serta konteks sosialnya. Sementara itu, penggunaan alih kode dalam bahasa Jawa, terutama peralihan dari bahasa Jawa Ngoko ke bahasa Jawa Krama, digunakan sebagai tanda kesantunan, dan penghormatan kepada pembeli. Campur kode muncul sebagai cara untuk mempertahankan identitas budaya, terutama melalui penyisipan kata-kata Arab dalam ucapan bahasa Indonesia atau Jawa. Kata-kata yang ditambahkan biasanya berkaitan dengan topik agama (seperti syukron, alhamdulillah), keuangan (seperti fulus, mi'ah), atau perasaan (seperti bahlul, rahat). Fenomena ini menunjukkan kemampuan para pedagang Arab berbahasa ganda yang tidak hanya bisa beradaptasi dengan lingkungan bahasa di tempat mereka berdagang, tetapi juga tetap bisa menjaga ciri khas bahasa yang mencerminkan identitas etnis dan agama mereka. Dari segi fungsinya, alih kode dan campur kode berperan sebagai: (1) cara untuk mengakomodasi bahasa agar lebih ramah kepada pembeli lokal, (2) alat untuk bernegosiasi dan meyakinkan dalam pembelian barang, (3) tanda dari identitas budaya dan agama, serta (4) bentuk penyesuaian diri dalam masyarakat yang terdiri dari berbagai etnis di Banyumas. Implikasi penelitian ini berkontribusi terhadap pengembangan pelestarian bahasa Banyumasan sebagai identitas daerah, sekaligus memperluas wawasan mengenai praktik penggunaan bahasa lokal dalam interaksi sosial dan ekonomi masyarakat multietnis. Oleh karena itu, variasi bahasa yang digunakan oleh pedagang etnis Arab bukan hanya tanda dari hal-hal yang berkaitan dengan bahasa saja, tetapi juga mencerminkan dinamika sosial dan linguistik yang rumit dalam masyarakat Indonesia yang multilingual.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Agustin, D. N. (2021). Fenomenologi Bahasa Komunitas Kampung Arab (Studi Kasus Alih Kode dan Campur Kode Percakapan Bahasa Arab di Ampel Surabaya): Phenomenology of Arabic Village Community Language (Case Study of Code Switching and Arabic Conversation Code Mixing in Ampel Surabaya). *Journal of Arabic Teaching, Linguistic and Literature*, 1(1), 1–13.
- Arikunto, S. (2013). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. PT Rineka Cipta.



- Balqissyah, D. N., Siregar, D. E. C., Khairani, A., Zebua, S. A., Syahira, D. F., & Rosmini, R. (2024). Penggunaan Bahasa Formal dan Informal dalam kehidupan sehari-hari pada Mahasiswa Fakultas Pendidikan Universitas Negeri Medan. *Semantik: Jurnal Riset Ilmu Pendidikan, Bahasa Dan Budaya*, 2(4), 228–241.
- Charolina, C., & Zulaeha, I. (2019). Single Language, Code Switching, and Code Mixing in the Banjar-Dayak Bilingual Society Family in Palangka Raya. *Seloka: Jurnal Pendidikan Bahasa Dan Sastra Indonesia*, 8(3), 78–85.
- Dan, S., & Pujiastuti, S. (2021). Leksikon-leksikon Bermakna “Makan” dalam Bahasa Jawa Dialek Banyumas. In *NUSA* (Vol. 16, Issue 2). <https://kbbi.web.id/leksikon>
- De Jonge, H. (2019). *Mencari identitas: Orang Arab Hadhrami di Indonesia (1900-1950)*. Kepustakaan Populer Gramedia.
- Evto, R. H. (2022). Code-Mixing Within the Use of Khek Language on Chinese-Indonesian Ethnic in Tambora. *English Journal Literacy Utama*, 6(1), 544–550.
- Frida, K. D., & Lubis, S. (2024). The code-mixing of Chinese-Indonesian-English (Chindolish) at Hang Kesturi School Medan. *KEMBARA: Jurnal Keilmuan Bahasa, Sastra, Dan Pengajarannya*, 10(2), 507–517.
- Hafari, A. I. (2015). Analisis Campur Kode dan Alih Kode dalam Iklan Radio Citra FM Kabupaten Wonosobo pada Bulan April Tahun 2015. *Aditya-Pendidikan Bahasa Dan Sastra Jawa*, 7, 74–82.
- Handani, Z. T. (2022). Ragam Bahasa Lisan Penjual dan Pembeli dalam Transaksi Jual Beli di Pasar Dampit, Kabupaten Malang: Kajian Sociolinguistik. *Jurnal Penelitian, Pendidikan, Dan Pembelajaran*, 17(16).
- Haryanto, M. D. (2022). Islam di Purwokerto Awal Abad ke-20 M. *Thaqafiyat: Jurnal Bahasa, Peradaban Dan Informasi Islam*, 42–64.
- Hasibuan, Z. (2020). Ragam Bahasa Pedagang Pasar Blangjruen Kecamatan Tanah Luas Kabupaten Aceh Utara (Kajian Sociolinguistik). *LITERATUR: Jurnal Bahasa Dan Sastra*, 2(2), 52–70.
- Huda, T., Nevia, Y. I., & Mushoma, N. (2025). Code Switching and Code Mixing Uttered by Thai Students in Indonesia: Types and Contributing Factors. *Journey: Journal of English Language and Pedagogy*, 8(1), 36–47.
- Isrofiyah Laela Khasanah, & Heri Kurnia. (2023). Melestarikan Budaya Banyumasan Melalui Dialek Bahasa Ngapak. *KULTURISTIK: Jurnal Bahasa Dan Budaya*, 7(2), 43–53. <https://doi.org/10.22225/kulturistik.7.2.7135>
- Kesuma, T. M. J. (2007). *Pengantar Metode Penelitian Bahasa*. Carasvatibooks.
- Lubis, I. S., Santi, R. S., & Angin, T. B. B. (2022). Variasi Bahasa Sapaan Jual Beli Pedagang di Pasar Sangumpal Bonang Padangsampung Kajian Sociolinguistik. *Jurnal Education and Development*, 10(3), 457–464.
- Mardiasih, I. K. (2023). *Variasi Bahasa dalam Komentar pada Media Sosial*.
- Marni, I., Harliyana, I., & Rahayu, R. (2020). Alih Kode dan Campur Kode dalam Bertutur Mahasiswa Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Malikussaleh. *KANDE: Jurnal Ilmiah Pendidikan Bahasa Dan Sastra Indonesia*, 1(1), 9–20.
- Miles, M. B. (1994). Qualitative data analysis: An expanded sourcebook. *Thousand Oaks*.
- Moleong, L. J. (2017). *Metodologi Penelitian Kualitatif (Edisi Revisi)* (Edisi Revisi). PT Remaja Rosdakarya.
- Moleong, L. J. (2019). Moleong, ” Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi”. *Bandung: Remaja Rosdakarya. PT. Remaja Rosda Karya*, 58.



- Mujiastuti, G., & Rahardjo, T. (n.d.). *Identitas Dialek Banyumasan Sebagai Konstruksi Budaya Studi Penggunaan Dialek Banyumasan Di Kalangan Penutur Asli Banyumas yang Berada Di Semarang*. <https://fisip.undip.ac.id/>
- Mustakimah. (2023). *Analysis of Javanese Ngapak Banyumasan as Part of Indonesian Literature*. 2.
- Nasution, V. A., & Ayuningtyas, N. (2020). The Language Choice of Chinese Community in Medan: A Sociolinguistics Study. *JOALL (Journal of Applied Linguistics & Literature)*, 5(1), 11–25. <https://doi.org/10.33369/joall.v5i1.9063>
- Ningrum, S. D. (2022). Analisis Kontastif Kosakata Makna Leksikal Bahasa Jawa Dialek Banyumasan dan Dialek Yogyakarta. *Basastra: Jurnal Kajian Bahasa Dan Sastra Indonesia*, 11.
- Nugrawiyati Sekolah Tinggi Agama Islam Nahdlatul Ulama Madiun, J. (2020). Analisis Variasi Bahasa dalam Novel “FATIMEH GOES TO CAIRO.” *Jurnal Studi Agama*, 8(1).
- Nugroho, C., & Kusuma, I. P. (2023). Identitas Budaya Banyumasan dalam Dialek Ngapak. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 21(2), 333. <https://doi.org/10.31315/jik.v21i2.4556>
- Nursakinah, N., Maspuroh, U., & Adham, M. J. I. (2024). Variasi Bahasa Sosiolek pada Tuturan Percakapan Komunitas Motor Bekasi dan Pemanfaatannya sebagai Modul Ajar. *Jurnal Pendidikan Bahasa*, 12(2). <https://doi.org/10.31571/bahasa.v12i2.5916>
- Oktaviany, E., Hariyadi, E., Subaharianto, A., & Badrudin, A. (2023). Campur Kode dalam Tuturan Masyarakat Etnik Cina Benteng di Desa Lebak Wangi, Tangerang: Kajian Sociolinguistik. *SEMIOTIKA: Jurnal Ilmu Sastra Dan Linguistik*, 24(2), 316–335.
- Pawestri, A. G., Thanissaro, P. N., Kulupana, S., Istiani, A. N., Widhiyatmoko, Y. Y., Raden, U., & Lampung, I. (2020). Membangun identitas budaya banyumasan melalui dialek ngapak di media sosial. *Jurnal Pendidikan Bahasa Dan Sastra*, 19(2), 255–266.
- Pratomo, A. R. (2018). *Ngapak dan Identitas Banyumasan (Komunikasi Organisasi Berbasis Dialek Budaya Lokal di Dinas Pendidikan dan Unit Pendidikan Kecamatan (UPK) Banyumas)*.
- Prayogo, W., Roysa, M., & Widiyanto, 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.
- Rahayu, T., & Khalimah, N. (2020). Alih Kode dan Campur Kode antara Penjual dan Pembeli pada Masa Pandemi. *Jurnal Ilmiah Semantika*, 2(01).
- Rahma, S. S., & Aqmal, M. F. (2024). Menjelajahi ragam-ragam bahasa Arab, variasi dan dialek. *Prosiding Konferensi Nasional Adab Dan Humaniora*, 2, 151–156.
- Ramadani, N., Marnita, R., & Revita, I. (2020). Ragam Kata Sapaan dalam Komunikasi Pedagang dan Pembeli di Pasar Tradisional Kecamatan Rumbai Pesisir Kota Pekanbaru. *Diwan: Jurnal Bahasa Dan Sastra Arab*, 12(2), 101–116.
- Riyanti, P. (2013). Komunitas 5 (1) (2013) : 53–63 Relasi Sosial Pedagang Etnis Cina dan Etnis Jawa Di Pasar Tradisional. <http://journal.unnes.ac.id/nju/index.php/komunitas>
- Sholihatin, A. (2008). *Pemilihan Kode Pada Masyarakat Keturunan Arab di Noyontaan, Kota Pekalongan: Kajian Sociolinguistikw*.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D (Edisi 2)* (Cetakan ke-27). Alfabeta.
- Suka, E., Budasi, I. G., & Adnyani, N. L. P. S. (2024). Code-Switching and Code-Mixing in Buying and Selling Activities at The Sapeken Traditional Market Sumenep–Madura Regency (A Sociolinguistic Study). *Journal of Educational Study*, 4(2), 199–209.
- Susilawati, E. (2017). Variasi Bahasa dalam Novel Peyempuan Karya@ Peyem. *Jurnal Bastra (Bahasa Dan Sastra)*, 2(1), 305–318.



- Wardani, I., & Subhan, R. (2024). Bahasa Indonesia Sebagai Alat Komunikasi Yang Efektif. *Jurnal Intelek Insan Cendikia*, 1(10), 7538–7550.
- Wati, I., & Febriani, I. (2024). Variasi Bahasa Segi Penutur pada Komunikasi Jual Beli Di Pasar Socah Bangkalan. *PENTAS: Jurnal Ilmiah Pendidikan Bahasa Dan Sastra Indonesia*, 10(1), 1–7.
- Wijaya, A. G. (2016). *Campur Kode dan Alih Kode Tuturan Dalam Perdagangan di Pasar Klewer Surakarta*.
- Yusni, Y., & Sudirman, N. (2023). Alih Kode Campur Kode dalam Interaksi Penjual dan Pembeli di Pusat Niaga Palopo. *DEIKTIS: Jurnal Pendidikan Bahasa Dan Sastra*, 3(2), 105–110.
- Yusup, A., Harianto, N., & Ritonga, A. H. (2022). Kronolek Dalam Kajian Sociolinguistik. *Ad-Dhuha*, 3(2), 1–12.