

## CAMPUR KODE PADA DIALOG PENJUAL DAN PEMBELI DI DESA WISATA PENGLIPURAN

Anak Agung Ayu Dian Andriyani<sup>1</sup>, Ida Ayu Putri Gita Ardiantari<sup>2</sup>, I Putu Andri Permana<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup> Fakultas Bahasa Asing Universitas Mahasaraswati Denpasar:

[agungdianjepang@unmas.ac.id](mailto:agungdianjepang@unmas.ac.id)<sup>1</sup> [idaayupugitaa@unmas.ac.id](mailto:idaayupugitaa@unmas.ac.id)<sup>2</sup> [andripermana@unmas.ac.id](mailto:andripermana@unmas.ac.id)<sup>3</sup>

### Artikel Info

Received : 5 Feb 2023  
Reviwe : 21 Maret 2023  
Accepted : 15 April 2023  
Published : 19 April 2023

### Abstrak

Penelitian ini memfokuskan pada penggunaan campur kode pada interaksi antara penjual dan pembeli di warung tradisional. Data berupa dialog antara penjual dan pembeli yang terjadi di warung tradisional dengan target warung yang menyediakan berbagai makanan ciri khas, minuman serta oleh-oleh Bali, mempertimbangkan jumlah kunjungan pembeli sangat tinggi, berlokasi di Desa Penglipuran kabupaten Bangli, karena menjadi destinasi yang sangat diminati wisatawan lokal maupun mancanegara. Metode yang digunakan adalah observasi dengan teknik pengumpulan data melalui cara menyimak, mencatat serta merekam berbagai interaksi secara alami. Penelitian kualitatif ini mendeskripsikan penggunaan campur kode pada setiap interaksi di warung tradisional. Data yang diperoleh dianalisis menggunakan padan pragmatik dengan dasar pertimbangan karena alat penentu yaitu mitra tutur. Data setelah di analisis, dideskripsikan menggunakan kata-kata biasa agar tidak terkesan kaku. Hasil penelitian menemukan campur kode ke luar karena tidak ada padanan kata yang sesuai dalam bahasa sumber selain itu, istilah yang digunakan lebih populer. Penggunaan campur kode ke dalam karena mitra tutur berasal dari rumpun yang sama, tempat tinggal yang dekat sehingga dapat mempermudah komunikasi dan sudah saling mengenal. Selain itu, campur kode campuran sangat ditentukan oleh topik pembicaraan dan tingkat tutur bahasa di Bali serta dengan tujuan humor sehingga dapat mendekatkan jarak dengan pembeli. Artinya, penggunaan campur kode menjadi hak dari peserta tutur dengan harapan pesan tersampaikan dengan baik, sehingga dapat menjalin hubungan menjadi harmonis.

***Kata kunci : campur kode, interaksi, penjual dan pembeli, warung tradisional***

### Abstract

This study focused on the use of code mixing in the interactions between sellers and buyers in traditional stalls. The data were in the form of dialogue between sellers and buyers that occurs in

traditional stalls with the target of stalls that provide a variety of Balinese specialties, drinks and souvenirs, considering the very high number of buyer visits, located in Penglipuran Village, Bangli district, because it is a destination that is very attractive to tourists local and foreign. The method used was observation with data collection techniques through listening, taking notes and recording natural interactions. This qualitative research describes the use of code mixing in every interaction in a traditional stall. The data obtained were analyzed using a pragmatic equivalent because the determining tool is the speech partner. The data after being analyzed, is described using ordinary words so as not to seem rigid. The results of the study found outward code mixing because there was no equivalent word that was suitable in the source language besides that, the terms used were more popular. The use of internal code mixing is because the speech partners come from the same family, where they live close so that communication can be facilitated because they already know each other. In addition, mixed code mixing is determined by the topic of conversation and the level of speech in Balinese Bali as well as with the aim of humor so as to get closer to the buyer. That is, the use of code mixing is the right of the speech participant in the hope that the message is conveyed properly, so that a relationship can be harmonious.

***Keywords: code mixing, interaction, sellers and buyers, traditional stalls***

---

## **A. PENDAHULUAN**

Campur kode merupakan penggunaan bahasa dengan cara mencampur atau mengkombinasikan pilihan kata artinya menggunakan satu bahasa tertentu dengan bercampur serpihan-serpihan dari bahasa lain atau menyelipkan unsur-unsur bahasa lain pada waktu menggunakan bahasa tertentu (Suandi, 2014:147). Kehidupan masyarakat bilingual maupun multilingual seperti di Bali menjadikan bahasa sebagai alat komunikasi yang sangat penting sehingga terkesan terjadi hubungan yang saling ketergantungan satu sama lain, dicirikan dengan terjalinnya hubungan timbal balik antara fungsi kebahasaan dengan peranan saat berkomunikasi (Poedjosedarmo, 1979:70; Suwito, 1985:75).

Penggunaan campur kode banyak ditemukan dalam interaksi antara penjual

dan pembeli di pasar tradisional (Indriyani, 2019; Alawiyah, Agustiani & Humaira, 2021) serta juga sering terjadi dalam interaksi antara penjual dan pembeli di warung tradisional. Peserta tutur yang berasal dari berbagai daerah serta produk yang ditawarkan juga sangat bervariasi mengikuti kebutuhan konsumen. Sehingga banyak nama-nama makanan yang tidak memiliki padanan kata. Warung tradisional tempat bertemunya penjual dan pembeli dengan bahasa sebagai alat komunikasi lisan. Adapun bahasa yang digunakan sebagai media interaksi tidak saja bahasa daerah namun juga dominan menggunakan bahasa Indonesia, atau bahkan istilah bahasa asing dalam menyebut nama nama produk, selain itu tergantung dari konsumen yang datang berkunjung. Kondisi ini memberikan celah bagi penggunaan campur kode saat

berinteraksi. Karena salah satu ciri campur kode yaitu variasi bahasa menyisip ke bahasa lain sehingga mengakibatkan hilangnya fungsi dari unsur-unsur bahasa itu sendiri serta komponen dari campur kode tidak berbentuk kalimat namun sampai pada tataran kata, frasa dan klausa (Suwito (1996:88-89). Penutur banyak menggunakan campur kode saat berkomunikasi dengan tujuan tidak saja karena pilihan kata yang sulit mendapat padanan juga dengan tujuan untuk menunjukkan status sosial dan identitas pribadinya dalam masyarakat (Bachtiar, Oktaviantina, & Rukmini, 2018; Samosir, 2019).

Interaksi antara penjual dan pembeli juga dapat ditemukan di desa wisata Penglipuran, tempat kunjungan wisatawan baik lokal maupun mancanegara. Kehidupan sosial masyarakat desa adat Penglipuran umumnya masih tetap mempertahankan tradisi serta adat istiadat namun mengikuti perkembangan era globalisasi. Mereka menjadikan tradisi dan budaya sebagai acuan dalam menjalankan aktifitas. Hal ini dilakukan guna menjaga dan melestarikan kebudayaan dari nenek moyang terdahulu (Fajrin, 2021). Sebagai destinasi wisata para warga di Desa tersebut memanfaatkan kesempatan dengan membuka warung kecil di rumah untuk menjual hasil UMKM warga sekitar seperti minuman tradisional yang disebut dengan "Loloh Cemcem" serta makanan lainnya. Disamping itu menyediakan jasa sewa baju kebaya serta bagi pengunjung yang datang dapat membeli oleh-oleh sebagai cinderamata dari Desa Penglipuran. Kebersihan desa menjadi obyek wisata yang sangat terkenal. Para pengunjung dapat masuk kerumah-rumah warga sambil menikmati suasana desa Penglipuran yang sangat asri. Banyaknya wisatawan yang antusias untuk membeli makanan dan minuman memberikan kesempatan bagi para warga untuk meningkatkan pendapatan secara ekonomi serta pengetahuan dalam

menyambut wisatawan yang datang berkunjung. Fenomena ini memberikan suatu pemahaman bahwa para warga secara tidak langsung mendapatkan kosakata baru dari berbagai pengunjung sehingga interaksi yang terjadi antara pengunjung lokal maupun mancanegara sangat banyak ditemukan. Dialog yang digunakan selain berbahasa Bali ketika berkomunikasi dengan pengunjung lokal Bali juga menggunakan bahasa Indonesia. Namun ketika berkomunikasi dengan wisatawan yang datang tanpa guide umumnya menggunakan bahasa Inggris. Interaksi yang terjadi ketika berkomunikasi dengan para wisatawan memungkinkan banyaknya ditemukan penggunaan campur kode. Sehingga dengan pemahaman adanya implementasi campur kode dari berbagai konteks situasi memberikan suatu pemahaman dan pengetahuan baru bagi pembelajar dan pemerhati bahasa serta dapat menambah khasanah keilmuan dalam ranah campur kode.

Berbagai hasil penelitian telah dilakukan dalam menemukan adanya tujuan penggunaan implementasi dari campur kode, namun lokasi serta konteks situasi yang berbeda sehingga menghasilkan alasan serta tujuan yang berbeda pula. Campur kode yang muncul dalam interaksi antara penjual serta pembeli diwarung tradisional disebabkan karena tidak adanya padanan kata yang tepat untuk menggantikan kata tersebut, serta telah dipahami oleh masyarakat pada umumnya. Disamping itu juga untuk membangunkan situasi humor sehingga dapat mendekatkan jarak diantara penjual dengan pembeli yang memberikan kenyamanan dalam berkomunikasi sebagai wujud dari hospitality dalam ranah jual beli (Ardiantari, Nurita, & Sulatra, 2022). Berbeda dengan pandangan Putri & Satrisno (2022) bahwa campur kode lebih dikarenakan faktor kebiasaan. Fenomena ini juga terjadi pada kondisi interaksi sosial lainnya dalam konteks situasi tempat yang sama selain faktor di atas yang menjadi acuan dasar penggunaan campur kode karena

keterbatasan kode mengakibatkan lebih memilih menggunakan kata-kata yang lebih populer (Lestari & Rosalina, 2022). Hasil penelitian lain yang memfokuskan pada penggunaan campur kode dalam konteks ini digunakan pada media iklan forum jual beli online Media sosial Facebook menemukan campur kode digunakan oleh penjual online dengan tujuan agar penjual terlihat terpelajar, mengikuti jaman modern, memiliki wawasan luas sehingga mampu meyakini pembeli untuk membeli produk yang ditawarkan (Usop; Perdana; Poerwadi; Diman & Linarto, 2021). Pada ranah pendidikan, campur kode juga digunakan untuk berkomunikasi. Interaksi yang terjadi antara guru dan murid memiliki fungsi untuk menjelaskan, menjawab perintah serta bertujuan untuk mendekatkan secara emosional (Estetis & Hasibuan, 2021). Berbeda dengan hasil penelitian Ninsi & Rahim (2020). Menemukan pengaruh positif dan pengaruh negatif akibat penggunaan campur kode ketika guru menjelaskan pelajaran kepada murid. Pengaruh positif yang muncul dengan adanya penggunaan campur kode dapat mempermudah guru dalam menjelaskan materi secara kontekstual sehingga para siswa dapat dengan mudah memahami materi. Selain itu, para siswa mendapatkan pengetahuan serta kosakata baru dari istilah asing yang muncul. Namun pengaruh negatif disebabkan karena guru tidak secara maksimal menggunakan bahasa Indonesia ketika menjelaskan materi yang mengakibatkan siswa jarang berkomunikasi menggunakan bahasa Indonesia secara baku. Sedangkan diskusi akademik oleh mahasiswa teknik informatika dalam menerapkan campur kode bertujuan untuk memudahkan dalam menyampaikan materi, mengimbangi mitra tutur serta mencairkan suasana diskusi (Hapsari, 2020). Berbagai hasil penelitian tersebut menjadi pemahaman bagi para pembelajar bahasa, peneliti serta pemerhati bahasa bahwa penggunaan campur kode sangat penting

dalam berkomunikasi. Oleh karena itu penting apabila dikaji lebih mendalam penggunaan campur kode pada konteks jual beli di Desa Wisata Penglipuran untuk mengetahui fenomena kebahasaan yang terjadi serta faktor sosial yang melatarbelakangi penggunaan campur kode

## **B.METODE**

Data primer dalam penelitian ini berupa dialog antara penjual dan pembeli di warung tradisional. Warung yang dijadikan target penelitian memfokuskan pada warung penyedia makanan serta minuman tradisional ciri khas Desa Penglipuran. Desa Penglipuran menjadi lokasi penelitian ditentukan berdasarkan hasil observasi lapangan, mempertimbangkan desa wisata ini memiliki jumlah kunjungan wisatawan lokal maupun mancanegara sangat tinggi, berlokasi di Kabupaten Bangli. Metode observasi menggunakan teknik pengumpulan data dengan cara menyimak, mencatat serta merekam berbagai interaksi yang terjadi secara alami. Data dikumpulkan pada bulan September 2022 sampai dengan Januari 2023, pada hari Sabtu dan Minggu dengan intensitas tamu yg tinggi.

Penelitian kualitatif ini mendeskripsikan penggunaan campur kode pada setiap interaksi yang terjadi di rumah warga dengan usaha memiliki warung tradisional sebagai tempat menjual makanan minuman maupun oleh-oleh ciri khas Bali.

Data yang telah dikumpulkan dalam bentuk rekaman kemudian di transkripsi dan dicocokkan dengan data pada catatan yang dibuat pada saat observasi.

Data yang diperoleh kemudian dianalisis menggunakan padan pragmatik karena alat penentu yaitu mitra tutur. Menurut Kesuma (2007:49), metode padan pragmatik adalah metode padan yang alat penentunya lawan atau mitra bicara. Salah satu teknik yang dipakai adalah untuk menemukan bagian-bagian dari bahasa yang bisa diklasifikasikan berdasarkan reaksi atau dampak yang terjadi

pada lawan bicara saat tuturan itu disampaikan.

Data yang berupa dialog setelah di analisis kemudian di dideskripsikan menggunakan kata-kata biasa agar tidak terkesan kaku dan dibuat-buat.

### C. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### Hasil

##### DATA (1):

Konteks Situasi:

Penjual : Perempuan (Eka)  
Pembeli : Laki-laki  
Usia Penjual : 30-35 tahun  
Usia pembeli : 25-30 tahun  
Waktu : 11:30-13:00 wita  
Lokasi : Warung penjual jajan Kelepon dan Minuman Loloh Cemcem  
Situasi : Pembeli datang untuk membeli *loloh cemcem* (minuman semacam jamu dari daun *cemcem* khas Penglipuran)

Data Tuturan:

Penjual (Eka) : Mari, silakan bu, liat liat sini  
Pembeli : Bu, ada *loloh cemcem* ya?  
Penjual (Eka) : Ada cari berapa botol? Ada yang dingin juga  
Pembeli : Lima yang dingin  
Penjual (Eka) : Ya, ini bu

Analisis:

Campur kode yang muncul pada interaksi antara penjual dan pembeli di warung tradisional pada data (1) merupakan salah satu contoh dialog yang menerapkan penggunaan campur kode ke dalam. Salam pembuka dari penjual menggunakan bahasa Indonesia karena wisatawan yang datang ke Desa Penglipuran tidak saja wisatawan lokal namun juga wisatawan luar Bali. Sehingga bahasa Indonesia mempermudah komunikasi awal untuk menyapa pengunjung karena diantara peserta tutur

belum saling kenal. Pembeli kemudian merespon dan menggunakan kalimat interogatif menanyakan minuman tradisional yang disebut dengan *loloh cemcem*. Minuman ini merupakan minuman yang dibuat dari bahan tradisional yaitu, tanaman cemcem sehingga dapat disebut dengan jamu. Kata *loloh* dalam bahasa Bali mengandung makna jamu dan *cemcem* artinya kedondong hutan yang tumbuh secara liar di sekitar desa Penglipuran. Penggunaan kata *loloh cemcem* yang merujuk terhadap nama minuman tidak bisa dipadankan secara paksa menjadi bahasa Indonesia karena nama minuman ini merupakan penciri nama minuman tradisional yang ada di Desa wisata Penglipuran. Fenomena ini memberikan suatu temuan bahwa untuk istilah nama minuman tradisional ditemukan adanya implementasi dari campur kode ke dalam karena tidak ada padanan kata untuk penamaan dari suatu produk yaitu *loloh cemcem* ke bahasa lain. Nama ini dibuat untuk produk minuman sebagai ciri khas bahwa minuman ini merupakan minuman asli dari Desa wisata Penglipuran. Terjalin prinsip kerjasama yang baik diantara peserta tutur sehingga tepat apabila dengan menggunakan campur kode maka dapat memudahkan penutur dalam menyampaikan topik (Hapsari, 2020).

##### DATA (2):

Konteks Situasi:

Penjual : Perempuan (Md)  
Pembeli : Laki-laki  
Usia Penjual : 35-40 tahun  
Usia pembeli : 40-45 tahun  
Waktu : 11:30-12:00 wita  
Lokasi : Warung menjual *mujair nyat nyat*  
Situasi : Sepasang suami istri datang berkunjung ke salah satu rumah warga yang menyediakan kuliner ikan *mujair nyatnyat* untuk makan siang

Data Tuturan:

Penjual : Silakan bu, cari apa? Ada Mujair nyat nyat, loloh cemcem, kelepon

Pembeli : Buk, *ajeng driki kalih*.  
"Buk makan disini dua".

Penjual : Menunya apa *nggih?* Ikan mujair *napi ayam nyat nyat*.  
"Menunya apa ya?", Ikan mujair atau ayam nyat nyat.

Pembeli : Mujair aja bu..

Penjual : Oh *nggih*, tunggu sebentar, silakan duduk *dumun*  
"Oh, baik, tunggu sebentar, silakan duduk dulu.

Analisis:

Dialog antara penjual dan pembeli pada data tuturan (2) Di atas terjadi di salah satu rumah yang dikunjungi oleh pengunjung. Rumah tersebut menyediakan kuliner masakan olahan ikan yaitu, ikan mujair bumbu nyatnyat serta minuman tradisional ciri khas Desa Penglipuran. Pada awal komunikasi penjual menyapa pengunjung menggunakan bahasa Indonesia agar tidak terjadi kesalahan ketika berkomunikasi. Namun pembeli merespon menggunakan bahasa Bali Alus madya. Melihat kondisi ini penjual langsung merespon. Frase "menunya apa" merupakan bahasa Indonesia sedangkan kata "*nggih*" merupakan bahasa Bali yang pada konteks ini berfungsi untuk mengkonfirmasi kalimat interogatif menanyakan menu yang diminta pembeli dengan menawarkan menu pilihan ikan mujair atau ayam nyat nyat. Ketika pembeli merespon menggunakan bahasa Indonesia, karena pedagang merasa berasal dari daerah yang sama, maka respon yang dituturkan tetap mengkolaborasikan bahasa Bali pada kata "*nggih*" dan "*dumun*" sedangkan frase "tunggu sebentar" serta "silakan duduk" merupakan bahasa Indonesia. Nama ikan mujair nyat nyat merupakan nama dari suatu produk lokal sama halnya dengan loloh cemcem maka pilihan kata yang digunakan tidak ada, apabila dipadankan ke bahasa Indonesia. Kondisi ini mendeskripsikan bahwa campur

kode ke dalam digunakan dalam konteks ini dengan melihat status, asal dan posisi pembeli serta nama suatu produk makanan tidak memiliki padanan yang sama dengan bahasa lainnya. Temuan ini juga terjadi dalam interaksi di lokasi pasar bahwa topik dan situasi tutur sangat mempengaruhi seorang penutur dalam memutuskan untuk berkomunikasi menggunakan bahasa yang tepat (Mustikawati, 2016).

Data (3)

Konteks Situasi:

Penjual : Laki-laki (Md)

Pembeli : Laki-laki & Perempuan

Usia Penjual : 25-30 tahun

Usia pembeli : 40-45 tahun

Waktu : 10:30-11:00 wita

Lokasi : Warung menjual minuman dan menyediakan penyewaan Baju adat Bali madya

Situasi : Sepasang suami istri datang untuk menyewa baju adat madya. Karena haus mereka membeli air mineral dan memesan jus alpukat.

Data Tuturan:

Penjual : Mari, bu silakan, liat-liat aja tidak apa apa

Pembeli : (masuk ke rumah salah satu warga yang menyewakan baju adat madya)

Penjual : Mau cari apa, silakan dilihat-liat dulu

Pembeli : Bu ada es batu? Sama mau dunk jus alpukat.

Penjual : aduh, maaf bu tidak ada karena, *Freezernya* rusak.

Pembeli : oh gitu ya? Saya cari yang dingin. Jus alpukatnya ada?

Penjual : iya, *blendernya* juga rusak, sebelumnya jaman *covid* sepi bu, makanya tidak diperbaiki, coba di sebelah bu.

Pembeli : Iya saya beli disebelah ya bu, nanti saya datang lagi buat sewa kebaya

Penjual : Oh iya, ditunggu bu

Analisis:

Data tuturan (3) merupakan interaksi yang sama antara penjual dan pembeli yang terjadi di Desa Penglipuran seperti data (1&2) di atas. Namun penggunaan campur kode keluar pada kata *freezer* dan *blender* serta *covid* menjadi penanda bahwa campur kode keluar telah digunakan oleh penjual ketika menerangkan suatu topik yang secara umum telah diketahui oleh banyak orang. Mengawali tuturan, penjual tetap sangat ramah menyapa pengunjung yang lewat ataupun datang ke rumah warga. Keramah-tamahan ini menjadi kenyamanan pengunjung untuk melihat-lihat bentuk serta isi bangunan di lingkungan rumah warga yang dikunjungi. Keramahan ini menjadi dasar dari *hospitality* yang diberikan penjual kepada pengunjung. Fenomena ini membuktikan bahwa dengan *hospitality* yang baik mampu untuk mendekatkan jarak antara peserta tutur apalagi dalam ranah jual beli (Ardiantari, Nurita, & Sulatra, 2022).

Ketika pengunjung menanyakan es batu yang diminta pembeli tidak tersedia di warung tersebut dikarenakan *freezer* yang dimiliki rusak efek masa mewabahnya covid-19 kunjungan wisatawan sepi sehingga alat elektronik tidak diperbaiki. Selain *freezer* juga alat elektronik lainnya yaitu, *blender* untuk mengolah alpukat menjadi jus juga tidak bisa digunakan. Penjual dengan sangat santun menyampaikan permohonan maaf dan menyarankan untuk membeli di warung sebelah. Pilihan kata *Freezer*, *blender* dan *covid-19* merupakan kata –kata berbahasa asing yang umum digunakan oleh masyarakat, sehingga pilihan kata tersebut menjadi biasa dituturkan. Ketika kata-kata asing digunakan oleh penutur untuk mendukung tuturannya maka dapat dikatakan telah mengimplementasikan campur kode keluar. Artinya penggunaan kata kata asing yang lebih populer menjadi pilihan penutur dalam menerapkan campur

kode keluar. Pada konteks situasi di atas pilihan campur kode lebih dominan pada tataran kata karena topik pembicaraan merujuk pada kondisi serta suatu benda yang dibutuhkan untuk membuat es dan jus.

Data (4)

Konteks Situasi:

Penjual : Perempuan (Ibu W)  
Pembeli : Perempuan  
Usia Penjual : 50-60 tahun  
Usia pembeli : 30-35 tahun  
Waktu : 11:30-12:00 wita  
Lokasi : Salah satu rumah warga di Desa Penglipuran  
Situasi : Sepasang suami istri datang untuk menyewa baju adat madya. Karena haus mereka membeli air mineral dan memesan jus alpukat.

Data Tuturan:

Penjual : (Sedang membuat pesanan pembeli sebelumnya)

Pembeli : (Pembeli masuk ke salah satu rumah warga yang menjual makanan seperti kentang goreng, *burger* dan *sandwich*). *Bu numbas Sandwich siki sareng chicken burger kalih.*

Penjual : Oh, duduk dulu *nggih*. *Sandwich sareng burgernya dibungkus napi ajeng driki?*

Pembeli : Dibungkus bu.

Penjual : Oh, *nggih*. (tampak penjual sedang membuat makanan yang dipesan, setelah selesai penjual langsung memberikan pesanan) *niki bu sampun dibungkus. Semuanya Rp.30.000 ribu.*

Pembeli : Uang pas bu

Penjual : *Suksma nggih bu*

Analisis:

Interaksi antara peserta tutur yang terdiri dari pengunjung selaku pembeli dengan penjual makanan yang berada di Desa wisata Penglipuran terjadi dengan baik. Kondisi ini memberikan suatu gambaran

bahwa telah terjadi komunikasi yang baik sehingga kebutuhan pembeli untuk menikmati *burger* dan *chiken sandwich* terpenuhi dengan cepat. Respon yang cepat menjadi dasar utama dalam pelayanan ranah perdagangan. Meskipun antara penjual dan pembeli belum saling mengenal satu sama lain, namun keramah-tamahan penjual menjadi suatu daya tarik dan kenyamanan bagi pengunjung yang datang. kalimat awal yang dituturkan pembeli mencerminkan pembeli adalah pengunjung lokal berasal dari Bali. Hal ini dibuktikan dengan penanda kata *numbas* “beli”, *siki* “satu”, *sareng* “dan/juga” serta diakhir tuturan kata *kalih* bermakna “dua”. Dengan penggunaan bahasa Bali, maka penjual akan merasa menghormati pembeli karena berasal dari daerah yang sama sehingga secara tidak langsung muncul kedekatan. Pandangan ini sesuai dengan hasil penelitian (Rahim; Arifuddin & Thaba, 2020) bahwa faktor penentu yang bisa menjadi acuan penutur menggunakan campur kode kedalam adalah asal ‘etnis’.

Disamping itu penggunaan kosakata bahasa Inggris untuk nama makanan *Sandwich* dan *chiken burger* menunjukkan dalam tuturan pembeli telah menerapkan penggunaan campur kode keluar dalam tataran kata untuk suatu nama makanan. Artinya, dalam tuturan terlihat secara jelas penggunaan dua jenis campur kode yaitu campur kode kedalam ketika mengimplementasikan kata kata dalam bahasa daerah serta campur kode keluar pilihan bahasa asing atau sering disebut dengan campur kode campuran.

#### D.SIMPULAN

Pada ranah perdagangan hospitality menjadi dasar penting dalam memberikan pelayanan kepada konsumen. Disamping itu pilihan kata yang tepat dan benar sangat ditentukan oleh konteks situasi sosial yang

mengikuti. Berdasarkan hasil penelitian yang hanya membatasi dialog pada interaksi penjual dan pembeli lokal dan domestik di Desa wisata penglipuran ditemukan adanya penggunaan campur kode ke dalam, keluar atau campuran. Satu tuturan penutur memungkinkan adanya penggunaan campur kode ke dalam, keluar atau campuran dengan mengikuti kebutuhan tuturan serta konteks situasi. Adapun faktor yang mempengaruhi penggunaan campur kode ke luar karena tidak ada padanan kata yang sesuai dalam bahasa sumber serta istilah yang digunakan lebih populer. Berbeda dengan penggunaan campur kode ke dalam karena konteks situasi asal mitra tutur berasal dari rumpun yang sama serta padanan kata yang tidak ada. Begitu pula alasan yang sama menjadi acuan penutur dalam memutuskan penggunaan campur kode campuran.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Alawiyah, S. R., Agustiani, T., & Humaira, H. W. (2021). Wujud dan Faktor Penyebab Alih Kode dan Campur Kode dalam Interaksi Sosial Pedagang dan Pembeli di Pasar Parungkuda Kabupaten Sukabumi. *Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia Undiksha*, 11(2), 197-207.
- Ardiantari, I. A. P. G., Nurita, W. N., & Sulatra, I. K. S. (2022). Campur Kode Penjual dan Pembeli di Warung Tradisioanal. Dalam *KREDO: Jurnal Ilmiah Bahasa dan Sastra*, Volume 6 Nomor 1, hlm. 220-234.
- Bachtiar, A., Oktaviantina, A. D., & Rukmini, R. (2018). Dalam *Ubrug: Kajian Sociolinguistik. Sirok Bastra*, 2(2). <https://doi.org/10.37671/sb.v2i2.38>.
- Estetis, E. N., & Hasibuan, A. L. (2021). Campur Kode dan Alih Kode Guru Dan Siswa Pelajaran Bahasa Indonesia. Dalam *LINGUISTIK: Jurnal Bahasa dan Sastra*, 6(2), 245-252.

- Fajrin, F. (2021). Dinamika Sosial Budaya Masyarakat Desa Adat Penglipuran Di Era Globalisasi. Dalam *Harmony: Jurnal Pembelajaran IPS dan PKN*, 6(2), 110-118.
- Hapsari, E. (2020). Alih Kode dan Campur Kode dalam Diskusi Mahasiswa Teknik Informatika Universitas PGRI Madiun. Dalam *JURNALISTRENDI : Jurnal Linguistik, Sastra, dan Pendidikan*, 5(1), 48-55
- Hendriyati, L. (2020). Upaya masyarakat Di Desa wisata penglipuran dalam menjalankan sapta pesona. Dalam *Journal of Tourism and Economic*, 3(1), 49-57.
- Indriyani, Y. (2019). Alih Kode Dan Campur Kode Antara Penjual Dan Pembeli Di Pasar Prembun Kabupaten Kebumen (Sebuah Kajian Sociolinguistik). *Jurnal Bahtera: Jurnal Pendidikan, Bahasa, Sastra, dan Budaya*, 6(12).
- Lestari, P., & Rosalina, S. (2022). Alih Kode dan Campur Kode dalam Interaksi Sosial antara Penjual dan Pembeli. Dalam *Disastra: Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia*, 4(1), 11-19.
- Mustikawati, D. A. (2016). Alih kode dan campur kode antara penjual dan pembeli (Analisis pembelajaran berbahasa melalui studi sociolinguistik). *Jurnal Dimensi Pendidikan dan Pembelajaran*, 2(2), 23-32.
- Ninsi, R. A., & Rahim, R. A. (2020). Alih Kode dan Campur Kode pada Peristiwa Tutur Guru dan Siswa Kelas X SMA Insan Cendekia Syech Yusuf. Dalam *Jurnal Idiomatik*, 3(1), 35-46.
- Putri, A. R., & Satrisno, H. (2022). Alih Kode dan Campur Kode Dalam Interaksi Pedagang dan Pembeli di Pasar Panorama Kota Bengkulu. Dalam *JPI: Jurnal Pustaka Indonesia*, 2(2), 37-48.
- Rahim, A. R., Arifuddin, A., & Thaba, A. (2020). Alih Kode Dan Campur Kode Penjual Dan Pembeli Di Pasar Pabbaeng Baeng Kota Makassar. *KREDO: Jurnal Ilmiah Bahasa dan Sastra*, 4(1), 245-261.
- Samosir, A. (2019). Campur Kode dan Etnografi Komunikasi dalam Interaksi Tawar Menawar Di Pasar Simpang Tigo. Dalam *KREDO: Jurnal Ilmiah Bahasa dan Sastra*, 2(2).
- Usop, L. S., Perdana, I., Poerwadi, P., Diman, P., & Linarto, L. (2021). Campur Kode Dalam Iklan Penawaran Barang di Forum Jual Beli Online Facebook Kota Palangka Raya (Kajian Sociolinguistik). Dalam *ENGGANG: Jurnal Pendidikan, Bahasa, Sastra, Seni, dan Budaya*, 2(1), 18-31.