

BAHASA PEDAGANG ETNIS TIONGHOA DALAM INTERAKSI JUAL BELI DI PASAR HONGKONG KOTA SINGKAWANG: KAJIAN SOSIOLINGUISTIK

Siti Jihadia Fitri, Patriantoro, Ahmad Rabiul Muzammil
Pendidikan Bahasa Indonesia, FKIP, Universitas Tanjungpura

Email: Sitijihadia@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to describe the language used by ethnic Chinese merchants during sales interactions at the Hongkong Market in Singkawang City, based on a sociolinguistic perspective. The research focuses on language variations, code-switching, and code-mixing employed in transactions with buyers from diverse ethnic backgrounds. A qualitative approach with a descriptive method was adopted. Data consisted of the merchants' spoken utterances, collected through observation, recording, and note-taking. Data analysis involved the stages of data reduction, data presentation, and conclusion drawing. The findings reveal that merchants utilize Indonesian, Singkawang Malay, and elements of Chinese languages. Code-switching occurs both internally and externally, depending on the communication context and the buyer's background, while code-mixing manifests through the insertion of words and phrases. The use of these language variations serves to facilitate transactions, foster rapport, and demonstrate the merchants' social identity within the multi-ethnic market environment.

Keywords: language variation, code-switching, code-mixing, ethnic Chinese traders, sociolinguistics

Article History

Received: Agustus 2026
Reviewed: Agustus 2026
Published: Agustus 2026
Plagiarism Checker: No
235.223.443

Copyright : Author
Publish by : Argopuro



This work is licensed under
a [Creative Commons
Attribution-NonCommercial 4.0
International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

PENDAHULUAN

Bahasa merupakan sarana fundamental yang digunakan manusia untuk menyampaikan pesan, ide, perasaan, serta kehendak dalam konteks sosial dan budaya. Keberadaan bahasa tidak dapat dipisahkan dari interaksi sosial antarmanusia karena bahasa digunakan sebagai sarana untuk menjalin hubungan dan menyampaikan maksud dalam kehidupan bermasyarakat. Bloomfield mendefinisikan bahasa sebagai sistem simbol bunyi yang bersifat arbitrer dan digunakan oleh anggota masyarakat untuk menjalin hubungan serta berinteraksi satu sama lain (dalam Sumarsono & Partana, 2004).

Dalam praktik komunikasi, masyarakat dapat menggunakan lebih dari satu bahasa sesuai dengan kebutuhan dan situasi tutur. Kondisi tersebut berkaitan dengan fenomena kedwibahasaan atau multilingualisme. Kedwibahasaan merupakan pemakaian dua bahasa atau lebih secara bergantian oleh individu maupun masyarakat. Penggunaan lebih dari satu bahasa memungkinkan munculnya berbagai fenomena kebahasaan, seperti variasi bahasa, alih kode, dan campur kode (Pratiwi, 2018; Kridalaksana, 2011). Dalam masyarakat multibahasa, pemilihan bahasa tidak hanya ditentukan oleh kemampuan berbahasa penutur, tetapi juga dipengaruhi oleh situasi komunikasi dan latar belakang lawan tutur.

Salah satu fenomena kebahasaan yang muncul dalam masyarakat multibahasa adalah variasi bahasa, alih kode, dan campur kode. Variasi bahasa merupakan ragam penggunaan bahasa yang dapat muncul akibat perbedaan penutur, situasi, fungsi, maupun media komunikasi. (Chaer dan Agustina, 2014) menjelaskan bahwa variasi bahasa dapat dibedakan berdasarkan penutur, pemakaian, keformalan, dan sarana. Sementara itu, alih kode merupakan peristiwa peralihan penggunaan suatu kode ke kode lainnya dalam proses komunikasi,

sedangkan campur kode berkaitan dengan penggunaan unsur dari dua bahasa atau lebih dalam suatu tuturan (Amri, 2019). Alih kode dan campur kode merupakan fenomena yang erat kaitannya dengan kemampuan penutur dalam menggunakan lebih dari satu bahasa. Alih kode dapat terjadi karena adanya perubahan penutur, mitra tutur, kehadiran orang ketiga, perubahan situasi, maupun perubahan topik pembicaraan (Fishman dalam Chaer dan Agustina, 2004). Dalam konteks komunikasi, peralihan kode menunjukkan adanya kemampuan penutur untuk menyesuaikan penggunaan bahasa berdasarkan kondisi sosial dan situasi komunikasi.

Fenomena penggunaan bahasa yang beragam dapat ditemukan di Kota Singkawang yang memiliki masyarakat dengan latar belakang etnis dan bahasa yang beragam. Keadaan tersebut menjadikan Singkawang sebagai lingkungan sosial yang memungkinkan terjadinya interaksi menggunakan lebih dari satu bahasa. Pedagang etnis Tionghoa di Pasar Hongkong, misalnya, umumnya menggunakan bahasa daerah etnis, bahasa Melayu Singkawang, dan bahasa Indonesia dalam berinteraksi dengan pembeli. Penguasaan beberapa bahasa tersebut menjadi salah satu dasar munculnya variasi bahasa, alih kode, dan campur kode dalam interaksi jual beli.

Pasar Hongkong Kota Singkawang merupakan salah satu ruang interaksi sosial yang memperlihatkan keberagaman penggunaan bahasa tersebut. Aktivitas jual beli mempertemukan pedagang dan pembeli dari berbagai latar belakang sehingga memungkinkan terjadinya penggunaan bahasa yang berbeda sesuai dengan lawan tutur dan situasi komunikasi. Dalam interaksi tersebut, bahasa tidak hanya berfungsi sebagai alat untuk menyampaikan informasi mengenai barang dan harga, tetapi juga dapat digunakan untuk membangun hubungan sosial antara pedagang dan pembeli. Dengan demikian, interaksi jual beli di pasar menjadi salah satu konteks yang menarik untuk dikaji dari perspektif sosiolinguistik.

Dalam interaksi jual beli di Pasar Hongkong, pedagang etnis Tionghoa menggunakan beberapa bahasa, yaitu bahasa Indonesia, bahasa Melayu Singkawang, dan bahasa Hakka. Bahasa Indonesia cenderung digunakan ketika pedagang berinteraksi dengan pembeli dari latar belakang yang beragam, bahasa Melayu Singkawang digunakan untuk menciptakan suasana yang lebih akrab dengan masyarakat lokal, sedangkan bahasa Hakka digunakan dalam komunikasi dengan sesama etnis Tionghoa. Penggunaan bahasa tersebut menunjukkan bahwa pilihan bahasa pedagang berkaitan dengan latar belakang etnis dan situasi komunikasi yang dihadapi.

Penggunaan beberapa bahasa tersebut juga menyebabkan munculnya fenomena alih kode dan campur kode dalam tuturan pedagang. Peralihan dapat terjadi antara bahasa Indonesia dan bahasa Melayu Singkawang maupun melibatkan bahasa Hakka. Sementara itu, campur kode dapat berupa penyisipan unsur bahasa Hakka dan Melayu Singkawang ke dalam tuturan bahasa Indonesia, terutama dalam penyebutan harga, jumlah barang, sapaan, maupun ungkapan pelayanan. Fenomena tersebut menunjukkan bahwa pedagang memiliki kemampuan untuk menyesuaikan penggunaan bahasa dengan kebutuhan komunikasi dalam proses transaksi.

Penelitian ini memusatkan perhatian pada bahasa pedagang etnis Tionghoa dalam interaksi jual beli di Pasar Hongkong Kota Singkawang, khususnya pedagang Bakmi Apin. Pemilihan Bakmi Apin sebagai objek penelitian didasarkan pada intensitas interaksi antara pedagang dan pembeli serta keberagaman latar belakang pelanggan. Kondisi tersebut memungkinkan munculnya data kebahasaan yang beragam, baik berupa variasi bahasa, alih kode, campur kode, maupun pilihan bahasa. Pemusatan objek pada satu pedagang juga dilakukan agar pengamatan terhadap penggunaan bahasa dapat dilakukan secara lebih terarah dan mendalam.

Kajian terhadap penggunaan bahasa pedagang etnis Tionghoa tersebut menggunakan pendekatan sosiolinguistik karena penelitian tidak hanya memperhatikan bentuk bahasa, tetapi juga hubungan antara penggunaan bahasa dan faktor sosial yang melatarbelakanginya. (Gumperz, 1982) memandang penggunaan bahasa dalam interaksi sebagai bagian dari strategi komunikasi yang berkaitan dengan konteks sosial. Dalam penelitian ini, pendekatan sosiolinguistik digunakan untuk melihat bagaimana pedagang menentukan pilihan bahasa berdasarkan situasi komunikasi dan karakteristik lawan tutur.

Penelitian mengenai penggunaan bahasa dalam interaksi jual beli telah dilakukan oleh beberapa peneliti sebelumnya. (Septia, 2017), misalnya, meneliti *Bahasa Pedagang Etnis Cina dalam Interaksi Jual Beli di Pasar Pondok Kota Padang: Kajian Sociolinguistik*. Penelitian tersebut memiliki persamaan dengan penelitian ini dalam hal pendekatan sociolinguistik serta kajian terhadap alih kode, campur kode, dan faktor sosial yang memengaruhi pilihan bahasa. Perbedaannya terletak pada lokasi dan karakteristik masyarakat tutur. Penelitian Septia dilakukan di Pasar Pondok Kota Padang dengan dominasi bahasa Indonesia dan Minangkabau, sedangkan penelitian ini dilakukan di Pasar Hongkong Kota Singkawang dengan karakter masyarakat yang multietnis dan penggunaan bahasa Indonesia, Melayu Singkawang, serta bahasa Hakka.

Penelitian lainnya dilakukan oleh (Rahim et al., 2020), dengan judul *Analisis Alih Kode dan Campur Kode dalam Interaksi Jual Beli di Pasar Pabbaeng Baeng Kota Makassar*. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa alih kode dan campur kode dalam interaksi jual beli dipengaruhi oleh faktor sosial, antara lain usia, jenis kelamin, dan etnis. Penelitian tersebut memperlihatkan bahwa keberagaman latar belakang penutur dapat memengaruhi penggunaan bahasa dalam interaksi perdagangan.

Berdasarkan penelitian terdahulu, kajian mengenai bahasa dalam interaksi jual beli umumnya berfokus pada fenomena alih kode dan campur kode. Penelitian (Ernawati, 2018), misalnya, lebih menitikberatkan pada fungsi variasi bahasa dalam interaksi jual beli, sedangkan (Rantika dkk., 2024) mengkaji bentuk campur kode secara struktural dalam konteks pasar daerah. Namun, penelitian-penelitian tersebut belum secara khusus menempatkan pedagang etnis Tionghoa di Kota Singkawang sebagai subjek utama dalam konteks masyarakat multietnis Kalimantan Barat. Selain itu, aspek pilihan bahasa sebagai strategi adaptasi sosial antara pedagang etnis Tionghoa dan masyarakat lokal masih belum banyak dikaji. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk melengkapi penelitian sebelumnya dengan mengkaji variasi bahasa, alih kode, campur kode, serta pilihan bahasa pedagang etnis Tionghoa sebagai strategi adaptasi sosial dalam interaksi jual beli di Pasar Hongkong Kota Singkawang. Penelitian ini diharapkan dapat memperluas kajian sociolinguistik, khususnya mengenai penggunaan bahasa dalam masyarakat multibahasa dan hubungan antara bahasa dengan proses adaptasi sosial. Berdasarkan fokus tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan variasi bahasa yang digunakan pedagang etnis Tionghoa, mengidentifikasi bentuk alih kode dan campur kode, serta menganalisis pilihan bahasa pedagang sebagai strategi adaptasi sosial dengan masyarakat lokal di Pasar Hongkong Kota Singkawang.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan bentuk penelitian kualitatif dan pendekatan sociolinguistik. Metode deskriptif digunakan untuk menggambarkan fenomena penggunaan bahasa pedagang etnis Tionghoa dalam interaksi jual beli di Pasar Hongkong Kota Singkawang, sedangkan pendekatan sociolinguistik digunakan untuk menganalisis hubungan penggunaan bahasa dengan faktor sosial yang melatarbelakanginya. (Nawawi, 2012) menjelaskan bahwa metode deskriptif digunakan untuk menggambarkan kondisi subjek atau objek penelitian secara sistematis, sedangkan (Sugiyono, 2016) menyatakan bahwa penelitian kualitatif digunakan untuk mengkaji objek dalam kondisi alamiah dengan peneliti sebagai instrumen utama.

Sumber data penelitian berupa tuturan lisan pedagang etnis Tionghoa, khususnya pedagang Bakmi Apin, dalam interaksi jual beli di Pasar Hongkong Kota Singkawang. Data penelitian berupa tuturan yang menunjukkan variasi bahasa, alih kode, campur kode, dan pilihan bahasa pedagang sebagai strategi adaptasi sosial. Data diperoleh melalui teknik observasi, perekaman, dan wawancara. Observasi dilakukan dengan mengamati secara langsung interaksi jual beli, perekaman digunakan untuk memperoleh data percakapan secara alami, sedangkan wawancara dilakukan untuk memperoleh informasi mengenai latar belakang

penggunaan bahasa oleh pedagang. Data hasil rekaman kemudian ditranskripsikan dan diklasifikasikan sesuai fokus penelitian.

Analisis data dilakukan secara deskriptif kualitatif melalui tahap reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Data yang telah ditranskripsikan direduksi dan dikelompokkan berdasarkan variasi bahasa, alih kode, campur kode, dan pilihan bahasa, kemudian disajikan dalam bentuk uraian serta tabel untuk dianalisis berdasarkan teori sosiolinguistik. Peneliti merupakan instrumen utama dalam penelitian, dengan alat perekam, pedoman wawancara, catatan lapangan, dan tabel klasifikasi sebagai instrumen pendukung. Keabsahan data dilakukan dengan memeriksa kembali hasil rekaman dan transkripsi secara berulang serta menyesuaikan hasil klasifikasi dengan teori yang digunakan.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan bahasa pedagang etnis Tionghoa dalam interaksi jual beli di Pasar Hongkong Kota Singkawang memperlihatkan adanya keberagaman bahasa yang digunakan sesuai dengan situasi komunikasi dan latar belakang lawan tutur. Berdasarkan hasil analisis terhadap tuturan pedagang dan pembeli, ditemukan sebanyak 17 data kebahasaan yang terdiri atas 6 data variasi bahasa, 3 data alih kode, 5 data campur kode, dan 3 data pilihan bahasa sebagai strategi adaptasi sosial. Bahasa yang ditemukan dalam interaksi tersebut meliputi bahasa Melayu Singkawang, bahasa Indonesia, dan bahasa Hakka.

Tabel 1. Hasil Analisis Penggunaan Bahasa Pedagang Etnis Tionghoa di Pasar Hongkong Kota Singkawang

No.	Bentuk Penggunaan Bahasa	Jumlah Data	Persentase
1	Variasi bahasa	6	35,29%
2	Alih kode	3	17,65%
3	Campur kode	5	29,41%
4	Pilihan bahasa sebagai strategi adaptasi sosial	3	17,65%
Total		17	100%

Berdasarkan Tabel 1, variasi bahasa merupakan temuan yang paling banyak, yaitu sebanyak 6 data atau 35,29%. Selanjutnya, campur kode ditemukan sebanyak 5 data atau 29,41%, sedangkan alih kode dan pilihan bahasa masing-masing ditemukan sebanyak 3 data atau 17,65%. Temuan tersebut menunjukkan bahwa penggunaan bahasa pedagang etnis Tionghoa di Pasar Hongkong berlangsung secara dinamis dan disesuaikan dengan kebutuhan komunikasi.

1. Variasi Bahasa yang Digunakan Pedagang

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pedagang etnis Tionghoa di Kedai Mi Apin menggunakan beberapa variasi bahasa dalam interaksi jual beli. Variasi tersebut meliputi bahasa Melayu Singkawang, bahasa Hakka, dan bahasa Indonesia. Penggunaan ketiga bahasa tersebut dipengaruhi oleh latar belakang etnis, budaya, kebiasaan berbahasa, serta karakteristik lawan tutur. Pedagang menggunakan bahasa yang berbeda sesuai dengan pembeli yang dihadapi agar komunikasi berlangsung efektif dan pesan dapat dipahami dengan baik.

Salah satu bentuk variasi bahasa terlihat dalam penggunaan bahasa Melayu Singkawang. Dalam salah satu percakapan, pembeli mengatakan “*Bungkus bakmi kering sigek Ko*”, kemudian pedagang menjawab “*siap, topping pakai semue ke?*”. Penggunaan kata *sigek*, *semue*, *cabek*, *kasik*, dan *dudok* menunjukkan ciri penggunaan bahasa Melayu Singkawang. Tuturan tersebut digunakan dalam suasana transaksi yang santai sehingga bahasa lokal dapat menciptakan suasana komunikasi yang lebih akrab antara pedagang dan pembeli. Selain bahasa Melayu Singkawang, bahasa Hakka juga digunakan dalam interaksi, khususnya ketika pedagang berkomunikasi dengan pembeli yang memiliki latar belakang etnis Tionghoa dan memahami bahasa tersebut. Penggunaan bahasa Hakka menunjukkan adanya solidaritas kelompok dan

kedekatan sosial antarpembicara. Sementara itu, bahasa Indonesia digunakan sebagai bahasa yang lebih umum dan mudah dipahami ketika pedagang berinteraksi dengan pembeli yang memiliki latar belakang etnis berbeda.

Dengan demikian, variasi bahasa yang ditemukan menunjukkan bahwa pedagang memiliki kemampuan multilingual dan mampu menyesuaikan penggunaan bahasa berdasarkan konteks komunikasi. Bahasa Melayu Singkawang berfungsi membangun keakraban dengan masyarakat lokal, bahasa Hakka mempertahankan identitas dan solidaritas etnis, sedangkan bahasa Indonesia menjadi sarana komunikasi yang lebih netral dalam interaksi lintas etnis.

2. Bentuk Alih Kode Internal

Hasil penelitian menemukan 3 data alih kode internal dalam interaksi jual beli di Kedai Mi Apin. Alih kode internal yang ditemukan melibatkan penggunaan bahasa Melayu Singkawang, bahasa Hakka, dan bahasa Indonesia. Peristiwa tersebut terjadi ketika penutur berpindah dari satu bahasa ke bahasa lainnya dalam satu situasi komunikasi yang sama. Salah satu bentuk alih kode terlihat pada percakapan ketika pembeli dan pedagang awalnya menggunakan bahasa Melayu Singkawang, kemudian pedagang beralih menggunakan bahasa Hakka ketika menyebutkan harga. Pada bagian tersebut pedagang mengatakan "*Sam ban liu' a bos*" yang berarti "tiga puluh enam ribu, Bos". Setelah itu, percakapan kembali menggunakan bahasa yang lebih umum. Peralihan tersebut menunjukkan bahwa penggunaan bahasa Hakka berkaitan dengan kesamaan latar belakang etnis antara penjual dan pembeli.

Alih kode juga ditemukan dari bahasa Hakka ke bahasa Indonesia. Dalam salah satu percakapan, penjual menggunakan bahasa Hakka dalam interaksi dengan pembeli, kemudian pada bagian akhir percakapan beralih ke bahasa Indonesia melalui tuturan "*oke ce tunggu sebentar ya kita siapkan dulu.*" Peralihan tersebut terjadi tanpa perubahan situasi komunikasi dan menunjukkan fleksibilitas pedagang dalam menggunakan bahasa sesuai dengan kebiasaan komunikasi di lingkungan multibahasa.

Temuan tersebut memperlihatkan bahwa alih kode tidak terjadi secara acak, tetapi berkaitan dengan hubungan sosial antara penutur dan lawan tutur. Kesamaan latar belakang etnis dapat mendorong penggunaan bahasa Hakka, sedangkan bahasa Indonesia dapat digunakan ketika diperlukan bentuk komunikasi yang lebih umum dan mudah dipahami.

3. Campur Kode dalam Bahasa Pedagang

Hasil penelitian menunjukkan terdapat 5 data campur kode dalam interaksi jual beli. Campur kode yang ditemukan berupa penggunaan unsur bahasa Melayu Singkawang dan bahasa Hakka yang disisipkan ke dalam tuturan bahasa Indonesia maupun perpaduan beberapa bahasa dalam satu rangkaian tuturan.

Salah satu contoh terdapat pada tuturan pembeli "*Ko, mie ayamnye belik ke buat sendiri?*". Tuturan tersebut memperlihatkan adanya perpaduan unsur bahasa Melayu Singkawang dan bahasa Indonesia. Pedagang kemudian menjawab dengan tuturan yang juga mengandung unsur bahasa lokal, seperti "*Bede juak beh*" dan "*mane ade*". Campur kode tersebut muncul dalam suasana transaksi yang santai dan berlangsung secara alami antara pedagang etnis Tionghoa dan pembeli masyarakat lokal.

Campur kode juga ditemukan dalam tuturan "*Hau-hau. Ngai buatkan dolok silekan dodok.*" Kata *hau-hau* dan *ngai* merupakan unsur bahasa Hakka, sedangkan *buatkan* berasal dari bahasa Indonesia dan *dolok* serta *silekan dodok* merupakan unsur bahasa Melayu Singkawang. Perpaduan ketiga bahasa tersebut menunjukkan kemampuan multilingual pedagang dalam menyesuaikan bahasa dengan lingkungan sosialnya.

Penggunaan campur kode tersebut tidak hanya berfungsi untuk menyampaikan pesan, tetapi juga menciptakan suasana komunikasi yang lebih akrab. Bahasa Indonesia berperan sebagai bahasa yang mudah dipahami secara umum, bahasa Melayu Singkawang menunjukkan kedekatan dengan masyarakat lokal, sedangkan bahasa Hakka memperlihatkan identitas etnis pedagang. Dengan demikian, campur kode menjadi salah satu strategi komunikasi yang

mendukung kelancaran transaksi sekaligus membangun hubungan sosial antara pedagang dan pembeli.

4. Pilihan Bahasa Pedagang sebagai Strategi Adaptasi Sosial

Hasil penelitian menemukan 3 data pilihan bahasa yang menunjukkan strategi adaptasi sosial pedagang etnis Tionghoa terhadap masyarakat lokal. Pilihan bahasa tersebut meliputi penggunaan bahasa Hakka, bahasa Melayu Singkawang, dan bahasa Indonesia. Pedagang menyesuaikan bahasa yang digunakan berdasarkan latar belakang dan kemampuan bahasa lawan tutur.

Pada interaksi antara pedagang dan pembeli yang sama-sama berasal dari etnis Tionghoa, bahasa Hakka digunakan secara konsisten dari awal hingga akhir percakapan. Tidak ditemukan alih kode maupun campur kode karena kedua penutur memiliki latar belakang bahasa yang sama. Penggunaan bahasa Hakka dalam konteks tersebut menunjukkan solidaritas etnis, kedekatan sosial, sekaligus mempertahankan identitas budaya masyarakat Tionghoa di Singkawang.

Sebaliknya, ketika pedagang berinteraksi dengan pembeli dari suku Melayu, pedagang lebih banyak menggunakan bahasa Melayu Singkawang. Dalam percakapan tersebut, meskipun pedagang memiliki bahasa ibu Hakka, ia memilih bahasa Melayu Singkawang sebagai bahasa utama untuk menyesuaikan diri dengan lawan tutur. Pilihan tersebut menunjukkan adanya adaptasi linguistik terhadap masyarakat lokal.

Bahasa Indonesia juga digunakan ketika pedagang berinteraksi dengan pembeli dari latar belakang etnis yang berbeda. Pedagang yang memiliki latar bahasa Hakka dapat memilih bahasa Indonesia agar komunikasi berlangsung efektif dan tidak mengalami hambatan linguistik. Dalam kondisi tersebut, bahasa Indonesia berfungsi sebagai bahasa yang netral dan mudah dipahami oleh kedua pihak.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian terhadap bahasa pedagang etnis Tionghoa dalam interaksi jual beli di Pasar Hongkong Kota Singkawang, ditemukan sebanyak 17 data yang terdiri atas 6 data variasi bahasa, 3 data alih kode, 5 data campur kode, dan 3 data pilihan bahasa sebagai strategi adaptasi sosial. Pedagang menggunakan bahasa Indonesia, Melayu Singkawang, dan Hakka sesuai dengan situasi serta latar belakang lawan tutur. Variasi bahasa, alih kode, dan campur kode menunjukkan fleksibilitas pedagang dalam berkomunikasi, sedangkan pilihan bahasa memperlihatkan adanya upaya menyesuaikan diri dengan masyarakat lokal. Secara keseluruhan, penggunaan bahasa tidak hanya berfungsi sebagai sarana komunikasi dalam transaksi, tetapi juga sebagai bentuk membangun keakraban, menunjukkan solidaritas, mempertahankan identitas etnis, dan melakukan adaptasi sosial dalam masyarakat multietnis Kota Singkawang.

Berdasarkan hasil penelitian, pedagang dan masyarakat di Pasar Hongkong diharapkan dapat mempertahankan keberagaman bahasa sebagai bagian dari kekayaan budaya Kota Singkawang. Penggunaan bahasa Indonesia, Melayu Singkawang, dan Hakka secara adaptif dapat terus dipertahankan sebagai sarana komunikasi sekaligus bentuk penghargaan terhadap keberagaman sosial dan budaya. Sementara itu, bagi peneliti selanjutnya, kajian mengenai bahasa pedagang etnis Tionghoa dapat dikembangkan dengan objek, lokasi, atau aspek sosiolinguistik yang berbeda sehingga penelitian mengenai bahasa dan kehidupan masyarakat multietnis di Kota Singkawang semakin beragam.

DAFTAR PUSTAKA

- Amri, Y. K. (2019). *Alih kode dan campur kode pada media sosial. In Prosiding Seminar Nasional Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia II (Vol. 2, pp. 149-154)*. FBS Unimed Press.
- Chaer, Abdul dan Leonie Agustina. (2004). *Sosiolinguistik Perkenalan awal*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Abdul Chaer dan Leonie Agustina. (2014). *Sosiolinguistik: Perkenalan Awal*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Ernawati, N. (2018). *Fungsi Variasi Bahasa Dalam Interaksi Jual Di Pasar Bima (Kajian Sosiolinguistik)*. (Doctoral dissertation, Pascasarjana).
- Gumperz, J. J. (1982). *Discourse Strategies: Studies in Interactional Sociolinguistics*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Kridalaksana, Harimurti. (2011). *Kamus Linguistik*. Jakarta: Gramedia Pustaka.
- Nawawi, Hadari. (2012). *Metode Penelitian Bidang Sosial*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press.
- Pratiwi, A. (2018). *Alih Kode Pada Lirik Lagu Enrique Iglesias Album Internasional: Kajian Sosiolinguistik dan Sintaksis*. (Doctoral dissertation, Universitas Widyatama).
- 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.
- Rantika, D., Dardanila, D., & Sembiring, S. Br. (2024). *Campur Kode Bahasa Karo dalam Interaksi Jual Beli di Pasar Pancur Batu: Kajian Sosiolinguistik*. Basastra: Jurnal Bahasa, Sastra, dan Pengajarannya, 11(2), 450. <https://doi.org/10.20961/basastra.v11i2.74542>
- Septia, E. (2017). *Bahasa Pedagang Etnis Cina dalam Interaksi Jual Beli di Pasar Pondok Kota Padang: Kajian Sosiolinguistik*. Gramatika STKIP PGRI Sumatera Barat, 3(1). <https://doi.org/10.22202/jg.2017.v3i1.1232>
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Alfabeta.
- Sumarsono & pertama, P. (2004). *Sosiolinguistik*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.