

PENGARUH PENGGUNAAN BAHASA INDONESIA PADA UMKM DI LINGKUNGAN UNIVERSITAS NEGERI GORONTALO

Puspita Dian Agustin¹, Zamaludin Ishak², Fahriyono Saputra Balaga³, Nelda Manangin⁴, Febriyanti⁵, Husnul Khatimah⁶, Suci Fadhila Iman Djafar⁷, Salma Talib⁸, Ria Mariani Rahim⁹, Satriyo R Puko¹⁰, Anandita D.Musa¹¹
puspitadianagustin@gmail.com¹, zamal150505@gmail.com², yonobalaga@gmail.com³,
neldamanangin3@gmail.com⁴, febiyanti0026@gmail.com⁵,
husnulKhatimah220206@gmail.com⁶, sucifadhiladjafar0@gmail.com⁷,
salmatalib006@gmail.com⁸, riamaryani141@gmail.com⁹, satriorpuko@gmail.com¹⁰,
ananditmusa2402@gmail.com¹¹

Universitas Negeri Gorontalo

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh penggunaan Bahasa Indonesia dalam sektor ekonomi. Metode yang digunakan adalah metode deskriptif kualitatif dengan pengumpulan data melalui wawancara sederhana dengan 10 pedagang UMKM di lingkungan sekitar Universitas Negeri Gorontalo. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar pelaku UMKM di lingkungan sekitaran Universitas Negeri Gorontalo menggunakan bahasa yang menyesuaikan dengan pembeli. Namun, ada beberapa pelaku UMKM yang berasal dari daerah lain dan masih menggunakan aksen bahasa mereka masing-masing. Akan tetapi masih bisa dapat dimengerti karena menggunakan bahasa Indonesia. Dari hasil wawancara yang kami lakukan dapat disimpulkan bahwa penggunaan bahasa Indonesia masih sering di gunakan di kalangan para pelaku UMKM.

Kata Kunci: Bahasa Indonesia, UMKM, Ekonomi.

PENDAHULUAN

Bahasa Indonesia sebagai bahasa nasional dan bahasa pemersatu memiliki peran strategis dalam berbagai aspek kehidupan, salah satunya adalah dalam sektor ekonomi. Penggunaan Bahasa Indonesia dalam transaksi ekonomi menjadi kunci penting untuk menciptakan komunikasi yang efektif antara penjual dan pembeli dari berbagai latar belakang budaya dan bahasa. Di lingkungan sekitar kampus, khususnya pedagang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), penggunaan Bahasa Indonesia berperan signifikan dalam menunjang aktivitas jual beli yang lebih luas dan terstruktur.

Pedagang UMKM di area sekitar kampus tidak hanya melayani mahasiswa lokal tetapi juga mahasiswa dari berbagai daerah. Oleh karena itu, penggunaan Bahasa Indonesia sebagai alat komunikasi membantu menciptakan interaksi yang lebih jelas, efektif, dan mudah dipahami dalam proses jual beli. Bahasa yang digunakan dengan baik dalam aktivitas ekonomi dapat meningkatkan pemahaman antara penjual dan pembeli serta mendukung perkembangan usaha kecil.

Namun, dalam praktiknya, masih ditemukan beberapa tantangan dalam penerapan Bahasa Indonesia oleh pedagang UMKM, seperti pengaruh bahasa daerah yang masih kuat dan kebiasaan menggunakan bahasa nonformal dalam percakapan sehari-hari. Hal ini dapat memengaruhi kelancaran komunikasi dan pemahaman pelanggan terhadap informasi produk atau layanan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Pendekatan ini dipilih karena penelitian bertujuan untuk mendeskripsikan dan menganalisis fenomena penggunaan bahasa Indonesia di kalangan pelaku UMKM di

lingkungan Universitas Negeri Gorontalo secara mendalam dan naturalistik.

Penelitian ini dilakukan di lingkungan sekitar Universitas Negeri Gorontalo, meliputi area kantin, warung makan, dan booth-booth yang dikelola oleh pelaku UMKM. Pengumpulan data dilakukan selama 1 hari di tanggal 16 Desember 2024

Penelitian ini melibatkan sepuluh pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang berlokasi di sekitar Universitas Negeri Gorontalo. Penentuan subjek penelitian dilakukan dengan mempertimbangkan kemudahan akses dan ketersediaan informan pada saat pengumpulan data. Lokasi usaha mereka beragam, mulai dari kantin dan warung makan di dalam kampus, hingga toko-toko dan pedagang kaki lima yang berjualan di sekitar gerbang utama dan area kos mahasiswa.

Pemilihan subjek dengan pendekatan ini, yang sering disebut sebagai convenience sampling, memungkinkan peneliti untuk secara cepat dan efisien mengumpulkan data dari UMKM yang mudah dijangkau. Meskipun demikian, peneliti tetap memperhatikan keragaman jenis usaha yang dijalankan oleh para subjek penelitian. Hal ini penting untuk mendapatkan gambaran yang lebih komprehensif mengenai penggunaan bahasa Indonesia di berbagai jenis interaksi ekonomi di lingkungan kampus.

Penelitian ini menggunakan wawancara semi-terstruktur dan observasi untuk mengumpulkan data. Wawancara dilakukan dengan sepuluh pelaku UMKM di lingkungan Universitas Negeri Gorontalo untuk mengetahui penggunaan bahasa Indonesia dalam interaksi jual beli, kesadaran akan pentingnya bahasa Indonesia, dan kendala yang dihadapi. Observasi dilakukan untuk mencatat situasi dan kondisi interaksi antara pelaku UMKM dengan pembeli, dengan fokus pada bahasa yang digunakan dan respon pembeli.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Pengaruh Bahasa Indonesia di lingkungan para pelaku UMKM.

Wawancara dengan sembilan pedagang di sekitar Universitas Negeri Gorontalo menunjukkan bahwa mayoritas pedagang menggunakan bahasa Indonesia dengan lancar, meskipun beberapa masih mencampurnya dengan bahasa daerah. Hampir semua pedagang merasa nyaman menggunakan bahasa Indonesia dan hanya satu yang mengaku kesulitan. Beberapa pedagang menyesuaikan bahasa yang mereka gunakan dengan pembeli, sementara yang lain tetap menggunakan bahasa daerah, terutama pedagang yang baru berjualan dan dalam konteks interaksi lokal. Lokasi usaha yang strategis dan kesadaran akan pentingnya bahasa Indonesia menjadi faktor pendorong penggunaan bahasa Indonesia. Secara keseluruhan, penggunaan bahasa Indonesia cukup dominan di kalangan UMKM di lingkungan Universitas Negeri Gorontalo, yang menunjukkan kesadaran pedagang akan pentingnya bahasa Indonesia untuk menjangkau pasar yang lebih luas. Bahasa Indonesia cukup dominan di kalangan UMKM di lingkungan Universitas Negeri Gorontalo, yang menunjukkan kesadaran pedagang akan pentingnya bahasa Indonesia untuk menjangkau pasar yang lebih luas.

2. Implikasi Penggunaan Bahasa Indonesia Bagi UMKM

Hasil wawancara menunjukkan bahwa pedagang yang fasih berbahasa Indonesia memberikan kesan yang baik dan lebih mudah diingat oleh pembeli. Ini berarti, kemampuan berbahasa Indonesia yang baik sangat bermanfaat bagi pedagang di sekitar Universitas Negeri Gorontalo. Dengan berbahasa Indonesia yang fasih, pedagang dapat

meningkatkan kepercayaan pembeli, membuat interaksi lebih nyaman, dan pada akhirnya meningkatkan penjualan mereka. Oleh karena itu, penting bagi pedagang untuk terus meningkatkan kemampuan berbahasa Indonesia mereka melalui berbagai cara, seperti pelatihan dan praktik sehari-hari. Dengan demikian, bahasa Indonesia tidak hanya berfungsi sebagai alat komunikasi, tetapi juga menjadi faktor penting dalam mencapai kesuksesan usaha, terutama di lingkungan kampus yang beragam seperti Universitas Negeri Gorontalo.

Berangkat dari temuan penelitian mengenai dinamika bahasa di kalangan UMKM sekitar Universitas Negeri Gorontalo, ada beberapa rekomendasi yang perlu digaribawahi. Pertama, penting untuk terus menggaungkan pentingnya kefasihan berbahasa Indonesia bagi pelaku UMKM. Sosialisasi mengenai manfaat berbahasa Indonesia yang baik, seperti meningkatkan citra profesional dan memperluas jangkauan pasar, perlu digencarkan melalui berbagai kanal, mulai dari penyuluhan langsung, pemanfaatan media sosial, hingga kampanye yang kreatif dan menarik. Kedua, perlu adanya fasilitasi untuk meningkatkan kemampuan berbahasa Indonesia para pedagang. Program pelatihan bahasa yang disesuaikan dengan kebutuhan UMKM, seperti teknik komunikasi efektif dan etika berbahasa dalam berbisnis, dapat menjadi solusi yang tepat sasaran. Ketiga, menciptakan lingkungan yang mendukung penggunaan bahasa Indonesia juga tak kalah penting. Keteladanan dari pihak universitas dan apresiasi terhadap pedagang yang fasih berbahasa Indonesia dapat menjadi motivasi bagi peningkatan kualitas berbahasa. Terakhir, pemanfaatan teknologi dalam bentuk aplikasi pembelajaran bahasa atau media sosial interaktif dapat menjadi alternatif menarik untuk meningkatkan kemampuan berbahasa Indonesia secara mandiri. Dengan menerapkan rekomendasi ini, diharapkan UMKM di lingkungan Universitas Negeri Gorontalo dapat semakin berkembang dan berdaya saing, serta turut mempertahankan dan memperkuat posisi bahasa Indonesia di ruang publik.

KESIMPULAN

Penelitian mengenai penggunaan bahasa Indonesia di kalangan pelaku UMKM di lingkungan Universitas Negeri Gorontalo menunjukkan bahwa bahasa Indonesia memiliki peran yang signifikan. Mayoritas pedagang menggunakan bahasa Indonesia sebagai bahasa utama dalam berinteraksi dengan pembeli, meskipun kadang diselingi dengan bahasa daerah. Hal ini didorong oleh kesadaran pedagang akan pentingnya bahasa Indonesia untuk memudahkan komunikasi dengan pembeli dari berbagai latar belakang dan meningkatkan kepercayaan dalam transaksi. Lokasi usaha yang strategis di lingkungan universitas yang multikultural juga turut mempengaruhi penggunaan bahasa Indonesia. Menariknya, pedagang yang fasih berbahasa Indonesia cenderung memberikan kesan yang lebih positif dan mudah diingat oleh pembeli, yang berpotensi meningkatkan keberhasilan usaha mereka. Oleh karena itu, upaya peningkatan kemampuan berbahasa Indonesia bagi pelaku UMKM perlu terus didukung dan difasilitasi melalui berbagai cara, seperti sosialisasi, pelatihan, dan pemanfaatan teknologi. Dengan demikian, bahasa Indonesia tidak hanya berfungsi sebagai alat komunikasi, tetapi juga menjadi modal penting bagi UMKM dalam meningkatkan daya saing dan mencapai kesuksesan usaha.

DAFTAR PUSTAKA

- Alwi, Hasan, dkk. (2010). *Tata Bahasa Baku Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Arifuddin, K., & Arsyad, S. (2018). Penggunaan Bahasa Indonesia di Pasar Tradisional Kota Makassar. *Linguistik Indonesia*, 36(1), 1-18.

- Chaer, Abdul. (2009). *Sosiolinguistik Perkenalan Awal*. Jakarta: Rineka Cipta
- Febriyanti, D., & Rukmini, D. (2019). Akomodasi Komunikasi Penjual dan Pembeli di Pasar Tradisional Beringharjo Yogyakarta. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 17(1), 51-64.
- Gunawan, A., & Mahsun, M. (2020). Identitas Lokal dan Bahasa Indonesia di Ruang Publik: Studi Kasus di Kota Gorontalo. *Jurnal Sosiologi Indonesia*, 40(2), 157-174.
- Wulandari, P. (2017). Peran Bahasa Indonesia dalam Meningkatkan Daya Saing UMKM. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 22(2), 121-134.