

# Penggunaan Bahasa Indonesia dalam Transaksi Internasional di Arab Saudi

Wati Kurniawati<sup>1</sup>, Deni Karsana<sup>2</sup>  
{waticurniawati62@yahoo.com<sup>1</sup>, karsana\_s@yahoo.co.id<sup>2</sup>}

Badan Riset dan Inovasi Nasional, Jakarta, Indonesia<sup>1</sup>; Badan Riset dan Inovasi Nasional, Palu, Indonesia<sup>2</sup>

**Abstrak.** Bahasa Indonesia merupakan bahasa resmi dalam sidang UNESCO pada tanggal 20 November 2023. Bahasa Indonesia digunakan juga dalam perdagangan internasional, seperti di Arab Saudi. Interaksi antara orang Arab dan Indonesia melalui komunikasi bahasa Indonesia. Dalam komunikasi terdapat unsur profit dan biaya. Model ini dilakukan para pedagang dalam menawarkan barang yang dijual kepada jemaah haji dan umrah dari Indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi penggunaan bahasa Indonesia pada ranah transaksi di Kota Mekkah dan Madinah. Metode yang digunakan adalah metode kualitatif dengan teknik observasi dan catat. Pengambilan sampel dilakukan dengan teknik acak, yaitu wakil populasi yang diteliti, seperti para pedagang (penduduk lokal Arab) dan non-Arab (pekerja) yang terdiri atas orang India, Pakistan, Yaman, dan Banglades. Temuan penelitian menunjukkan bahwa bahasa Indonesia digunakan dalam ranah transaksi di pertokoan sekitar Masjidil Haram dan Masjid Nabawi berupa kata, frasa, dan kalimat sederhana, contoh: *asalamualaikum, apa kabar, Indonesia bagus, haji, hajjah, ayo belanja, berapa peci ini, lima rial, tidak mahal, diskon, murah-murah, dan halal*. Sikap para pedagang dan pekerja terhadap bahasa Indonesia termasuk positif.

**Kata kunci:** perdagangan internasional, ranah transaksi, penduduk lokal Arab

## *Use of Indonesian Language in International Transactions in Saudi Arabia*

**Abstract.** Indonesian is the official language in the UNESCO session on November 20, 2023. Indonesian is also used in international trade, such as in Saudi Arabia. Interaction between Arabs and Indonesians through Indonesian language communication. In communication there are elements of profit and cost. This model is carried out by traders in offering goods sold to Hajj and Umrah pilgrims from Indonesia. This study aims to identify the use of Indonesian in the domain of transactions in the cities of Mecca and Medina. The method used is a qualitative method with observation and note taking techniques. Sampling was carried out using a random technique, namely representatives of the population studied, such as traders (local Arab residents) and non-Arabs (workers) consisting of Indians, Pakistanis, Yemenis, and Bangladeshis. The research findings show that Indonesian is used in the domain of transactions in shops around the Haram Mosque and the Nabawi Mosque in the form of words, phrases, and simple sentences, for example: *asalamualaikum, apakabar 'how are you', Indonesia bagus 'Indonesia is good', haji 'hajj', hajjah 'hajjah', ayobelanja 'let's shop', berpapeciini 'how much is this cap', lima rial 'five rials', tidak mahal 'not expensive', diskon 'discount', murah-murah 'cheap', and kosher 'halal'*. The attitudes of traders and workers towards Indonesian are positive.

**Keywords:** international trade, domain of transactions, local Arab population

## 1 Pendahuluan

Bahasa asing pada taraf internasional, seperti bahasa Inggris, digunakan sebagai bahasa resmi. Akan tetapi, dalam pertemuan internasional yang diselenggarakan di Indonesia, bahasa Indonesia wajib digunakan. Bahkan, *Undang-Undang Nomor 24 Tahun 2009 tentang Bendera, Bahasa, dan Lambang Negara, serta Lagu Kebangsaan* dan *Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 5 Tahun 2014 tentang Pengembangan, Pembinaan, dan Pelindungan Bahasa dan sastra, serta Peningkatan Fungsi Bahasa Indonesia* mengamanatkan perlunya peningkatan fungsi bahasa Indonesia menjadi bahasa Internasional [2], [3].

Sebuah bahasa dapat menjadi bahasa internasional atau bahasa antarbangsa minimal ada lima persyaratan, yaitu bahasa digunakan dalam berdiplomasi antarnegara, perdagangan internasional, berperan dalam penyebaran ilmu pengetahuan, memiliki jumlah penutur yang besar, memiliki tata bunyi, ortografi, dan gramatika yang mudah dipelajari [7]. Jumlah penutur yang besar sebagai modal awal bagi bahasa Indonesia untuk menjadi bahasa antarbangsa. Akan tetapi, untuk memenuhi kelima persyaratan menjadi bahasa antar bangsa itu tidaklah mudah. Berbagai forum memberi dukungan untuk meningkatkan fungsi bahasa Indonesia menjadi bahasa internasional, seperti Kongres Bahasa Indonesia X tahun 2013 merekomendasikan bahwa pemerintah perlu melakukan diplomasi total untuk menginternasionalkan bahasa Indonesia. Kongres Bahasa Indonesia XI tahun 2018 merekomendasikan bahwa bahasa Indonesia menjadi bahasa internasional pada tahun 2045. Kongres Bahasa Indonesia XII tahun 2023 merekomendasikan ditetapkannya rencana induk dan petajalan pemajuan dan pemertabatan bahasa dan sastra Indonesia serta ditetapkannya rencana induk dan peta jalan internasionalisasi bahasa dan sastra Indonesia secara menyeluruh dengan melibatkan semua pemangku kepentingan. Adapun tantangan saat ini terletak pada kesiapan bahasa Indonesia sebagai alat komunikasi dan koordinasi baik di tingkat nasional maupun internasional. Berkat kegigihan para pemangku kepentingan berkoordinasi di tingkat internasional. Akhirnya, bahasa Indonesia merupakan bahasa resmi dalam sidang UNESCO (sebuah organisasi kebudayaan dan pendidikan di bawah PBB) pada tanggal 20 November 2023. Bahasa Indonesia termasuk bahasa resmi di UNESCO yang kesepuluh [7].

Sementara itu, Arab Saudi adalah salah satu anggota aktif dan pendiri Perserikatan Bangsa-Bangsa. Perserikatan Bangsa-Bangsa disingkat sebagai PBB (bahasa Inggris *United Nations*, disingkat UN) adalah organisasi internasional yang didirikan pada 24 Oktober 1945 untuk mendorong kerja sama internasional. Badan ini merupakan pengganti Liga Bangsa-Bangsa dan didirikan setelah Perang Dunia II untuk mencegah terjadinya konflik serupa. Pada saat didirikan, PBB memiliki 51 negara anggota dan saat ini terdapat 193 anggota PBB.

Bahasa Indonesia digunakan juga dalam perdagangan internasional, seperti di Arab Saudi. Interaksi antara orang Arab dan Indonesia melalui komunikasi bahasa Indonesia. Dalam komunikasi terdapat unsur profit dan biaya. Model ini dilakukan para pedagang dalam menawarkan barang yang dijual kepada jemaah haji dan umrah dari Indonesia.

Sejalan dengan hal tersebut, Zulfadhli *et al.* [10] menyatakan bahwa Masyarakat Ekonomi Asean (MEA) mulai diterapkan sehingga arus produk ekonomis, informasi, dan perdagangan akan masuk dengan cepat tiada batas. Modal utama yang dimiliki Indonesia adalah bahasa, yaitu bahasa Indonesia sebagai bahasa persatuan dan lambang identitas nasional. Dengan demikian, bahasa Indonesia berperan untuk mengembangkan ilmu pengetahuan dan budaya Indonesia untuk diketahui masyarakat luas, terutama masyarakat ASEAN. Dalam masyarakat ASEAN, khusus ekonomi bidang perdagangan. Metode yang digunakan untuk melakukan penelaahan adalah metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Penelaahan dilakukan dengan teknik analisis hermeneutik berdasarkan masalah. Hasil penelaahan membuktikan bahwa di era MEA bahasa Indonesia sebagai bahasa perdagangan berperan untuk melakukan persuasif terhadap penjualan dan penawaran produk dan sebagai bahasa pengantar dalam melakukan transaksi dan promosi.

Sementara itu, Febriana *et al.* [4] menyatakan bahwa bahasa Indonesia memiliki potensi menjadi bahasa perdagangan pada Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA). Ada beberapa faktor yang membuat bahasa Indonesia yang dapat dijadikan sebagai bahasa pada MEA karena adanya kedekatan linguistik dengan bahasa Melayu dan beberapa negara ASEAN telah menggunakan bahasa Indonesia sebagai alat komunikasi. Tulisan ini membahas peran bahasa Indonesia dalam

mendukung perdagangan di MEA, peluang dan tantangan yang dihadapi, serta strategi yang dapat dilakukan agar bahasa Indonesia dapat dijadikan bahasa perdagangan di MEA. Diharapkan bahasa Indonesia dapat semakin berperan dalam transaksi perdagangan internasional dan dapat memperkuat eksistensinya di lingkup ASEAN.

Febriana et al. [5] mengkaji peran bahasa Indonesia sebagai alat komunikasi dalam bisnis internasional di era digital. Topik ini penting mengingat pertumbuhan ekonomi Indonesia dan potensinya di pasar global, terutama di kawasan Asia Tenggara. Penelitian menggunakan metode studi literatur, menganalisis sumber-sumber relevan terkait penggunaan bahasa Indonesia dalam konteks bisnis internasional. Peluang yang dapat dimanfaatkan meliputi pertumbuhan *e-commerce* dan potensi bahasa Indonesia sebagai bahasa pengantar dan pergaulan (*lingua franca*) di Asia Tenggara. Penelitian ini menyimpulkan bahwa dengan strategi yang tepat, bahasa Indonesia dapat menjadi alat komunikasi yang efektif dalam bisnis internasional, membuka peluang bagi perusahaan Indonesia di pasar global dan membantu perusahaan asing beradaptasi di pasar Indonesia.

Berdasarkan latar belakang tersebut, di era MEA bahasa Indonesia sebagai bahasa perdagangan, bahasa Indonesia berperan dalam transaksi internasional di lingkup ASEAN, menjadi alat komunikasi yang efektif dalam bisnis internasional. Permasalahan dalam penelitian ini adalah bagaimanakah penggunaan bahasa Indonesia pada ranah transaksi oleh pedagang Arab dan jemaah haji atau umrah dari Indonesia? Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi penggunaan bahasa Indonesia pada ranah transaksi di Kota Mekkah dan Madinah.

## 2 Metode

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan teknik observasi dan catat [9], [8]. Dengan pendekatan kualitatif, data yang diteliti dan hasil analisisnya diperoleh dari tuturan para pedagang dan pembeli. Data penelitian ini bersumber dari tuturan para pedagang (penduduk lokal Arab) dan pekerja (non-Arab) yang terdiri atas orang India, Pakistan, Yaman, dan Bangladesh, serta tuturan para jemaah haji dan jemaah umrah dari Indonesia di Masjidil Haram dan Masjidil Nabawi. Penentuan sampel dalam penelitian ini dilakukan secara *purposive sampling*, yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu [9]. Untuk mengetahui penggunaan bahasa Indonesia tersebut dilakukan dengan observasi, dicatat, diklasifikasi, dan dianalisis.

## 3 Hasil dan Pembahasan

Di sekitar Masjidil Haram dan Masjidil Nabawi terdapat sejumlah pedagang yang cukup fasih berbahasa Indonesia walaupun diucapkan dengan kata sederhana. Para jemaah haji dan umrah dari Indonesia dikenal suka belanja yang berbeda dengan warga lain. Oleh karena itu, bahasa Indonesia banyak digunakan para pedagang dan pekerjanya.

Berikut contoh tuturan seorang pedagang warga Pakistan (A) yang berprofesi sebagai pedagang pernak-pernik ibadah, pelayan toko (D) dengan jemaah haji laki-laki dari Indonesia (B dan C) di pusat perbelanjaan di sekitar Masjidil Haram.

A: Asalamuallaikum, Pak Haji.

B: Waalaikumsalam.

A: Haji Indonesia?

B: Ya, Indonesia.

A: Indonesia bagus. Apa kabar?

B: Alhamdulillah, baik. Berapa harga sajadah ini?

A: Ini sajadah Turki (sambil mengacung-acungkan sajadah). Enam puluh rial.

B: Diskon jadi lima puluh rial.

A: Belum bisa. Lima puluh lima rial, halal... halal... halal.... Turun harga tidak banyak-banyak.

B: Lima puluh rial, ya.

C: Berapa peci ini?

D: Lima rial. Tidak mahal.

Pada contoh tuturan penggunaan bahasa Indonesia digunakan berupa ungkapan tetap (formula) yang berdiri sendiri seperti kalimat, seperti *asalamualaikum*, *waalaikumsalam*, dan *apa kabar?* Bentuk-bentuk seperti pada contoh tersebut tidak mempunyai padanan lengkap [1]. Penggunaan unsur vokatif, khusus bentuk penyapa cenderung bentuk tidak lengkap, yaitu *Pak* untuk menyapa lawan bicara yang berjenis laki-laki, berstatus sosial lebih tinggi dari pedagang dan berusia lebih tua. Unsur vokatif disebut pula panggilan [6]. Pada tuturan *haji Indonesia* adalah kalimat tidak lengkap yang merupakan bagian dari bentuk kalimat lengkap *Haji berasal dari Indonesia*. Tuturan *ya, Indonesia* merupakan jawaban dari kalimat interogatif. Tuturan *Indonesia bagus* sebagai subjek dan predikat. Kalimat *interogatif Berapa harga sajadah ini?* menggunakan kata tanya *berapa*. Kalimat seperti *Ini sajadah Turki* berpola subjek, predikat, dan keterangan. Numeralia *enam puluh*, *lima puluh*, *lima puluh lima*, dan *lima rial* termasuk numeralia tentu. Kata *rial* merupakan mata uang Arab Saudi.

Berikut contoh tuturan seorang pedagang warga Arab (A) yang berprofesi sebagai pedagang kurma dan pelayan toko (C) warga Yaman dengan para jemaah haji perempuan dari Indonesia (B) di pusat perbelanjaan di sekitar Masjidil Haram.

A: Asalamuallaikum, Mamah Dedeh, Sahrini, Hajah.

B: Waalaikumsalam, Muhammad.

C: Sini... sini... kurma murah-murah. Haji... Haji... Ayo, belanja!

Ungkapan formula pada contoh tersebut ialah *asalamualaikum* dan *waalaikumsalam*. Sapaan *Mamah Dedeh*, *Sahrini*, dan *Hajah* kepada para jemaah haji perempuan Indonesia untuk menunjukkan pengaruh jarak sosial yang diciptakan agar menjadi akrab. Sapaan *hajah* adalah bentuk nomina untuk sebutan wanita yang sudah menunaikan ibadah haji. Sapaan *Muhammad* kepada pedagang yang berarti wahai orang yang mulia biasa digunakan memberikan nuansa dekat dan akrab. Sapaan *Haji* adalah bentuk nomina untuk sebutan laki-laki yang sudah menunaikan ibadah haji. Sapaan *Mamah Dedeh* termasuk bentuk frasa. Sapaan *Sahrini*, *Hajah*, dan *Muhammad* termasuk bentuk kata. Tuturan *sini... sini... kurma murah-murah* dan *ayo belanja* merupakan kalimat imperatif ajakan yang didahului kata *sini* atau *ayo*.

Berikut contoh tuturan seorang pedagang warga Yaman (A) yang berprofesi sebagai pedagang makanan dan minuman dengan jemaah haji perempuan (B dan C) di pusat perbelanjaan di sekitar Masjidil Nabawi.

A: Mama mau jus mangga, jeruk, stroberi, atau apel.

B: Berapa ini?

A: Ini lima rial. Mau dingin atau tidak.

B: Dingin.

C: Kentang goreng berapa?

A: Tiga rial, Ibu.

Sapaan *Mamadan Ibu* kepada para jemaah haji perempuan Indonesia untuk menunjukkan hubungan sosial yang dekat atau akrab. Bentuk frasa pada contoh tersebut adalah *jus mangga*. Kata atau pada contoh itu merupakan penanda hubungan pemilihan. Kalimat tanya *Berapa ini?* dan *Kentang goreng berapa?* menggunakan kata tanya *berapa*. Numeralia *lima* dan *tiga* termasuk numeralia tentu. Bentuk kata pada contoh tersebut adalah *dingin*.

Berikut contoh tuturan seorang pedagang warga Arab (A) yang berprofesi sebagai pedagang pakaian dengan jemaah haji perempuan (B dan C) di pusat perbelanjaan di sekitar Masjidil Nabawi.

A: Ibu ini gamis model baru.

B: Ada warna apa saja?

A: Banyak.

B: Berapa?

A: Ini seratus rial.

B: Model ini berapa?

C: Seratus lima puluh rial? Bahan bagus.

Sapaan *Ibu* kepada para jemaah haji perempuan Indonesia untuk menunjukkan hubungan sosial yang dekat atau akrab. Kalimat tanya *Ada warna apa saja* dan *Model ini berapa?* dan

Kentang goreng berapa? menggunakan kata tanya *apa* dan *berapa*. Numeralia *seratus*, *seratus lima puluh* dan *tiga* termasuk numeralia tentu. Yang termasuk bentuk kata pada contoh tersebut adalah *banyak* yang berupa numeralia. Kata *ini* pada contoh tersebut termasuk kata tunjuk (*demonstrativa*), yaitu kata yang dipakai untuk menunjuk secara khusus orang atau benda [6].

## 4 Simpulan

Temuan penelitian menunjukkan bahwa bahasa Indonesia digunakan dalam ranah transaksi di pertokoan sekitar Masjidil Haram dan Masjid Nabawi berupa kata, frasa, kalimat sederhana, dan kalimat tidak lengkap. Contoh: *asalamualaikum*, *waalaikumsalam*, *apa kabar*, *Indonesia bagus*, *haji*, *hajjah*, *ayo belanja*, *berapa peci ini*, *lima rial*, *tidak mahal*, *diskon*, *murah-murah*, dan *halal*. Ungkapan formula pada contoh tuturan tersebut ialah *asalamualaikum*, *waalaikumsalam* dan *apa kabar*. Selain itu, terdapat unsur vokatif, seperti sapaan *pak*, *haji*, *hajjah*, *Mamah Dedeh*, *syahrini*, *Muhammad*, *Mama*, dan *Ibu*. Kata tanya menggunakan kata tanya *apa* dan *berapa*. Sikap para pedagang dan pekerja di sekitar Masjidil Haram dan Masjidil Nabawi terhadap bahasa Indonesia termasuk positif.

## Referensi

- [1] Alwi, H., Moeliono, A.M., Lapoliwa, H., Sugiyono, & Sasangka, S.S.T.W. *Tata Bahasa Baku Bahasa Indonesia*. Edisi Keempat. Jakarta: Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa. 2017.
- [2] Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa. *Undang-Undang Nomor 24 Tahun 2009 tentang Bendera, Bahasa, dan Lambang Negara, serta Lagu Kebangsaan*. Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa. 2017a.
- [3] Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa. *Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 5 Tahun 2014 tentang Pengembangan, Pembinaan, dan Pelindungan Bahasa dan sastra, serta Peningkatan Fungsi Bahasa Indonesia*. Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa. 2017b.
- [4] Febriana, I., Handayani, A., Rinaldi, Handani, T., Anelia, T., & Septian, Y. Penggunaan Bahasa Indonesia dalam Mendukung Perdagangan Internasional di Mea (Use of Indonesian Language in Supporting International Trade in Mea). *JIIIC: Jurnal Intelektual Insan Cendekia*. 2024. Vol : 1 No: 7, September 2024. p. 2845-255. <https://jicnusantara.com/index.php/jiic> 2024.
- [5] Febriana, I., Hutabarat, F.Br., Kristiani, M., Rina, Diani, S., & Akmalia, U. Pengaruh Bahasa Indonesia sebagai Alat Komunikasi dalam Bisnis Internasional di Era Digital. *Semantik: Jurnal Riset Ilmu Pendidikan, Bahasa dan Budaya*, Vol. 2, No.4 November 2024. p. 177-190. DOI: <https://doi.org/10.61132/semantik.v2i4.1086>.
- [6] Kridalaksana, H. *Kamus Linguistik*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2009.
- [7] Lauder, M.R.M.T. *Konsekuensi Internasionalisasi Bahasa Indonesia*. Dalam Bincang Budaya Dewan Guru Besar, Departemen Linguistik FIB UI, Fakultas Ilmu Pengetahuan Budaya, Universitas Indonesia, Depok, 6 April 2024.
- [8] Moleong, L.J. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2012.
- [9] Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2017.
- [10] Zulfadhli, M., Asnawi, & Hardani, M. Peran Bahasa Indonesia Sebagai Bahasa Perdagangan di Era Mea (Use of Indonesian Language in Supporting International Trade in Mea). *The 1st Education and Language International Conference Proceedings (ELIC 2017)*. Center for International Language Development of Unissula. May 2017. Kota Semarang. 2017. p.508-515.