

Relasi Antara Pedagang dan Mahasiswa Perspektif Sosiologi Ekonomi

Zulaika¹ Saffana Arta Mevia² Juliana Sahara³ Reno Firdaus⁴

Institut Agama Islam Negeri Datuk Laksemama Bengkalis^{1,2,3,4}

Email: zulaika45idp@gmail.com¹ saffanahartamevia@gmail.com² julianasahara5@gmail.com³
renostain.bkls@gmail.com⁴

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji relasi antara pedagang dan mahasiswa dalam konteks interaksi sosial ekonomi di lingkungan kampus, dengan menggunakan pendekatan sosiologi ekonomi. Relasi ini tidak hanya mencerminkan hubungan jual beli semata, tetapi juga mengandung dimensi simbolik, budaya, dan struktur sosial yang saling memengaruhi. Dalam perspektif sosiologi ekonomi, hubungan ekonomi dipahami tidak terlepas dari jaringan sosial, nilai, dan norma yang melekat dalam kehidupan sehari-hari. Melalui pendekatan kualitatif dengan teknik wawancara secara mendalam, penelitian ini menemukan bahwa interaksi antara pedagang dan mahasiswa bersifat timbal balik, diwarnai oleh kepercayaan, solidaritas, dan negosiasi harga yang mencerminkan dinamika sosial. Relasi ini juga menunjukkan adanya ketergantungan ekonomi serta pembentukan identitas sosial di ruang publik kampus. Hasil penelitian ini menunjukkan pentingnya memahami aktivitas ekonomi sebagai bagian dari praktik sosial yang kompleks dan tidak dapat dipisahkan dari konteks sosial budaya yang melingkupinya.

Kata Kunci: Relasi Sosial, Pedagang, Mahasiswa, Sosiologi Ekonomi, Interaksi Sosial

Abstract

This study aims to examine the relationship between traders and students in the context of socio-economic interactions in the campus environment, using an economic sociology approach. This relationship does not only reflect a buying and selling relationship, but also contains symbolic, cultural, and social structural dimensions that influence each other. In the perspective of economic sociology, economic relations are understood to be inseparable from social networks, values, and norms inherent in everyday life. Through a qualitative approach with in-depth interview techniques, this study found that the interaction between traders and students is reciprocal, colored by trust, solidarity, and price negotiations that reflect social dynamics. This relationship also shows economic dependence and the formation of social identity in the campus public space. The results of this study indicate the importance of understanding economic activity as part of a complex social practice that cannot be separated from the socio-cultural context that surrounds it.

Keywords: Social Relations, Traders, Students, Economic Sociology, Social Interactions



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

PENDAHULUAN

Hubungan antara pelaku ekonomi dalam masyarakat tidak hanya didasarkan pada mekanisme pasar semata, tetapi juga dipengaruhi oleh faktor-faktor sosial dan kultural. Dalam konteks ini, sosiologi ekonomi memandang bahwa relasi ekonomi merupakan bagian dari struktur sosial yang lebih luas. Interaksi antara pedagang dan mahasiswa, misalnya, tidak semata-mata terjadi karena permintaan dan penawaran, tetapi juga karena adanya jaringan sosial, norma, kepercayaan, dan kedekatan emosional yang membentuk pola transaksi tersendiri. Di kawasan sekitar kampus, seperti warung makan, toko fotokopi, dan pedagang kaki lima, mahasiswa menjadi konsumen utama dalam kegiatan ekonomi sehari-hari. Namun, relasi antara mereka tidak terbatas pada transaksi jual beli; sering kali hubungan ini berkembang menjadi hubungan sosial yang saling menguntungkan. Dalam banyak kasus, pedagang mengenal langganan mereka secara personal, memberikan potongan harga, atau

bahkan memberi utang kecil atas dasar kepercayaan. Relasi semacam ini mencerminkan konsep embeddedness yang diperkenalkan oleh Granovetter, yakni bagaimana aktivitas ekonomi melekat dalam struktur sosial. Fenomena tersebut penting untuk dikaji lebih jauh, terutama dalam konteks ekonomi lokal di sekitar kampus. Relasi sosial antara pedagang dan mahasiswa dapat mencerminkan sistem sosial ekonomi mikro yang khas, yang berbeda dari praktik pasar formal. Dalam pendekatan sosiologi ekonomi, hal ini menunjukkan bahwa interaksi ekonomi tidak bisa dipisahkan dari hubungan sosial dan budaya.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memahami bagaimana relasi antara pedagang dan mahasiswa terbentuk, dijalankan, dan dipertahankan dalam keseharian mereka, serta faktor-faktor sosial yang memengaruhi pola hubungan tersebut. Dengan memahami dinamika hubungan ini, diharapkan penelitian ini dapat memberikan kontribusi terhadap pemahaman praktik ekonomi berbasis sosial dalam skala lokal, khususnya di lingkungan pendidikan tinggi. Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Prasetyo (2020) menunjukkan bahwa hubungan sosial antara penjual dan pembeli di pasar tradisional ditopang oleh nilai kepercayaan dan rasa saling membutuhkan, yang menjadi dasar keberlanjutan interaksi mereka. Penelitian ini relevan sebagai pijakan awal untuk memahami hubungan antara pedagang dan mahasiswa yang juga dibangun atas dasar kepercayaan dan kedekatan sosial. Selain itu, studi dari Marlina dan Yusuf (2021) tentang interaksi antara mahasiswa dan pelaku UMKM di sekitar kampus menunjukkan adanya hubungan timbal balik dalam bentuk dukungan ekonomi dan sosial. Mahasiswa mendapat kemudahan dalam mengakses barang/jasa dengan harga terjangkau, sementara pedagang memperoleh pasar tetap dari kalangan mahasiswa. Hal ini memperkuat pandangan bahwa interaksi ekonomi dalam masyarakat kampus memiliki karakteristik khas. Di sisi lain, teori modal sosial yang dikembangkan oleh Pierre Bourdieu juga menjadi landasan teoritis penting dalam memahami relasi antara pedagang dan mahasiswa. Modal sosial berupa jaringan, kepercayaan, dan norma bersama menjadi kekuatan penting dalam menopang hubungan ekonomi berbasis sosial. Dalam konteks ini, relasi antara pedagang dan mahasiswa tidak hanya bersifat fungsional, tetapi juga simbolik dan kultural.

Maka dari itu, penelitian ini tidak hanya berfokus pada aspek ekonomi, tetapi juga menyoroti bagaimana norma, nilai, dan jaringan sosial membentuk pola interaksi yang khas. Perspektif sosiologi ekonomi memungkinkan peneliti untuk melihat transaksi ekonomi bukan sebagai kegiatan yang netral dan rasional semata, melainkan sebagai bagian dari struktur sosial dan hubungan interpersonal. Dengan menggunakan metode kualitatif dan pendekatan studi kasus, penelitian ini bertujuan untuk memberikan gambaran yang mendalam tentang bentuk, proses, dan makna relasi antara pedagang dan mahasiswa dalam konteks sosial ekonomi kampus. Temuan dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi akademik dalam bidang sosiologi ekonomi, serta menjadi bahan pertimbangan bagi pihak kampus maupun pemerintah daerah dalam mendukung pengembangan ekonomi mikro berbasis komunitas. Di dalam penelitian ini terditi dari tiga informan yang merupakan pedagang dan mahasiswa yang kami ambil dan kami wawancarai khususnya di lingkungan kampus IAIN Datuk Laksemama Bengkalis.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus untuk menggali secara mendalam relasi antara pedagang dan mahasiswa dalam perspektif sosiologi ekonomi. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam kepada beberapa pedagang dan mahasiswa yang secara rutin berinteraksi di lingkungan sekitar kampus, dengan tujuan memahami pola hubungan sosial dan ekonomi yang terjalin di antara mereka. Pemilihan informan dilakukan secara purposive dengan mempertimbangkan keterlibatan mereka dalam

aktivitas ekonomi sehari-hari. Data yang diperoleh dianalisis menggunakan teknik analisis interaktif model Miles dan Huberman, yang meliputi tahapan reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan. Validitas data diperkuat melalui teknik triangulasi sumber dan member check guna memastikan keakuratan dan keabsahan informasi yang diperoleh dari para informan.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Konsep Relasi Sosial dalam Sosiologi Ekonomi

Sosiologi ekonomi merupakan cabang ilmu sosiologi yang mengkaji bagaimana aktivitas ekonomi dipengaruhi oleh struktur sosial, nilai, norma, dan interaksi antarindividu. Dalam pandangan ini, aktivitas ekonomi tidak dapat dilepaskan dari konteks sosial tempat ia berlangsung. Konsep relasi sosial menjadi fokus utama dalam sosiologi ekonomi karena ia menjadi jembatan antara motif ekonomi dengan struktur sosial yang melingkupinya. Relasi sosial mengacu pada hubungan yang terbentuk antara individu atau kelompok yang berlangsung secara terus-menerus dan saling memengaruhi. Dalam konteks ekonomi, relasi ini menciptakan jaringan (network) yang memperkuat kepercayaan (trust), komitmen, dan loyalitas antar pelaku ekonomi. Oleh karena itu, interaksi antara pedagang dan mahasiswa tidak bisa hanya dilihat sebagai hubungan antara penjual dan pembeli, melainkan sebagai hasil dari relasi sosial yang lebih kompleks. Menurut Smelser dan Swedberg, sosiologi ekonomi melihat perilaku ekonomi sebagai bagian dari tindakan sosial yang dipengaruhi oleh nilai, peran sosial, dan institusi. Artinya, dalam bertransaksi, seseorang tidak hanya mempertimbangkan keuntungan, tetapi juga norma yang berlaku, reputasi, dan hubungan sosial yang telah terbangun. Hal ini menegaskan bahwa relasi sosial menjadi bagian penting dalam membentuk praktik ekonomi yang khas dalam suatu komunitas, termasuk dalam lingkungan mahasiswa dan pedagang.

Relasi sosial dalam ekonomi juga sering dikaitkan dengan konsep embeddedness, yaitu bagaimana aktivitas ekonomi tertanam dalam jaringan sosial. Namun, dalam perkembangan terkini, beberapa ahli menambahkan bahwa selain embeddedness, penting pula memperhatikan dimensi kekuasaan dan ketimpangan yang turut membentuk relasi ekonomi. Relasi antara mahasiswa dan pedagang, misalnya, bisa jadi dipengaruhi oleh posisi sosial, latar belakang ekonomi, dan perbedaan status pendidikan yang membentuk dinamika kekuasaan terselubung. James Coleman berkontribusi besar dalam memperkenalkan gagasan bahwa modal sosial, sebagai produk relasi sosial, dapat memengaruhi perilaku ekonomi. Dalam konteks ini, norma bersama dan jaringan kepercayaan menjadi instrumen penting dalam menjaga stabilitas hubungan ekonomi informal, seperti antara pedagang dan mahasiswa. (Rasyid et al., 2022) Hubungan semacam ini tidak hanya menciptakan efisiensi ekonomi, tetapi juga solidaritas sosial. Dalam konteks tersebut, relasi sosial bertindak sebagai pelumas sosial yang mempermudah proses pertukaran, meminimalkan risiko, dan membangun sistem ekonomi berbasis lokalitas.

Selain itu, relasi sosial dalam sosiologi ekonomi tidak hanya bersifat fungsional, tetapi juga simbolik. Hal ini dijelaskan oleh Zelizer, yang menekankan bahwa hubungan sosial dalam aktivitas ekonomi memiliki dimensi moral dan emosional. Dalam praktiknya, pedagang bisa memberi utang kepada mahasiswa bukan karena strategi bisnis, tetapi karena rasa empati atau pertimbangan moral sebagai sesama anggota komunitas. (Ilahi & Indra Lesmana, 2023) Dengan demikian, konsep relasi sosial dalam sosiologi ekonomi mengajak kita untuk memahami interaksi ekonomi secara lebih luas, tidak sekadar sebagai tindakan rasional individu, tetapi sebagai hasil dari jaringan hubungan sosial yang penuh makna. Hubungan antara pedagang dan mahasiswa adalah contoh nyata bagaimana relasi sosial membentuk cara individu bertindak

dalam ekonomi, menegosiasikan nilai, dan membangun kepercayaan dalam lingkup komunitas kampus.

Interaksi Ekonomi dan Sosial antara Pedagang dan Mahasiswa

Adapun hasil wawancara kepada beberapa pedagang terkait penelitian ini:

- a. Karakteristik Pedagang dan Usaha. Seorang pedagang mengungkapkan bahwa ia telah berjualan di sekitar kampus sejak tahun 2015, bermula dari warung kecil yang menjual makanan ringan dan minuman. Jenis barang yang ditawarkan meliputi makanan cepat saji, kopi sachet, dan alat tulis. Modal awal diperoleh dari hasil tabungan pribadi selama bekerja di tempat lain. Penentuan harga dilakukan dengan mempertimbangkan harga pasar dan kemampuan mahasiswa, serta sedikit margin keuntungan agar tetap terjangkau. Pedagang tersebut tidak memiliki karyawan tetap, namun terkadang dibantu oleh anggota keluarga saat ramai. Persaingan dengan pedagang lain diakuinya cukup ketat, namun tetap sehat karena masing-masing sudah memiliki pelanggan tetap.
- b. Relasi dengan Mahasiswa (Aspek Ekonomi). Sekitar 70–80% pelanggan pedagang tersebut adalah mahasiswa. Ia menilai daya beli mahasiswa cukup stabil, namun terdapat perbedaan pola konsumsi antara mahasiswa tingkat akhir dan mahasiswa baru—mahasiswa baru cenderung lebih konsumtif. Proses tawar-menawar masih sering terjadi, namun dilakukan secara santai dan penuh canda, terutama jika pembeli sudah dikenal. Diskon kecil seperti “harga teman” diberikan secara tidak formal, terutama kepada mahasiswa yang sering berbelanja. Kehadiran mahasiswa sangat signifikan dalam mendongkrak pendapatan harian. Untuk menarik pelanggan mahasiswa, ia menerapkan strategi seperti menyediakan Wi-Fi gratis, sistem utang terbatas, dan layanan cepat. Ia juga pernah menghadapi kendala seperti mahasiswa yang lupa membayar atau berutang terlalu lama, namun biasanya diselesaikan dengan komunikasi yang baik.
- c. Relasi dengan Mahasiswa (Aspek Sosial). Pedagang tersebut mengaku sering berinteraksi di luar transaksi, seperti berbincang soal kuliah atau situasi kampus. Ia mengenal beberapa mahasiswa secara personal, bahkan ada yang tetap mengunjungi meski sudah lulus. Rasa saling percaya tumbuh secara bertahap, terutama ketika mahasiswa menunjukkan itikad baik saat berutang atau sekadar bersikap sopan. Ia mengaku pernah memberikan bantuan kecil, seperti pinjaman uang atau membantu mahasiswa mencari tempat kos. Menurutnya, mahasiswa adalah pelanggan yang menyenangkan dan umumnya sopan. Ia juga melihat adanya perbedaan preferensi antara mahasiswa lokal dan luar daerah; mahasiswa luar lebih loyal dan terbuka dalam berkomunikasi.
- d. Modal Sosial dan Jaringan. Pedagang tersebut memiliki jaringan informal dengan sesama pedagang, sering saling berbagi informasi tentang harga bahan baku atau kondisi ramai. Ia tidak memiliki hubungan resmi dengan pihak kampus, namun pernah ikut terlibat dalam kegiatan bazar kampus. Beberapa alumni masih menjalin komunikasi, terutama saat kembali berkunjung. Hal ini menunjukkan adanya relasi jangka panjang yang tidak terbatas pada masa perkuliahan.
- e. Persepsi dan Harapan. Ia memandang dirinya sebagai bagian dari ekosistem pendukung kehidupan mahasiswa. Harapannya, relasi ini tetap terjaga dengan baik, bahkan lebih difasilitasi oleh pihak kampus agar interaksi antara pedagang dan mahasiswa tetap harmonis dan saling menguntungkan.

Adapun hasil wawancara kepada beberapa mahasiswa terkait penelitian ini:

- a. Karakteristik Mahasiswa. Seorang mahasiswa dari Fakultas Ekonomi, angkatan 2022, yang berasal dari luar daerah dan tinggal di kos, menjelaskan bahwa ia mengatur keuangannya dari kiriman orang tua, disertai penghasilan sampingan dari freelance.

- b. Interaksi dengan Pedagang (Aspek Ekonomi). Mahasiswa tersebut mengaku berbelanja hampir setiap hari ke warung sekitar kampus, khususnya untuk makanan, fotokopi, dan pulsa. Ia memilih tempat berbelanja berdasarkan kombinasi antara harga murah, lokasi yang dekat, serta keramahan pedagang. Tawar-menawar jarang dilakukan kecuali jika membeli dalam jumlah besar. Ia merasa harga yang ditawarkan sudah sesuai dengan kualitas, meskipun terkadang masih membandingkan antar pedagang. Pernah merasa kurang puas karena pesanan makanan tidak sesuai, namun diselesaikan dengan mengeluh secara langsung dan diberi kompensasi.
- c. Interaksi dengan Pedagang (Aspek Sosial). Mahasiswa ini memiliki beberapa pedagang langganan karena merasa nyaman dan sudah saling mengenal. Ia sering mengobrol ringan dengan pedagang, bahkan bertanya soal kabar keluarga atau kondisi lingkungan. Ia mengakui adanya rasa saling percaya, terutama dengan pedagang yang tidak langsung menagih saat lupa bayar. Ia juga pernah dipinjamkan uang saat kehabisan tunai. Secara umum, ia memandang pedagang sebagai bagian penting dari kehidupan kampus dan merasa mereka sangat membantu dalam hal kenyamanan dan aksesibilitas.
- d. Persepsi dan Pengalaman. Mahasiswa tersebut melihat peran pedagang sangat penting dalam menunjang kebutuhan dasar mahasiswa sehari-hari. Pengalaman positif yang paling berkesan adalah saat pedagang membantu mencarikan charger saat baterai laptopnya habis sebelum presentasi. Ia berharap ke depan relasi ini tetap humanis, tidak hanya sekadar jual beli, tetapi juga bisa saling membantu dalam batas yang wajar.

Hasil wawancara dengan pedagang di sekitar kampus menunjukkan bahwa sebagian besar dari mereka telah memulai usahanya lebih dari lima tahun lalu, dengan jenis dagangan yang bervariasi seperti makanan ringan, minuman, alat tulis, hingga jasa kebutuhan mahasiswa lainnya. Modal awal diperoleh dari tabungan pribadi, dan penetapan harga dilakukan dengan mempertimbangkan kemampuan ekonomi mahasiswa sebagai target utama. Sekitar 70–80% pelanggan adalah mahasiswa, sehingga strategi penjualan, termasuk pemberian diskon tidak formal, layanan cepat, hingga sistem utang terbatas, dirancang untuk menjawab kebutuhan mahasiswa. Interaksi ekonomi ini berlangsung dalam suasana yang tidak kaku, bahkan diwarnai dengan canda dan komunikasi yang cair, mencerminkan bahwa hubungan yang dibangun tidak hanya bersifat ekonomis, tetapi juga sosial. Dari sisi mahasiswa, mereka menyebutkan bahwa kehadiran pedagang di sekitar kampus sangat membantu dalam memenuhi kebutuhan harian. Tempat berbelanja dipilih berdasarkan harga yang terjangkau, lokasi yang dekat, dan kenyamanan dalam berinteraksi. Sebagian besar memiliki pedagang langganan karena adanya hubungan yang sudah terjalin baik, bahkan beberapa mahasiswa merasa aman untuk berutang atau meminta bantuan kecil di luar transaksi. Relasi ini menunjukkan adanya modal sosial yang tumbuh secara alami, berupa rasa saling percaya dan kedekatan emosional. Dalam konteks sosiologi ekonomi, hubungan ini memperlihatkan bagaimana interaksi ekonomi tertanam (embedded) dalam struktur sosial dan menjadi bagian dari praktik kehidupan sehari-hari mahasiswa dan pedagang di lingkungan kampus.

Modal Sosial dan Kepercayaan dalam Relasi Pedagang-Mahasiswa

Relasi antara pedagang dan mahasiswa di kawasan perkotaan seringkali dibentuk oleh dua elemen utama, yaitu modal sosial dan kepercayaan. Modal sosial merujuk pada jaringan hubungan dan norma-norma sosial yang memfasilitasi kerjasama dan pertukaran antara individu atau kelompok. Dalam konteks ini, baik pedagang maupun mahasiswa membangun modal sosial yang memungkinkan mereka saling berinteraksi dan bertransaksi dengan cara yang menguntungkan kedua belah pihak. Modal sosial ini menciptakan ikatan yang lebih kuat daripada sekadar hubungan ekonomi semata. Salah satu komponen utama dalam modal sosial

adalah jaringan sosial yang dibentuk oleh pedagang dan mahasiswa. Pedagang sering kali mengandalkan hubungan personal dan jaringan pertemanan untuk memperoleh pelanggan setia, sementara mahasiswa sering mencari tempat yang terjangkau dan nyaman untuk berbelanja. Di sinilah peran kepercayaan masuk, yang menjadi dasar untuk transaksi yang berlangsung tanpa terlalu banyak formalitas. Kepercayaan ini, menurut Fukuyama, dapat dipandang sebagai landasan penting dalam menciptakan sistem ekonomi yang stabil dan berkelanjutan.(Aji & Visilya Faniza, 2022)

Kepercayaan antara pedagang dan mahasiswa dapat tercipta melalui interaksi sosial yang berulang dan keterbukaan dalam komunikasi. Bagi mahasiswa, kepercayaan ini mencakup harapan bahwa pedagang akan memberikan harga yang wajar dan kualitas barang yang baik. Sementara bagi pedagang, kepercayaan terhadap mahasiswa terletak pada kepatuhan mereka untuk membayar tepat waktu dan menjaga hubungan yang berkesinambungan. Seiring waktu, hubungan ini menjadi lebih stabil dan memberikan manfaat bagi kedua pihak. Selain itu, kepercayaan ini juga berhubungan dengan adanya norma-norma sosial yang dibangun dalam interaksi sehari-hari. Misalnya, pedagang yang selalu memberikan pelayanan yang baik dan tidak merugikan mahasiswa akan mendapatkan reputasi positif, yang pada gilirannya memperkuat modal sosial yang mereka miliki. Sebaliknya, mahasiswa yang sering membeli dari pedagang yang sama atau mempromosikan produk mereka secara tidak langsung akan meningkatkan reputasi pedagang tersebut di mata komunitas lainnya.(Telaumbanua et al., 2023) Modal sosial dalam hubungan ini juga berfungsi sebagai sumber daya yang bisa dimanfaatkan untuk memperluas jaringan sosial. Bagi pedagang, mahasiswa dapat menjadi saluran untuk mendapatkan informasi tentang tren terbaru atau potensi pasar baru. Bagi mahasiswa, pedagang bisa menjadi sumber informasi terkait kebutuhan hidup sehari-hari, serta menjadi tempat yang nyaman untuk berinteraksi dengan individu lain dalam komunitas yang lebih luas. Ini menggambarkan pentingnya jaringan yang dibentuk oleh modal sosial sebagai aset yang bernilai dalam kehidupan perkotaan.(Melia et al., 2022)

Kepercayaan yang terbangun ini juga membawa dampak yang luas, tidak hanya pada aspek ekonomi, tetapi juga pada kesejahteraan sosial. Relasi yang didasarkan pada modal sosial yang kuat seringkali menciptakan lingkungan yang lebih kooperatif dan suportif. Pedagang yang percaya pada mahasiswa akan lebih mudah untuk beradaptasi dengan kebutuhan mereka, sementara mahasiswa yang merasa diterima dalam jaringan pedagang akan merasa lebih aman dan terintegrasi dalam komunitas perkotaan. Hal ini menunjukkan bahwa modal sosial dan kepercayaan bukan hanya membentuk hubungan yang lebih baik, tetapi juga memberikan dampak positif pada kualitas kehidupan sosial di perkotaan.(Hasis & Rismanto, 2023) Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa modal sosial dan kepercayaan memainkan peran yang sangat penting dalam membentuk hubungan yang saling menguntungkan antara pedagang dan mahasiswa. Dalam konteks ini, kedua pihak tidak hanya terlibat dalam transaksi ekonomi semata, tetapi juga dalam interaksi sosial yang membangun solidaritas dan keberlanjutan hubungan di masa depan. Modal sosial yang terjaga dengan baik akan menjadi kekuatan pendorong dalam menciptakan hubungan yang lebih kuat, stabil, dan berkelanjutan.

Dinamika Sosial dan Perubahan Relasi dalam Konteks Perkotaan

Dalam konteks kehidupan perkotaan, dinamika sosial merupakan sebuah keniscayaan yang ditandai oleh mobilitas tinggi, kompleksitas hubungan sosial, serta keberagaman latar belakang masyarakat. Kota menjadi ruang pertemuan berbagai kelompok dengan identitas budaya, ekonomi, dan sosial yang berbeda, sehingga perubahan relasi antarkelompok berlangsung secara cepat. Perubahan ini seringkali dipicu oleh perkembangan ekonomi, teknologi, dan arsitektur sosial kota yang terus bertransformasi mengikuti arus modernitas (Ariyani et al., 2021) Transformasi ini berdampak pada struktur relasi sosial, di mana ikatan

tradisional berbasis kekerabatan atau komunitas lokal melemah, digantikan oleh hubungan yang lebih pragmatis dan sementara. Hal ini sesuai dengan pandangan Giddens yang menegaskan bahwa modernitas menggeser keterikatan lokal menuju jejaring sosial yang lebih global dan abstrak.(Raidifi & Emiyati, 2024) Dalam kehidupan sehari-hari, relasi antarmasyarakat menjadi lebih cair, tetapi sekaligus rentan terhadap konflik kepentingan akibat perbedaan nilai dan orientasi hidup. Relasi antara pedagang dan mahasiswa di kawasan kampus perkotaan menjadi contoh kecil dari fenomena tersebut. Interaksi mereka tidak hanya bersifat transaksional tetapi juga mencerminkan adanya pertukaran nilai-nilai sosial seperti solidaritas, kepercayaan, dan saling pengertian. Namun, relasi ini pun mengalami dinamika ketika muncul tekanan ekonomi, perubahan pola konsumsi, atau kebijakan tata kota yang menggeser ruang-ruang pertemuan sosial tersebut.(Hakim et al., 2024)

Selain itu, globalisasi turut mempercepat perubahan relasi sosial di kota. Masyarakat perkotaan kini lebih terpapar oleh budaya digital yang memengaruhi cara mereka berinteraksi dan membentuk komunitas. Komunitas virtual menggantikan pertemuan fisik, dan nilai-nilai seperti gotong royong atau musyawarah tergantikan oleh efisiensi dan kecepatan informasi.(Kawung & Zakarias, 2020) Ini mengindikasikan adanya pergeseran pola komunikasi dari yang bersifat partisipatif menjadi lebih individualistik. Namun, dinamika sosial tersebut tidak selalu berdampak negatif. Perubahan relasi dalam kota juga membuka peluang bagi terciptanya bentuk-bentuk solidaritas baru. Di tengah urbanisasi dan modernitas, muncul komunitas-komunitas alternatif yang mengedepankan nilai inklusivitas, keberlanjutan, dan solidaritas sosial, seperti komunitas pedagang kecil dan mahasiswa yang saling mendukung dalam kegiatan ekonomi kreatif dan advokasi kebijakan. Oleh karena itu, memahami dinamika sosial dan perubahan relasi di wilayah perkotaan membutuhkan pendekatan interdisipliner. Sosiologi perkotaan tidak hanya menjelaskan pola interaksi antarindividu, tetapi juga harus memperhatikan struktur ekonomi, politik, dan budaya yang memengaruhi relasi tersebut. Kota bukan sekadar ruang fisik, melainkan arena sosial tempat berlangsungnya negosiasi identitas, kepentingan, dan solidaritas sosial yang terus berkembang.

KESIMPULAN

Dari pembahasan yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa relasi sosial dalam sosiologi ekonomi sangat penting untuk memahami interaksi antara individu atau kelompok dalam konteks ekonomi. Modal sosial dan kepercayaan membentuk dasar hubungan antara pedagang dan mahasiswa, yang tidak hanya melibatkan transaksi ekonomi, tetapi juga meliputi interaksi sosial yang mengarah pada terciptanya solidaritas, kepercayaan, dan jaringan sosial. Hal ini memperlihatkan bahwa perilaku ekonomi tidak dapat dipahami hanya sebagai tindakan rasional individu, tetapi juga sebagai bagian dari sistem sosial yang lebih luas, yang dipengaruhi oleh norma-norma, hubungan sosial, dan struktur komunitas. Dinamika sosial yang terjadi di perkotaan menunjukkan bagaimana perubahan dalam struktur sosial dapat mempengaruhi cara individu bertindak dalam ekonomi, baik dalam konteks hubungan pedagang-mahasiswa maupun dalam komunitas yang lebih besar.

Saran

Untuk mengoptimalkan potensi relasi sosial dalam mendukung aktivitas ekonomi, terutama di lingkungan kampus, pihak kampus perlu menciptakan kebijakan yang dapat mendukung keberlanjutan hubungan sosial antara pedagang dan mahasiswa. Hal ini bisa dilakukan dengan memfasilitasi ruang-ruang interaksi sosial yang sehat, seperti bazar kampus atau kegiatan komunitas yang melibatkan pedagang dan mahasiswa. Selain itu, penting untuk mengedukasi mahasiswa dan pedagang mengenai pentingnya menjaga kepercayaan dan

solidaritas sosial dalam hubungan mereka, yang dapat memperkuat modal sosial dan memberikan manfaat jangka panjang baik secara ekonomi maupun sosial. Ke depan, penelitian lebih lanjut mengenai dinamika sosial ini juga diperlukan untuk memahami perubahan-perubahan yang terjadi dalam relasi sosial di masyarakat urban dan dampaknya terhadap struktur ekonomi lokal.

DAFTAR PUSTAKA

- Aji, R. R. & Visilya Faniza. (2022). Peran Modal Sosial Dalam Pengembangan Komponen Pariwisata Di Desa Wisata Pentingsari. *Barista : Jurnal Kajian Bahasa Dan Pariwisata*, 9(2), 47–59. <https://doi.org/10.34013/Barista.V9i02.703>
- Ariyani, H., Dehen, D., & Rohaetin, S. (2021). Strategi Persaingan Antar Pedagang Dalam Perspektif Sosiologi Ekonomi Di Pasar Blauran Palangka Raya. *Jurnal Syntax Transformation*, 2(06), 774–786. <https://doi.org/10.46799/Jst.V2i6.297>
- Hakim, L. D. R., Satya Parama, I. D. M., & Hilmi, F. (2024). Relasi Pedagang Asongan Dan Wisatawan Di Kawasan Ekonomi Khusus (Kek) Mandalika, Lombok, Nusa Tenggara Barat. *Indonesian Journal Of Tourism And Leisure*, 5(1), 62–75. <https://doi.org/10.36256/Ijtl.V5i1.395>
- Hasis, A. & Rismanto. (2023). Implementasi Etika Bisnis Islam Pada Pedagang Sembako Di Pasar Bringkoning Desa Tlagah Kecamatan Banyuates Kabupaten Sampang. *Islamic Economics And Finance Journal*, 1(2), 132–140. <https://doi.org/10.62005/Iseco.V1i2.32>
- Ilahi, Y. F., & Indra Lesmana, C. (2023). Peran Sosiologi Ekonomi Dalam Pembangunan Ekonomi Masyarakat. *Jurnal Dinamika Ekonomi Syariah*, 10(2), 147–156. <https://doi.org/10.53429/Jdes.V10i2.718>
- Kawung, E. J. R., & Zakarias, J. D. (2020). Perubahan Gaya Hidup Sosial Masyarakat Pedesaan Akibat Globalisasi Di Desa Rasi Kecamatan Ratahan Kabupaten Minahasa Tenggara. 13(3).
- Melia, A., Roslinda, E., & Prayogo, H. (2022). Modal Sosial Masyarakat Dalam Pengelolaan Tembawang Di Desa Paloan. 12(1).
- Raidifi, E., & Emiyati, A. (2024). Transformasi Sosial Oleh Generasi Z Dalam Konteks Masyarakat Majemuk. *Proceeding National Conference Of Christian Education And Theology*, 2(2), 143–153. <https://doi.org/10.46445/Nccet.V2i2.961>
- Rasyid, N. F., Enre, A. A., Nadir, N., & Halil, A. (2022). Peran Modal Sosial Dalam Usahatani Rumput Laut Di Desa Bontosunggu Kecamatan Tamalatea Kabupaten Jeneponto. *Agrimu*, 2(1). <https://doi.org/10.26618/Agm.V2i1.7165>
- Telaumbanua, A., Tumengkol, S., & J. Lasut, J. (2023). Strategi Pedagang Tradisional Di Era Pemasaran Online Di Pasar 45 Kota Manado. *Jurnal Ilmiah Society*, 3(2)