



Modal Sosial Ekonomi Relasional dalam Komunitas Penjual Rujak Buah di Pantai Natsepa, Maluku Tengah

El-Roi Rizsaldie Madubun¹, Vitalona Crysantini Paays², Muhammad Kurnia Ramadhan³

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pattimura, Indonesia^{1,2,3}

Email Korespondensi: el.madubun@lecturer.unpatti.ac.id¹, vitalona.paays@lecturer.unpatti.ac.id², kurniaramadhan16@gmail.com³

Article received: 21 Oktober 2025, Review process: 19 Januari 2026

Article Accepted: 07 Maret 2026, Article published: 17 Maret 2026

ABSTRACT

Economic activities within the informal sector often extend beyond mere exchanges of goods and services, serving as social arenas where relationships, cultural values, and community solidarity are continuously constructed and maintained. This research explores the social relationships among fruit salad (rujak) sellers at Natsepa Beach, Suli Village, Central Maluku, focusing on the interconnection between economic activities, cultural values, and social solidarity. Using a qualitative descriptive, this study found that the sellers' economic interactions are deeply embedded in moral and cultural frameworks. Social relations among sellers reflect mechanical solidarity based on shared values and traditions, while relations with buyers are characterized by trust, emotional attachment, and symbolic communication. Social capital comprising trust, social networks, and social norms serves as the main foundation sustaining the community's economic and social resilience. Rujak Natsepa emerges not only as a local culinary icon but also as a symbol of cultural identity and relational economy rooted in communal harmony and mutual support.

Keywords: Social relations, solidarity, trust, social capital, local economy

ABSTRAK

Aktivitas ekonomi dalam sektor informal tidak hanya berkaitan dengan pertukaran barang dan jasa, tetapi juga menjadi ruang terbentuknya relasi sosial, nilai budaya, dan solidaritas komunitas lokal. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji relasi sosial antarpengjual rujak buah di Pantai Natsepa, Desa Suli, Kabupaten Maluku Tengah, dengan menekankan keterkaitan antara aktivitas ekonomi, nilai budaya, dan solidaritas sosial. Menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, penelitian ini menemukan bahwa aktivitas ekonomi para penjual tidak berdiri sendiri, melainkan berakar kuat pada nilai-nilai moral dan budaya lokal. Relasi sosial antarpengjual mencerminkan solidaritas mekanik yang dibangun atas dasar kesamaan nilai dan tradisi, sedangkan relasi antara penjual dan pembeli diwarnai kepercayaan, kedekatan emosional, serta komunikasi simbolik. Modal sosial berupa kepercayaan, jaringan sosial, dan norma sosial menjadi fondasi utama keberlangsungan komunitas ekonomi lokal ini. Rujak Natsepa tidak hanya menjadi ikon kuliner Maluku, tetapi juga simbol identitas budaya dan bentuk ekonomi relasional yang berpijak pada harmoni sosial.

Kata Kunci: Relasi sosial, solidaritas, kepercayaan, modal sosial, ekonomi lokal.

PENDAHULUAN

Relasi sosial merupakan unsur sentral dalam kehidupan manusia karena melalui interaksi sosial nilai, norma, dan jaringan terbentuk yang kemudian memengaruhi berbagai aspek kehidupan, termasuk kegiatan ekonomi sehari-hari. Dalam perspektif sosiologi ekonomi, interaksi jual-beli tidak hanya berfungsi sebagai pertukaran komoditas, tetapi juga sebagai arena pembentukan makna sosial, legitimasi, dan identitas kolektif (Weber, 1978; Durkheim, 1984). Di kawasan wisata Pantai Natsepa, Desa Suli, aktivitas penjualan rujak buah tidak sekadar transaksi ekonomi; ia menjadi praktik sosial yang mereproduksi nilai budaya lokal, solidaritas antarpelaku, dan modal sosial yang menopang keberlangsungan ekonomi rumah tangga. Laporan penelitian sebelumnya yang menjadi dasar naskah ini menggambarkan fenomena tersebut: pembagian ruang (zona dalam dan luar), peranan koordinator lokal, praktik saling membantu, praktik kredit informal, serta transformasi peran perempuan sebagai agen ekonomi mikro—semua unsur itu menunjukkan kompleksitas relasi sosial yang melampaui dimensi ekonomi semata.

Dalam lima tahun terakhir, literatur mengenai pedagang kaki lima (street vendors), modal sosial, dan ekonomi informal di Indonesia dan kawasan pesisir menunjukkan peningkatan perhatian akademik terhadap peran jaringan sosial dan norma lokal dalam menjamin keberlanjutan usaha mikro. Studi kuantitatif oleh Syarifuddin et al. (2022) di Cirebon menemukan bahwa modal sosial memiliki pengaruh paling kuat terhadap keberlanjutan pedagang kaki lima dibandingkan dengan modal finansial dan modal manusia. Temuan serupa juga diperoleh oleh Wulandari dan Hidayat (2023) yang menelaah perkembangan modal sosial pedagang pasar tradisional di Yogyakarta, bahwa jaringan sosial dan interaksi antarpedagang membantu mereka mempertahankan eksistensi di tengah tekanan urbanisasi dan kebijakan penataan ruang publik.

Di konteks pesisir dan sektor pariwisata, kajian yang dilakukan oleh Ardhani (2021) menunjukkan bahwa pekerja informal di destinasi wisata pesisir mengandalkan strategi bertahan hidup yang melibatkan adaptasi sosial, diversifikasi layanan, serta pemanfaatan modal sosial untuk menarik loyalitas wisatawan. Selain itu, penelitian oleh Nugraha dan Puspasari (2020) menyoroti pentingnya nilai-nilai budaya dan jaringan lokal dalam membangun daya tahan ekonomi komunitas wisata kuliner. Kajian lintas sektor oleh Marasabessy (2024) dalam konteks blue economy di Maluku juga menegaskan bahwa integrasi antara kearifan lokal dan modal sosial berperan memperkuat pembangunan ekonomi pesisir yang berkelanjutan.

Meskipun literatur mengenai pedagang informal dan modal sosial semakin kaya, masih terdapat kesenjangan penelitian pada tingkat mikro-etnografi yang memetakan secara rinci relasi sosial antarpengjual makanan khas di lokasi wisata pesisir tertentu. Sebagian besar penelitian terdahulu cenderung menyoroti aspek ekonomi atau kebijakan, namun belum banyak yang mengaitkannya dengan dimensi simbolik, kultural, dan gender dalam praktik sosial keseharian. Penelitian ini mengisi kekosongan tersebut dengan menelaah bagaimana praktik budaya lokal seperti *pela gandong* dan prinsip hidup *basudara*, pembagian ruang ekonomi

(zona dalam dan luar), serta peran koordinator lokal membentuk pola solidaritas, kompetisi, dan mekanisme pengaturan ekonomi informal.

Berdasarkan kesenjangan tersebut, penelitian ini berfokus pada tiga hal utama: pertama, mendeskripsikan bentuk-bentuk relasi sosial antarpengjual rujak buah di Pantai Natsepa; kedua, menganalisis relasi sosial antara penjual dan pembeli sebagai praktik pertukaran sosial yang melibatkan nilai moral dan simbol; dan ketiga, menelaah peran modal sosial – termasuk mekanisme norma, jaringan, dan kepercayaan – dalam menopang ketahanan ekonomi komunitas penjual rujak.

Kontribusi orisinal penelitian ini terletak pada tiga aspek utama. Pertama, penelitian ini melakukan pemetaan sosial dan spasial terhadap struktur ruang ekonomi di Pantai Natsepa (zona dalam dan luar) serta menyoroti peran koordinator lokal sebagai simpul sosial yang mengatur relasi ekonomi dan norma kerja kolektif. Kedua, penelitian ini menampilkan pendekatan etnografis deskriptif terhadap aktivitas perdagangan rujak buah sebagai medium pertukaran budaya dan simbol identitas lokal, yang jarang dibahas dalam konteks ekonomi wisata. Ketiga, penelitian ini mengintegrasikan analisis teori modal sosial (Coleman, 1988; Putnam, 1993) dengan dimensi gender dan budaya lokal, sehingga menghasilkan pemahaman baru tentang bagaimana perempuan penjual memadukan peran domestik dan publik dalam menciptakan ekonomi moral berbasis solidaritas komunitas. Dengan demikian, penelitian ini memberikan kontribusi teoretis terhadap kajian sosiologi ekonomi, khususnya tentang relasi sosial dan ekonomi mikro di sektor informal pesisir, serta memberikan kontribusi praktis bagi pengembangan ekonomi berbasis komunitas di daerah wisata lokal.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif yang bertujuan untuk memahami makna sosial, pola interaksi, serta relasi yang terbentuk antara penjual rujak buah di Pantai Natsepa dengan sesama penjual maupun dengan pembeli. Pendekatan ini dipilih karena fenomena sosial yang diteliti tidak dapat dijelaskan hanya melalui pengukuran numerik, melainkan harus dipahami melalui pengalaman, pandangan, dan makna yang dikonstruksi oleh pelaku sosial dalam konteks kehidupan mereka. Dengan menggunakan paradigma interpretatif, penelitian ini berupaya menafsirkan tindakan sosial para penjual rujak sebagai bagian dari sistem nilai, budaya lokal, serta solidaritas sosial yang berkembang dalam masyarakat pesisir Maluku (Creswell, 2016).

Penelitian dilaksanakan di kawasan wisata Pantai Natsepa, Negeri Suli, Kecamatan Salahutu, Kabupaten Maluku Tengah selama dua bulan, yaitu Agustus hingga September 2025. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi partisipatif dan wawancara mendalam. Observasi dilakukan untuk melihat secara langsung aktivitas jual beli rujak, pola interaksi antarpengjual, serta hubungan antara penjual dan pembeli dalam situasi nyata. Wawancara dilakukan secara semi-terstruktur terhadap informan yang dipilih melalui teknik purposive sampling, dengan kriteria seperti lamanya berjualan, intensitas interaksi sosial, dan keterlibatan dalam komunitas. Informan penelitian terdiri dari sepuluh penjual rujak yang beroperasi di zona dalam dan luar kawasan pantai, dua pembeli tetap,

serta satu koordinator lapak yang berperan dalam mengatur hubungan antarpengjual dan koordinasi dengan pihak pengelola wisata.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pemetaan Sosial dan Ruang Ekonomi Penjual Rujak Buah di Pantai Natsepa

Hasil penelitian menunjukkan Pantai Natsepa di Maluku Tengah bukan sekadar ruang wisata alam, tetapi juga arena ekonomi rakyat yang terbentuk melalui aktivitas sosial sehari-hari masyarakat pesisir, khususnya para perempuan penjual rujak buah. Berdasarkan hasil observasi lapangan, terdapat dua zona utama tempat aktivitas ekonomi tersebut berlangsung: zona bagian dalam pantai Natsepa dan zona bagian luar pantai Natsepa. Zona dalam mencakup wilayah setelah gerbang masuk kawasan wisata, sementara zona luar membentang di sepanjang trotoar dari depan gerbang hingga batas ujung jalan pantai.

Jumlah total penjual rujak mencapai 90 orang, terdiri atas 42 orang di bagian dalam dan 48 orang di bagian luar. Setiap wilayah memiliki koordinator lokal yang ditunjuk oleh Dinas Pariwisata Maluku Tengah. Kedua tokoh ini tidak hanya berperan sebagai penghubung antara penjual dengan pemerintah, tetapi juga sebagai figur sosial yang menjaga harmoni, kebersihan, serta keteraturan aktivitas ekonomi masyarakat lokal.

Menariknya, perbedaan lokasi juga merefleksikan struktur sosial dan identitas etnik. Penjual di bagian dalam seluruhnya berasal dari Negeri Suli—masyarakat asli setempat yang memiliki hak historis dan kultural atas wilayah pantai. Sebaliknya, di bagian luar, terdapat penjual dari luar Suli seperti Tial dan Buton. Pembagian ini menggambarkan bentuk segregasi ruang ekonomi berbasis asal-usul kultural, di mana wilayah inti dijaga sebagai “ruang etnis”, sedangkan wilayah luar lebih inklusif terhadap pendatang.

Pola ini memperlihatkan bagaimana ruang ekonomi lokal diatur melalui mekanisme sosial nonformal yang melibatkan nilai, kepercayaan, dan pengakuan adat. Koordinator bukan sekadar pejabat administratif, tetapi berperan sebagai simbol legitimasi sosial yang menyeimbangkan hubungan antara tradisi dan kebijakan formal pemerintah.

1. *Profil Sosial Ekonomi dan Dinamika Perempuan Pekerja*

Sebagian besar penjual rujak di Natsepa adalah perempuan paruh baya berusia antara 40–65 tahun. Mereka berstatus ibu rumah tangga, istri nelayan, atau bahkan kepala keluarga tunggal. Dengan tingkat pendidikan yang relatif rendah—sebatas SD hingga SMA—mereka menghadapi keterbatasan akses terhadap pekerjaan formal, sehingga menjual rujak menjadi strategi ekonomi bertahan hidup (survival economy) yang berakar pada konteks sosial-ekonomi pedesaan pesisir.

Motivasi berjualan tidak sekadar mencari penghasilan tambahan, tetapi merupakan bentuk aktualisasi peran perempuan dalam ekonomi rumah tangga. Aktivitas ini memadukan nilai tradisional (sebagai pengasuh dan pengatur rumah tangga) dengan nilai modern (sebagai pencari nafkah). Mereka berangkat pagi atau siang setelah pekerjaan domestik selesai, membuka tenda hingga malam hari, dan bekerja dengan dedikasi tinggi meski kondisi cuaca tidak menentu.

Pendapatan yang diperoleh dari penjualan rujak—berkisar antara Rp12.000 hingga Rp17.000 per porsi—serta produk pelengkap seperti es kelapa muda dan minuman segar lainnya, digunakan untuk memenuhi kebutuhan dasar keluarga: makan, biaya sekolah anak, hingga perawatan rumah. Sebagian bahkan berhasil menyekolahkan anak hingga perguruan tinggi.

Fenomena ini memperlihatkan transformasi ekonomi rumah tangga tradisional menuju ekonomi berbasis usaha mikro perempuan. Aktivitas mereka menciptakan sirkulasi ekonomi lokal yang signifikan, di mana perempuan bukan sekadar agen ekonomi, tetapi juga penjaga nilai sosial melalui cara mereka melayani, berkomunikasi, dan menciptakan suasana keramahan khas Maluku.

2. *Interaksi Sosial Antar Penjual Rujak: Solidaritas dan Dinamika Kompetisi*

Interaksi sosial yang terbangun antar penjual rujak di Natsepa bersifat asosiatif dan fungsional. Mereka saling mengenal karena kesamaan tempat tinggal, asal etnik, atau hubungan kekerabatan. Hubungan sosial ini menjadi fondasi munculnya solidaritas mekanik (Durkheim)—suatu bentuk solidaritas yang didasarkan pada kesamaan nilai, keyakinan, dan pekerjaan.

Bentuk interaksi asosiatif tampak pada: Saling membantu ketika salah satu kewalahan melayani pembeli, saling berbagi buah atau bumbu ketika persediaan habis, mengalihkan pembeli ke tenda lain agar rezeki merata, melakukan kegiatan sosial bersama seperti kerja bakti dan ibadah bersama. Namun, dalam ruang ekonomi yang terbatas, hubungan sosial tidak sepenuhnya bebas dari gesekan. Muncul pula bentuk interaksi disosiatif, berupa persaingan halus dan rasa iri di antara pedagang. Persaingan ini biasanya berkaitan dengan perbedaan jumlah pelanggan atau posisi tenda yang strategis. Walaupun demikian, norma sosial lokal yang kuat membuat konflik terbuka jarang terjadi. Nilai-nilai pela gandong (kekerabatan antarsaudara) menjadi penahan potensi disintegrasi sosial, menciptakan keseimbangan antara kompetisi dan kohesi sosial. Dengan demikian, struktur sosial pedagang rujak di Natsepa mencerminkan masyarakat dengan jaringan sosial padat (dense social network)—di mana hubungan interpersonal yang intens berfungsi menjaga stabilitas dan harmoni dalam komunitas ekonomi kecil.

3. *Interaksi Ekonomi yang Bertransformasi menjadi Relasi Sosial*

Hubungan sosial antara penjual dan pembeli rujak buah di Pantai Natsepa bukan sekadar hubungan ekonomi yang didasarkan pada transaksi jual beli, melainkan suatu bentuk relasi sosial yang sarat makna, emosi, dan nilai budaya. Aktivitas menjual dan membeli rujak yang terlihat sederhana pada permukaan, sesungguhnya merepresentasikan interaksi sosial kompleks yang melibatkan kepercayaan, simbol, komunikasi, dan pertukaran makna antarindividu dari latar belakang sosial yang beragam.

Pada awalnya, interaksi antara penjual dan pembeli muncul karena kepentingan ekonomi: penjual membutuhkan pendapatan, dan pembeli membutuhkan barang (rujak buah). Namun, seiring dengan intensitas pertemuan dan keterulangan proses transaksi, hubungan ini berkembang melampaui sekadar

pertukaran komoditas. Relasi ekonomi berubah menjadi relasi sosial dan emosional yang diwarnai rasa saling mengenal, saling menghargai, bahkan saling percaya.

Penjual rujak di Natsepa bukan hanya “penyedia barang”, tetapi juga aktor sosial yang membangun pengalaman emosional wisatawan. Banyak pengunjung datang bukan hanya karena rasa rujaknya, tetapi karena pengalaman berinteraksi dengan penjual yang ramah, hangat, dan bersahaja. Cara mereka menyapa pembeli, gaya bercakap-cakap dengan logat khas Maluku, hingga cara menyiapkan rujak dengan penuh perhatian, semua menciptakan suasana yang akrab dan menyenangkan.

Dalam konteks ini, transaksi ekonomi menjadi pintu masuk bagi terbentuknya hubungan sosial yang lebih dalam. Proses jual beli rujak tidak berhenti pada pertukaran uang dan barang, tetapi berkembang menjadi komunikasi interpersonal yang bermakna, di mana kedua pihak saling mengakui eksistensi satu sama lain.

4. *Kepercayaan dan Loyalitas Pelanggan*

Salah satu ciri khas hubungan antara penjual dan pembeli di Pantai Natsepa adalah tingginya tingkat kepercayaan (trust) yang terbentuk di antara mereka. Banyak pembeli, baik dari masyarakat lokal maupun wisatawan dari luar daerah, menjadi pelanggan tetap karena merasa nyaman dengan pelayanan dan sikap penjual. Dalam beberapa kasus, pembeli yang sudah berlangganan diperbolehkan membayar nanti atau “utang kecil” jika sedang tidak membawa uang tunai. Penjual tidak khawatir karena hubungan mereka telah dilandasi rasa saling percaya.

Bentuk kepercayaan ini bukan hanya hasil interaksi berulang, tetapi juga bagian dari nilai moral dan etika berdagang masyarakat Maluku, yang menjunjung tinggi kejujuran (jujur sampe mati) dan kesopanan dalam berinteraksi. Penjual sadar bahwa dalam dunia wisata, reputasi lebih berharga daripada keuntungan sesaat. Oleh karena itu, mereka menjaga sikap agar pembeli merasa dihormati dan diperlakukan dengan tulus. Kepercayaan ini menciptakan loyalitas pelanggan (customer loyalty) yang tinggi. Banyak wisatawan yang kembali ke Natsepa dan mencari penjual rujak langganan mereka, bahkan mengingat nama penjual atau posisi tenda yang mereka datangi sebelumnya. Hubungan semacam ini menunjukkan bahwa keberhasilan ekonomi komunitas ini tidak semata ditentukan oleh produk (rujak), tetapi oleh kualitas relasi sosial yang mereka bangun.

5. *Simbol, Bahasa, dan Emosi dalam Interaksi*

Interaksi antara penjual dan pembeli di Natsepa sarat dengan simbol dan makna sosial. Bahasa yang digunakan tidak sekadar alat komunikasi fungsional, tetapi juga sarana membangun keakraban dan menegaskan identitas sosial. Penjual sering menggunakan sapaan-sapaan hangat dan egaliter seperti “mama”, “nona manis”, “sayang”, atau “abang baik” kepada pembeli. Dalam konteks budaya Maluku, sapaan ini bukan tanda kurang sopan, tetapi bentuk ekspresi kedekatan sosial dan keramahan lokal.

Menurut perspektif Interaksionisme Simbolik (Mead & Blumer), tindakan sosial manusia mengandung makna simbolik yang diinterpretasikan oleh kedua

belah pihak. Sapaan hangat, tawa kecil, atau senyuman selama proses jual beli adalah simbol yang memperkuat ikatan sosial. Bagi penjual, tindakan ini memperlihatkan keramahan dan keterbukaan; bagi pembeli, hal tersebut menimbulkan rasa diterima dan dihargai.

Di sisi lain, suasana tenda rujak di Natsepa juga menjadi ruang sosial terbuka di mana interaksi berlangsung tidak hanya antara penjual dan pembeli, tetapi juga antar sesama pembeli. Sering kali pengunjung duduk bersebelahan, saling menyapa, berbagi pengalaman, bahkan berfoto bersama. Tenda rujak dengan demikian berfungsi sebagai mikrokosmos sosial – ruang di mana orang-orang dari berbagai latar belakang (lokal, wisatawan, pejabat, mahasiswa, bahkan turis asing) dapat bertemu dan membangun hubungan sosial baru secara spontan. Fenomena ini memperlihatkan bahwa rujak Natsepa bukan hanya makanan khas, tetapi juga medium komunikasi sosial yang mempertemukan beragam identitas dan menciptakan ruang interaksi lintas kelas sosial dan budaya.

6. *Relasi Sosial sebagai Bentuk Pertukaran Sosial*

Dalam perspektif teori pertukaran sosial (Social Exchange Theory) yang dikembangkan oleh George Homans dan Peter Blau, hubungan sosial antara penjual dan pembeli dapat dilihat sebagai bentuk pertukaran yang tidak hanya melibatkan barang dan uang, tetapi juga nilai sosial dan emosional. Penjual memberikan pelayanan, keramahan, dan rasa nyaman; sebagai gantinya, pembeli memberikan kepercayaan, loyalitas, dan penghargaan simbolik seperti pujian atau rekomendasi kepada orang lain.

Pertukaran sosial ini menciptakan hubungan timbal balik yang saling menguntungkan dan berkelanjutan. Ketika hubungan ini sudah mapan, nilai pertukaran non-material (seperti rasa hormat dan keakraban) bahkan bisa lebih penting daripada nilai ekonomi dari transaksi itu sendiri.

Selain itu, fenomena ini juga memperlihatkan adanya etika ekonomi lokal yang menekankan keseimbangan antara keuntungan dan kemanusiaan. Penjual tidak sekadar menjual rujak sebagai komoditas, tetapi sebagai “pengalaman sosial” yang memuat nilai moral dan kebahagiaan sederhana. Ini sejalan dengan pandangan Amitai Etzioni (1998) tentang moral dimension in economic behavior – bahwa tindakan ekonomi masyarakat tradisional sering kali didorong oleh nilai moral, bukan sekadar logika pasar.

7. *Rujak Natsepa sebagai Simbol Budaya dan Identitas Kolektif*

Rujak buah Natsepa telah lama menjadi simbol budaya Maluku, dan para penjual berperan sebagai penjaga simbol tersebut (cultural custodians). Dalam setiap interaksi dengan pembeli, mereka tidak hanya menjual makanan, tetapi juga menyampaikan narasi tentang Maluku: keramahan, ketulusan, dan keindahan. Setiap porsi rujak yang disajikan menjadi representasi kecil dari identitas sosial masyarakat lokal.

Hubungan penjual dan pembeli dalam konteks ini bersifat representasional penjual mewakili citra masyarakat Maluku, sedangkan pembeli (terutama wisatawan luar daerah) menjadi pihak yang mengkonsumsi sekaligus membentuk

persepsi tentang budaya lokal. Oleh karena itu, interaksi mereka juga menjadi arena pertukaran budaya di mana nilai-nilai lokal (seperti sopan santun, kerja keras, dan keterbukaan) diperkenalkan melalui tindakan nyata, bukan sekadar kata.

Secara sosiologis, hal ini menunjukkan bahwa aktivitas ekonomi lokal seperti jualan rujak tidak bisa dipisahkan dari konteks budaya dan simbolik. Relasi antara penjual dan pembeli di Natsepa adalah bentuk interaksi lintas-kultural yang penuh makna, di mana transaksi ekonomi menjadi bagian dari praktik sosial yang mempertahankan warisan budaya dan memperkuat citra daerah.

8. *Relasi Sosial antara Penjual dan Pemilik Tenda Jualan*

Di wilayah luar pantai, terdapat hubungan unik antara penjual rujak dan pemilik tenda. Tidak semua penjual memiliki tempat berjualan sendiri; sebagian menyewa dari warga setempat. Hubungan sewa ini tidak semata-mata hubungan ekonomi, tetapi juga relasi sosial berbasis kepercayaan (*trust-based relation*).

Kepercayaan muncul karena adanya hubungan sebelumnya – baik sebagai tetangga, kerabat, maupun sesama warga Suli. Perjanjian sewa dilakukan secara lisan, dan kejujuran menjadi modal utama. Ada pula hubungan kerja sama keluarga, di mana penjual mengelola tenda milik saudaranya dan hasil penjualan dibagi dua. Hubungan semacam ini mencerminkan kerja ekonomi moral (*moral economy*) – konsep yang menekankan pentingnya norma sosial, rasa saling percaya, dan nilai gotong royong dalam ekonomi rakyat. Bentuk interaksi ini memperlihatkan bahwa ekonomi lokal di Natsepa tidak hanya diatur oleh mekanisme pasar, melainkan juga oleh struktur sosial tradisional yang menjaga keseimbangan antara keuntungan ekonomi dan keharmonisan sosial.

9. *Modal Sosial dalam Komunitas Penjual Rujak Buah*

Keberlangsungan komunitas penjual rujak buah di Pantai Natsepa tidak dapat dilepaskan dari kekuatan modal sosial yang terbangun di antara mereka. Modal sosial menjadi elemen kunci yang menjelaskan mengapa kelompok ini mampu bertahan dalam jangka panjang, menghadapi berbagai perubahan ekonomi, sosial, maupun kebijakan pemerintah, tanpa kehilangan nilai-nilai solidaritas dan kebersamaan. Dalam konteks ini, modal sosial bukan hanya sekadar jaringan hubungan sosial, melainkan juga sumber daya sosial yang bernilai tinggi karena berperan dalam membentuk kepercayaan, memperkuat kerja sama, serta menjaga stabilitas sosial di tengah ketidakpastian ekonomi sektor informal.

10. *Konteks Modal Sosial di Natsepa*

Secara teoretis, modal sosial dapat dipahami melalui pandangan James Coleman (1988) dan Robert Putnam (1993), yang mendefinisikannya sebagai sumber daya yang muncul dari hubungan antarindividu dalam jaringan sosial yang ditandai oleh kepercayaan (*trust*), norma sosial (*social norms*), dan jaringan sosial (*social networks*). Modal sosial memungkinkan anggota masyarakat untuk bekerja sama mencapai tujuan bersama, menurunkan biaya sosial, serta meningkatkan efisiensi dan kohesi sosial.

Dalam komunitas penjual rujak Natsepa, modal sosial berkembang secara organik tidak dirancang secara formal, melainkan tumbuh dari interaksi sosial yang berulang, nilai-nilai budaya lokal, dan pengalaman hidup bersama. Para penjual rujak berasal dari latar belakang sosial yang relatif seragam, memiliki kesamaan pekerjaan, tinggal di lingkungan yang berdekatan, dan menjalani kehidupan ekonomi yang saling bergantung. Dari situlah lahir rasa saling percaya, tolong-menolong, serta rasa kebersamaan yang kuat.

Modal sosial di Natsepa berfungsi seperti “lem sosial” (social glue) yang merekatkan hubungan antarpenjual, menghubungkan mereka dengan pembeli, serta menjembatani komunikasi dengan pihak eksternal seperti Dinas Pariwisata dan pengelola pantai. Meskipun komunitas ini tidak memiliki struktur organisasi formal, kekuatan modal sosial menjadikannya berfungsi seperti lembaga sosial yang otonom dan solid.

Elemen-Elemen Modal Sosial dalam Komunitas Penjual Rujak

1. Kepercayaan (Trust) sebagai Dasar Hubungan Sosial

Kepercayaan merupakan dimensi paling mendasar dari modal sosial dan menjadi pondasi utama hubungan sosial antarpenjual rujak. Di Natsepa, kepercayaan ini hadir dalam berbagai bentuk tindakan sehari-hari. Misalnya, penjual sering meminjam bahan dagangan dari rekan lain ketika persediaannya habis tanpa perlu perjanjian tertulis. Mereka percaya bahwa barang tersebut akan dikembalikan atau dibayar setelah jualan selesai. Tidak ada rasa curiga atau khawatir, karena sudah ada norma moral yang menegaskan pentingnya menjaga nama baik dan rasa malu bila melanggar kepercayaan tersebut.

Hubungan berbasis kepercayaan juga tampak antara penjual dan pembeli. Pelanggan tetap seringkali membayar kemudian (utang kecil), dan penjual tidak khawatir karena hubungan mereka sudah dibangun di atas reputasi dan loyalitas. Kepercayaan semacam ini menurunkan “biaya sosial” dalam bertransaksi dan menciptakan stabilitas ekonomi yang berkelanjutan.

Secara sosiologis, kepercayaan di Natsepa berakar pada nilai-nilai budaya Maluku seperti *pela gandong* (persaudaraan lintas keluarga) dan prinsip “hidup basudara” (hidup bersaudara). Nilai-nilai ini menegaskan bahwa hubungan sosial tidak boleh didasarkan pada kecurigaan, tetapi pada rasa saling menjaga dan menghormati. Dengan demikian, kepercayaan bukan sekadar hasil interaksi ekonomi, tetapi merupakan produk budaya yang diturunkan dan diperkuat melalui praktik sosial harian.

2. Jaringan Sosial (Social Network) sebagai Mekanisme Kerja Kolektif

Dimensi kedua modal sosial adalah jaringan sosial, yaitu hubungan antarindividu yang membentuk pola interaksi teratur. Dalam komunitas penjual rujak, jaringan sosial terlihat dalam sistem koordinasi yang sudah terbentuk antara penjual, koordinator wilayah, serta pemerintah daerah. Koordinator berperan sebagai simpul jaringan (network hub) yang memastikan komunikasi dan distribusi informasi berjalan efektif, misalnya terkait jadwal kerja bakti, peraturan baru dari Dinas Pariwisata, atau kegiatan promosi wisata.

Jaringan sosial juga berfungsi sebagai mekanisme distribusi informasi ekonomi, seperti harga buah di pasar, pasokan bahan dari pedagang besar, atau tren wisatawan yang datang. Informasi tersebut dibagikan tanpa kompetisi berlebihan karena setiap penjual menyadari bahwa keberhasilan individu bergantung pada stabilitas kolektif. Di luar konteks ekonomi, jaringan sosial juga bekerja dalam konteks sosial-budaya. Ketika ada penjual yang sakit, anggota komunitas lain mengunjungi dan memberikan bantuan sukarela, baik dalam bentuk uang, bahan makanan, atau menggantikan tempat berjualan sementara. Solidaritas semacam ini membentuk ikatan sosial yang bersifat horizontal dan emosional, yang memperkuat rasa kepemilikan terhadap komunitas.

Jaringan sosial di Natsepa juga bersifat terbuka (*bridging social capital*) karena tidak hanya terbatas pada sesama penjual, tetapi juga menjangkau pelanggan, pemilik tenda, dan bahkan wisatawan yang kemudian menjadi bagian dari jaringan sosial mereka. Hubungan semacam ini memperluas akses ekonomi dan memperkaya modal sosial melalui pertukaran nilai, pengalaman, dan kepercayaan lintas kelompok.

3. *Norma Sosial (Social Norms) sebagai Pengatur Harmoni dan Kedisiplinan*

Norma sosial adalah seperangkat aturan tidak tertulis yang disepakati bersama dan berfungsi mengatur perilaku anggota komunitas. Dalam komunitas penjual rujak Natsepa, norma sosial memegang peranan penting dalam menjaga harmoni, ketertiban, dan kelangsungan hubungan sosial. Beberapa norma yang menonjol di antaranya: Norma kebersihan dan keteraturan seperti larangan membelah kelapa di depan tenda untuk menjaga keindahan kawasan wisata; Norma kerja bakti, yaitu kewajiban semua penjual mengikuti kegiatan pembersihan pantai secara berkala; Norma pelayanan sopan dan jujur karena citra rujak Natsepa dianggap merepresentasikan keramahan masyarakat Maluku; Norma solidaritas seperti tidak menjelekkkan sesama penjual atau tidak merebut pelanggan rekan lain.

Norma-norma ini tidak memiliki sanksi hukum tertulis, namun memiliki kekuatan moral yang besar. Sanksinya bersifat sosial – berupa teguran, rasa malu, atau dikucilkan dari kelompok. Sanksi sosial ini jauh lebih efektif karena masyarakat Natsepa sangat menjunjung tinggi reputasi dan kehormatan diri. Dengan demikian, norma sosial berperan sebagai alat kendali sosial (*social control*) yang menjaga keteraturan dan etika kerja komunitas.

SIMPULAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa aktivitas ekonomi penjual rujak buah di Pantai Natsepa tidak hanya berfungsi sebagai sarana memperoleh penghasilan, tetapi juga menjadi arena sosial yang merefleksikan nilai budaya, solidaritas, dan kepercayaan dalam masyarakat Maluku. Relasi sosial antarpengjual dibangun melalui solidaritas mekanik yang berakar pada kesamaan profesi, latar belakang sosial, serta nilai budaya lokal seperti *pela gandong* dan prinsip hidup *basudara*. Solidaritas ini mendorong terbentuknya praktik saling membantu, kerja sama, serta

rasa kebersamaan yang kuat di antara para penjual, meskipun dalam praktiknya tetap terdapat dinamika kompetisi yang wajar dalam ruang ekonomi yang terbatas.

Di sisi lain, hubungan antara penjual dan pembeli berkembang dari sekadar transaksi ekonomi menjadi relasi sosial yang diwarnai oleh kepercayaan, loyalitas, serta komunikasi simbolik yang hangat. Modal sosial yang terdiri dari kepercayaan, jaringan sosial, dan norma sosial berfungsi sebagai fondasi utama keberlangsungan komunitas penjual rujak di Pantai Natsepa. Modal sosial tersebut memungkinkan para penjual mempertahankan stabilitas ekonomi, menjaga etika berdagang, serta membangun reputasi kolektif sebagai penjaga ikon kuliner lokal. Dengan demikian, ekonomi lokal di Natsepa menunjukkan karakter ekonomi relasional dan moral, di mana nilai sosial dan budaya menjadi dasar yang mengatur praktik ekonomi serta memperkuat identitas budaya masyarakat pesisir Maluku.

DAFTAR RUJUKAN

- Ardhani, S. (2021). Strategi bertahan hidup pekerja informal pariwisata pesisir selama pandemi COVID-19. *Jurnal Sosiologi Maritim*, 8(2), 113-129.
- Asrul, M., & Taufik, A. (2022). Relasi sosial dan budaya dalam aktivitas ekonomi masyarakat pesisir di Sulawesi Selatan. *Jurnal Masyarakat dan Kebudayaan*, 9(1), 45-60.
- Creswell, J. W. (2016). *Research design: Pendekatan metode kualitatif, kuantitatif, dan campuran* (4th ed.). Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Durkheim, É. (1984). *The division of labor in society* (W. D. Halls, Trans.). New York, NY: Free Press.
- Fauziah, N., & Prasetyo, R. (2023). Peran perempuan dalam penguatan ekonomi rumah tangga melalui usaha mikro. *Jurnal Ilmu Sosial Kontemporer*, 7(2), 88-103.
- Fitriani, D., & Mulyadi, E. (2024). Dinamika sosial dan ekonomi pedagang kaki lima di kawasan wisata kota Bandung. *Jurnal Sosiologi Indonesia*, 12(1), 33-49.
- Hafid, L., & Ismail, M. (2020). Nilai solidaritas sosial dalam komunitas pedagang tradisional di Makassar. *Jurnal Antropologi Indonesia*, 41(3), 257-272.
- Kurniawan, D., & Rahman, R. (2023). Modal sosial dan kepercayaan dalam hubungan ekonomi masyarakat pesisir. *Jurnal Sosiologi Reflektif*, 17(2), 112-128.
- Latuconsina, I., & Latuny, L. (2022). Kearifan lokal dan ekonomi komunitas di kawasan wisata pesisir Maluku Tengah. *Jurnal Masyarakat Pesisir dan Maritim*, 5(2), 122-137.
- Marasabessy, M. (2024). Modal sosial dan kearifan lokal dalam penguatan ekonomi biru di Maluku. *Jurnal Sosial Maritim Indonesia*, 6(1), 45-58.
- Moleong, L. J. (2019). *Metodologi penelitian kualitatif* (Edisi revisi). Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Nugraha, R., & Puspasari, T. (2020). Jaringan sosial dan ketahanan ekonomi komunitas kuliner wisata pesisir. *Jurnal Ekonomi Sosial*, 4(3), 201-214.
- Putnam, R. D. (1993). *The prosperous community: Social capital and public life*. *The American Prospect*, 4(13), 35-42.

-
- Riyanto, D., & Rahmawati, S. (2021). Ekonomi moral dalam aktivitas pedagang tradisional: Kajian etnografi pasar lokal. *Jurnal Sosiologi Nusantara*, 9(1), 55–68.
- Rosdiana, T., & Akbar, Y. (2023). Solidaritas mekanik dalam komunitas ekonomi kecil di daerah wisata. *Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*, 11(3), 276–288.
- Syarifuddin, A., Lestari, D., & Yusuf, R. (2022). Pengaruh modal sosial terhadap keberlanjutan pedagang kaki lima di Cirebon. *Jurnal Ekonomi dan Kebijakan Publik*, 13(2), 87–99.
- Tuhumury, E., & Siahaya, V. (2024). Relasi sosial penjual dan pembeli pada pasar tradisional di Ambon. *Jurnal Sosiologi Komunitas*, 15(1), 71–85.
- Utami, C. W., & Yulianto, A. (2021). Kepercayaan dan loyalitas pelanggan pada usaha mikro di sektor kuliner. *Jurnal Bisnis dan Kewirausahaan*, 17(2), 91–105.
- Wahyuni, R., & Saputra, T. (2022). Solidaritas sosial dalam usaha mikro masyarakat pesisir di Aceh. *Jurnal Kajian Sosial dan Budaya*, 8(2), 144–159.
- Wulandari, N., & Hidayat, T. (2023). Modal sosial dan keberlanjutan usaha pedagang pasar tradisional di Yogyakarta. *Jurnal Sosiologi Reflektif*, 17(1), 41–55.