

MODAL SOSIAL MAHASISWA SEBAGAI ‘JASTIPER’ DI KOTA TANJUNGPINANG

Oleh

Tengku Ananda Sapphira

2105030059

ABSTRAK

Fenomena jastip muncul pada tahun 2017 berdasarkan hasil survey oleh Jakpat. Keberadaan jastip masih terus bertahan, bahkan pada masa pandemi *Covid-19* semakin eksis di kalangan masyarakat. Pelaku usaha jastip (jastiper) tidak hanya berasal dari kalangan yang berpenghasilan untuk dijadikan modal, melainkan ada juga yang berasal dari kalangan mahasiswa. Seperti yang kita ketahui bahwa mahasiswa adalah individu yang sedang berkuliah yang tentunya belum memiliki penghasilan sendiri. Tujuan penelitian ini untuk menganalisis modal sosial jastiper yang membuka jastip pada saat masih menjadi mahasiswa di Kota Tanjungpinang. Pendekatan yang digunakan pada penelitian ini adalah pendekatan kualitatif untuk meneliti latar belakang jastiper memulai jastip dan modal sosial yang dimiliki jastiper. Pengumpulan data dilakukan dengan teknik wawancara semi terstruktur dengan jastiper dan konsumennya, observasi non partisipan, dan dokumentasi. Teori modal sosial James S. Coleman digunakan sebagai kerangka analisis. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa jaringan sosial yang terbentuk antara jastiper dengan konsumen mendasari terbangunnya relasi antar keduanya yang dilakukan dengan membangun jaringan dengan promosi di media sosial, menggunakan jasa *endorse* oleh *influencer*, dan melakukan *live streaming*. Keberadaan norma sebagai bentuk aturan dalam transaksi jastip menjadi panduan jastiper dan konsumen dalam bertransaksi dengan lancar di antaranya mekanisme pembayaran dan tarif jasa yang ditetapkan. Adanya kepercayaan dalam diri konsumen juga mendasari dan mempertahankan relasi yang terbangun sehingga jastiper dan konsumen dapat bekerja sama dengan baik untuk mencapai tujuannya di antaranya menampilkan testimoni dari konsumen, menampilkan foto asli produk sebagai bentuk tanggung jawab jastiper terhadap kesesuaian dan kualitas produk, melakukan pendekatan personal, dan mengutamakan kepuasan konsumen yang dilakukan dengan bertanggung jawab terhadap kualitas produk dan keluhan konsumen, mekanisme transaksi tidak lama, dan memberi bonus.

Kata Kunci: Jastiper, Mahasiswa, Konsumen, Transaksi, Modal Sosial.

**STUDENT SOCIAL CAPITAL AS 'JASTIPER'
IN TANJUNGPINANG CITY**

By

Tengku Ananda Sapphira

2105030059

ABSTRACT

The phenomenon of jastip emerged in 2017 based on the results of a survey by Jakpat. The existence of jastip continues to persist, and during the Covid-19 pandemic, it has become even more prevalent among the public. Jastip entrepreneurs (jastiper) do not only come from high-income backgrounds, but also include students. As we know, students are individuals who are still in school and therefore do not yet have their own income. The purpose of this study is to analyze the social capital of jastiper who started jastip while still students in Tanjungpinang City. The approach used in this study is a qualitative approach to investigate the background of jastiper starting jastip and the social capital they possess. Data collection was conducted using semi-structured interviews with jastipers and their customers, non-participant observation, and documentation. James S. Coleman's social capital theory was used as the analytical framework. The findings of this study indicate that the social networks formed between jastipers and consumers underpin the relationships between them, which are built through social media promotions, influencer endorsements, and live streaming. The existence of norms as rules in jastip transactions serves as a guide for jastipers and consumers to conduct transactions smoothly, including payment mechanisms and service fees. The trust within consumers also underpins and sustains the established relationship, enabling jastiper and consumers to collaborate effectively to achieve their goals, including displaying consumer testimonials, showcasing authentic product photos as a form of jastiper accountability for product conformity and quality, adopting a personal approach, and prioritizing consumer satisfaction through responsible management of product quality and consumer complaints, efficient transaction mechanisms, and offering bonuses.

Keywords: *Jastiper, Student, Consumer, Transaction, Social Capital.*