

***SOCIAL CAPITAL* SEBAGAI FONDASI KEBERHASILAN
BISNIS DALAM PERSPEKTIF PENGUSAHA JAWA**

SKRIPSI

Oleh

MOH. FIRDAUS FAIZ AL'ULA

NIM: 08020120053



**UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A**

**PROGRAM STUDI ILMU EKONOMI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL
SURABAYA**

2024

PERNYATAAN

Saya, Moh. Firdaus Faiz Al'Ula, 08020120053, menyatakan bahwa:

1. Skripsi saya ini adalah asli dan benar-benar hasil karya saya sendiri, dan bukan hasil karya orang lain dengan mengatasnamakan saya, serta bukan merupakan hasil peniruan atau penjiplakan (plagiarism) dari karya orang lain. Skripsi ini belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik baik di UIN Sunan Ampel Surabaya, maupun di perguruan tinggi lainnya.
2. Di dalam skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis skripsi ini, serta sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan norma dan peraturan yang berlaku di UIN Sunan Ampel Surabaya.

Surabaya, 28 Februari 2024



Moh. Firdaus Faiz Al'Ula

NIM. 08020120053

Surabaya, 28 Februari 2024

Skripsi telah selesai dan siap untuk diuji

Dosen Pembimbing,

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Achmad Room Fitrianto', written over a horizontal line.

Achmad Room Fitrianto, SE, M.E.I, MA, PhD.

LEMBAR PENGESAHAN

SOCIAL CAPITAL SEBAGAI FONDASI KEBERHASILAN BISNIS DALAM PERSPEKTIF PENGUSAHA JAWA

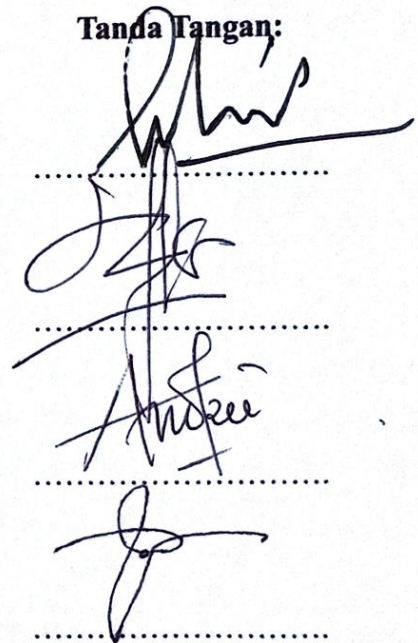
oleh
Moh. Firdaus Faiz Al'Ula
NIM: 08020120053

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji pada
tanggal 15 Maret 2024 dan dinyatakan memenuhi syarat untuk
diterima

Susunan Dewan Penguji

1. Achmad Room Fitrianto, S.E, M.E.I., M.A., Ph.D.
NIP. 197706272003121002
(Penguji 1)
2. Dr. Lilik Rahmawati, S.Si., M.E.I.
NIP. 198106062009012008
(Penguji 2)
3. Dr. Andriani Samsuri, M.M.
NIP. 197608022009122002
(Penguji 3)
4. Debby Nindya Istiandari, M.E.
NIP. 199512142022032002
(Penguji 4)

Tanda Tangan:



Surabaya, 15 Maret 2024



Syafiqul Arifin, S.Ag., S.S., M.E.I.
NIP. 197005142000031001



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
PERPUSTAKAAN

Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax. 031-8413300
E-Mail: perpus@uinsby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Moh. Firdaus Faiz Al'Ula
NIM : 08020120053
Fakultas Jurusan : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam/Ilmu Ekonomi
E-mail address : firdaus.nganjuk22@gmail.com

Demi Pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

Skripsi Tesis Desertasi Lain-lain (.....)

Yang berjudul :

***SOCIAL CAPITAL SEBAGAI FONDASI KEBERHASILAN BISNIS
DALAM PERSPEKTIF PENGUSAHA JAWA***

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/formatkan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 18 April 2024

Penulis

(Moh. Firdaus Faiz Al'Ula)

ABSTRAK

Setiap kelompok masyarakat seperti etnis, memiliki pemahaman dan praktik *social capital* yang berbeda-beda yang menjadi ciri khas mereka, termasuk etnis Jawa yang terkenal akan keramahan dan sikap menerima apa adanya (*nrima apa anane*). Bagi orang awam, sikap tersebut dianggap sebagai gambaran sikap pemalas, padahal falsafah tersebut justru menggambarkan sikap orang Jawa yang mudah bersyukur, menikmati proses, dan memiliki prinsip hidup yang kuat. Sehingga penelitian ini memiliki tujuan untuk melihat bagaimana konsep *social capital* yang dipahami dan dipraktikkan oleh para pengusaha Jawa di Kecamatan Ngronggot.

Penelitian ini termasuk dalam penelitian lapangan (*field research*) yang merupakan penelitian yang bersifat kualitatif deskriptif. Dengan menggunakan pendekatan etnografi kritis, didapatkan data yang mengeksplorasi faktor tersembunyi yang dimiliki suatu kelompok masyarakat. Sumber data dari penelitian ini berasal dari kata-kata, tindakan, dan data tertulis, sehingga untuk memperoleh data yang diinginkan, dilakukan wawancara, observasi, dan dokumentasi terhadap para Pengusaha di Kecamatan Ngronggot yang menjadi objek dari penelitian ini. Teknik analisis penelitian ini dimulai dengan pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan pengambilan keputusan atau penarikan kesimpulan.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa *social capital* dipahami oleh pengusaha di Kecamatan Ngronggot sebagai suatu hal yang sangat penting. Norma dipahami sebagai sebuah aturan moral yang sudah diturunkan secara turun temurun. Kepercayaan dipahami sebagai nyawa dari sebuah usaha. Jaringan sosial dipahami sebagai intisari dari *social capital* itu sendiri. Terakhir, timbal balik dimaknai sebagai buah dari ketiga unsur sebelumnya. Dalam praktiknya, unsur norma dipraktikkan dengan adanya pola komunikasi, kegigihan, dan kebiasaan untuk saling tolong menolong. Kepercayaan dibentuk melalui integritas, kapabilitas, motivasi, hasil dan strategi. Jaringan sosial menjadi salah satu jaminan seorang pengusaha dalam mengembangkan dan memperluas pasarnya. Timbal balik menjadi sebuah hasil dari hubungan sosial yang saling menguntungkan yang didasarkan oleh norma, kepercayaan, dan jaringan sosial yang dimilikinya. Pemahaman dan praktik *social capital* di Kecamatan Ngronggot bermuara pada konsep gotong royong dalam ekosistem bisnis mereka.

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi rujukan bagi peneliti lain yang ingin melakukan penelitian dengan topik yang sama, yakni *social capital*. Selain itu, diharapkan penelitian ini juga dapat membuka pemahaman para praktisi terutama para pengusaha yang beretnis Jawa untuk dapat memanfaatkan potensi modal sosial yang mereka miliki dalam menjalankan dan mengembangkan bisnis mereka.

Kata Kunci : Social capital, etnis Jawa, pengusaha, gotong royong

ABSTRACT

Each community group, such as ethnicity, has a different understanding and practice of social capital that characterizes them, including the Javanese who are famous for their hospitality and acceptance (*nrima apa anane*). For ordinary people, this attitude is considered a picture of laziness, even though this philosophy actually describes the attitude of Javanese people who are easily grateful, enjoy the process, and have strong life principles. Therefore, this research aims to see how the concept of social capital is understood and practiced by Javanese entrepreneurs in Ngronggot District.

This research is included in field research which is a descriptive qualitative research. By using a critical ethnographic approach, the obtained data explores the hidden factors of a community group. The data sources of this research come from words, actions, and written data, so that to obtain the desired data, interviews, observations, and documentation were conducted with the Entrepreneurs in Ngronggot District who were the object of this research. This research analysis technique starts with data collection, data reduction, data presentation, and decision making or conclusion drawing.

The results of this study show that social capital is understood by entrepreneurs in Ngronggot Subdistrict as very important. Norms are understood as moral rules that have been passed down from generation to generation. Trust is understood as the life of a business. Social networks are understood as the essence of social capital itself. Finally, reciprocity is understood as the fruit of the three previous elements. In practice, the norm element is practiced through communication patterns, persistence, and the habit of helping each other. Trust is formed through integrity, capability, motivation, results and strategy. Social network is one of the guarantees of an entrepreneur in developing and expanding his market. Reciprocity is the result of mutually beneficial social relations based on norms, trust, and social networks. The understanding and practice of social capital in Ngronggot Sub-district boils down to the concept of gotong royong in their business ecosystem. This research is the antithesis of previous studies that justify that Javanese people cannot be successful business people.

This research is hoped to be a reference for other researchers who want to conduct research on the same topic, namely social capital. In addition, it is also hoped that this research can open the understanding of practitioners, especially Javanese entrepreneurs, to be able to utilize the potential of social capital they have in running and developing their business.

Keywords: Social capital, Javanese ethnicity, entrepreneur, gotong royong

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN.....	ii
DECLARATION.....	iii
LEMBAR PERSETUJUAN	iv
LEMBAR PENGESAHAN	v
KATA PENGANTAR.....	vii
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Identifikasi Masalah dan Batasan Masalah	16
1.3. Rumusan Masalah	18
1.4. Tujuan Penelitian.....	18
1.5. Manfaat Penelitian.....	19
BAB II LANDASAN TEORI	20
2.1. Pentagon Asset	20
2.2. Social Capital	23
2.3. Kewirausahaan	34
2.4. Business Sustainability Strategy Management.....	41
2.5. Dasar Moral Masyarakat Jawa	46
2.6. Penelitian Terdahulu	50
2.7. Kerangka Konseptual	58
BAB III METODE PENELITIAN	60
3.1. Jenis Penelitian	60
3.2. Tempat Atau Lokasi Penelitian.....	60

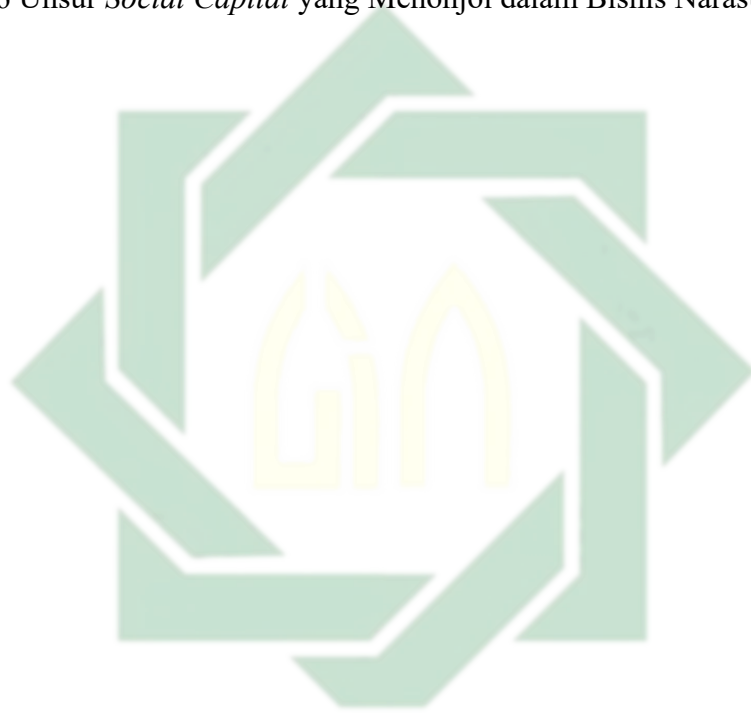
3.3. Jenis dan Sumber Daya	61
3.4. Teknik Pengumpulan Data	63
3.5. Teknik Analisis Data.....	66
BAB IV HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN	68
4.1. Gambaran Umum Kecamatan Ngronggot.....	68
4.2. Social Capital Yang Dipahami Pengusaha Jawa Kecamatan Ngronggot	71
4.3. Praktik Social Capital dalam Bisnis Pengusaha Jawa di Kecamatan Ngronggot.....	81
4.4. Analisis Pembahasan	101
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	112
5.1. Kesimpulan.....	112
5.2. Saran	113
DAFTAR PUSTAKA.....	115
LAMPIRAN.....	121



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR TABEL

Tabel 4. 1 Jumlah Sarana Perdagangan di Kecamatan Ngronggot	71
Tabel 4. 2 Jumlah Lembaga Keuangan dan Koperasi di Kecamatan Ngronggot..	71
Tabel 4. 3 Kapabilitas Pengusaha di Kecamatan Ngronggot	92
Tabel 4. 4 Sarana-Sarana Perdagangan di Kecamatan Ngronggot.....	96
Tabel 4. 5 Lembaga Keuangan Bank & Bukan Bank di Kecamatan Ngronggot..	99
Tabel 4. 6 Unsur <i>Social Capital</i> yang Menonjol dalam Bisnis Narasumber	102



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Peran Modal Sosial dalam Menjaga Harmoni.....	3
Gambar 1. 2 Peran Modal Sosial dalam Keberhasilan Ekonomi	4
Gambar 1. 3 Tingkat Pendidikan Tertinggi yang Ditamatkan di Jawa Timur.....	7
Gambar 1. 4 Peran <i>Social Capital</i> dalam <i>Human Capital Creation</i>	8
Gambar 1. 5 Praktik Modal Sosial pada Etnis-Etnis di Indonesia	12
Gambar 2. 1 <i>Sustainable Livelihood Framework</i>	21
Gambar 2. 2 Tiga Bentuk <i>Social Capital</i> Menurut Akdere.....	29
Gambar 2. 3 Ketiga Elemen <i>Triple Bottom Line</i> dan Interkoneksinya	42
Gambar 2. 4 Hubungan Komponen Bisnis Berkelanjutan.....	45
Gambar 4. 1 Peta Kecamatan Ngronggot.....	69
Gambar 4. 2 Jumlah Penduduk Kecamatan Ngronggot 2020 – 2022.....	70
Gambar 4. 3 Persentase Pendidikan Terakhir di Kabupaten Nganjuk.	82



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR PUSTAKA

- Akdere, M. (2005). Social Capital Theory and Implications for Human Resource Development. *Singapore Management Review*, 27(2), 1–24.
- Akram, T., Lei, S., Hussain, S. T., Haider, M. J., & Akram, M. W. (2016). Does Relational Leadership Generate Organizational Social Capital? A Case of Exploring the Effect of Relational Leadership on Organizational Social Capital in China. *Future Business Journal*, 2(2), 116–126. <https://doi.org/10.1016/j.fbj.2016.06.001>
- Anshori, M. N. (2020). Analisis Pengaruh Modal Finansial dan Modal Sosial Terhadap Keberlangsungan Usaha Santri Pada Komunitas Santripreneur Di Kabupaten Temanggung. *Universitas Muhammadiyah Magelang, Skripsi*, 13.
- Astutik, J., & Ramadhono, R. I. (2020). Shared Identity as Social Capital in The Chinese-Javanese Relations in Malang City, Indonesia. *Journal of Social and Political Sciences*, 3(3), 922–939. <https://doi.org/10.31014/aior.1991.03.03.224>
- Bansal, P., & DesJardine, M. (2014). Business Sustainability: It is About Time. *Strategic Organization*, 12(1), 70–78. <https://doi.org/10.1177/1476127013520265>
- Bantacut, T. (2012). Bisnis Berkelanjutan : Integrasi Manajemen Lingkungan Dalam Pengelolaan Usaha. *Agrimedia*, 17(1), 33–42.
- Bhandari, H., & Yasunobu, K. (2009). What is Social Capital? A Comprehensive Review of The Concept. *Asian Journal of Social Science*, 37(3). <https://doi.org/10.1163/156853109X436847>
- BPS. (2012). *Kewarnegaraan, Suku Bangsa, Agama, dan Bahasa Sehari-hari Penduduk Indonesia*. BPS.
- BPS Jawa Timur. (2022). *Statistik Pendidikan Provinsi Jawa Timur 2022* (BPS Jawa Timur (ed.)). BPS Jawa Timur. <https://jatim.bps.go.id/publication/2021/12/06/143ff261cca315e5cbfb82b5/statistik-pendidikan-provinsi-jawa-timur-2020.html>
- Bygrave, W. D., & Zacharakis, A. (2004). *The Portable MBA in Entrepreneurship*. Wiley. <https://books.google.co.id/books?id=8srp7UA5VqIC>
- Cohen, D., & Prusak, L. (2001). *In Good Company: How Social Capital Makes Organisations Work*. Harvard Business School Press.
- Coleman, J. (1988). Social Capital in the Creation of Human Capital. *The American Journal of Sociology*, 94, 95–120. [https://www.bebr.ufl.edu/sites/default/files/Coleman J. \(1988\) Social Capital in the Cration of Human Capital.pdf](https://www.bebr.ufl.edu/sites/default/files/Coleman J. (1988) Social Capital in the Cration of Human Capital.pdf)

- Coleman, J. S. (1999). *Foundations of Social Theory*. In *Harvard University Press*.
<https://doi.org/10.5860/choice.27-6637>
- Dalibozhko, A., & Krakovetskaya, I. (2018). Youth Entrepreneurial Projects for the Sustainable Development of Global Community: Evidence from Enactus Program. *SHS Web of Conferences*, 57, 01009.
<https://doi.org/10.1051/shsconf/20185701009>
- Damsar, D., & Indrayani, I. (2019). *The Social Construction of Entrepreneurship in the Minangkabau Millennial Generation*. 1–9.
<https://doi.org/10.4108/eai.29-8-2019.2288922>
- Damsar, & Indrayani. (2009). *Pengantar Sosiologi Ekonomi* (2nd ed.). Kharisma Putra Utama.
- Dewi, A. S., Fitriani, E., & Amelia, L. (2022). Modal Sosial Tradisi Rewang pada Masyarakat Jawa Desa Beringin Talang Muandau Riau. *Culture & Society: Journal Of Anthropological Research*, 4(1), 19–29.
<https://doi.org/10.24036/csjar.v4i1.102>
- Dollu, E. B. S. (2019). Modal Sosial (Studi tentang Kumpo Kampo sebagai Strategi Melestarikan Kohesivitas pada Masyarakat Larantuka di Kabupaten Flores Timur). *Warta Governare: Jurnal Ilmu Pemerintahan*, 1(1), 59–72.
<https://journal.unwira.ac.id/index.php/WG/article/download/329/172/>
- Dyllick, T., & Muff, K. (2016). Clarifying the Meaning of Sustainable Business: Introducing a Typology From Business-as-Usual to True Business Sustainability. *Organization and Environment*, 29(2), 156–174.
<https://doi.org/10.1177/1086026615575176>
- Elkington, J. (1997). *Cannibal With Forks : The Triple Bottom Line of 21st Century Business*. Capstone Publishing Limited.
- Elvinawanty, R., Yusnita, L., Rania, V., Silaban, L. B., & Sembiring, W. C. (2020). Makna Kewirausahaan Pada Etnis Melayu, Etnis Jawa, Etnis Tionghoa, dan Etnis India di Kota Medan. *Jurnal Penelitian Pendidikan, Psikologi Dan Kesehatan (J-P3K)*, 1(3), 174–181. <https://doi.org/10.51849/j-p3k.v1i3.38>
- Firmansyah, A., & Roosmawarni, A. (2020). *Dasar dan Konsep Kewirausahaan*. Qiara Media.
- Forsyth, D. R. (2014). Components of Cohesion. *Group Dynamics*, 1–34.
<https://scholarship.richmond.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1004&context=bookshelf>
- Fukuyama, F. (2000). Social Capital and Civic Society. In *Democratic Phoenix*.
<https://doi.org/10.1017/cbo9780511610073.011>
- Hall, C. S., & Lindzey, G. (1996). *Teori-Teori Psikodinamik (Klinis)*. Kanisius.
- Hasbullah, J. (2006). *Social Capital (Menuju Keunggulan Budaya Manusia Indonesia)*. MR-United Press.

- Hastuti, P. C., Thoyib, A., Troena, E. A., & Setiawan, M. (2015). The Minang Entrepreneur Characteristic. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 211(September), 819–826. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.11.108>
- Huber, L., Plötner, M., & Schmitz, J. (2019). Social Competence and Psychopathology in Early Childhood: A Systematic Review. *European Child and Adolescent Psychiatry*, 28(4), 443–459. <https://doi.org/10.1007/s00787-018-1152-x>
- Kenton, W. (2023). *Triple Bottom Line*. Investopedia. <https://www.investopedia.com/terms/t/triple-bottom-line.asp#:~:text=The triple bottom line is an accounting framework that incorporates,planet%2C and profit.%222>
- Khurrohmah, M., Liestyana, Y., & Wahyuningsih, T. (2022). Social Capital, Knowledge Sharing, Innovation, and Performance of Coffee Producer SMEs in Purworejo, Central Java. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 10(3), 471–482. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v10i3.1469>
- Lax, J., & Krug, J. (2013). Livelihood Assessment: A Participatory Tool for Natural Resource Dependent Communities. In *Thünen Working Paper* (7; Issue 7).
- Liza, B., Aprilia, N. A., & Nafisah, N. (2021). Peran Modal Sosial Bagi Pengusaha Mebel di Desa Bondansari Kec. Wiradea Kab. Pekalongan. *Bisnis Dan Akuntansi (JEBA)*, 23(3), 71–76.
- Mahama, T. A. K., & Maharjan, K. L. (2019). Determining the Nature and Spatial-Temporal Changes of The Livelihood Asset Pentagon and Its Relationship With Livelihood Opportunities in Ghana. *Community Development*, 50(4), 460–483. <https://doi.org/10.1080/15575330.2019.1642929>
- Majale, M. (2002). Towards Pro-Poor Regulatory Guidelines for Urban Upgrading: A Review of Papers presented at the International Workshop on REGULATORY GUIDELINES FOR URBAN UPGRADING Held at Bourton-On-Dunsmore, May 17-18, 2001. In *Department for International Development*.
- Moeis, I., Febriani, R., Sandra, I., & Pabbajah, M. (2022). Intercultural Values in Local Wisdom: A Global Treasure of Minangkabau Ethnic in Indonesia. *Cogent Arts and Humanities*, 9(1). <https://doi.org/10.1080/23311983.2022.2116841>
- Mulder, N. (1981). *Kepribadian Jawa dan Pembangunan Nasional (IV)*. Gadjah Mada University Press.
- Munandar, M., & Hermawan, D. (2019). Social Capital in Environmental Conservation in Javanese Countryside (Case Study of Village Tlogoweru-Demak and Pluneng-Klaten). *Proceedings of the 1st International Conference on Environment and Sustainability, ICESI 2019, 18-19 July 2019, Semarang, Central Java, Indonesia, 1*. <https://doi.org/10.4108/eai.18-7-2019.2290350>

- Nurani, R., Syafei, J., Elisanovi, E., & Lusiawati, L. (2022). Membangun Jiwa Entrepreneur Dan Kreatifitas Para Millennial dengan Konsep Marketing Langit. *ARSY: Jurnal Aplikasi Riset Kepada Masyarakat*, 2(2), 183–192. <https://doi.org/10.55583/arsy.v2i2.210>
- Nurchayono, O. H., & Astutik, D. (2018). Harmonisasi Masyarakat Adat Suku Tengger (Analisis Keberadaan Modal Sosial Pada Proses Harmonisasi Pada Masyarakat Adat Suku Tengger, Desa Tosari, Pasuruan, Jawa Timur). *Dialektika Masyarakat: Jurnal Sosiolog*, 2(1), 1–12.
- Osborne, D., & Gaebrel, T. (1992). *Reinventing Government-Mewirausahakan Birokrasi*. PT Pustaka Binaman Presindo.
- Plagens, G. K., & Stapleton, K. C. (2011). Social Capital Theory and the Metropolitan University. *Metropolitan Universities Journal*, 21(3), 118–138.
- Prabanady, N. (2018). Pengusaha Etnis Jawa Dalam Sektor Dagang Dilihat Dari Nilai Moral dan Etos Kerja (Studi Terhadap Pedagang Etnis Jawa di Kabupaten Semarang). In *Satya Wacana Institutional Repository*. Universitas Kristen Satya Wacana.
- Prasetyo, T., & Harjanti, D. (2013). Modal Sosial Pengusaha Mikro dan Kecil Sektor Informal dan Hubungannya Dengan Kinerja Bisnis di Wilayah Jawa Timur. *Agora*, 1(3), 1–4. <http://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-bisnis/article/view/1146>
- Putnam, R. (2001). Social Capital: Measurement and Consequences. *Canadian Journal of Plocy Research*, 117–135.
- Rahayu, P. P., & Mayasari, I. (2021). Makna Peruntungan Kewirausahaan Bagi Etnis Jawa Tionghoa, dan Madura di Kota Semarang. *Applied Research in Management and Business*, 1(2), 37–43. <https://doi.org/10.53416/arimbi.v1i2.41>
- Rahmawati, D. A., & Kartono, D. T. (2017). Modal Sosial dan Pasar Tradisional (Studi Kasus di Pasar Legi Kotagede Yogyakarta). *Jurnal Sosiologi DILEMA*, 32(2), 10–19. <https://jurnal.uns.ac.id/dilema>,
- Rezaee, Z. (2016). Business Sustainability Research: A Theoretical and Integrated Perspective. *Journal of Accounting Literature*, 36, 48–64. <https://doi.org/10.1016/j.acclit.2016.05.003>
- Rocca, L. H. D., & Zielinski, S. (2022). Community-Based Tourism, Social Capital, and Governance of Post-Conflict Rural Tourism Destinations: The Case of Minca, Sierra Nevada de Santa Marta, Colombia. *Tourism Management Perspectives*, 43(July), 100985. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2022.100985>
- Rohmah, B. A. (2019). Strategi Penghidupan Berkelanjutan (Sustainable Livelihood) Masyarakat Di Kawasan Lahan Kering Desa Karangpatihan Kecamatan Balong Kabupaten Ponorogo. *Swara Bhumi*, 1(2), 1–10. <http://garuda.ristekdikti.go.id/documents/detail/1046700>

- Roxas, B. (2021). Environmental Sustainability Engagement of Firms: The Roles of Social Capital, Resources, and Managerial Entrepreneurial Orientation of Small and Medium Enterprises In Vietnam. *Business Strategy and the Environment*, 30(4), 2194–2208. <https://doi.org/10.1002/bse.2743>
- Sadikin, A., Salim, U., Surachman, & P, M. (2017). *Entrepreneurship Resilience of Urang Banjar (Ethnometodology Study in South Kalimantan)*. 633–646.
- Santoso, D., Indarto, I., & Sadewisasi, W. (2019). Pola Peningkatan Kinerja Bisnis Ukm Melalui Modal Sosial Dan Modal Manusia Dengan Kebijakan Pemerintah Sebagai Moderating. *Jurnal Dinamika Sosial Budaya*, 21(2), 152. <https://doi.org/10.26623/jdsb.v21i2.1764>
- Saputri, R., & Brata, N. (2022). Hubungan Tradisi Rewang, Budaya Bekerja, dan Modal Sosial pada Masyarakat Multietnis di Kabupaten Oku Timur. *Jurnal Budaya Etnika*, 6(2), 81–90.
- Saragih, S., Lassa, J., & Ramli, A. (2007). Kerangka Penghidupan Berkelanjutan Sustainable Livelihood Framework. *Hivos–Circle Indonesia, January 2007*. https://www.academia.edu/download/47712304/Kerangka_Penghidupan_Berkelanjutan.pdf
- Sari, N. (2018). Integrasi Agama dan Budaya Aceh Dalam Pembentukan Etos Kewirausahaan (Studi Kasus HIPMI dan KPMI Kota Langsa). *KITABAH: Jurnal AKuntansi Dan Keuangan Syariah*, 2(2).
- Schiefer, D., & van der Noll, J. (2017). The Essentials of Social Cohesion: A Literature Review. *Social Indicators Research*, 132(2), 579–603. <https://doi.org/10.1007/s11205-016-1314-5>
- Sedarmayanti. (2009). *Sumber Daya Manusia dan Produktivitas Kerja*. Penerbit Mandar Maju.
- Serrat, O. (2017). Knowledge Solutions: Tools, Methods, and Approaches to Drive Organizational Performance. *Knowledge Solutions: Tools, Methods, and Approaches to Drive Organizational Performance*, 1–1140. <https://doi.org/10.1007/978-981-10-0983-9>
- Slaper, T. F., & Hall, T. J. (1999). The Triple Bottom Line: What Is It and How Does It Work? *INDiana Business Rese*, 10(1), 25–36. <https://doi.org/10.1023/A:1008381314159>
- Smith, A. (1982). The Theory of Moral Sentiments. In A. L. Macfie & D. D. Raphael (Eds.), *Liberty Fund* (3rd ed.). Liberty Fund.
- Stasa, M., & Machek, O. (2022). Social Capital in the Family Business Literature: A Systematic Review and Future Research Agenda. *Family Business Review*, 35(4). <https://doi.org/https://doi.org/10.1177/08944865221125520>
- Sutanto, O., & Nurrachman, N. (2018). Makna Kewirausahaan Pada Etnis Jawa, Minang, Dan Tionghoa: Sebuah Studi Representasi Sosial. *Jurnal Psikologi*

- Ulayat*, 5(1), 86. <https://doi.org/10.24854/jpu12018-75>
- Swanson, R. A. (2022). *Foundations of Human Resource Development*. Berrett-Koehler Publishers.
- Syafar, M. (2017). Modal Sosial Komunitas dalam Pembangunan Sosial. *Lembaran Masyarakat*, 3(1), 1–22.
- Syakra, R. (2003). Modal Sosial: Konsep dan Aplikasi. *Jurnal Masyarakat Dan Budaya*, 5(1), 1–22. <http://www.jurnalmasayarakatdanbudaya.com/index.php/jmb/article/view/256>
- Syarifudin, M. (2021). *Social Capital dalam Bisnis Pengusaha Tionghoa Muslim di Kota Kediri*. UIN Sunan Ampel Surabaya.
- Sylviani, Suka, A. P., Surati, & Kurniasari, D. R. (2020). Social Capital in Managing Community Plantation Forest: A Case Study at KPH Boalemo, Gorontalo Province. *Indonesian Journal of Forestry Research*, 7(1), 71–82. <https://doi.org/10.20886/ijfr.2020.7.1.71-82>
- Wang, J., Lloyd-Evans, B., Giacco, D., Forsyth, R., Nebo, C., Mann, F., & Johnson, S. (2017). Social Isolation in Mental Health: A Conceptual and Methodological Review. *Social Psychiatry and Psychiatric Epidemiology*, 52(12), 1451–1461. <https://doi.org/10.1007/s00127-017-1446-1>
- Widodo, A. S. (2017). Buku Ajar Kewirausahaan Entrepreneur Agribusiness Start Your Own Business. In *Jaring Inspirasi: Yogyakarta* (Issue Maret).
- Wu, W. P. (2000). Transaction Cost, Cultural Values and Chinese Business Networks: An Integrated Approach. In Kwok Bun Chan (Ed.), *Chinese Business Networks: State, Economy and Culture*. Nordic Institute of Asian Studies. https://www.researchgate.net/publication/258259583_Transaction_Cost_Cultural_Values_and_Chinese_Business_Networks_An_Integrated_Approach
- Yoshida, M., Gordon, B. S., & James, J. D. (2021). Social Capital and Consumer Happiness: Toward an Alternative Explanation of Consumer-Brand Identification. *Journal of Brand Management*, 28(5), 481–494. <https://doi.org/10.1057/s41262-021-00240-y>
- Zahra, S. A. (2020). Technological Capabilities and International Expansion: The Moderating Role of Family and Non-Family Firms' Social Capital. *Asia Pacific Journal of Management*, 37(2), 391–415. <https://doi.org/10.1007/s10490-018-9607-7>
- Zolkifeli, Z., Lyndon, N., & Awang, A. (2022). Factor Analysis of Social Capital. *Res Militaris*, 12(4). <https://resmilitaris.net/menu-script/index.php/resmilitaris/article/view/2021>