

CONNECTION RELATIONSHIP SEBAGAI MEDIASI PENGARUH MODAL TERHADAP KEWIRAUSAHAAN MAHASISWA

Dani Arsyad¹, Universitas Hasyim Asy'ari Jombang, daniarsyad580@gmail.com
Anggun Safira², Universitas Hasyim Asy'ari Jombang, Anggunsafira24@gmail.com,
Imam Sopingi³, Universitas Hasyim Asy'ari Jombang, m.imam290983@gmail.com
Anita Musfiroh⁴, Universitas Hasyim Asy'ari Jombang, anitamusfiroh@unhasy.ac.id

Article Info

Article history :

Received : 31 Januari 2025

Accepted : 15 Februari 2025

Published : 05 Maret 2025

Page : 28-37

Keyword : Connection
Relationship, Social Capital,
Financial Capital,
Entrepreneurship, Students

This study examines the role of connection relationships as a mediating variable in the influence of capital on student entrepreneurship. The capital in question includes financial and social capital, where social relationships function as a bridge to access opportunities and resources that support entrepreneurship. With a quantitative approach through a survey of student entrepreneurs, the results show that connection relationships strengthen the influence of capital on entrepreneurial development. This finding emphasizes the importance of social networks in facilitating the success of student entrepreneurship. This study aims to analyze the role of connection relationships as a mediator of the influence of capital on student entrepreneurship. Entrepreneurship among students is an important issue in the development of the creative economy, where capital plays a major role in influencing business success. However, in addition to financial capital, the connections owned by students also have great potential to support the development of their businesses. This study uses a quantitative approach by collecting data through a survey of students involved in entrepreneurial activities. The results of the analysis show that capital, both financial and social, has a significant influence on student entrepreneurship. In addition, connection relationships have been shown to mediate the influence of capital on the development of student businesses. These findings indicate that strengthening social networks and business relationships can increase the effectiveness of capital use in entrepreneurship.

PENDAHULUAN

Kewirausahaan telah menjadi topik yang semakin menarik perhatian, terutama di kalangan mahasiswa. Sebagai salah satu pendorong utama perkembangan ekonomi, kewirausahaan tidak hanya dilihat sebagai sarana penciptaan lapangan pekerjaan, tetapi juga sebagai bentuk inovasi yang dapat mengatasi tantangan sosial dan ekonomi (Al-Dajani et al., 2024). Mahasiswa, dengan kreativitas, energi, dan potensi yang mereka miliki, berada dalam posisi strategis untuk mengembangkan ide-ide baru yang dapat berkontribusi pada kemajuan perekonomian. Namun, meskipun banyak mahasiswa yang memiliki ide cemerlang dan semangat tinggi, banyak di antara mereka yang mengalami kesulitan dalam mewujudkan usaha mereka ("Management: A Selected Annotated Bibliography, Volume II," 1983).

Salah satu faktor utama yang sering menjadi penghalang adalah keterbatasan modal. Modal, baik berupa finansial, sumber daya manusia, maupun sosial, memiliki peran yang sangat besar dalam mengembangkan dan menjalankan usaha. Namun, selain faktor modal itu sendiri, hubungan sosial dan jaringan yang dimiliki oleh seorang wirausahawan juga tidak kalah penting (Habibi et al., 2022). Connection relationship, atau hubungan yang terbentuk melalui jaringan sosial dan profesional, dapat menjadi faktor penentu dalam mengakses modal, informasi, dan peluang pasar yang diperlukan untuk keberhasilan usaha. Dalam konteks ini, hubungan interpersonal yang kuat bukan hanya sekadar aspek pendukung, tetapi juga berfungsi sebagai mediator yang memperkuat pengaruh modal terhadap keberhasilan kewirausahaan (Amini Sedeh et al., 2021).

Judul "Connection Relationship sebagai Mediator Pengaruh Modal terhadap Kewirausahaan Mahasiswa" diambil dengan tujuan untuk menggali lebih dalam tentang peran hubungan sosial dan jaringan dalam memediasi pengaruh berbagai bentuk modal terhadap keberhasilan kewirausahaan di kalangan mahasiswa (Aboobaker et al., 2023). Mengapa judul ini penting? Sebab, meskipun modal finansial sering kali dianggap sebagai faktor utama dalam kewirausahaan, semakin berkembangnya dunia digital dan keterhubungan antar individu membuat jaringan sosial dan hubungan menjadi faktor yang sangat penting dalam mendukung pencapaian tujuan wirausaha (Masurel, 2019).

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan baru bagi akademisi, praktisi, dan pihak terkait dalam merancang kebijakan atau program kewirausahaan

yang lebih efektif ("Management: A Selected Annotated Bibliography, Volume II," 1983) dengan mengintegrasikan peran penting connection relationship sebagai salah satu elemen kunci. Dengan mengambil judul ini, diharapkan dapat menjawab pertanyaan penting Sejauh mana hubungan sosial dan jaringan yang dibangun oleh mahasiswa dapat membantu mengatasi keterbatasan modal (Riha, 1985) yang mereka hadapi? Apakah hubungan yang kuat ini dapat memperbesar peluang keberhasilan dalam menjalankan usaha? Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk memahami mekanisme bagaimana connection relationship (Nordqvist & Gilman, 2022), dapat memperkuat pengaruh modal, sehingga memberikan gambaran yang lebih komprehensif tentang faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan kewirausahaan mahasiswa (Rahman, 2015).

Kewirausahaan mahasiswa telah menjadi salah satu aspek yang sangat penting dalam pembangunan ekonomi, khususnya dalam menciptakan lapangan pekerjaan dan mendukung pertumbuhan ekonomi berbasis inovasi (Nasiruddin & Hidayati, 2022). Mahasiswa, sebagai generasi muda yang penuh potensi, memiliki kemampuan untuk menciptakan ide-ide baru dan membangun usaha. Namun, meskipun potensi tersebut ada, banyak mahasiswa yang berjuang melawan tantangan dalam mewujudkan impian wirausaha mereka, salah satunya adalah modal keterbatasan (Habibi et al., 2024). Modal, baik berupa dana, sumber daya, maupun alat yang dibutuhkan untuk memulai usaha, sering kali menjadi hambatan utama bagi siswa yang ingin terjun ke masyarakat (Rahman, 2015).

KAJIAN TEORI

Dalam kajian ini, hubungan antara modal dan kewirausahaan siswa dijelaskan melalui peran *connection connection* atau hubungan.

1. Teori Kewirausahaan

Teori kewirausahaan fokus pada pemahaman tentang bagaimana individu atau kelompok dapat memanfaatkan sumber daya untuk menciptakan nilai baru dan peluang bisnis. Menurut Schumpeter (1934), kewirausahaan adalah proses penciptaan kombinasi baru dari sumber daya untuk menciptakan inovasi yang dapat menghasilkan keuntungan. Mahasiswa sebagai wirausahawan memiliki potensi untuk mengembangkan ide bisnis yang inovatif, namun mereka sering kali

terhambat oleh keterbatasan modal. Oleh karena itu, modal pengaruh dalam kewirausahaan siswa sangat bergantung pada bagaimana mereka dapat mengakses sumber daya lain, yang sering kali datang melalui hubungan sosial yang kuat (Z. I. Ahmad, 2022).

2. Teori Modal (Teori Modal)

Dalam dunia kewirausahaan, modal dapat dibagi menjadi beberapa bentuk, seperti modal finansial, sosial, dan manusia. Teori modal sosial, yang pertama kali dikemukakan oleh Pierre Bourdieu (1986), menyatakan bahwa jaringan sosial atau hubungan yang dimiliki seseorang dapat menjadi sumber daya yang penting bagi individu tersebut. Modal sosial ini mencakup kepercayaan, norma, dan koneksi yang dimiliki dalam suatu komunitas, yang dapat membantu memperkuat peluang dalam memulai usaha. Bourdieu mengidentifikasi bahwa individu yang memiliki hubungan sosial yang luas (Shiddiq et al., 2022).

3. Teori Jaringan Sosial (Social Network Theory)

Teori jaringan sosial, yang dikembangkan oleh Granovetter (1973), menjelaskan bagaimana individu yang terhubung dalam jaringan sosial dapat memperoleh keuntungan lebih banyak daripada mereka yang tidak memiliki hubungan tersebut (Dimiyati et al., 2022). Menurut teori ini, kekuatan suatu hubungan dalam jaringan sosial tidak hanya terletak pada hubungan dekat yang dimiliki seseorang, tetapi juga pada hubungan yang lebih lemah, yang dapat menghubungkan individu dengan peluang-peluang baru. Dalam konteks kewirausahaan siswa, hubungan sosial atau *hubungan koneksi* dapat terjalin (Frangopol, 1984).

4. Teori Kapabilitas (Teori Kapabilitas)

Teori kapabilitas, yang dikembangkan oleh Amartya Sen (1999), berfokus pada kemampuan individu untuk memanfaatkan berbagai sumber daya yang ada untuk mencapai tujuan hidup yang mereka inginkan. Dalam konteks kewirausahaan, kapabilitas ini mencakup kemampuan untuk mengakses modal, membangun jaringan sosial, dan mengembangkan keterampilan yang diperlukan untuk menjalankan usaha. Teori ini menekankan pentingnya dukungan dari

luar, seperti modal sosial yang dapat diakses melalui hubungan sosial, untuk meningkatkan kapabilitas mahasiswa dalam menjalankan usaha mereka. Dengan adanya *hubungan koneksi* yang kuat, siswa dapat memperluas kapasitas (Rahman, 2015).

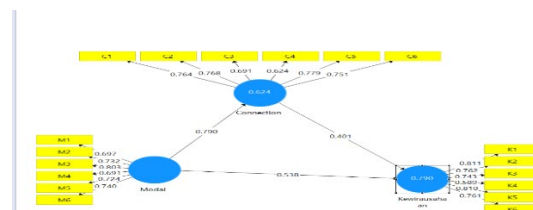
5. Teori Sumber Daya Berbasis Hubungan (Resource-Based View)

Teori sumber daya berdasarkan hubungan ini fokus pada pentingnya akses terhadap sumber daya untuk menciptakan dan mempertahankan keunggulan kompetitif. Menurut Barney (1991), perusahaan yang mampu mengakses dan memanfaatkan sumber daya yang langka, berharga, tidak mudah ditiru, dan tidak memiliki pengganti yang mudah akan memiliki keunggulan kompetitif yang lebih besar (Sushil, 1990).

6. Teori Pengaruh Sosial (Teori Pengaruh Sosial)

Teori pengaruh sosial menjelaskan bagaimana individu dipengaruhi oleh orang lain dalam pengambilan keputusan dan perilaku mereka. Dalam kewirausahaan, pengaruh sosial ini sangat penting karena keputusan siswa untuk memulai dan mengembangkan usaha sering dipengaruhi oleh orang-orang di sekitarnya, seperti teman, keluarga, mentor, atau bahkan investor (Machan, 1988).

Gambar 1 PLS Inner Model



Sumber Data : Data diolah Dari hasil uji Mediasi (2024)

Berdasarkan data tersebut kita bisa menjelaskan bahwa data tersebut atau nilai rata-rata tersebut sudah memenuhi permintaan dan nilainya tidak ada yang di bawah nilai permintaan maka dari itu kita bisa memberikan pemahaman terkait

1. Connection bahwa C1, C2, C3, C4, C5, C6 ini mungkin merujuk pada variabel yang terlibat dalam model, di mana ada hubungan antara variabel-variabel tersebut yang mungkin berfungsi sebagai mediator dalam hubungan antara variabel independen dan dependen (Alshahrani & Salam, 2024). 0.764 - Bisa menunjukkan kekuatan hubungan antara dua variabel dalam model (misalnya, antara C1 dan variabel lain seperti C2 atau G). 0.768 - Koefisien ini menunjukkan seberapa besar hubungan antara dua variabel lainnya (misalnya, C2 dan C4). 0.691 - Ini mungkin menunjukkan hubungan

yang lebih lemah atau lebih kecil dalam model, yang bisa menjadi bagian dari jalur tidak langsung (mediasi). 0.624 - Bisa juga mengindikasikan hubungan yang relatif moderat dalam model mediasi. 0.779 dan 0.751 - Ini bisa menunjukkan hubungan kuat antara variabel-variabel tertentu dalam model (Frangopol, 1984).

2. Modal M1,M2,M,3,M4,M5, M6 kemungkinan adalah nilai yang menunjukkan hasil dari beberapa perhitungan atau variabel dalam model statistik. Nilai seperti 0.697, 0.732, 0.803, 0.724, dan 0.740 mungkin menunjukkan estimasi atau koefisien dalam analisis yang lebih rumit seperti model mediasi atau hubungan antar variabel. Nilai 40.691 yang muncul di M3 mungkin menunjukkan statistik tertentu, misalnya hasil uji atau perhitungan lainnya (Frangopol, 1984).
3. Kewirausahaan K1, K2, K3, K4, K5, K6, Nilai-nilai ini tampaknya merujuk pada variabel atau koefisien dalam analisis yang lebih mendalam, misalnya, nilai-nilai yang mencerminkan pengaruh antara faktor-faktor yang ada dalam model. Biasanya, huruf seperti K1 hingga K6 digunakan untuk menyebutkan berbagai faktor atau variabel dalam model (Chiarini & Vagnoni, 2017).
4. Koefisien Negatif dan Positif Nilai seperti -0.538, -0.743, 0.790, 0.811, dan 0.761 adalah koefisien yang menggambarkan hubungan antara variabel-variabel dalam model analisis. Koefisien negatif (seperti -0.538 dan -0.743) menunjukkan bahwa ada hubungan terbalik antara dua variabel, artinya saat satu variabel meningkat, yang lainnya cenderung menurun. Sebaliknya, koefisien positif (seperti 0.790, 0.811, dan 0.761) menunjukkan hubungan positif, yang berarti saat satu variabel meningkat, variabel lainnya juga cenderung meningkat (Nuruzzaman, 2015).

METODE PENELITIAN

Berdasarkan hasil penelitian ini bertujuan untuk meneliti agar hubungan atau pengaruh sebab akibat yaitu tentang hubungan atau pengaruh terhadap variable bebas (X) (Lok, 2015) terhadap variabel terikat (Y) yakni yang dapat menganalisis pengaruh Connection Relationship dengan menggunakan metode kuantitatif pendekatan deskriptif (Shamsuddoha, 2015). Penelitian Kuantitatif ini adalah sebuah jenis penelitian yang menghasilkan temuan-temuan yang diperoleh melalui penerapan prosedur statistika atau metode lain yang melibatkan proses pengukuran secara kuantitatif (A. Ahmad, 2015). Teknik ini dapat mengambil dari sampel dengan menggunakan metode

kuantitatif. Untuk Teknik analisis yang saya gunakan yaitu menggunakan perangkat lunak PLS versi 24 untuk meneguji hasil dari penelitian atau judul yang saya peroleh (Preece, 2015).

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pembahasan ini bertujuan untuk menganalisis hasil uji statistika dari masing masing variabel, Tujuan utama dalam hasil menganalisis ini adalah untuk memahami seberapa penting dan seberapa pengaruh variabel-variabel terhadap Connention Relantionship terhadap kewirausahaan mahasiswa (Nuruzzaman, 2015) .Dengan demikian pembahasan ini diharapkan dapat memberikan wawasan strategi bagi kewirausahaan mahasiswa agar dapat memperkuat profitabilitas disektor ini. Berdasarkan pengelolaan data yang dilakukan oleh peneliti, maka dapat dijelaskan hasilnya sebagai berikut :

Tabel 1 Data Algoritma Hasil Uji construct reability and validity

	Cronbach alpha	Rho_A	Composite Reliability	AVE
Connection	0.825	0.829	0.873	0.535
Kewirausahaan	0.842	8.852	0.884	0.562
Modal	0.826	0.827	0.874	0.536

Sumber: Data telah diolah (2024)

Tabel 2 Data Algoritma Hasil Uji Discriminant validity

	Connection	Kewirausahaan	Modal
Connection	0.732		
Kewirausahaan	0.825	0.750	
Modal	0.790	0.854	0.732

Sumber: Data telah diolah (2024)

Tabel 3 Hasil Uji path coeffisien

	Original	Sample	STDEV	Tstatistika	P Values
Connection - Kewirausahaan	0.401	0.422	0.134	2.988	0.001
Modal - Connection	0.790	0.797	0.061	12.866	0.000
Modal - Kewirausahaan	0.538	0.518	0.132	4.068	0.000

Sumber: Data telah diolah (2024)

Tabel 4
Hasil Uji specific indirect effects

	Original	Sample	STDEV	Tstatistika	P Values
Modal - Connection - Kewirausahaan	0.316	0.336	0.110	2.889	0.002

Sumber: Data telah diolah (2024)

PEMBAHASAN

Pengaruh modal terhadap kewirausahaan siswa tidak dapat dipandang sebagai hubungan langsung dan sederhana. Berbagai faktor lain ikut berperan dalam memperkuat atau bahkan memoderasi hubungan tersebut. Salah satu faktor penting yang berfungsi sebagai mediator adalah hubungan koneksi atau hubungan sosial yang dibmeme hubungan koneksi.

1. Peran Modal dalam Kewirausahaan Mahasiswa

Modal adalah salah satu faktor penting dalam memulai dan mengembangkan usaha. Bagi pelajar, keterbatasan modal sering kali menjadi penghalang utama untuk merealisasikan ide-ide bisnis mereka. Modal yang dibutuhkan tidak hanya berupa uang, daya lain seperti pengetahuan, keterampilan, serta teknologi yang diperlukan untuk menjalankan usaha. Dalam banyak kasus, mahasiswa menghadapi kesulitan dalam mengakses modal finansial, baik dari sumber internal (seperti tabungan pribadi) (Baker & Oberman, 2016).

2. Hubungan Sosial Sebagai Modal Sosial

Hubungan koneksi dapat dilihat sebagai bentuk modal sosial, yang menurut Pierre Bourdieu (1986) Merujukpada sumber daya yang dapat diperoleh seseorang melalui hubungan yang mereka miliki dalam jaringan sosial. Dalam konteks kewirausahaan, modal sosial ini dapat membuka berbagai peluang bagi mahasiswa, seperti akses ke modal finansial, informasi pasar, mentor, serta dukungan dari pihak lain yang memiliki

kepentingan dalam keberhasilan usaha. Mahasiswa dengan jaringan sosial yang luas cenderung memiliki lebih banyak peluang untuk memperoleh modal atau investasi. Hal ini bisa terjadi karena jaringan sosial mereka memungkinkan mereka untuk terhubung dengan individu atau organisasi yang dapat menyediakan sumber daya yang dibutuhkan untuk memulai atau mengembangkan usaha. Misalnya, mahasiswa yang memiliki hubungan dengan alumni universitas atau pengusaha sukses cenderung memiliki akses lebih besar ke peluang bisnis atau kemitraan. Selain itu, mereka juga lebih mudah mendapatkan informasi yang relevan dan dukungan dalam menjalankan usaha (Wisker, 2023).

3. Koneksi Hubungan Sebagai Mediator

Secara teoritis, *hubungan koneksi* berperan sebagai mediator yang memperkuat pengaruh modal terhadap kewirausahaan siswa. Mediator dalam hal ini berfungsi untuk menjembatani atau memperkuat hubungan antara modal yang terbatas dan kemampuan siswa untuk mengembangkan usaha mereka. Ketika siswa memiliki hubungan sosial yang kuat, mereka dapat memanfaatkan koneksi tersebut untuk mengakses sumber daya lain yang mereka perlukan, termasuk modal finansial.

Misalnya, seorang mahasiswa yang memiliki hubungan baik dengan pengusaha atau investor dapat lebih mudah memperoleh pendanaan untuk usahanya. Demikian pula, mahasiswa yang memiliki hubungan dengan mentor atau profesional dalam industri tertentu dapat memperoleh informasi atau pengetahuan yang diperlukan untuk mengelola dan mengembangkan bisnis mereka (Abidin & Ilma Ahmad, 2023a). Dalam hal ini, *hubungan koneksi* tidak hanya menyediakan akses langsung ke modal finansial tetapi juga membuka pintu untuk mendapatkan modal sosial, seperti dukungan dan rekomendasi dari orang-orang yang memiliki pengaruh (Rahman, 2015).

Pengaruh Connection Relationship

Pengaruh modal terhadap keberhasilan kewirausahaan siswa sering kali tidak bersifat langsung. Meskipun modal finansial sangat penting, terdapat faktor-faktor lain yang memediasi hubungan antara modal dan kewirausahaan, salah satunya adalah *hubungan koneksi* atau hubungan sosial. Dalam konteks ini, *hHubungan koneksi* berfungsi sebagai mediator yang membantu siswa mengakses sumber daya lain yang diperusahaan (Masurel, 2019).

Modal adalah faktor yang sangat penting dalam memulai dan mengembangkan usaha. Bagi mahasiswa, keterbatasan modal

sering kali menjadi hambatan utama untuk mewujudkan ide-ide bisnis mereka. Modal yang dibutuhkan tidak hanya dalam bentuk uang, tetapi juga mencakup berbagai sumber daya lain seperti pengetahuan, keterampilan, dan teknologi yang diperlukan untuk operasional bisnis. Namun, meskipun modal finansial merupakan elemen yang krusial, keberhasilan suatu wirausaha tidak hanya bergantung pada modal semata. Modal yang ada harus dikelola dengan baik, dan kemampuan untuk mengakses dan mengelola modal (Preece, 2015).

Hubungan koneksi bisa dilihat sebagai Misalnya, seorang mahasiswa yang membangun hubungan baik dengan alumni universitas atau pengusaha sukses mungkin memiliki peluang untuk mendapatkan pendanaan atau kemitraan bisnis. Demikian pula, melalui hubungan sosial, mahasiswa dapat memperoleh informasi berharga cara mengelola usaha dengan lebih efektif. Di dalamnya peran *koneksi hubungan* sebagai mediator yang memperkuat atau memodifikasi Sebagai mediator, *hubungan hubungan* berpera Selain memberikan akses langsung ke modal, hubungan sosial yang baik juga dapat meningkatkan kemampuan siswa dalam

PENUTUP

Berdasarkan data dan temuan dalam penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa connection relationship atau hubungan sosial berperan sangat penting dalam memediasi pengaruh modal terhadap kewirausahaan mahasiswa. Modal yang dimiliki oleh seorang mahasiswa, baik dalam bentuk finansial, keterampilan, maupun sumber daya lainnya, dapat lebih efektif dimanfaatkan apabila didukung oleh jaringan sosial yang kuat dan hubungan yang baik dengan berbagai pihak. Temuan penelitian menunjukkan bahwa mahasiswa yang memiliki hubungan yang baik dengan mentor, investor, alumni, atau sesama wirausahawan cenderung lebih mampu mengakses peluang dan sumber daya yang mendukung perkembangan usaha mereka. Dalam konteks ini, hubungan sosial berfungsi sebagai penghubung yang mempermudah mahasiswa untuk memperoleh modal, baik itu dana, informasi, maupun kesempatan untuk belajar dan berkembang (Cheese et al., 1988)

Oleh karena itu, connection relationship bukan hanya menjadi faktor pendukung, tetapi juga menjadi faktor kunci yang dapat mempercepat proses

mengelola dan memanfaatkan modal dengan (Husen & Ahmad, 2023) lebih efektif. Melalui mentor atau jaringan yang lebih luas, siswa dapat memperoleh wawasan tentang cara menggunakan modal yang ada untuk memaksimalkan potensi usaha mereka (Z. I. Ahmad et al., 2024). Misalnya, seorang mentor yang berpengalaman dalam dunia bisnis dapat memberikan bimbingan mengenai bagaimana mengalokasikan modal untuk pemasaran, penelitian produk, atau pengembangan bisnis. Dengan bimbingan tersebut, siswa dapat menghindari pemborosan elain itu, hubungan sosial juga membuka peluang bagi siswa untuk mengembangkan kemampuan manajerial dan strategi yang penting dalam menjalankan usaha. Koneksi dengan individu yang memiliki pengalaman dalam industri tertentu memberi siswa kesempatan untuk belajar dari pengalaman mereka, yang pada gilirannya dapat memperbaiki cara siswa mengelola usaha. Dengan memiliki jaringan yang kuat, mahasiswa juga dapat mengakses informasi mengenai strategi bisnis yang terbukti efektif, yang dapat diterapkan pada usaha merek(Abidin & Ilma Ahmad, 2023b)

perkembangan kewirausahaan mahasiswa. Jaringan sosial yang luas memberi mahasiswa akses yang lebih besar terhadap sumber daya yang diperlukan untuk mengatasi berbagai tantangan yang muncul dalam perjalanan kewirausahaan mereka. Lebih jauh lagi, hasil penelitian ini juga mengungkapkan bahwa mahasiswa yang aktif membangun dan memelihara hubungan sosial mereka memiliki peluang lebih besar untuk mendapatkan peluang bisnis baru, kerjasama, serta bimbingan dari pihak yang lebih berpengalaman. Hal ini menunjukkan bahwa kewirausahaan bukan hanya soal mengelola ide dan modal, tetapi juga tentang bagaimana seorang wirausahawan dapat memanfaatkan hubungan sosial mereka untuk mencapai kesuksesan (Cheese et al., 1988)

DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, A. Z., & Ilma Ahmad, Z. (2023a). Kepatuhan Syariah (Sharia Compliance) Produk Lelang Syariah. *Jurnal Tijarotana, Vol 4 No1*. <https://ejournal.stiesbabussalam.ac.id/index.php/tijarotana/article/view/50>
- Abidin, A. Z., & Ilma Ahmad, Z. (2023b). Revitalisasi Dompot Digital OVO Invest Luncurkan Layanan Investasi Syariah Tinjauan Maqasid Syariah. *Jurnal Tijarotana, Vol 4 No 2*.
- Aboobaker, N., D., R., & K.A., Z. (2023). Fostering entrepreneurial mindsets: the impact of learning motivation, personal innovativeness,

- technological self-efficacy, and human capital on entrepreneurial intention. *Journal of International Education in Business*, 16(3), 312–333. <https://doi.org/10.1108/JIEB-10-2022-0071>
- Ahmad, A. (2015). Business Intelligence for Sustainable Competitive Advantage. In *Sustaining Competitive Advantage Via Business Intelligence, Knowledge Management, and System Dynamics* (Vol. 22A, pp. 3–220). Emerald Group Publishing Limited. <https://doi.org/10.1108/S1069-096420150000022014>
- Ahmad, Z. I. (2022). Analisis Swot disruptif society 5.0 : human resource management mewujudkan pertumbuhan ekonomi. *Procuratio : Jurnal Ilmu Manajemen, Vol 10 No.*
- Ahmad, Z. I., Abidin, A. Z., & Syahni, A. (2024). Systematic Literature Review: Variable-Variable yang Mempengaruhi Ketaatan Pembayaran Zakat terhadap Keberkahan Zakat Muzakki. *Jurnal Tijaratana, Vol 5 No 1.*
- Al-Dajani, H., Bang, N. P., Basco, R., Calabrò, A., Cheng, J. C. Y., Clinton, E., Daspit, J. J., De Massis, A., Discua Cruz, A., Garcia-Lorenzo, L., Gartner, W. B., Germain, O., Gherardi, S., Helin, J., Imas, M., Jack, S., McAdam, M., Radu-Lefebvre, M., Rovelli, P., ... Welter, F. (2024). A multi-voiced account of family entrepreneuring research: expanding the agenda of family entrepreneurship. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 30(9), 2185–2233. <https://doi.org/10.1108/IJEER-05-2023-0516>
- Alshahrani, M. A., & Salam, M. A. (2024). Entrepreneurial orientation and SMEs performance in an emerging economy: the mediating role of absorptive capacity. *Journal of Research in Marketing and Entrepreneurship*, 26(1), 1–24. <https://doi.org/10.1108/JRME-07-2022-0090>
- Amini Sedeh, A., Abootorabi, H., & Zhang, J. (2021). National social capital, perceived entrepreneurial ability and entrepreneurial intentions. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 27(2), 334–355. <https://doi.org/10.1108/IJEER-10-2019-0616>
- Baker, K. K., & Oberman, M. (2016). Women's Sexual Agency and the Law of Rape in the 21st Century. In *Special Issue: Feminist Legal Theory* (Vol. 69, pp. 63–111). Emerald Group Publishing Limited. <https://doi.org/10.1108/S1059-433720160000069003>
- Cheese, J., Day, A., & Wills, G. (1988). Handbook of Marketing and Selling Bank Services. *International Journal of Bank Marketing*, 6(3), 3–186. <https://doi.org/10.1108/eb010833>
- Chiarini, A., & Vagnoni, E. (2017). Strategies for modern operations management. *Benchmarking: An International Journal*, 24(4), 1065–1081. <https://doi.org/10.1108/BIJ-11-2015-0115>
- Dimiyati, Maulana, K., & Al Azhar, M. F. (2022). Menelaah Model Jual Beli Emas secara Kredit di Pegadaian Syariah Cabang Jombang. *Jurnal Tijaratana, Vol 3 No 2.*
- Frangopol, D. M. (1984). Sensitivity studies in reliability-based plastic design. *Engineering Computations*, 1(3), 237–246. <https://doi.org/10.1108/eb023578>
- Habibi, R., Santoso, M. S. B., & Nasirin, M. K. (2024). Peran aqasid syariah dan good corporate governance terhadap pertumbuhan laba bank syariah indonesia. *Jurnal Tijaratana, Vol 5 No 1.*
- Habibi, R., Umam, S., & Laili, M. N. (2022). Tinjauan Etika Bisnis Syari'ah terhadap Penetapan Harga dalam Jual Beli Online. *Tijaratana Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Syariah, Vol 3 No 2.*
- Husen, M. N., & Ahmad, Z. I. (2023). Implementasi Akad Ijarah dalam Pembiayaan Produktif pada KSPPS BMT NU Jombang. *Jurnal Tijaratana, Vol 4 No 2.*
- Lok, C. K. (2015). Adoption of Smart Card-Based E-Payment System for Retailing in Hong Kong Using an Extended Technology Acceptance Model. In *E-services Adoption: Processes by Firms in Developing Nations* (Vol. 23B, pp. 255–466). Emerald Group Publishing Limited. <https://doi.org/10.1108/S1069-09642015000023B003>
- Machan, T. R. (1988). Marxism: A Bourgeois Critique. *International Journal of Social Economics*, 15(11/12), 2–131. <https://doi.org/10.1108/eb014124>
- Management: A Selected Annotated Bibliography, Volume II. (1983). *Management Decision*, 21(5), 1–295. <https://doi.org/10.1108/eb002684>
- Masurel, E. (2019). Theoretical Background of Entrepreneurship. In *The Entrepreneurial Dilemma in the Life Cycle of the Small Firm* (pp. 13–73). Emerald Publishing Limited. <https://doi.org/10.1108/978-1-78973-315-020191003>
- Nasiruddin, M., & Hidayati, N. L. (2022). Aktivitas Ekonomi Santri dan Kesejahteraan Umat (Studi Kasus di Desa Kalijaring Kec. Tembelang Kab. Jombang). *Jurnal Tijaratana, Vol 2 No 2.*
- Nordqvist, P., & Gilman, L. (2022). A Sense of Affinity: The Donor-Recipient Connection. In *Donors* (pp. 141–174). Emerald Publishing Limited. <https://doi.org/10.1108/978-1-80043-564-320221006>
- Nuruzzaman, M. (2015). Improving Competitiveness in Manufacturing-Wholesaling-Retailing Supply Chains. In *Sustaining Competitive Advantage Via Business Intelligence, Knowledge Management, and System Dynamics* (Vol. 22A, pp. 221–457). Emerald Group Publishing Limited. <https://doi.org/10.1108/S1069-096420150000022016>
- Preece, M. (2015). Managing Information and Knowledge in Service Industries. In *Sustaining Competitive Advantage Via Business Intelligence, Knowledge Management, and System Dynamics* (Vol. 22B, pp. 3–154). Emerald Group Publishing Limited. <https://doi.org/10.1108/S1069-09642015000022B002>
- Rahman, A. (2015). Toward a Comprehensive

- Conceptualization of Digital Divide and its Impact on E-Government System Success. In *E-Services Adoption: Processes by Firms in Developing Nations* (Vol. 23A, pp. 291–488). Emerald Group Publishing Limited. <https://doi.org/10.1108/S1069-096420150000023003>
- Riha, T. (1985). German Political Economy: The History of an Alternative Economics. *International Journal of Social Economics*, 12(3/4/5), 2–248. <https://doi.org/10.1108/eb013991>
- Shamsuddoha, M. (2015). Integrated Supply Chain Model for Sustainable Manufacturing: A System Dynamics Approach. In *Sustaining Competitive Advantage Via Business Intelligence, Knowledge Management, and System Dynamics* (Vol. 22B, pp. 155–399). Emerald Group Publishing Limited. <https://doi.org/10.1108/S1069-09642015000022B003>
- Shiddiq, J., Azizah, N., & Wakhid, A. (2022). Keharusan Pelaku Usaha Memberikan Informasi yang Benar ditinjau dari Hukum Islam dan UUPK. *Jurnal Tijaratana, Vol 3 No 2*.
- Sushil. (1990). Waste Management: A Systems Perspective. *Industrial Management & Data Systems*, 90(5), 1–67. <https://doi.org/10.1108/02635579010140584>
- Wisker, Z. L. L. (2023). Inclusive marketing: Muslims' influence on marketers' behaviour in non-Muslim majority country: evidence from New Zealand. *Journal of Islamic Marketing*, 14(12), 3208–3227. <https://doi.org/10.1108/JIMA-08-2022-0238>
- Abidin, A. Z., & Ilma Ahmad, Z. (2023a). Kepatuhan Syariah (Sharia Compliance) Produk Lelang Syariah. *Jurnal Tijaratana, Vol 4 No 1*. <https://ejournal.stiesbabussalam.ac.id/index.php/tijaratana/article/view/50>
- Abidin, A. Z., & Ilma Ahmad, Z. (2023b). Revitalisasi Dompot Digital OVO Invest Luncurkan Layanan Investasi Syariah Tinjauan Maqasid Syariah. *Jurnal Tijaratana, Vol 4 No 2*.
- Aboobaker, N., D., R., & K.A., Z. (2023). Fostering entrepreneurial mindsets: the impact of learning motivation, personal innovativeness, technological self-efficacy, and human capital on entrepreneurial intention. *Journal of International Education in Business*, 16(3), 312–333. <https://doi.org/10.1108/JIEB-10-2022-0071>
- Ahmad, A. (2015). Business Intelligence for Sustainable Competitive Advantage. In *Sustaining Competitive Advantage Via Business Intelligence, Knowledge Management, and System Dynamics* (Vol. 22A, pp. 3–220). Emerald Group Publishing Limited. <https://doi.org/10.1108/S1069-096420150000022014>
- Ahmad, Z. I. (2022). Analisis Swot disruptif society 5.0 : human resource management mewujudkan pertumbuhan ekonomi. *Procuratio : Jurnal Ilmu Manajemen, Vol 10 No*.
- Ahmad, Z. I., Abidin, A. Z., & Syahni, A. (2024). Systematic Literature Review: Variable-Variable yang Mempengaruhi Ketaatan Pembayaran Zakat terhadap Keberkahan Zakat Muzakki. *Jurnal Tijaratana, Vol 5 No 1*.
- Al-Dajani, H., Bang, N. P., Basco, R., Calabrò, A., Cheng, J. C. Y., Clinton, E., Daspit, J. J., De Massis, A., Discua Cruz, A., Garcia-Lorenzo, L., Gartner, W. B., Germain, O., Gherardi, S., Helin, J., Imas, M., Jack, S., McAdam, M., Radu-Lefebvre, M., Rovelli, P., ... Welter, F. (2024). A multi-voiced account of family entrepreneuring research: expanding the agenda of family entrepreneurship. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 30(9), 2185–2233. <https://doi.org/10.1108/IJEER-05-2023-0516>
- Alshahrani, M. A., & Salam, M. A. (2024). Entrepreneurial orientation and SMEs performance in an emerging economy: the mediating role of absorptive capacity. *Journal of Research in Marketing and Entrepreneurship*, 26(1), 1–24. <https://doi.org/10.1108/JRME-07-2022-0090>
- Amini Sedeh, A., Abootorabi, H., & Zhang, J. (2021). National social capital, perceived entrepreneurial ability and entrepreneurial intentions. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 27(2), 334–355. <https://doi.org/10.1108/IJEER-10-2019-0616>
- Baker, K. K., & Oberman, M. (2016). Women's Sexual Agency and the Law of Rape in the 21st Century. In *Special Issue: Feminist Legal Theory* (Vol. 69, pp. 63–111). Emerald Group Publishing Limited. <https://doi.org/10.1108/S1059-433720160000069003>
- Cheese, J., Day, A., & Wills, G. (1988). Handbook of Marketing and Selling Bank Services. *International Journal of Bank Marketing*, 6(3), 3–186. <https://doi.org/10.1108/eb010833>
- Chiarini, A., & Vagnoni, E. (2017). Strategies for modern operations management. *Benchmarking: An International Journal*, 24(4), 1065–1081. <https://doi.org/10.1108/BIJ-11-2015-0115>
- Dimiyati, Maulana, K., & Al Azhar, M. F. (2022). Menelaah Model Jual Beli Emas secara Kredit di Pegadaian Syariah Cabang Jombang. *Jurnal Tijaratana, Vol 3 No 2*.
- Frangopol, D. M. (1984). Sensitivity studies in reliability-based plastic design. *Engineering Computations*, 1(3), 237–246. <https://doi.org/10.1108/eb023578>
- Habibi, R., Santoso, M. S. B., & Nasirin, M. K. (2024). Peran aqasid syariah dan good corporate governance terhadap pertumbuhan laba bank syariah indonesia. *Jurnal Tijaratana, Vol 5 No 1*.
- Habibi, R., Umam, S., & Laili, M. N. (2022). Tinjauan Etika Bisnis Syari'ah terhadap Penetapan Harga dalam Jual Beli Online. *Tijaratana Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Syariah, Vol 3 No 2*.
- Husen, M. N., & Ahmad, Z. I. (2023). Implementasi Akad Ijarah dalam Pembiayaan Produktif pada KSPPS BMT NU Jombang. *Jurnal Tijaratana, Vol 4 No 2*.
- Lok, C. K. (2015). Adoption of Smart Card-Based E-Payment System for Retailing in Hong Kong Using an Extended Technology Acceptance Model. In *E-services Adoption: Processes by Firms in Developing Nations* (Vol. 23B, pp. 255–466). Emerald Group Publishing Limited. <https://doi.org/10.1108/S1069-09642015000023B003>
- Machan, T. R. (1988). Marxism: A Bourgeois Critique. *International Journal of Social Economics*, 15(11/12), 2–131. <https://doi.org/10.1108/eb014124>
- Management: A Selected Annotated Bibliography, Volume II. (1983). *Management Decision*, 21(5), 1–295. <https://doi.org/10.1108/eb002684>
- Masurel, E. (2019). Theoretical Background of Entrepreneurship. In *The Entrepreneurial Dilemma in the Life Cycle of the Small Firm* (pp. 13–73). Emerald Publishing Limited. <https://doi.org/10.1108/978-1-78973-315-020191003>
- Nasiruddin, M., & Hidayati, N. L. (2022). Aktivitas Ekonomi Santri dan Ksejahteraan Umat (Studi Kasus

- di Desa Kalijaring Kec. Tembelang Kab. Jombang).
Jurnal Tijaratana, Vol 2 No 2.
- Nordqvist, P., & Gilman, L. (2022). A Sense of Affinity: The Donor-Recipient Connection. In *Donors* (pp. 141–174). Emerald Publishing Limited.
<https://doi.org/10.1108/978-1-80043-564-320221006>
- Nuruzzaman, M. (2015). Improving Competitiveness in Manufacturing-Wholesaling-Retailing Supply Chains. In *Sustaining Competitive Advantage Via Business Intelligence, Knowledge Management, and System Dynamics* (Vol. 22A, pp. 221–457). Emerald Group Publishing Limited.
<https://doi.org/10.1108/S1069-096420150000022016>
- Preece, M. (2015). Managing Information and Knowledge in Service Industries. In *Sustaining Competitive Advantage Via Business Intelligence, Knowledge Management, and System Dynamics* (Vol. 22B, pp. 3–154). Emerald Group Publishing Limited.
<https://doi.org/10.1108/S1069-09642015000022B002>
- Rahman, A. (2015). Toward a Comprehensive Conceptualization of Digital Divide and its Impact on E-Government System Success. In *E-Services Adoption: Processes by Firms in Developing Nations* (Vol. 23A, pp. 291–488). Emerald Group Publishing Limited. <https://doi.org/10.1108/S1069-096420150000023003>
- Riha, T. (1985). German Political Economy: The History of an Alternative Economics. *International Journal of Social Economics*, 12(3/4/5), 2–248.
<https://doi.org/10.1108/eb013991>
- Shamsuddoha, M. (2015). Integrated Supply Chain Model for Sustainable Manufacturing: A System Dynamics Approach. In *Sustaining Competitive Advantage Via Business Intelligence, Knowledge Management, and System Dynamics* (Vol. 22B, pp. 155–399). Emerald Group Publishing Limited.
<https://doi.org/10.1108/S1069-09642015000022B003>
- Shiddiq, J., Azizah, N., & Wakhid, A. (2022). Keharusan Pelaku Usaha Menberikan Informasi yang Benar ditinjau dari Hukum Islam dan UUPK. *Jurnal Tijaratana, Vol 3 No 2.*
- Sushil. (1990). Waste Management: A Systems Perspective. *Industrial Management & Data Systems*, 90(5), 1–67.
<https://doi.org/10.1108/02635579010140584>
- Wisker, Z. L. L. (2023). Inclusive marketing: Muslims' influence on marketers' behaviour in non-Muslim majority country: evidence from New Zealand. *Journal of Islamic Marketing*, 14(12), 3208–3227.
<https://doi.org/10.1108/JIMA-08-2022-0238>

