

**TESIS**

**MODAL SOSIAL PEDAGANG ETNIK TIU CHIU  
DAN HOKKIAN DI KAWASAN PASAR 16 ILIR  
KOTA PALEMBANG**



**REVI VEREYANTHI WIJAYA  
07022622226008**

**PROGRAM STUDI MAGISTER SOSIOLOGI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS SRIWIJAYA  
2024**

**TESIS**

**MODAL SOSIAL PEDAGANG ETNIK TIU CHIU  
DAN HOKKIAN DI KAWASAN PASAR 16 ILIR  
KOTA PALEMBANG**

**Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar  
Magister Sains (M.Si)**

**pada**

**Program Studi Magister Sosiologi  
Bidang Kajian Utama Pemberdayaan Masyarakat  
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya**



**REVI VEREYANTHI WIJAYA  
07022622226008**

**PROGRAM STUDI MAGISTER SOSIOLOGI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS SRIWIJAYA  
2024**

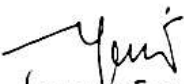
## HALAMAN PERSETUJUAN

Usulan tesis dengan judul “MODAL SOSIAL PEDAGANG ETNIK TIU CHIU DAN HOKKIAN DI KAWASAN PASAR 16 ILIR KOTA PALEMBANG” telah dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian Tesis Program Studi Magister Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya pada tanggal 21 Juni 2024.

Palembang, 2024

Ketua:

- 1 Dr. Yunindyawati, M.Si.  
NIP. 19750603 200003 2 001


  
(.....)

Anggota:

- 2 Dr. Dadang Hikmah Purnama, M. Hum.  
NIP. 19650712 199303 1 003

  
(.....)

- 3 Prof. Waspodo, M.A. Ph. D.

  
(.....)

- 4 Dr. Ridhah Taqwa, M.Si.  
NIP. 19661231 199303 1 018

  
(.....)

- 5 Dr. Ardiyan Saptawan, M.Si.  
NIP. 19651117 199003 1 004

  
(.....)

Mengetahui,

Dekan,  
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Koordinator Program Studi,  
Magister Sosiologi



Dr. Dadang Hikmah Purnama, M.Hum  
NIP. 19650712 199303 1 003

HALAMAN PENGESAHAN

TESIS

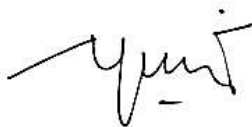
MODAL SOSIAL PEDAGANG ETNIK TIU CHIU  
DAN HOKKIAN DI KAWASAN PASAR 16 ILIR  
KOTA PALEMBANG

Oleh:

REVI VEREYANTHI WIJAYA  
07022622226008

Palembang, 2024

Pembimbing I



Dr. Yunindyawati, M.Si.  
NIP. 19750603 200003 2 001

Pembimbing II



Dr. Dadang Hikmah Purnama, M.Hum.  
NIP. 19650712 199303 1 003

Mengetahui,  
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Sriwijaya



Prof. Dr. Alfitri, M. Si.  
NIP. 19660122 199003 1 004

## PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : REVI VEREYANTHI WIJAYA  
NIM : 07022622226008  
Tempat dan Tanggal Lahir : Palembang, 26 Februari 1997  
Program Studi : Magister Sosiologi  
Bidang Kajian Utama : Pemberdayaan Masyarakat  
Judul Tesis : MODAL SOSIAL PEDAGANG ETNIK TIU CHIU DAN HOKKIAN DI KAWASAN PASAR 16 ILIR KOTA PALEMBANG

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa :

1. Seluruh data, informasi serta pernyataan dalam pembahasan dan kesimpulan yang disajikan dalam karya ilmiah ini, kecuali yang disebutkan sumbernya adalah merupakan hasil pengamatan, penelitian, pengolahan serta pemikiran saya dengan pengarahan dari pembimbing yang ditetapkan.
2. Karya ilmiah yang saya tulis ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapat gelar akademik baik di Universitas Sriwijaya maupun di perguruan tinggi lainnya.

Demikianlah pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya dan apabila di kemudian hari ditemukan bukti ketidak benaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademis berupa pembatalan gelar yang saya peroleh melalui pengajuan karya ilmiah ini.

Palembang, 2024  
Yang membuat pernyataan,



REVI VEREYANTHI WIJAYA  
NIM. 07022622226008

## **MOTTO DAN PERSEMBAHAN**

**Motto:**

**"Life can be heavy, especially if you try to carry it all at once. Part of growing up and moving into new chapters of your life is about catch and release. What I mean by that is, knowing what things to keep, and what things to release. Decide what is yours to hold and let the rest go. Oftentimes the good things in your life are lighter anyway, so there's more room for them"**

**- Taylor Swift -**

**Dengan Rasa syukur atas berkat Rahmat Tuhan yang Maha Esa,  
Saya persembahkan Tesis ini untuk**

- ❖ Kedua Orangtua Saya Chandra Wijaya dan Rika Andrian Wijaya**
- ❖ Keluarga Saya**
- ❖ Dosen Pembimbing Tesis Saya Ibu  
Dr. Yunindyawati, S.Sos, M.Si dan Bapak  
Dr. Dadang Hikmah Purnama, M.Hum.**
- ❖ Sahabat Tercinta**
- ❖ Bangsa dan Negara**
- ❖ Agama dan Almamaterku**

## KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Tuhan Yang Maha Esa, karena berkat rahmat dan hidayah-Nya lah penulis dapat menyelesaikan penyusunan Tesis ini dengan Judul “**Modal Sosial Pedagang Etnik Tiu Chiu dan Hokkian Di Kawasan Pasar 16 Ilir Kota Palembang**”. Tesis ini disusun dalam rangka memenuhi sebagian persyaratan untuk mencapai gelar Sarjana S-2 dalam bidang ilmu Sosiologi di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan Tesis ini masih banyak kekurangan, untuk itu penulis tidak menutup diri terhadap kritikan dan saran yang bersifat membangun. Penulis juga menyadari sejak awal hingga akhir penulisan skripsi ini telah banyak melibatkan berbagai pihak, baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Taufiq Marwa, S.E., M.Si selaku Rektor Universitas Sriwijaya.
2. Bapak Prof. Dr. Alfitri, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya.
3. Bapak Dr. Dadang Hikmah Purnama, M.Hum selaku Ketua Program Studi Magister Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya
4. Ibu Dr. Yunindyawati, S.Sos., M.Si sebagai pembimbing Pertama Bapak Dr. Dadang Hikmah Purnama, M.Hum sebagai pembimbing Kedua yang telah meluangkan banyak waktunya dan telah sangat membantu dalam memberikan arahan kepada penulis dalam menyelesaikan Tesis ini.
5. Seluruh Dosen Prodi Magister Sosiologi FISIP UNSRI yang telah banyak membantu penulis selama masa perkuliahan, terimakasih atas ilmu dan pengetahuan baru yang telah diberikan kepada penulis selama ini.
6. Mbak Anis selaku admin Prodi Masgister Sosiologi FISIP UNSRI, terimakasih atas bantuan administrasinya selama ini.
7. Pedagang di Kawasan Pasar 16 Ilir Kota Palembang dan Seluruh Informan pada penelitian ini, terimakasih telah memberikan waktu dan luwes

memberikan jawaban pertanyaan untuk membantu peneliti untuk menyelesaikan studi ini.

8. Seluruh Keluarga saya terimakasih atas segala bantuan Do'a yang tiada henti serta bantuan moril dan materi serta kasih sayang yang tak terhingga.
9. Terimakasih untuk teman-teman seperjuangan Magister FISIP UNSRI angkatan 2021/2022 Semester Ganjil dan Genap atas kerjasamanya selama kuliah dan selama penulisan Tesis ini
10. Terakhir terimakasih untuk semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu yang telah memberikan bantuan yang sangat berguna dalam penyusunan Tesis ini.

Akhir kata penulis mengucapkan banyak terimakasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu dan semoga amal serta kebaikan semua pihak yang telah membantu penulis dalam proses penyusunan skripsi ini dapat diterima dan dibalas kebaikannya oleh Tuhan yang Maha Esa.

Palembang,     Maret 2024  
Penulis,

Revi Vereyanthi Wijaya



## **MODAL SOSIAL PEDAGANG ETNIK TIU CHIU DAN HOKKIAN DI KAWASAN PASAR 16 ILIR KOTA PALEMBANG**

### **ABSTRAK**

Penelitian ini menggambarkan dan menganalisis kepercayaan, jaringan sosial, dan nilai dalam hubungan antara pedagang etnik Tiu Chiu dan Hokkian di Kawasan Pasar 16 Ilir Kota Palembang. Penelitian menggunakan metode kualitatif dengan jenis deskriptif dan menggunakan strategi penelitian Etnografi. Analisis menunjukkan bahwa kepercayaan dibangun melalui hubungan jangka panjang dan kesamaan kepentingan dalam bisnis dagang, memungkinkan kerjasama aktif dalam situasi stok barang kosong. Hasil analisis juga menunjukkan keterkaitan erat dengan teori modal sosial Fukuyama, di mana kepercayaan menjadi fondasi untuk hubungan bisnis yang berkelanjutan. Sejarah wirausaha pada etnis Tionghoa menunjukkan ketangguhan terhadap gejolak politik dan diskriminasi, dengan prinsip-prinsip seperti kestabilan emosi, ketelitian, keberanian, dan kejujuran menjadi ciri khas dalam menjalankan bisnis. Jaringan sosial antar pedagang mencakup berbagi pengalaman, dukungan keluarga, dan kerjasama dengan rekan bisnis. Nilai kejujuran, menghormati budaya, dan integritas memainkan peran krusial dalam membentuk jaringan sosial dan membangun kepercayaan. Kesimpulannya, kepercayaan, jaringan sosial, dan nilai-nilai ini mendorong hubungan bisnis yang berkelanjutan dan berhasil di pasar lokal, mengilustrasikan pentingnya integritas, kejujuran, dan penghargaan terhadap nilai-nilai lokal dalam membangun hubungan bisnis yang berkelanjutan.

**Kata kunci :** Etnik Hokkian, Etnik Tiu Chiu, Kawasan Pasar 16 Ilir, Modal Sosial

## **SOCIAL CAPITAL OF ETHNIC TIU CHIU TRADERS AND HOKKIEN IN 16 ILIR MARKET AREA PALEMBANG CITY**

### **ABSTRACT**

This research describes and analyzes trust, social networks, and values in the relationship between ethnic Tiu Chiu and Hokkien traders in the 16 Ilir Market Area of Palembang City. The research uses a qualitative method with a descriptive type and uses an Ethnographic research strategy. The analysis shows that trust is built through long-term relationships and common interests in the trading business, enabling active cooperation in situations of empty stock. The analysis also shows a close connection with Fukuyama's social capital theory, where trust is the foundation for sustainable business relationships. The history of entrepreneurship among ethnic Chinese shows resilience to political turmoil and discrimination, with principles such as emotional stability, conscientiousness, courage and honesty being the hallmarks of doing business. Social networks among traders include sharing experiences, family support, and cooperation with business partners. The values of honesty, respect for culture and integrity play a crucial role in shaping social networks and building trust. In conclusion, trust, social networks, and these values drive sustainable and successful business relationships in lokal markets, illustrating the importance of integrity, honesty, and respect for lokal values in building sustainable business relationships.

**Keywords:** Hokkien Ethnic, Tiu Chiu Ethnic, 16 Ilir Market Area, Social Capital

## RINGKASAN

### MODAL SOSIAL PEDAGANG ETNIK TIU CHIU DAN HOKKIAN DI KAWASAN PASAR 16 ILIR KOTA PALEMBANG

Karya tulis ilmiah berupa Tesis, 21 Juni 2024

Revi Vereyanthi Wijaya, di Bimbing oleh Dr. Yunindyawati, S.Sos., M.Si dan Dr. Dadang Hikmah Purnama, M.Hum.

Magister Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Sriwijaya

xxix + 188 Halaman, 7 Tabel, 11 Gambar, 5 Lampiran

Nilai dan Norma yang dipegang teguh oleh pedagang etnik Tiu Chiu dan Hokkian di Kawasan Pasar 16 Ilir Kota Palembang memainkan peran krusial dalam membentuk jaringan sosial dan membangun kepercayaan. Pertama, mengutamakan kejujuran menjadi landasan untuk saling percaya dan menciptakan manfaat seperti peningkatan reputasi dan pemenuhan harapan pelanggan. Hal ini sejalan dengan teori Fukuyama yang menyatakan bahwa kejujuran menjadi kunci dalam membangun dan mempertahankan kepercayaan. Kedua, menghormati nilai-nilai dan budaya lokal menjadi prinsip yang memungkinkan pedagang etnik membangun hubungan yang solid dengan komunitas lokal. Dengan memahami dan menghormati keanekaragaman budaya, pedagang dapat lebih berhasil memasarkan produk mereka dan memperoleh dukungan dari pelanggan setempat. Ketiga, selalu memastikan menghormati privasi individu menjadi dasar untuk menciptakan lingkungan aman dan nyaman bagi pelanggan dan mitra bisnis. Ini tidak hanya menciptakan jaringan bisnis, tetapi juga membentuk hubungan yang lebih personal dengan pelanggan, memperkuat ikatan di dalam jaringan.

Kepercayaan antar pedagang etnik Tiu Chiu dan Hokkian di Kawasan Pasar 16 Ilir Kota Palembang terbentuk melalui hubungan jangka panjang dan kesamaan kepentingan dalam bisnis dagang. Hal ini memungkinkan terjadinya kerjasama aktif, terutama dalam situasi stok barang kosong, dengan pola komunikasi dan pertukaran barang sebagai bentuk konkret dari kepercayaan tersebut. Analisis ini juga mengungkap keterkaitan erat dengan teori modal sosial Fukuyama, di mana kepercayaan menjadi fondasi untuk hubungan bisnis yang berkelanjutan. Sejarah wirausaha pada etnis Tionghoa menunjukkan ketangguhan dan ketahanan terhadap gejolak politik dan diskriminasi, dengan prinsip-prinsip seperti kestabilan emosi, ketelitian, keberanian, dan kejujuran menjadi ciri khas dalam menjalankan bisnis. Dengan demikian, kepercayaan bukan hanya menjadi faktor kunci dalam keberhasilan bisnis mereka, tetapi juga menjadi bagian integral dari modal sosial yang mendukung kerjasama ekonomi dan pembangunan hubungan bisnis yang berkelanjutan.

Jaringan sosial yang terbentuk di antara pedagang etnik Tiu Chiu dan Hokkian di Kawasan Pasar 16 Ilir Kota Palembang mencakup beberapa aspek kunci. Pertama, jaringan sesama pedagang etnik memperlihatkan interaksi aktif dalam berbagi pengalaman bisnis, peluang perdagangan, dan informasi pasar atau pelanggan. Keterbukaan untuk berbagi peluang perdagangan menunjukkan keyakinan dalam manfaat kerjasama, dan kepercayaan tumbuh melalui frekuensi interaksi ini. Kedua, peran keluarga dan kerabat dalam jaringan sosial sangat signifikan. Dukungan finansial dari keluarga tidak hanya membantu secara materi tetapi juga menjadi sumber pengetahuan dan pengalaman dalam menjalankan bisnis perdagangan. Ini mencerminkan tingkat kepercayaan yang tinggi dalam berbagi pengetahuan untuk memastikan kesuksesan bersama. Ketiga, kerjasama dan kemitraan dengan rekan bisnis menjadi elemen penting dalam memperluas dan memperkuat jaringan sosial. Kolaborasi dengan rekan bisnis memberikan akses ke sumber daya tambahan, peluang pasar, dan pengetahuan yang dapat mendiversifikasi usaha. Hal ini menciptakan lingkungan di mana nilai saling menghormati dan berkomitmen menjadi dasar norma di dalam jaringan ini. Dalam konteks modal sosial Fukuyama, kepercayaan menjadi elemen kunci dalam jaringan sosial ini. Frekuensi interaksi dan berbagi informasi di antara sesama pedagang menciptakan norma positif yang mendukung pertumbuhan ekonomi komunitas.

## SUMMARY

### SOCIAL CAPITAL OF ETHNIC TIU CHIU TRADERS AND HOKKIEN IN 16 ILIR MARKET AREA PALEMBANG CITY

Scientific written work in the form of a thesis, June 21, 2024

Revi Vereyanthi Wijaya, supervised by Dr. Yunindyawati, S.Sos., M.Si. and Dr. Dadang Hikmah Purnama, M.Hum.

Master of Sociology, Faculty of Social and Political Sciences, Sriwijaya University

xxix + 188 Pages, 7 Tables, 11 Figures, 5 Attachments

The values and norms held by ethnic Tiu Chiu and Hokkien traders in the 16 Ilir Market Area of Palembang City play a crucial role in shaping social networks and building trust. First, prioritizing transparency and honesty becomes the foundation for mutual trust and creates benefits such as increased reputation and fulfillment of customer expectations. This is in line with Fukuyama's theory which states that honesty is key in building and maintaining trust. Second, respecting lokal values and culture is a principle that enables ethnic traders to build solid relationships with lokal communities. By understanding and respecting cultural diversity, traders can more successfully market their products and gain support from lokal customers. Third, always ensuring respect for individual privacy is the basis for creating a safe and comfortable environment for customers and business partners. This not only creates a business network, but also forms a more personalized relationship with customers, strengthening ties within the network.

Trust between ethnic Tiu Chiu and Hokkien traders in the 16 Ilir Market Area of Palembang City is formed through long-term relationships and common interests in the trading business. This allows for active cooperation, especially in situations of empty stock, with patterns of communication and exchange of goods as a concrete form of trust. This analysis also reveals close links with Fukuyama's social capital theory, where trust is the foundation for sustainable business relationships. The history of entrepreneurship in ethnic Chinese shows resilience and resistance to political turmoil and discrimination, with principles such as emotional stability, rigor, courage and honesty being the hallmarks of doing business. As such, trust is not only a key factor in their business success, but also an integral part of the social capital that supports economic cooperation and sustainable business relationship building.

The social networks formed among ethnic Tiu Chiu and Hokkien traders in the 16 Ilir Market Area of Palembang City include several key aspects. First, the network among ethnic traders shows active interaction in sharing business experiences, trade opportunities, and market or customer information. Openness to sharing trade

opportunities indicates confidence in the benefits of cooperation, and trust grows through the frequency of these interactions. Second, the role of family and relatives in the social network is significant. Financial support from family not only helps materially but is also a source of knowledge and experience in running a trading business. This reflects a high level of trust in sharing knowledge to ensure mutual success. Third, cooperation and partnerships with business associates are important elements in expanding and strengthening social networks. Collaboration with business partners provides access to additional resources, market opportunities and knowledge that can diversify the business. This creates an environment where mutual respect and commitment become the basic norms within these networks. In the context of Fukuyama's social capital, trust is a key element in this social network. The frequency of interaction and information sharing among traders creates positive norms that support the economic growth of the community.

## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>v</b>
<b>PERNYATAAN ORISINALITAS.....</b>	<b>vii</b>
<b>MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....</b>	<b>ix</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>xi</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>xiii</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>xv</b>
<b>RINGKASAN .....</b>	<b>xvii</b>
<b>SUMMARY .....</b>	<b>xix</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xxi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xxv</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xxvii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xxix</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.3.1 Tujuan Umum.....	7
1.3.2 Tujuan Khusus.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
1.4.1 Manfaat Teoritis .....	7
1.4.2 Manfaat Praktis.....	7
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN.....</b>	<b>9</b>
2.1 Tinjauan Pustaka .....	9
2.2 Kerangka Pemikiran.....	23
2.2.1 Etnik .....	23
2.2.2 Tionghoa.....	24
2.2.3 Pedagang Tionghoa .....	26
2.2.4 Modal Sosial.....	28
2.2.5 Kerangka Pemikiran .....	34
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>35</b>

3.1	Desain Penelitian .....	35
3.2	Lokasi Penelitian .....	35
3.3	Fokus Penelitian.....	35
3.4	Strategi Penelitian .....	36
3.5	Jenis dan Sumber Data.....	36
3.5.1	Jenis Data .....	36
3.5.2	Sumber Data.....	37
3.6	Kriteria dan Penentuan Informan.....	37
3.7	Peranan Peneliti .....	38
3.8	Unit Analisis Data.....	38
3.9	Teknik Pengumpulan Data .....	39
3.9.1.	Observasi.....	39
3.9.2.	Wawancara.....	39
3.9.3.	Dokumentasi .....	40
3.10	Teknik Pemeriksaan dan Keabsahan Data.....	40
3.11	Teknik Analisis Data .....	41
3.11.1.	Kondensasi Data ( <i>Data Condensation</i> ) .....	41
3.11.2.	Penyajian Data ( <i>Data Display</i> ) .....	41
3.11.3.	Kesimpulan .....	41
3.12	Jadwal Penelitian .....	42
<b>BAB IV GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN.....</b>		<b>43</b>
4.1	Profil Kawasan Pasar 16 Ilir Kota Palembang .....	43
4.1.1	Letak Geografis.....	43
4.1.2	Sejarah Singkat .....	44
4.2	Pedagang Etnik Tiu Chiu dan Hokkian di Kawasan Pasar 16 Ilir Kota Palembang.....	47
4.3	Gambaran Informan Penelitian.....	51
<b>BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>		<b>53</b>
5.1	Nilai Dan Norma Sosial Pedagang Etnik Tiu Chiu dan Hokkian.....	56
5.1.1	Filosofi Berdagang Etnik Tiu Chiu dan Hokkian di Kawasan Pasar 16 Kota Palembang.....	57
5.1.2	Mengutamakan Kejujuran dalam Usaha.....	59
5.1.3	Menghormati Nilai-Nilai Dan Budaya Lokal .....	63
5.1.4	Selalu Memastikan Menghormati Privasi Individu .....	66



5.2	Kepercayaan Antar Pedagang Etnik Tiu Chiu dan Hokkian.....	73
5.2.1	Kepercayaan yang Terbangun Antara Etnik Tiu Chiu dan Hokkian .....	74
5.2.2	Manfaat Kepercayaan dalam Kerjasama Bisnis .....	81
5.2.3	Aspek-Aspek yang Mempengaruhi Kepercayaan antar Etnik Tiu Chiu dan Hokkian dalam Berdagang.....	86
5.2.4	Strategi Mempertahankan dan Meningkatkan Kepercayaan .....	94
5.3	Jaringan Sosial Pedagang Etnik Tiu Chiu dan Hokkian .....	112
5.3.1	Sesama pedagang etnik Tiu Chiu/Hokkian .....	117
5.3.2	Keluarga dan Kerabat .....	119
5.3.3	Rekan Bisnis .....	121
5.3.4	Konsumen (Pembeli/Pelanggan) .....	124
<b>BAB VI KESIMPULAN .....</b>		<b>127</b>
6.1	Kesimpulan.....	127
6.2	Saran.....	128
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>131</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Bagan Penelitian Terdahulu Modal Sosial .....	20
Gambar 4. 1 Peta Kawasan Pasar 16 Ilir Kota Palembang .....	43
Gambar 4. 2 Pasar 16 Tempo dulu .....	45
Gambar 4. 3 Kampung Kapitan, Tempat bersejarah Masyarakat China di Kota Palembang.....	50
Gambar 5. 1 Konsumen menitipkan Barang di Toko Listrik Milik Pedagang Tiu Chiu.....	76
Gambar 5. 2 Sikap Tolong Menolong yaitu Penitipan barang di Toko Listrik.....	78
Gambar 5. 3 Kepercayaan membentuk Hubungan sehingga mudah untuk mencari barang-barang yang diperlukan Pedagang .....	83
Gambar 5. 4 Kerjasama antara Pedagang Tiu Chiu dan Pedagang Lokal .....	85
Gambar 5. 5 Pedagang Etnik Tiu Chiu sudah berdagang Alat Tulis sejak Tahun 90an.....	95
Gambar 5. 6 Pedagang Tiu Chiu menjual Alat-alat Tulis dengan harga Grosir .	102
Gambar 5. 7 Jaringan Sosial Pedagang Etnik Tiu Chiu dan Hokkian .....	113

## DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1	Jadwal Kegiatan Penelitian .....	42
Tabel 5. 1	Nilai Dan Norma Sosial Pedagang Etnik Tiu Chiu dan Hokkian .....	69
Tabel 5. 2	Perbedaan Pedagang Etnik Tiu Chiu dan Hokkian dalam Aspek Nilai dan Norma .....	71
Tabel 5. 3	Kepercayaan Antar Pedagang Etnik Tiu Chiu dan Hokkian.....	105
Tabel 5. 4	Perbedaan Pedagang etnik Tiu Chiu dan Hokkian dalam Aspek Kepercayaan .....	109
Tabel 5. 5	Jaringan Sosial Pedagang Etnik Tiu Chiu dan Hokkian .....	126
Tabel 5. 6	Perbedaan Pedagang Etnik Tiu Chiu dan Hokkian Dalam Aspek Jaringan Sosial .....	129

## **DAFTAR LAMPIRAN**

LAMPIRAN 1 PEDOMAN WAWANCARA.....	137
LAMPIRAN 2 TRANSKRIP WAWANCARA .....	141
LAMPIRAN 3 DOKUMENTASI .....	184
LAMPIRAN 4 HASIL PENGECEKAN TURNITIN .....	187
LAMPIRAN 5 SK PENGUJI UJIAN TESIS .....	188

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Tionghoa ialah salah satu perantau dari Negara Tiongkok yang ada di Indonesia. Kata Tionghoa sendiri berasal dari dialek *Hokkian* yakni dari kata *zhōnghuá* yang memiliki arti bangsa tengah. Kata Tionghoa merujuk pada orang-orang keturunan Tiongkok yang tinggal di luar Republik Rakyat Tiongkok, seperti Indonesia, Malaysia, Singapura, dan lain-lain. Orang Tionghoa perantauan selama kurang lebih 600 tahun telah tersebar di Asia Tenggara. Menurut Hidayat menyatakan orang Tionghoa banyak masuk ke daerah-daerah di Asia Tenggara terutama pada masa-masa negara-negara di Asia Tenggara ketika masih diperintah oleh raja-raja dari pemerintahan asli, ketika itu belum ada negara yang disebut Indonesia, Malaysia, atau Singapura. Ketiga negara tersebut masih menjadi satu kesatuan wilayah ekonomi dan budaya. Orang-orang Tionghoa di Indonesia biasa menyebut diri dengan istilah *Tenglang (Hokkian)* atau dalam bahasa Mandarin disebut orang *Tang (Tangren)*. Istilah *Tangren* sendiri sesuai dengan kenyataan bahwa leluhur orang Tionghoa Indonesia mayoritas berasal dari Tiongkok Selatan yang bermigrasi ke Indonesia secara bergelombang sejak ribuan tahun yang lalu melalui kegiatan perniagaan (Pratiwi, 2016).

Zaman dahulu, motivasi awal kedatangan perantau dari Tiongkok adalah untuk berdagang. Kawasan Indonesia yang pertama kali mereka singgahi adalah Palembang yang pada masa itu merupakan pusat perdagangan Kerajaan Sriwijaya. Kemudian perantau dari Tiongkok ini pergi ke pulau Jawa untuk mencari rempah-rempah. Secara umum masyarakat Tionghoa di Palembang lebih banyak terlibat dalam kegiatan perdagangan. Keterlibatan mereka di sektor ini lebih banyak karena tekanan politis dari para penguasa setempat. Pada masa Kesultanan Palembang orang-orang Tionghoa tidak diperbolehkan bertani dan memiliki tanah. Larangan ini semakin jelas dengan kebijakan Kesultanan Palembang yang hanya memperbolehkan masyarakat Tionghoa tinggal di rumah rakit disekitar sungai Musi (Jumhari *et al.*, 2004). Sevenhoven mengatakan bahwa Orang-orang Tionghoa pada

masa ini memperdagangkan barang-barang seperti barang pecah belah, sutar kasar, benang emas, panci-panci besi, obat-obatan, teh, manisan dan barang-barang Tiongkok lainnya. Sementara rekannya orang Arab berdagang kain linen. Orang-orang pribumi biasanya memperdagangkan hasil-hasil pertanian dan hutan seperti rotan, damar, kayu, lilin dan lain sebagainya. Dalam berdagang biasanya mereka menggunakan perahu yang disebut *wangkang*, yang mirip dengan kapal yang ukurannya lebih kecil (Jumhari *et al.*, 2004).

Orang Tionghoa Palembang bukanlah kelompok masyarakat yang homogen, sebab mereka berasal dari berbagai macam etnik yang datang dari daerah Selatan Tiongkok, seperti Provinsi Kwantung, Fukien dan Kanton. Orang Tiongkok yang berasal dari Provinsi Kwantung adalah etnik Tiu Chiu sedangkan orang Hakka tinggal di daerah pedalaman Swantow. Sedangkan orang Hokkian berasal dari Provinsi Fukien dan orang Kwong-Fu berasal dari daerah Kanton. Mereka memiliki mata pencaharian yang beragam. Orang Hokkian yang pada umumnya berdagang, orang Tiu Chiu berprofesi sebagai petani sedangkan orang Hakka bergerak di lapangan industri kecil dan pertambangan. Sehingga tidak benar bahwa semua orang Tiongkok di Indonesia pada dasarnya berprofesi sebagai pedagang (Vasanty, dalam Jumhari *et al.*, 2004).

Namun, orang-orang Tionghoa dominan mengembangkan perekonomiannya melalui usaha perdagangan, mulai dari skala kecil sampai besar (Elfani, 2021). terdapat 5 etnik orang-orang Tionghoa tersebar diseluruh Indonesia (Tracy, 2016) yaitu : Hokkian, Hakka, Kanton, Tiu Chiu, dan Hainan. Namun terdapat 4 etnik yang paling banyak tersebar di seluruh Inonesia yaitu : Hokkian, Hakka, Tiu Chiu, dan Kanton (Lingoace, 2021). Umumnya masyarakat Tionghoa bermigrasi ke Indonesia untuk berdagang, umumnya mayoritas sektor-sektor perdagangan didominasi oleh orang Tionghoa. Seperti di Palembang, ada 2 suku yang mendominasi yaitu : Tiu Chiu dan Hokkian (Observasi awal Peneliti)

Pedagang membutuhkan suatu jaringan dengan individu atau kelompok lain sebagai ikatan satu dengan yang lainnya. Jaringan yang dibentuk dalam lingkup pengusaha bertujuan untuk mempertahankan bisnis yang dimilikinya. Adanya

jaringan memudahkan proses mobilitas antar pengusaha untuk menggerakkan sumber daya dalam bentuk finansial maupun informasi (Parasmo, 2017).

Dalam melakukan perdagangan di masa sekarang penduduk etnik Tiu Chiu dan Hokkian juga didukung dengan modal sosial yang telah terjalin turun-temurun dan membuat kelompok etnik tersebut identik dengan berdagang. Menurut Tonkiss, modal sosial barulah bernilai ekonomis kalau dapat membantu individu atau kelompok misalnya untuk mengakses sumber-sumber keuangan, mendapatkan informasi, menemukan pekerjaan, merintis usaha, dan meminimalkan biaya transaksi. Pada kenyataannya jaringan sosial sebagai bagian dari modal sosial tidaklah cukup karena belum mampu menciptakan modal fisik dan modal finansial yang juga dibutuhkan (Syahyuti, 2018).

Etnik Tiu Chiu adalah kelompok etnik Tionghoa yang berasal dari wilayah Tiongkok selatan, terutama dari daerah Provinsi Fujian dan Guangdong. Mereka memiliki sejarah panjang dalam berdagang dan berpengaruh dalam perdagangan internasional sejak berabad-abad yang lalu. Pedagang etnik Tiu Chiu dikenal sebagai pedagang yang terampil dan memiliki jaringan bisnis yang luas. Mereka cenderung menjalankan bisnis keluarga yang diwariskan dari generasi ke generasi, dan sering terlibat dalam perdagangan grosir, eceran, serta perdagangan komoditas seperti tekstil, barang elektronik, dan makanan. Sedangkan, etnik Hokkian juga merupakan kelompok etnik Tionghoa yang berasal dari Provinsi Fujian di Tiongkok. Mereka juga memiliki sejarah panjang dalam aktivitas dagang dan bisnis. Pedagang etnik Hokkian seringkali terlibat dalam perdagangan impor dan ekspor, serta berperan dalam distribusi barang secara internasional maupun domestik. Mereka terkenal sebagai pengusaha yang inovatif dan sering membentuk asosiasi dagang atau kelompok bisnis untuk memperkuat jaringan dan kekuatan ekonomi mereka. Beberapa sektor bisnis yang sering ditekuni oleh pedagang etnik Hokkian adalah industri perikanan, perkebunan, dan manufaktur (Observasi awal peneliti).

Berdasarkan observasi awal yang telah peneliti lakukan, problem atau masalah pedagang etnik Tiu Chiu dan Hokkian dalam berdagang di Kota Palembang yaitu tidak ada Komunitas orang-orang Tionghoa di Kota Palembang.

Tidak ada Komunitas Etnik Tiu Chiu dan Hokkian yang ada di Kota Palembang berbeda dengan yang ada di Kota-kota lainnya seperti di Makassar, Pontianak dan Surabaya, dimana mereka memiliki komunitas berdasarkan etnik sehingga seringkali kelompok yang ada bisa memberikan manfaat bagi etnik ini tapi di Kota Palembang tidak ada Komunitas seperti itu yang dapat memberikan manfaat untuk etnik Tiu Chiu dan Hokkian yang ada di Kota Palembang. Akan tetapi orang-orang Tionghoa di Palembang masih bisa menguasai pasar perdagangan di Kota Palembang, sehingga ini menimbulkan Diskriminasi atau prasangka, beberapa pedagang etnik Tiu Chiu dan Hokkian di Kawasan Pasar 16 Ilir Kota Palembang menghadapi diskriminasi berdasarkan latar belakang etnis mereka, banyak masyarakat menganggap bahwa orang-orang Tionghoa sangat menguasai pasar perdagangan di Kota Palembang karena setiap mereka membeli sesuatu, pasti pemilik dari tempat mereka akan membeli adalah orang Tionghoa. Sehingga prasangka masyarakat adalah pasar perdagangan di Kawasan Pasar 16 Ilir Kota Palembang dikuasai oleh Orang Tionghoa (Observasi awal peneliti).

Penelitian tentang modal sosial dalam berdagang yang dilakukan oleh orang-orang Tionghoa telah beberapa kali dilakukan oleh penelitian sebelumnya, seperti penelitian oleh Syafitri (2015) tentang Pemanfaatan Modal Sosial Dalam Sektor Perdagangan (Studi Pada Etnis Tionghoa, Batak Dan Minangkabau Di Kota Medan), Sutanto & Nurrachman (2018) tentang Makna Kewirausahaan Pada Etnis Jawa, Minang, dan Tionghoa: Sebuah Studi Representasi Sosial dan Anugrahani (2014) tentang Pemaknaan Etnis Tionghoa Dalam Mengaktualisasikan Nilai Leluhur Pada Bisnis Perdagangan (Studi Fenomenologi Jaringan Komunikasi Pedagang Tionghoa Di Kabupaten Kediri). Penelitian terdahulu fokus menjelaskan modal sosial dalam berdagang terutama pada 3 etnis termasuk Tionghoa, namun pada penelitian ini hanya akan fokus pada satu yaitu Tionghoa, dimana lebih fokus lagi hanya pada etnik Tiu Chiu dan Hokkian.

Pasar 16 Ilir di Palembang merupakan salah satu pasar tradisional yang memiliki sejarah yang panjang. Pasar ini didirikan pada abad ke-19 selama masa penjajahan Belanda di Indonesia. Sejak awal pendiriannya, Pasar 16 Ilir telah menjadi pusat perdagangan yang penting di kota Palembang (Kominfo Palembang). Pasar ini terkenal karena menjadi tempat bertemunya berbagai suku dan etnis,



termasuk orang Tionghoa, yang berperan aktif dalam kegiatan perdagangan di pasar tersebut. Orang-orang Tionghoa telah lama terlibat dalam bisnis dan perdagangan di Indonesia, membawa pengaruh budaya dan keahlian dalam praktik perdagangan mereka (Jumhari *et al.*, 2004).

Pedagang Tionghoa di Pasar 16 Ilir turut memberikan kontribusi dalam ragam produk dan barang dagangan yang ditawarkan. Mereka terlibat dalam perdagangan rempah-rempah, hasil pertanian, ikan, kain, dan barang-barang lainnya yang diperdagangkan di pasar tersebut. Seiring berjalannya waktu, pedagang Tionghoa di Kawasan Pasar 16 Ilir telah menjadi bagian integral dari kehidupan pasar dan berkontribusi pada keberlanjutan serta perkembangan pasar ini. Kehadiran mereka memberikan keragaman budaya dan keahlian dagang yang berdampak positif pada pasar dan masyarakat setempat.

Modal sosial membutuhkan partisipasi dalam jaringan, resiprositas, *trust*, *social norm*, sifat keumuman pemilikan (*the common*), dan sikap warga yang proaktif. Modal sosial hanya akan tercipta bila ada sikap resiprositas yang tinggi. Artinya, interaksi bukan semata-mata sebagai suatu pertukaran yang penuh perhitungan (*accounted exchange*) sebagaimana dalam kontrak bisnis, tapi kombinasi antara sifat altruis jangka pendek dengan harapan keuntungan dalam jangka panjang. Suatu kebaikan saat ini dipercaya akan dibalas pada waktu yang tak diduga nanti dalam bentuk yang lain. Secara umum, ada delapan elemen yang berbeda yang harus ada untuk mewujudkan modal sosial, yaitu partisipasi pada komunitas lokal, proaktif dalam konteks sosial, perasaan *trust* dan *safety*, hubungan ketetanggaan (*neighborhood connection*), hubungan kekeluargaan dan pertemanan (*family and friends connection*), toleransi terhadap perbedaan (*tolerance of diversity*), berkembangnya nilai-nilai kehidupan (*value of life*), dan adanya ikatan-ikatan pekerjaan (*work connection*).

Orang Tionghoa merupakan masyarakat perantauan dari Tiongkok yang terkenal berprofesi sebagai pedagang, tentunya memiliki proses tersendiri dalam mengembangkan dan menjalankan bisnisnya. Mereka tentunya memiliki jaringan yang di dalamnya terdapat modal sosial. Modal sosial yang saling terhubung dan menghubungkan pengusaha dengan aktor lain pada ruang lingkup tertentu. Modal

sosial memiliki pengaruh bagi pengusaha Tionghoa dalam melebarkan sayap koneksi untuk usahanya, keberadaan modal sosial yang memfokuskan pada koneksi atau jaringan sosial bermanfaat untuk mendapatkan hasil yang maksimal, sehingga dalam menghadapi masalah ini perlu untuk mengembangkan modal sosial pada etnik Tiu Chiu dan Hokkian dalam berdagang agar bisa bertahan dan berkembang. Penelitian ini fokus pada modal sosial yang dimiliki pedagang etnik Tiu Chiu dan Hokkian di Kota Palembang sehingga tetap bertahan dan berkembang hingga saat ini.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah dijelaskan di atas, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah “Bagaimana modal sosial pedagang etnik Tiu Chiu dan Hokkian di Kawasan pasar 16 Ilir Kota Palembang ?. Dari rumusan masalah tersebut dapat ditarik tiga pertanyaan penelitian sebagai berikut :

1. Bagaimana nilai dan norma sosial pedagang etnik Tiu Chiu dan Hokkian di Kawasan Pasar 16 Ilir Kota Palembang?
2. Bagaimana kepercayaan antar pedagang etnik Tiu Chiu dan Hokkian di Kawasan Pasar 16 Ilir Kota Palembang?
3. Bagaimana jaringan sosial pedagang etnik Tiu Chiu dan Hokkian di Kawasan Pasar 16 Ilir Kota Palembang?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

#### **1.3.1 Tujuan Umum**

Tujuan umum penelitian ini adalah untuk memahami dan menganalisis modal sosial Pedagang etnik Tiu Chiu dan Hokkian di Kawasan pasar 16 Ilir Kota Palembang.

#### **1.3.2 Tujuan Khusus**

1. Untuk memahami dan menganalisis nilai dan norma sosial pedagang etnik Tiu Chiu dan Hokkian di Kawasan Pasar 16 Ilir Kota Palembang
2. Untuk memahami dan menganalisis kepercayaan antar pedagang etnik Tiu Chiu dan Hokkian di Kawasan Pasar 16 Ilir Kota Palembang.
3. Untuk memahami dan menganalisis jaringan sosial pedagang etnik Tiu Chiu dan Hokkian di Kawasan Pasar 16 Ilir Kota Palembang.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi pengetahuan baru bagi pembaca tentang modal sosial pedagang etnik Tiu Chiu dan Hokkian di Kawasan asar 16 Ilir Kota Palembang.

#### **1.4.1 Manfaat Teoritis**

Manfaat teoritis penelitian ini adalah diharapkan dapat memberikan ilmu pengetahuan, terutama kajian Sosiologi Ekonomi dan Modal Sosial.

#### **1.4.2 Manfaat Praktis**

Manfaat praktis penelitian ini adalah diharapkan menjadi Bahan masukan dalam pengembangan kajian tentang Hubungan Ras dan Etnik Informasi tentang modal sosial yang dimiliki oleh pedagang etnik Tiu Chiu dan Hokkian dapat membantu dalam memahami interaksi sosial, kerjasama, dan dinamika kelompok etnik di Kawasan Pasar 16 Ilir, Kota Palembang. Penelitian ini dapat memberikan  
ngan pengetahuan yang penting bagi perkembangan kajian tentang hubungan ras dan etnik di masyarakat.

## DAFTAR PUSTAKA

- Agusyanto, R. (2007). *Jaringan sosial dalam organisasi*.
- Anugrahani, B. (2014). *Pemaknaan Etnis Tionghoa Dalam Mengaktualisasikan Nilai Leluhur Pada Bisnis Perdagangan (Studi Fenomenologi Jaringan Komunikasi Pedagang Tionghoa di Kabupaten Kediri)*. Universitas Brawijaya.
- Astutik, J., & Kartono, R. (2016). Model Jejaring Penguatan Modal Sosial Masyarakat Etnis Tionghoa-Jawa Melalui Konstruktif-Produktif Menuju Integrasi Bangsa. *Research Report*, 654–670.
- Azizah, L. N. (2021). *Pengertian Etnis: Jenis-jenis, Contoh, dan Konsep Etnik*. Gramedia.Com. <https://www.gramedia.com/literasi/pengertian-etnis/>
- Bourdieu, P. (2011). The Forms of Capital. *Cultural Theory: An Anthology*, 1, 81–93.
- Coppel, C. A. (1994). Tionghoa Indonesia dalam krisis. (*No Title*).
- Creswell, J. W. (2017). *Research Design (Pendekatan Metode Kualitatif, Kuantitatif, Dan Campuran)*. Pustaka Pelajar.
- Danastri, N. (2021). Jaringan Sosial Pengusaha Tionghoa di Kota Surabaya. *Paradigma*, 10(1).
- Darmawan, E. (2016). Konsepsi Trust yang Dibangun Etnis Tionghoa dalam Politik Di Kota Tanjungpinang Provinsi Kepulauan Riau. *KEMUDI: Jurnal Ilmu Pemerintahan*, 1(1), 44–77.
- Elfani, S. (2021). Diskursus Pola Asuh Keluarga Tionghoa. *Paradigma*, 10(1).
- Eriyanti, F. (2006). Dinamika posisi identitas etnis Tionghoa dalam tinjauan teori identitas sosial. *Jurnal Demokrasi*, 5(1).
- Faedlulloh, D. (2015). Modal sosial dalam gerakan koperasi. *The Indonesian Journal of Public Administration (IJPA)*, 1(1), 1–20.
- Field, J. (2016). *Social Capital Third Edition*. Routledge. <https://www.routledge.com/Social-Capital/Field/p/book/9780415703437>
- Fukuyama, F. (1996). *Trust: The social virtues and the creation of prosperity*. Simon and Schuster.
- Fukuyama, F. (2002). *The Great Disruption, Hakikat Manusia dan Rekonstruksi Tatanan Sosial, Dialihbahasakan oleh Ruslani*. Qalam Press, Yogyakarta.
- Fukuyama, F. (2007). Trust: kebajikan sosial dan penciptaan kemakmuran. *Language*, 19(563p), 24cm.
- Ginting, E., & Yusnaini, Y. (2020). *Kesenjangan Sosial antara Pedagang Perempuan Etnis Melayu dan Tionghoa*.
- Gong, S., Xu, P., & Wang, S. (2021). Social capital and psychological well-being of Chinese immigrants in Japan. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 18(2), 547.

- Hanafiah, D. (1995). Melayu-Jawa: citra budaya dan sejarah Palembang. (*No Title*).
- Hanifan, L. J. (1916). The Rural School Community Center. *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 67(1), 130–138.
- Harahap, N. (2020). Adaptasi Berbasis Budaya dan Sosial Masyarakat (Studi Kasus Etnis Tionghoa di Kota Palembang). *JUPIIS: Jurnal Pendidikan Ilmu-Ilmu Sosial*, 12(1), 220–229.
- Hartati, D. (2016). Konfusianisme dalam kebudayaan Cina modern. *Paradigma: Jurnal Kajian Budaya*, 2(2), 13.
- Idntimes. (2022). *Pedagang: Pengertian, Jenis, Ciri, dan Perilakunya*. Idntimes.Com. <https://www.idntimes.com/business/economy/yogama-wisnu-oktyandito/apa-itu-pedagang-pengertian-jenis-ciri-dan-perilakunya?page=all>
- Iqlima, D., & Wijaya, A. (2022). Modal Sosial Petani Nanas Dalam Jaringan Distribusi Nanas Madu Pemalang. *Jurnal Pendidikan Sosiologi Dan Humaniora*, 13(2), 421–430.
- Jumhari, J., Refisrul, R., Iriani, I., & Rohanah, S. (2004). *Jaringan perdagangan perantara etnik cina di Palembang dari permulaan abad ke 20 sampai akhir kolonial*. Direktorat Jenderal Kebudayaan.
- Kansil, C. S. T., & Kansil, C. S. T. (2015). Pokok-Pokok Pengetahuan Hukum Dagang Indonesia Edisi Kedua. *Jakarta: Sinar Grafika*.
- Karmela, S. H., & Pamungkas, S. (2017). Kehidupan Sosial Ekonomi Orang-orang Tionghoa Di Kota Jambi. *Jurnal Ilmiah Dikdaya*, 7(1), 55–62.
- Koentjaraningrat, K. (2007). *Manusia dan kebudayaan di Indonesia*. Djambatan.
- Kompas, T. (2010). Jelajah Musi, Eksotika Sungai di Ujung Senja. *Penerbit Buku Kompas*.
- Legista, V. (2021). *Analisis Budaya Bisnis Etnis Tionghoa Hokkian di Kota Prabumulih Sumatra Selatan*.
- Lingoace. (2021). *Sejarah dan Budaya 4 Suku Tionghoa Terbesar di Indonesia*. Lingoace.Com. <https://www.lingoace.com/id/trending/sejarah-dan-budaya-4-suku-tionghoa-terbesar-di-indonesia/>
- Mahyuddin, M. (2019). Modal Sosial dan Integrasi Sosial: Asimilasi dan Akulturasi Budaya Masyarakat Multikultural di Polewali Mandar, Sulawesi Barat. *KURIOSITAS: Media Komunikasi Sosial Dan Keagamaan*, 12(2), 111–122.
- Mestika, Z. (1991). *Kepialangan, Politik dan Revolusi: Palembang 1900 1950 [Brokerage, Politics and the Revolution: Palembang 1900 1950]*. Ph. D. dissertation, Free University, Amsterdam.
- Miles, M. B. A., Huberman, M., & Saldana, J. (2014). *Qualitative Data Analysis, A Methods Sourcebook*. Saeg Publication. Inc.
- Moleong, L. J. (2017). *Metodologi Penelitian Kualitatif (Edisi Revisi)*. PT. Remaja Rosdakarya.
- Mudana, I. W. (2012). Modal Sosial dalam Pengintegrasian Etnis Tionghoa pada Masyarakat Desa Pakraman di Bali. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 1(1).

- Nisyah, C. (2020). *SEJARAH Pasar 16 Ilir Palembang, Sudah ada Sejak Tahun 1821, Berada di Pinggiran Sungai Musi*. SRIPOKU. <https://palembang.tribunnews.com/2020/04/27/sejarah-pasar-16-ilir-palembang-sudah-ada-sejak-tahun-1821-berada-di-pinggiran-sungai-musi?page=2>.
- Octavia, N. A. (2023). *Apakah Tiongkok dan Tionghoa Sama? Simak Penjelasannya*. Travelokezone.Com.
- Parasmo, T. H. (2017). Jaringan Sosial Pedagang Barang Antik di Kota Surabaya (Studi Deskriptif Kualitatif Tentang Pedagang Klithikan Barang Antik di Jalan Bodri Kota Surabaya). *Paradigma*, 5(3).
- Prasetyo, Y. (2020). Dari Pikulan ke Kelontong: Tionghoa dan Toko Kelontong Yogyakarta 1900–1942. *ENTITA: Jurnal Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial Dan Ilmu-Ilmu Sosial*, 2(1), 63–78.
- Pratiwi, A. (2016). Konstruksi Realitas Sosial-Budaya Etnis Tionghoa Di Palembang: Studi Komunikasi Antar-Budaya. *CoverAge: Journal of Strategic Communication*, 7(1), 55–68.
- Purwaningsih, E. (2018). Potret Solidaritas Sosial Masyarakat Etnis Tionghoa dan Jawa di Lasem. *Jantra*, 13(2), 149–158.
- Puspitasari, D. C. (2012). Modal sosial perempuan dalam peran penguatan ekonomi keluarga. *Jurnal Pemikiran Sosiologi*, 1(2), 69–80.
- Reinhard, S. (2017). Gambaran Etos Kerja Pada Pedagang Etnis Tionghoa di Jakarta. *Psibernetika*, 7(1).
- Rusli, T. (2012). Tanggung Jawab Produk Dalam Hukum Perlindungan Konsumen. *Pranata Hukum*, 7(1).
- Soekanto, S. (2002). *Sosiologi Suatu Pengantar*. PT. Raja Grafindo Persada.
- Sujatniko, E. (2014). *Kamus Ips*. Surakarta: Aksara Sinergi Media Cet. I.
- Supono, B. (2011). Peranan modal sosial dalam implementasi manajemen dan bisnis. *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 11(1).
- Suryaningsi, T. (2019). Modal Sosial Masyarakat Multietnik Di Beringin Jaya. *Walasuji*, 10(1), 97–110.
- Sutanto, O., & Nurrachman, N. (2018). Makna kewirausahaan pada etnis Jawa, Minang, dan Tionghoa: Sebuah studi representasi sosial. *Jurnal Psikologi Ulayat*, 5(1), 86–108.
- Syafitri, A. (2015). Pemanfaatan Modal Sosial Dalam Sektor Perdagangan (Studi Pada Etnis Tionghoa, Batak, Dan Minangkabau Di Kota Medan). *Perspektif Sosiologi*, 3(1), 156618.
- Syafrina, H. (2023). *Barang-barang di Pasar 16 Ilir Mayoritas Dikuasai Pedagang Etnis Cina, India dan Arab*. Pal TV. <https://paltv.disway.id/read/3609/barang-barang-di-pasar-16-ilir-mayoritas-dikuasai-pedagang-etnis-cina-india-dan-arab>
- Syahputra, Z. (2008). *Penggunaan Jaringan Sosial Sebagai Potensi Modal Sosial*

*Dalam Bisnis Etnis Cina (Studi jaringan sosial pada pengusaha etnis Cina di kota Medan. Universitas Sumatera Utara.*

- Syahra, R. (2003). Modal sosial: Konsep dan aplikasi. *Jurnal Masyarakat Dan Budaya*, 5(1), 1–22.
- Syahyuti, N. N. (2018). Peran Modal Sosial (social Capital) Dalam Perdagangan Hasil Pertanian (The Role of Social Capital in Agricultural Trade). *Jurnal*.
- Tejawati, N. L. P., Purnawati, D. M. O., Udiyani, I. A. P. S., & Jemini, Y. K. (2020). Kolaborasi Modal Sosial Dan Budaya Etnis Tionghoa Di Desa Pupuan Kabupaten Tabanan: Collaboration Of Chinese Ethnic Culture And Social Capital In Pupuan Village, Tabanan Regency. *Social Studies*, 8(1), 99–109.
- Tracy, M. (2016). *5 Suku Tionghoa yang Tersebar di Indonesia*. Pegipegi.Com. <https://www.pegipegi.com/travel/5-suku-tionghoa-yang-tersebar-di-indonesia/>
- Van Nederlandsch-Indie, E. (1917). Tweede Druk Erste Deel, s-Gravenhage Martinus Nijhoff. *Leiden, Hlm, 740*.
- Van Sevenhoven, J. L. (1971). Lukisan tentang ibukota Palembang. (*No Title*).
- Wargadalem, F. R., & Susanti, H. (2023). Pasar 16 Ilir: Ruang Perdagangan di Kota Palembang Awal Abad 20. *Diakronika*, 23(1), 137–157.
- Widiastuti, K., & Oktaviana, A. (2018). Bentuk Dan Makna Rumah Tinggal Etnis Tionghoa Di Banjarmasin. *INFO-TEKNIK*, 16(2), 243–258.
- Widodo, J. (2021). *Eksistensi Budaya Sebagai Media Integrasi Antar Etnis: Tinjauan Perjalanan Etnis Tionghoa*.
- Yasin, A. (2017). Hegemoni Ekonomi Etnik Tionghoa Di Pesisir Kabupaten Bengkalis Riau. *Sosial Budaya*, 14(2), 165–178.