

**IDENTIFIKASI PERAN MODAL SOSIAL
DALAM PENGEMBANGAN UMKM BATIK
(STUDI PADA UMKM BATIK BANYUWANGI)**

JURNAL ILMIAH

Disusun oleh:

ENGGAL MUKTI RIZKY PRATAMA

145020100111018



**JURUSAN ILMU EKONOMI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BRAWIJAYA**

MALANG

2018

LEMBAR PENGESAHAN PENULISAN ARTIKEL JURNAL

Artikel Jurnal dengan judul :

IDENTIFIKASI PERAN MODAL SOSIAL DALAM PENGEMBANGAN UMKM BATIK (STUDI PADA UMKM BATIK BANYUWANGI)

Yang disusun oleh :

Nama : Enggal Mukti Rizky Pratama
NIM : 145020100111018
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Jurusan : S1 Ilmu Ekonomi

Bahwa artikel Jurnal tersebut dibuat sebagai *persyaratan ujian skripsi* yang dipertahankan di depan Dewan Penguji pada tanggal 31 Mei 2018.

Malang, 05 Juni 2018
Dosen Pembimbing,

Yenny Kornitasari, SE., ME
NIP 2015078810012001

**IDENTIFIKASI PERAN MODAL SOSIAL
DALAM PENGEMBANGAN UMKM BATIK
(STUDI PADA UMKM BATIK BANYUWANGI)**

Enggal Mukti Rizky Pratama*, Yenny Kornitasari**

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Brawijaya

*Email: muktienggal@gmail.com

**Email: yenny_kornitasari@yahoo.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pengembangan yang diterapkan oleh UMKM batik di Kabupaten Banyuwangi melalui pendekatan modal sosial. Penelitian ini menggunakan metodologi serta pengumpulan data melalui metode wawancara semi-terstruktur dan pengamatan yang dilakukan di lapangan. Hasil penelitian ini menunjukkan adanya aspek kepercayaan, jaringan sosial, dan norma yang membantu dalam pengembangan UMKM batik Banyuwangi. Pengembangan UMKM batik tersebut dilakukan dengan meningkatkan kepercayaan antar pengerajin batik, yang berdampak terhadap rendahnya tingkat persaingan usaha karena terjalin kerjasama atau kolaborasi antar pengerajin batik. Selain itu dengan memanfaatkan jaringan sosial para pengerajin batik meningkatkan keberlangsungan usahanya melalui pembentukan relasi yang dibuat. Serta menciptakan keadaan yang harmonis melalui penerapan aturan yang harus dipatuhi seluruh anggota asosiasi.

Kata kunci: Pengembangan UMKM, Modal Sosial, Pembangunan Ekonomi

A. PENDAHULUAN

Pembangunan ekonomi merupakan suatu proses guna meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Pembangunan ekonomi berupaya untuk mentransformasi perekonomian dari keadaan stagnan ke pertumbuhan yang lebih baik, dan dari status penghasilan rendah ke penghasilan tinggi, serta upaya menanggulangi masalah kemiskinan absolut (Todaro, 2011). Pembangunan ekonomi tidak dapat dicapai dalam proses yang singkat, oleh karena itu seluruh upaya harus diarahkan sedemikian rupa sehingga proses dan pelaksanaan pembangunan setiap tahunnya semakin mendekati pada tujuan yang sudah disepakati sebelumnya.

Namun apabila dalam pelaksanaan pembangunan kurang sesuai dengan potensi yang dimiliki oleh masing-masing daerah, maka pemanfaatan sumber daya yang ada akan menjadi kurang optimal. Keadaan tersebut dapat mengakibatkan lambatnya proses pertumbuhan ekonomi daerah yang bersangkutan (Prishardoyo, 2008). Sehingga perlu adanya pelaksanaan yang jelas, yang di mana hal tersebut salah satunya dapat diimplementasikan melalui Rencana Kerja Pemerintah (RKP), yang di dalamnya memuat sasaran, arah kebijakan, dan strategi pembangunan. Salah satu prioritas pembangunan dalam Rencana Kerja Pemerintah (RKP) adalah pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) (Ariani, 2017) yang patut di akui sebagai kekuatan strategis dalam percepatan pembangunan ekonomi (Hafsah, 2004), karena potensinya yang besar dalam menggerakkan kegiatan ekonomi masyarakat, dan sekaligus menjadi tumpuan sumber pendapatan sebagian besar masyarakat dalam meningkatkan kesejahteraannya.

Bahkan hal tersebut dapat dilihat pada fenomena krisis moneter yang terjadi di Indonesia beberapa waktu lalu, yang menyebabkan banyak usaha berskala besar mengalami stagnasi, bahkan

berhenti beraktivitas namun UMKM masih dapat bertahan. Hal ini menunjukkan bahwa UMKM terbukti lebih tangguh, karena pada umumnya UMKM menghasilkan barang konsumsi dan jasa yang dekat dengan kebutuhan masyarakat (harganya terjangkau) serta tidak ada sangkut pautnya dengan saham dan kurs dollar (ruang lingkupnya kecil) (Chabib, 2016). Selain mampu bertahan dalam krisis moneter dan ekonomi, UMKM juga strategis dalam mengurangi masalah pengangguran. Hal tersebut dapat dilihat kontribusinya dalam penyerapan tenaga kerja serta sumbangan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) yang setiap tahunnya mengalami peningkatan (lihat tabel 1).

Tabel 1: Perkembangan UMKM Skala Nasional Pada Tahun 2010 - 2013

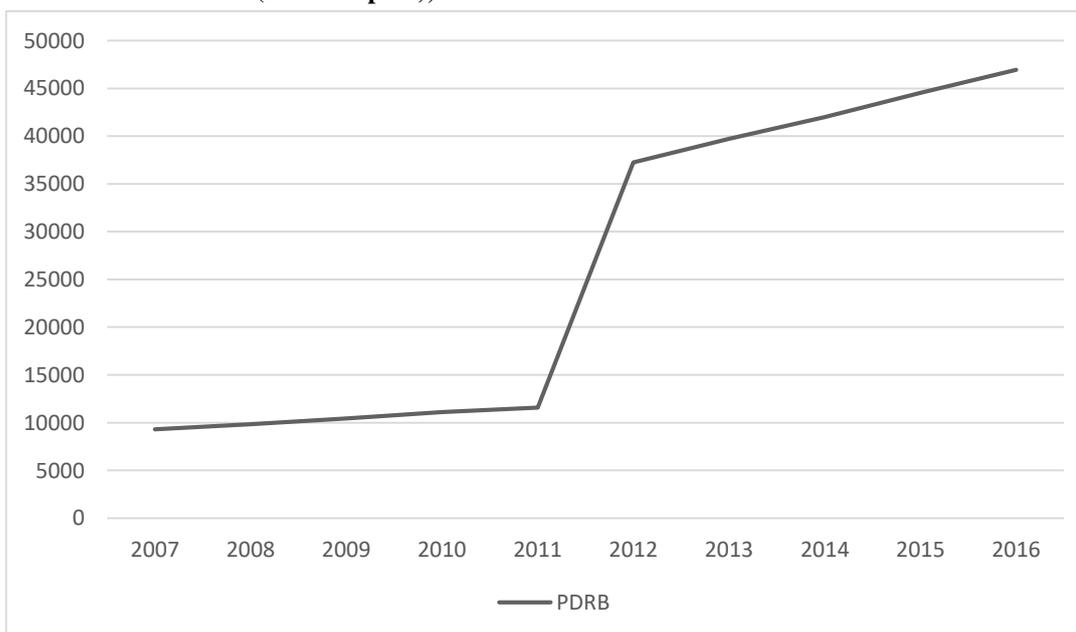
| No. | Indikator | Satuan | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 |
|-----|------------------------------------|------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| 1 | Jumlah UMKM | Unit | 53 823 732 | 55 206 444 | 56 534 592 | 57 895 721 |
| 2 | Jumlah Tenaga Kerja UMKM | Orang | 99 401 775 | 101 722 458 | 107 657 509 | 114 144 082 |
| 3 | Sumbangan PDB UMKM (harga konstan) | Rp. Miliar | 1 282 571,80 | 1 369 326,00 | 1 451 460,20 | 1 536 918,80 |

Sumber: Data diolah dari Badan Pusat Statistik, 2013

Meskipun memiliki kontribusi yang tinggi, UMKM harus mampu menghadapi tantangan yang ada (Setyanto, 2015). Menurut Kuncoro (2009), tantangan yang dihadapi UMKM untuk memperkuat struktur perekonomian nasional masih terbilang berat. Adapun permasalahan yang dihadapi UMKM adalah permasalahan dalam permodalan, rendahnya manajemen sumber daya manusia, dan kurang maksimalnya pemanfaatan teknologi. Selain ketiga permasalahan tersebut, menurut Noor (dalam A. P, 2002) kehidupan sosial masyarakat juga dapat mempengaruhi pengembangan UMKM. Kehidupan sosial masyarakat dapat berperan sebagai modal dalam memaksimalkan potensi yang ada, bahkan dapat meminimalisir peluang konflik.

Modal pengembangan UMKM yang didapat dari kehidupan sosial masyarakat biasanya disebut dengan modal sosial. Modal sosial dapat dibangun ketika tiap individu mampu mempercayai individu lain sehingga mereka dapat membuat komitmen yang dapat dipertanggung jawabkan untuk mengembangkan bentuk-bentuk hubungan yang saling menguntungkan (Yustika, 2012), dan hal tersebut dapat dijadikan investasi di masa depan (Suharto, 2007). Sehingga modal sosial menjadi faktor yang tidak boleh diabaikan dalam pelaksanaan pembangunan. Salah satu daerah yang mengalami perubahan signifikan dalam aspek sosial dan ekonomi terkait adanya peran modal sosial dalam pembangunannya adalah Kabupaten Banyuwangi. Hal ini dapat dilihat dari bertambahnya nilai dari Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) setiap tahunnya (lihat grafik 1), dan mengubah pandangan orang tentang wilayah ini dari kota “*Santet of Java*” menjadi “*Sunrise of Java*” atau dapat dikatakan sebagai salah satu icon pariwisata.

Grafik 1: **Produk Domestik Regional Bruto Kabupaten Banyuwangi Atas Dasar Harga Konstan (miliar rupiah), 2007-2016**



Sumber: Data diolah dari BPS Kabupaten Banyuwangi, 2016

Selain itu, Banyuwangi menjadi contoh keberhasilan pembangunan daerah, karena mampu mendorong strategi ekonomi yang kreatif, yang mampu menjadi pengungkit pembangunan yang mengubah *mindset* pemerintah, masyarakat dan stakeholders terkait bagaimana mengelola sumber daya yang ada menjadi lebih bernilai tambah dan berdampak pada pembangunan daerah. Salah satu strategi yang dilakukan adalah dengan menyelenggarakan festival dengan mengusung nama “Banyuwangi Festival” dengan melibatkan potensi-potensi lokal yang ada mulai dari budaya, wisata olahraga, kreativitas masyarakat, *fashion*, religi, kuliner, dan musik. Strategi yang dikembangkan tersebut telah memberikan dampak *multiplier effect* terhadap perekonomian, yang dapat dilihat melalui penyerapan tenaga kerja pada sektor-sektor terkait yakni UMKM (lihat tabel 2). Hal tersebut menjadi peluang untuk meningkatkan perkembangan UMKM, yang mana karakteristik UMKM di Banyuwangi berdasarkan skala usaha masih didominasi oleh UMKM berskala mikro.

Tabel 2: **Penyerapan Tenaga Kerja UMKM menurut Sektor di Kabupaten Banyuwangi**

| Sektor | Jumlah |
|---------------------------------|----------------|
| Pertanian | 241,845 |
| Pertambangan dan Penggalian | 2,205 |
| Industri Pengolahan | 66,338 |
| Listrik, Gas dan Air | 0 |
| Konstruksi | 2,364 |
| Perdagangan, Hotel dan Restoran | 138,42 |
| Transportasi | 8,343 |
| Keuangan | 1,747 |
| Jasa-Jasa | 40,117 |
| Jumlah | 501,379 |

Sumber: Data diolah dari Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kab. Banyuwangi, 2017

Didukung dengan kondisi sumber daya alam yang melimpah membuat sektor pertanian menyerap tenaga kerja paling banyak. Selain itu sektor perdagangan, hotel dan restoran juga menyerap banyak tenaga kerja, karena hal tersebut didukung oleh kondisi Banyuwangi yang saat ini banyak dijadikan pilihan untuk berlibur. Selain berdampak terhadap adanya penyerapan tenaga

kerja, adanya pengembangan daerah juga dirasakan pada salah satu UMKM yang ada di Kabupaten Banyuwangi yakni UMKM batik. Perkembangan batik Banyuwangi dari keadaan yang belum dikenal oleh masyarakat luas seperti halnya batik Solo maupun Jogja hingga sekarang sudah mengalami perubahan yang ditunjukkan dari kesadaran masyarakatnya mengenakan batik asli Banyuwangi. Perkembangan UMKM Batik di Banyuwangi cukup besar, hal tersebut tidak lepas dari peran pemerintah yang membantu dalam proses pengembangan hingga mengangkat UMKM tersebut lebih memiliki brand value. Selain adanya kerjasama dengan pemerintah, pelaku UMKM batik juga melakukan kerjasama dengan pelaku UMKM lainnya untuk meningkatkan keuntungan. Perilaku menjalin kerjasama tersebut dapat dikatakan sebagai modal sosial. Adanya peran modal sosial dapat mengubah mindset masyarakat dan berhasil meningkatkan eksistensi jumlah pengerajin batik dari yang awalnya hanya ada 3 pengerajin sekarang berkembang menjadi 24 pengerajin (Disperindag Kab. Banyuwangi, 2017).

Modal sosial digunakan sebagai strategi untuk memupuk para pelaku UMKM batik sehingga menjadikan batik di Banyuwangi tetap eksis, karena adanya hubungan atau kerjasama antara pelaku UMKM batik yang bertujuan saling menguntungkan. Oleh karena itu, perlu dilakukan penelitian yang mendalam pada UMKM batik di Kabupaten Banyuwangi, agar dapat mengidentifikasi bagaimana pola strategi pengembangan UMKM batik melalui pendekatan modal sosial.

B. TINJAUAN PUSTAKA

UMKM; Penggerak Perekonomian Masyarakat

Dalam mencapai pertumbuhan ekonomi tersebut dapat melalui salah satu program yakni melalui pengembangan UMKM. UMKM merupakan usaha yang memiliki peran yang cukup tinggi terutama di Indonesia yang masih tergolong negara berkembang. Dengan banyaknya jumlah UMKM maka akan semakin banyak penciptaan kesempatan kerja bagi para pengangguran. Selain itu UMKM dapat dijadikan sebagai sumber pendapatan khususnya di daerah pedesaan dan rumah tangga berpendapatan rendah. Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) memiliki definisi yang berbeda pada setiap literatur menurut beberapa instansi atau lembaga bahkan undang-undang.

Perkembangan merupakan suatu tindakan, proses, hasil atau pernyataan menjadi lebih baik (Thoah, 1997). Menurut Warren G. Bennis (dalam Sutarto, 1995) pengembangan adalah suatu jawaban terhadap perubahan, suatu strategi pendidikan yang kompleks yang diharapkan untuk merubah kepercayaan, sikap, nilai dan susunan organisasi, sehingga organisasi dapat lebih baik menyesuaikan dengan teknologi, pasar, dan tantangan yang baru serta perputaran yang cepat dari perubahan itu sendiri. Berdasarkan uraian di atas, maka yang dimaksud dengan pengembangan UMKM adalah suatu tindakan atau proses guna memajukan kondisi UMKM ke arah yang lebih baik, sehingga UMKM dapat menyesuaikan dengan teknologi, pasar, dan tantangan yang baru.

Upaya Mencapai Keberlangsungan Usaha

Dalam pengembangan UMKM yang dilakukan tidak terlepas dari adanya tujuan untuk memperoleh keuntungan agar usahanya dapat tumbuh. Namun, segala cara dilakukan untuk mencapai keuntungan tersebut. Seperti mengeksploitasi tenaga kerja dan mengabaikan kelestarian lingkungan sekitar, bahkan mengorbankan konsumen sebagai sumber pendapatannya. Hal tersebut memunculkan konsep usaha berkelanjutan yang dapat disebut dengan konsep *Triple Bottom Line* (*People, Planet, and Profit*). Konsep tersebut merupakan pemikiran tentang bisnis yang berkelanjutan (*sustainable business*) yang mengedepankan kelestarian alam (*planet*) sebagai sumber dari semua sumber daya, kesejahteraan masyarakat atau manusia (*people*), dan memperoleh laba (*profit*) yang memadai untuk kelangsungan hidup perusahaan (Wibisono, 2007).

Pemberdayaan UMKM; Bentuk Meminimalisir Masalah Perekonomian

Pemberdayaan UMKM di tengah arus globalisasi dan tingginya persaingan membuat UMKM harus mampu menghadapi tantangan global, seperti meningkatkan inovasi produk dan jasa, pengembangan sumber daya manusia dan teknologi, serta perluasan area pemasaran. Hal ini perlu dilakukan untuk menambah brand value dari UMKM, utamanya agar dapat bersaing dengan produk produk asing yang semakin membajiri sentra industri dan manufaktur di Indonesia, mengingat UMKM adalah sektor ekonomi yang mampu menyerap tenaga kerja terbesar di Indonesia

(Sudaryanto, 2011). Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) adalah upaya yang dilakukan pemerintah daerah, dunia usaha, lembaga pendidikan dan masyarakat secara sinergis dalam bentuk penumbuhan iklim dan pengembangan usaha terhadap usaha mikro, kecil dan menengah sehingga mampu tumbuh dan berkembang menjadi usaha yang tangguh dan mandiri. Menurut Sumodingningrat (1999) (dalam Rezki, 2014) pemberdayaan tidak bersifat selamanya, melainkan sampai masyarakat yang dibina mampu untuk mandiri, dan kemudian dilepas untuk mandiri, meski dari jauh dijaga agar tidak jatuh lagi. Meskipun demikian dalam rangka menjaga kemandirian tersebut tetap dilakukan pemeliharaan semangat, kondisi, dan kemampuan secara terus menerus supaya tidak mengalami kemunduran lagi.

Kelembagaan dalam Proses Pengembangan UMKM

Kegiatan ekonomi merupakan interaksi manusia yang beroperasi pada dua level. Pertama, pengembangan dan spesifikasi kelembagaan. Kedua, kegiatan ekonomi yang mencangkup interaksi manusia di dalam kelembagaan yang sudah tersedia. Jika level pertama menyangkut aturan main (rules of the game), sedangkan yang kedua menyangkut permainan (game) itu sendiri (Pejovich, 1995 dalam Yustika, 2012). Kelembagaan dapat meminimalisir perilaku manusia yang menyimpang serta berhasil menciptakan ketertiban dan mengurangi ketidakpastian dalam melakukan pertukaran. Menurut Acemoglu (2003) dalam (Yustika 2012) Kelembagaan yang baik dicirikan oleh tiga hal berikut:

- a) Pemaksaan terhadap hak kepemilikan. Adanya hak kepemilikan dalam masyarakat akan memberi insentif bagi para individu untuk melakukan kegiatan ekonomi, misalnya investasi;
- b) Membatasi tindakan-tindakan politisi, elite, dan kelompok-kelompok berpengaruh lainnya yang berupaya untuk memperoleh keuntungan ekonomi tanpa prosedur yang benar, seperti perilaku mencari rente;
- c) Memberi kesempatan yang sama bagi semua individu untuk mengerjakan aktivitas ekonomi/investasi, khususnya dalam meningkatkan kapasitas individu maupun berpartisipasi dalam kegiatan ekonomi produktif.

Mewujudkan Tujuan Bersama Melalui Modal Sosial

Coleman mendefinisikan modal sosial berdasarkan fungsinya. Menurutnya, modal sosial bukanlah entitas tunggal, tetapi entitas majemuk yang mengandung dua elemen: (i) modal sosial mencakup beberapa aspek dari struktur sosial; dan (ii) modal sosial memfasilitasi tindakan tertentu dari pelaku (aktor) baik individu maupun perusahaan di dalam struktur tersebut (within the structure). Dari perspektif ini, sama halnya dengan modal lainnya, modal sosial juga bersifat produktif, yakni membuat pencapaian tujuan tertentu yang tidak mungkin diraih bila keberadaannya tidak eksis (dalam Yustika, 2012).

Terkait dengan pengembangan UMKM batik dapat dikaitkan antara hubungan modal sosial dengan keberlangsungan suatu usaha. Hal tersebut dikemukakan oleh Granovetter (dalam Damsar, 2002), tentang bagaimana perilaku dan institusi dipengaruhi oleh hubungan sosial yang merupakan suatu permasalahan klasik dalam teori sosial. Granovetter mengemukakan suatu konsep keterlekatan (embeddedness) yaitu merupakan tindakan ekonomi yang disituasikan secara sosial dan melekat dalam jaringan- jaringan sosial personal yang sedang berlangsung diantara para aktor, disamping juga di level intitusi dan kelompok. Hal tersebut tidak hanya terbatas terhadap tindakan aktor individual sendiri tetapi juga mencakup perilaku ekonomi yang lebih luas, seperti penetapan harga dan institusi-institusi ekonomi yang kesemuanya terpendam dalam suatu jaringan hubungan sosial.

Modal sosial bisa merujuk kepada norma atau jaringan yang memungkinkan orang untuk melakukan tindakan kolektif. Implikasinya, makna tersebut lebih memfokuskan kepada sumber (*sources*) daripada konsekuensi atas modal sosial, sementara pentingnya deskripsi tentang modal sosial, seperti kepercayaan dan hubungan timbal-balik, dikembangkan dalam sebuah proses yang terus-menerus. Sehingga dari beberapa definisi mengenai modal sosial diatas, terdapat sebuah aporisme terkenal yang berpendapat bahwa modal sosial “bukanlah masalah apa yang anda ketahui, tetapi siapa yang anda kenal” (*it's not what you know, it's who you know that matters*) (Fine dan Lapavitsas, 2004) dalam Kusuma (2017). Maka secara garis besar modal sosial merujuk kepada norma atau jaringan sosial yang memungkinkan orang untuk membangun suatu kepercayaan dalam melakukan suatu perilaku kerjasama. Dalam modal sosial tidak terlepas dari tiga elemen pokok penting antar lain, Kepercayaan, Norma, dan Jaringan sosial.

Modal Sosial; Guna Mengatasi Masalah Ekonomi

Modal sosial memiliki manfaat untuk mengatasi masalah ekonomi maupun masalah sosial yang terjadi di masyarakat. Menurut Collier (1998) dalam Winarni (2011) modal sosial memiliki peranan untuk mengatasi kegagalan pasar terutama dalam hal informasi, permasalahan oportunistik, maupun permasalahan *free rider* (pemboncengan gratis) sehingga dapat memudahkan aksi kolektif. Modal sosial dapat digunakan dalam berbagai kebutuhan, namun yang paling umum ialah modal sosial biasanya digunakan dalam upaya pemberdayaan masyarakat. World Bank memberikan perhatian khusus dengan mengkaji implementasi maupun peranan modal sosial untuk mengentaskan kemiskinan di negara-negara berkembang (Syahyuti, 2008). Sedangkan menurut Lin (2001) dalam Vipriyanti (2007) modal sosial dapat berguna untuk meningkatkan efektivitas pembangunan melalui;

- a) Tersedianya aliran informasi simetris yang dapat menghindari munculnya biaya transaksi.
- b) Terciptanya pengaruh yang kuat antar pelaku pembangunan dalam pengambilan keputusan.
- c) Adanya jaminan sosial dalam memperoleh akses yang lebih baik terhadap berbagai sumber.
- d) Terbentuknya rasa saling berbagi antar anggota organisasi sehingga tersedia dukungan yang bersifat emosional dan pengakuan publik.

C. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan metode penelitian kualitatif dengan lokasi penelitian berada di daerah Kabupaten Banyuwangi. Unit analisis dari penelitian ini berfokus pada modal sosial dalam pengembangan UMKM batik Banyuwangi, sedangkan penentuan informan di tentukan berdasarkan atas kriteria;

Tabel 3: **Kriteria-kriteria Informan**

| Jenis informan | kriteria | Nama |
|--------------------|--|--|
| Informan Utama | Memiliki pengetahuan akan Batik Banyuwangi | Firman Sauqi (Ketua kelompok Asosiasi Batik Banyuwangi) |
| | Mengetahui sejarah batik Banyuwangi | |
| | Memiliki pengaruh dalam suatu kelompok batik Banyuwangi (Ketua Kelompok) | |
| | Memiliki usaha batik | |
| | Mengetahui latar belakang perkembangan batik Banyuwangi | |
| Informan Pendukung | Memiliki pengetahuan akan batik | a. Fonny Meilyasari (pemilik batik Sayu Wiwit) |
| | Tergabung dalam suatu kelompok batik Banyuwangi | b. Syamsudin (pemilik batik Banjarwangi) |
| | Merasakan adanya perkembangan batik Banyuwangi | c. Bu Is (pemilik batik Karangsegoro) d. Tri Vina Oktivita (Pendamping Klinik UMKM) |

Sehingga dapat dirangkum dari tabel kriteria terkait informan utama yang menjadi objek penelitian yaitu Firman Sauqi selaku Ketua kelompok Asosiasi Batik Banyuwangi. Sedangkan informan pendukung penelitian adalah informan dari pihak Dinas Koperasi dan UMKM di wilayah Kabupaten Banyuwangi, serta pengerajin batik di Kabupaten Banyuwangi salah satunya Bu Is selaku pemilik batik Karangsegoro, Fonny Meilyasari selaku pemilik Batik Sayu Wiwit, dan Syamsudin selaku pemilik batik Banjarwangi. Pada umumnya, dalam penelitian kualitatif tidak diperlukan informan dalam jumlah banyak, melainkan kecukupan serta kesesuaian informasi yang di dapat dalam penelitian.

Dalam penelitian ini data yang dikumpulkan adalah bersifat data primer dan data sekunder baik yang bersifat data kuantitatif maupun kualitatif. Data primer didapatkan dengan mengadakan wawancara, *visual ethnography*, serta observasi. Sedangkan data sekunder diperoleh dari instansi-instansi terkait dan hasil-hasil penelitian sebelumnya melalui studi dokumen. Hal ini dilakukan dengan menelusuri informasi dari berbagai sumber data yang terdiri atas informan, tempat dan peristiwa serta dokumentasi atau arsip terkait yang ada.

Data primer tersebut dinyatakan valid jika ada perbedaan antara apa yang dilaporkan dengan fakta yang ada di lapangan atau obyek penelitian. Menurut Sugiyono (2008) Kebenaran data dalam

penelitian kualitatif tidak bersifat tunggal, melainkan jamak dan tergantung pada hasil proses mental tiap penelitian dengan berbagai latar belakang yang berbeda. Maka dari itu dibutuhkannya uji keabsahan data yakni menggunakan triangulasi.

D. PEMBAHASAN

Meningkatkan Kepercayaan Melalui Sharing Community

Kepercayaan merupakan unsur utama dalam membina sebuah hubungan antar dua individu atau lebih, terutama dalam sebuah hubungan kerjasama. Kepercayaan juga merupakan alasan utama sebagai modal untuk mencapai tujuan. Kepercayaan yang terjadi menghasilkan suatu hubungan yang dapat menguntungkan kedua belah pihak, sehingga kepercayaan yang terjadi akan sangat mempengaruhi keputusan yang akan diambil oleh individu, apakah dia akan mempercayai seseorang ataupun tidak (Grootaert, 2004). Membangun kepercayaan yang kuat melalui adanya rasa kekeluargaan. Hal tersebut muncul karena adanya komunikasi yang baik antara pengerajin batik melalui grup whatsapp. Grup tersebut menjadi media yang sangat efektif guna mempererat kepercayaan antara pengerajin batik karena, dapat memunculkan nilai solidaritas yang ditunjukkan melalui rendahnya tingkat persaingan usaha. Adanya grup tersebut juga berdampak kepada eksistensi batik, karena pembatik akan lebih mengetahui informasi terkini mengenai batik dan juga beberapa kegiatan yang diadakan oleh pemerintah.

Memperbanyak Jaringan Sosial agar Terjadi Keberlangsungan Usaha

Hasbullah (2006) menyatakan bahwa modal sosial merupakan sebuah bangunan kepercayaan yang lama-kelamaan akan meluas, yang tidak hanya percaya terhadap orang asing saja, namun juga akan tumbuh kepercayaan terhadap institusi juga. Bangunan kepercayaan yang meluas tersebut dapat meningkatkan jaringan sosial. Jaringan sosial merupakan salah satu fasilitas untuk membentuk kepercayaan dan memperkuat kerjasama dalam suatu masyarakat atau kelompok tertentu melalui bentuk komunikasi ataupun interaksi masyarakat. Masyarakat yang memiliki jaringan sosial yang erat akan memperkuat perasaan kerjasama bagi para anggotanya serta manfaat-manfaat dalam berpartisipasi (Hasbullah, 2006).

Memanfaatkan jaringan sosial dalam proses pemberdayaan kepada para pengerajin batik. Partisipasi yang tinggi dalam jaringan sosial yang ditunjukkan oleh para pengerajin tidak lain karena adanya daya tarik yakni adanya pelatihan gratis hingga banyaknya kegiatan (pameran, Lomba, dan fashion show) yang melibatkan para pengerajin batik. Hal tersebut berdampak kepada peningkatan perekonomian pengerajin batik, karena secara tidak langsung dalam sebuah pameran atau bazaar yang diadakan dapat menarik konsumen untuk membeli produk yang ditawarkan. Hal tersebut dapat menimbulkan multiplier effect, yang di mana adanya perputaran ekonomi yakni jual-beli dalam sebuah kegiatan yang diadakan.

Nilai dan Norma dalam Menjalin Hubungan Antar Pengerajin Batik

Selain meningkatkan kepercayaan dan mengembangkan jaringan sosial, ternyata modal sosial juga menekankan pada dimensi yang lebih luas yang di mana ketika para pengerajin batik tersebut bersekutu untuk mencapai tujuan bersama atas dasar kebersamaan, di dalamnya selalu diikuti oleh nilai dan norma yang tumbuh dan dipatuhi [Fukuyama dalam Hasbullah (2006)].

Menciptakan nilai kebersamaan yang dapat menjadi pedoman bagi para pengerajin batik dalam menjadi anggota asosiasi batik, seperti dimudahkannya dalam mengurus SIUP yang menjadi syarat masuk asosiasi. SIUP tersebut dapat diproses ketika para pengerajin sudah menjadi anggota asosiasi yang nantinya dapat dibantu dalam memperolehnya. Selain adanya SIUP penyamarataan harga dan pemberian standarisasi kualitas juga selalu di tegakkan guna mengurangi persaingan harga ataupun kesenjangan antara pengerajin batik satu dengan yang lainnya. Hal tersebut juga di dukung karena sifat pengerajin yang selalu melakukan kerjasama atau berkolaborasi sehingga hal tersebut meminimalisir persaingan usaha. Adanya aturan yang berlaku juga menimbulkan dampak ketertiban dalam melangsungkan suatu usaha, karena secara tidak langsung hal tersebut berdampak kepada kenyamanan pengerajin batik dalam berasosiasi.

E. PENUTUP

Kesimpulan

Hasil penelitian ini menunjukkan adanya aspek kepercayaan, jaringan sosial, dan norma yang membantu dalam pengembangan UMKM batik Banyuwangi. Pengembangan UMKM batik tersebut dilakukan dengan meningkatkan kepercayaan antar pengerajin batik, yang berdampak terhadap rendahnya tingkat persaingan usaha karena terjalin kerjasama atau kolaborasi antar pengerajin batik. Selain itu dengan memanfaatkan jaringan sosial para pengerajin batik meningkatkan keberlangsungan usahanya melalui pembentukan relasi yang dibuat. Serta menciptakan keadaan yang harmonis melalui penerapan aturan yang harus dipatuhi seluruh anggota asosiasi.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, maka saran yang tepat untuk direkomendasikan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a) Adanya inovasi pelatihan yang diberikan kepada pengerajin batik juga dirasa perlu. Agar hal tersebut dapat meningkatkan skill serta menambah wawasan akan batik yang mungkin bagi pengerajin batik Banyuwangi belum mengetahuinya. Hal tersebut dapat bekerjasama dengan pemerintah melalui adanya studi banding ke tempat usaha batik Solo maupun Yogyakarta yang sudah terkenal akan batiknya.
- b) Selain itu sasaran dalam pelatihan juga perlu dilihat, karena terkait pelatihan mengenai Informatika dan Teknologi (IT) tidak dapat langsung diberikan kepada para pengerajin, namun perlu adanya kolaborasi antara mahasiswa dengan pengerajin batik untuk dapat bekerjasama dalam mengembangkan batik Banyuwangi. Karena, mayoritas pengerajin batik Banyuwangi yang sudah berumur akan ketinggalan bila ada pelatihan IT.
- c) Selain pelatihan tentang membatik, perlunya pemberian motivasi serta materi terkait pasar juga perlu dilakukan, karena terkait pengembangan batik melalui sistem kerjasama tersebut tentunya dapat mencapai titik di mana kondisi pasar sedang mengalami kelesuan. Sehingga adanya pemberian motivasi dan ilmu pengetahuan di harapkan para pengerajin dapat bekerja dengan giat dan dapat membaca kondisi pasar.

UCAPAN TERIMA KASIH

Pertama-tama kami mengucapkan terima kasih kepada Allah SWT serta berbagai pihak yang telah membantu baik orang tua, saudara-saudara bahkan teman-teman sehingga panduan ini dapat terselesaikan. Ucapan terima kasih khusus kami sampaikan kepada Asosiasi Dosen Ilmu Ekonomi Universitas Brawijaya dan Program Studi Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya yang memungkingkan jurnal ini bisa diterbitkan.

DAFTAR PUSTAKA

- A.P, Masdin. 2002. *Modal Sosial sebagai Sarana Pengembangan Masyarakat: Studi Kasus pada desa Sumberjo, Kecamatan Wonomulyo*. Unspecified.
- Ariani. 2017. Kajian strategi pengembangan usaha mikro kecil dan menengah (umkm) di kota tarakan. *Jurnal Organisasi dan Manajemen*. Vol. 13, No. 2. PP 99-118.
- BPS Kabupaten Banyuwangi. 2016. Kabupaten Banyuwangi Dalam Angka 2016.
- Chabib, Lutfi. 2016. Pemberdayaan dan pengembangan ukm sebagai penggerak ekonomi desa. (desa harjobinangun, pakem, sleman, di yogyakarta). *Asian Journal of Innovation and Entrepreneurship*. Vol. 01, No. 03. PP 203-209.
- Damsar. 2009. *Pengantar Sosiologi Ekonomi*. Jakarta: Kencana.
- Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kab. Banyuwangi. 2017. *Jumlah Pengerajin Batik Banyuwangi*.

- Grootaert, C. dkk. 1999. *Social Capital, Household Welfare and Poverty in Indonesia*. Working Paper No. 6. Washington: TheWorld Bank.
- Hafsah, Mohammad J. 2004. Upaya Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah (UKM). *Jurnal Infokop*. No. 25 , PP. 40-44.
- Hasbullah, J. 2006. *Sosial Kapital: Menuju Keunggulan Budaya Manusia Indonesia*. Jakarta: Mr. United States.
- Kuncoro, M. 2009. *Dasar–Dasar Ekonomika Pembangunan Edisi 5*. Yogyakarta: STIM YKPN.
- Kusuma, Uma Adi. 2017. *Peran Modal Sosial Dalam Pemberdayaan Masyarakat Nelayan Desa Bangsring Pada Objek Ekowisata Bangsring Underwater Kabupaten Banyuwangi*. Skripsi; Universitas Brawijaya.
- Prishardoyo, Bambang. 2008. Analisis tingkat pertumbuhan ekonomi dan potensi ekonomi terhadap produk domestik regional bruto (pdrb) kabupaten pati tahun 2000-2005. *JEJAK*. Vol. 1, No. 1. PP 1-9.
- Rezki, Ortina. 2014. Analisis Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Sebagai Penggerak Pertumbuhan Ekonomi Daerah (Studi Kasus Pada Kota Mojokerto). *Jurnal Ilmiah*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Brawijaya. Malang.
- Setyanto, Alief Rakhman. 2015. Kajian Strategi Pemberdayaan Umkm Dalam Menghadapi Perdagangan Bebas Kawasan Asean (Studi Kasus Kampung Batik Laweyan). *Jurnal etikonomi*. No. 2, vol. 14. PP 2015-220.
- Sudaryanto. 2011. The Need for ICT-Education for Manager or Agribusinessman to Increasing Farm Income: Study of Factor Influences on Computer Adoption in East Java Farm Agribusiness. *International Journal of Education and Development, JEDICT*. Vol 7, No 1. PP 56 - 67.
- Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suharto, E. 2007. *Modal Sosial dan Kebijakan Publik*.
- Sutarto. 1995. *Dasar-Dasar Organisasi*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press.
- Syahyuti. 2008. Peran Modal Sosial (Social Capital) dalam Perdagangan Hasil Pertanian. *Forum Penelitian Agro Ekonomi*. Volume 26 No.1, Juli 2008.
- Thoha , Miftah. 1997. *Pembinaan Organisasi (Proses Diagnosa dan Intervensi)*. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada.
- Todaro, Michael P. 2011. *Pembangunan Ekonomi*. Erlangga: Jakarta.
- Vipriyanti, N. U. 2011. *Modal Sosial dan Pembangunan Wilayah: Mengkaji Success Story Pembangunan di Bali*. Malang: Universitas Brawijaya Press.
- Wibisono, Y. 2007. *Membedah Konsep dan Aplikasi Corporate Social Responsibility*. Gresik: Fascho Publishing.
- Winarni, I. 2011. *Keterkaitan Antara Modal Sosial dengan Produktivitas pada Sentra Bawang Merah di Kecamatan Pangelangan Kabupaten Bandung*. Tesis. Jakarta: Program Magister Perencanaan dan Kebijakan Publik Universitas Indonesia Salemba.
- Yustika, Ahmad Erani. 2012. *Ekonomi Kelembagaan: Paradigma, Teori, dan Kebijakan*. Penerbit Erlangga: Jakarta.