

**SKRIPSI**  
**PERAN MODAL SOSIAL DALAM PENGEMBANGAN**  
**EKONOMI PERAJIN BATIK**  
**(Studi di Kampoeng Djadhoel Kelurahan Rejomulyo Kota Semarang)**

Sebagai bagian dari persyaratan dalam  
menyelesaikan Program Strata Satu (S1)  
Sosiologi (S.Sos)



Disusun Oleh :  
**AMILATUN NAJIKHA**  
(1706026026)

**PROGRAM STUDI SOSIOLOGI**  
**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG**  
**2022**

## NOTA PEMBIMBING

Lamp : 5 (lima) eksemplar

Hal : Persetujuan Naskah Skripsi

Kepada

Yth. Dekan

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

UIN Walisongo Semarang

di Semarang

*Asalamualaikum wr. wb.*

Setelah membaca, mengadakan koreksi, dan perbaikan sebagaimana mestinya, maka kami menyatakan bahwa skripsi dari saudara/i:

Nama : Amilatun Najikha

NIM : 1706026026

Jurusan : Sosiologi

Judul Skripsi : “Peran Modal Sosial Dalam Pengembangan Ekonomi Perajin Batik (Studi di Kampoeng Djadhoel Kelurahan Rejomulyo Kota Semarang)”

Dengan ini telah saya setuju dan mohon agar segera diujikan. Demikian atas perhatiannya, saya ucapkan terimakasih.

*Wasalamualaikum wr. wb.*

Semarang, 03 November 2022

Pembimbing

Bidang Substansi Materi

Bidang Metodologi dan Tata Tulis



**Dr. Mochamad. Parmudi, M.Si.**

NIP. 19690425 20000 3 1001



**Kaiser Atmaja, M.A.**

NIP. 201581039

**LEMBAR PENGESAHAN**

**SKRIPSI**

**PERAN MODAL SOSIAL DALAM PENGEMBANGAN**

**EKONOMI PERAJIN BATIK**

**(Studi di Kampoeng Djadhoel Kelurahan Rejomulyo Kota Semarang)**

Disusun Oleh :

**Amilatun Najikha**

**(1706026026)**

Telah di pertahankan di depan majelis penguji skripsi

pada tanggal 1 Desember 2022 dan dinyatakan

**LULUS**

Susunan Dewan Penguji

Ketua Sidang



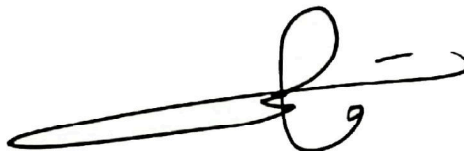
**Dr. H. Misbahalla Elizabeth, M.Hum**  
NIP.196201071990032001

Sekretaris/Penguji II



**Dr. H. Mochamad Parmudi, M. Si**  
NIP. 196904252000031001

Penguji I



**Dr. H. Moh. Fauzi, M.Ag**  
NIP: 197205171998031003

Pembimbing I



**Dr. H. Mochamad Parmudi, M. Si**  
NIP. 19690425 2000031001

Pembimbing II



**Kaisar Atmaja, M.A.**  
NIP. 201581039

## HALAMAN PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul Peran Modal Sosial Dalam Pengembangan Ekonomi Perajin Batik (Studi di Kampoeng Djadhocl Kelurahan Rejomulyo Kota Semarang) telah diajukan guna melengkapi persyaratan menjadi Sarjana Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UIN Walisongo Semarang. Sejauh yang saya ketahui, skripsi ini bukan merupakan tiruan, duplikasi dari publikasi lainnya. Pengetahuan yang diperoleh dari hasil penerbitan, maupun yang belum atau tidak diterbitkan, sumbernya dijelaskan didalam tulisan dan daftar pustaka sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Semarang, 03 November 2022



METERAI  
TEMPEL  
7A0D1AJX993468520  
Amilafun Najikha  
1706026026

## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Puji syukur kehadirat Allah SWT atas segala rahmat, karunia dan ridho-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul Peran Modal Sosial Dalam Pengembangan Ekonomi Perajin Batik (Studi di Kampoeng Djadhoel Kelurahan Rejomulyo Kota Semarang). Karya skripsi ini disusun guna memenuhi persyaratan sebagai sarjana sosial (S.Sos) jurusan Sosiologi Fakultas Ilmu sosial dan Ilmu Politik Universitas Islam Negeri Walisongi Semarang. Sholawat serta salam semoga selalu tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW sebagai suri tauladan bagi manusia. Sholawat serta salam semoga selalu tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW sebagai suri tauladan bagi manusia.

Pada penyusunan skripsi ini, penulis menyadari akan banyaknya keterbatasan dan kekurangan penulis dalam menyelesaikan studi di UIN Walisongo Semarang. Penulis mengetahui dan menyadari bahwa tulisan ini jauh dari kata sempurna, dan mudah-mudahan nantinya skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi siapapun yang bersedia membacanya. Penulis dapat menyelesaikan skripsi ini tentunya tidak terlepas dari dorongan, bimbingan, dan dukungan dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada semua pihak, diantaranya:

1. Bapak Prof. Dr. H. Imam Taufiq, M. Ag., selaku Rektor UIN Walisongo dan segenap pimpinan di UIN Walisongo Semarang.
2. Ibu Dr. Hj. Misbah Zulfa Elizabeth, M. Hum., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UIN Walisongo Semarang.
3. Bapak Dr. H. Mochamad Parmudi, M. Si., selaku Ketua Jurusan Sosiologi sekaligus Pembimbing pertama yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk membimbing, mengarahkan, memberikan petunjuk dan saran dalam penyusunan skripsi ini.
4. Bapak Akhriyadi Sofian, M. A., selaku Sekretaris Jurusan Sosiologi.
5. Bapak Kaisar Atmaja, M.A selaku Pembimbing kedua yang senantiasa meluangkan waktu, memberikan pengarahan dan bimbingan selama penyusunan skripsi.

6. Segenap Dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik yang telah mendidik dan memberikan ilmu pengetahuan selama perkuliahan ini.
7. Seluruh staf tendik Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik yang telah membantu penulis secara administratif.
8. Bapak Karsono, S.IP selaku Kepala Kelurahan Rejomulyo Semarang yang telah memberikan ruang bagi penelitian yang dilakukan.
9. Segenap Perajin Batik sekaligus pemilik *Showroom* batik di Kampoeng Djadhoel Semarang selaku informan.
10. Ibu Nur Elah dan Bapak Sunarto, yakni orang tua yang senantiasa memberikan dukungan do'a, tenaga, kasih sayang, materi dan segalanya bagi penulis yang selalu penulis harapkan ridhonya.
11. Inarotul Khija, S. E., Nur Faiqoh dan Khilya Hafidzah Khairani sebagai saudara kandung dari penulis yang telah memberikan do'a, inspirasi dan dukungan kepada penulis untuk melangkah lebih jauh dalam mengejar mimpi.
12. LPM Reference Fisip dan IMPP (Ikatan Mahasiswa Pelajar Pemasang) yang telah memberikan pengalaman berorganisasi selama perkuliahan.
13. Helmi Ramli, Nanda Pangastika, Annisaa Nurul Hafizha, Syahda Afni Arvia, Zahrotul Laikhah, dan Aimmatunisa yang selalu memberikan semangat yang luar biasa dan berjuang bersama menuju kesuksesan serta teman-teman Kost Orange Pak Anam Tanjungsari yang setia melalui suka dan duka bersama. Terimakasih banyak teman-teman.
14. Teman-teman seperjuangan Sosiologi UIN Walisongo tahun 2017.
15. Segenap keluarga dan semua pihak yang telah membantu penulis yang tidak bisa penulis sebutkan satu per satu.

Demikian ucapan terima kasih kepada pihak-pihak yang berjasa, semoga Allah SWT membalas dengan kebaikan yang lebih melimpah. Akhir kata, semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi semua pihak.

Semarang, 03 November 2022



**Amilatun Najikha**

## LEMBAR PERSEMBAHAN

*Bismillahirrahmanirrahim*

Dengan mengucapkan rasa syukur Alhamdulillahirobbil'alamin, atas terselesainya skripsi ini dengan lancar. Skripsi ini saya persembahkan kepada:

*Pertama*, kepada kedua orang tua penulis yakni Bapak Sunarto dan Ibu Nur Elah yang telah memberikan dukungan penuh dalam menjalani hidup, mendidik dan mendo'akan yang terbaik bagi penulis, memberikan kasih sayang yang tak terputus kepada penulis, serta memberikan motivasi agar penulis tetap semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.

*Kedua*, Almamater tercinta UIN Walisongo Semarang, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Prodi Sosiologi Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang yang telah memberikan kesempatan bagi penulis untuk menuntut ilmu.

## **MOTTO**

خير الناس انفعهم للناس

“Sebaik-baik manusia adalah yang paling bermanfaat bagi orang lain”

(HR. Ahmad, ath-Thabrani, ad-Daruqutni)



## ABSTRAK

Pada umumnya usaha mikro kecil dan menengah memiliki karakteristik pada lemahnya jaringan antar kelembagaan yang ada, baik secara horizontal maupun secara vertikal. Hal ini disebabkan beberapa perajin belum memiliki persyaratan sosial yang cukup, seperti lemahnya pendidikan, pengetahuan, keterampilan dan kemampuan berkomunikasi yang baik. Modal sosial sebagai sumberdaya baru menghasilkan interaksi yang baik antar individu maupun kelompok sehingga menumbuhkan ikatan emosional berupa kepercayaan, jaringan sosial dan nilai-nilai yang membentuk struktur masyarakat. Pemanfaatan modal sosial sebagai salah satu aspek penting dalam meningkatkan efektivitas kinerja perajin batik serta dapat menjadi dorongan dalam memperbaiki ekonomi masyarakat. Maka para perajin batik di Kampong Djadhoel Kelurahan Rejomulyo berupaya agar mempertahankan keberlangsungan kerajinan batik dan kebutuhan hidupnya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bentuk modal sosial yang dimiliki oleh para perajin batik yang berperan penting terhadap proses usaha membatik serta untuk mengetahui peran dari modal sosial dalam pengembangan ekonomi perajin batik di Kampong Djadhoel Kelurahan Rejomulyo Kota Semarang.

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian lapangan (*field research*), metodenya dengan kualitatif sedangkan pendekatan penelitian yang digunakan adalah deskriptif analitik. Penelitian ini berlokasi di Kampong Djadoel Kelurahan Rejomulyo Kota Semarang. Sumber data yang digunakan adalah data primer melalui wawancara dengan para perajin batik di Kampong Djadhoel Kelurahan Rejomulyo dan data sekunder di dapatkan melalui sumber data tertulis berupa buku, arsip atau dokumen. Teknik pengumpulan data yang digunakan antara lain observasi, wawancara dan dokumentasi. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis data kualitatif dengan tahapan pengumpulan data, reduksi data, pengumpulan data, dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa bentuk modal sosial yang digunakan oleh perajin batik di Kampong Djadhoel Kelurahan Rejomulyo Kota Semarang antara lain menjadi anggota aktif dalam paguyuban ditunjukkan dengan mengikuti rapat paguyuban, ikutserta dalam kegiatan pelatihan membatik sehingga dapat mengembangkan potensi diri, saling bekerja sama ditunjukkan dengan saling membantu dalam proses penjualan batik tanpa menjatuhkan satu sama lain, serta melaksanakan nilai dan norma ditunjukkan dengan adanya pembayaran rutin kas paguyuban guna membantu penyediaan bahan baku saat adanya pameran di Kampong Djadhoel. Selain itu, modal social berperan dalam pengembangan ekonomi perajin batik di Kampong Djadhoel Kelurahan Rejomulyo Kota Semarang yaitu memperluas pemasaran melalui adanya Galeri Industri Kreatif Batik, menetapkan kepercayaan konsumen dengan meningkatkan kualitas dagang, memperluas lapangan pekerjaan dengan merekrut karyawan dan membina dalam pelatihan membatik, serta meningkatkan keamanan dan kenyamanan di kawasan Kampong Djadhoel agar pembeli mendapatkan kepuasan dalam berbelanja batik.

**Kata Kunci : Modal Sosial, Pengembangan Ekonomi, Perajin Batik.**

## ABSTRACT

In general, micro, small and medium enterprises are characterised by weak inter-institutional networks, both horizontally and vertically. This is because some artisans do not have sufficient social requirements, such as weak education, knowledge, skills and good communication skills. Social capital as a new resource generates good interactions between individuals and groups that foster emotional bonds in the form of trust, social networks and values that form the structure of society. The utilisation of social capital as one of the important aspects in improving the effectiveness of batik crafters' performance and can be an impetus in improving the community's economy. So batik crafters in Kampoeng Djadhoel Rejomulyo Village strive to maintain the sustainability of batik crafts and their living needs. This study aims to determine the form of social capital owned by batik artisans in Kampoeng Djadhoel, Rejomulyo Village, Semarang City which plays an important role in the batik business process and to determine the role of social capital in the economic development of batik artisans in Kampoeng Djadhoel, Rejomulyo Village, Semarang City.

This research uses a type of field research, the method is qualitative while the research approach used is descriptive analytic. This research is located in Kampoeng Djadoel, Rejomulyo Village, Semarang City. The data sources used are primary data through interviews with batik artisans in Kampoeng Djadhoel Rejomulyo Village and secondary data obtained through written data sources in the form of books, archives or documents. The data collection techniques used include observation, interviews and documentation. The data analysis used in this research is qualitative data analysis with the stages of data collection, data reduction, data collection, and conclusion drawing.

The results showed that the forms of social capital used by batik artisans in Kampoeng Djadhoel, Rejomulyo Village, Semarang City include being an active member of the association as shown by attending association meetings, participating in batik training activities so that they can develop their potential, cooperating with each other is shown by helping each other in the process of selling batik without dropping each other, and implementing values and norms as shown by the regular payment of the association's treasury to help provide raw materials when there is an exhibition at Kampoeng Djadhoel. In addition, social capital plays a role in the economic development of batik artisans in Kampoeng Djadhoel, Rejomulyo Village, Semarang City, namely expanding marketing through the existence of the Batik Creative Industry Gallery, establishing consumer trust by improving trade quality, expanding employment by recruiting employees and fostering batik training, and increasing security and comfort in the Kampoeng Djadhoel area so that buyers get satisfaction in shopping for batik.

**Keywords: Social capital, Economic Development, and Batik Crafters.**

## DAFTAR ISI

<b>NOTA PEMBIMBING .....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN.....</b>	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>v</b>
<b>LEMBAR PERSEMBAHAN .....</b>	<b>vii</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>viii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>ix</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah Penelitian .....	6
C. Tujuan Penelitian .....	6
D. Manfaat Penelitian .....	7
E. Tinjauan Pustaka .....	7
F. Kerangka Teori.....	12
G. Metode Penelitian.....	16
H. Sistematika Penulisan Skripsi .....	24
<b>BAB II PENGEMBANGAN EKONOMI DAN MODAL SOSIAL.....</b>	<b>26</b>
A. Pengembangan Ekonomi Perajin Batik.....	26
1. Pengembangan Ekonomi.....	26
2. Perajin Batik Kampoeng Djadhoel Semarang.....	31
3. Modal Sosial dalam Pengembangan Ekonomi.....	33
4. Modal sosial dalam Perspektif Islam.....	35
B. Teori Modal Sosial James S. Coleman .....	37
1. Konsep Modal Sosial James S. Coleman .....	37
2. Asumsi Dasar Teori Coleman .....	39

3. Istilah Kunci Teori Coleman .....	41
<b>BAB III PROFIL PAGUYUBAN SEKAR KENANGA KAMPOENG</b>	
<b>DJADHOEL KELURAHAN REJOMULYO SEMARANG .....</b>	<b>50</b>
A. Gambaran Umum Kelurahan Rejomulyo Kecamatan Semarang Timur....	50
1. Kondisi Geografis .....	50
2. Kondisi Topografis.....	51
3. Kondisi Demografis .....	51
4. Profil Kampoeng Djadhoel Rejomulyo Kecamatan Semarang Timur.....	57
B. Profil Paguyuban Sekar Kenanga di “Kampoeng Djadhoel” .....	61
1. Sejarah Terbentuknya Paguyuban Sekar Kenanga.....	61
2. Visi, Misi dan Tujuan Paguyuban Sekar Kenanga.....	64
3. Program dan Struktur Organisasi Paguyuban Sekar Kenanga .....	66
<b>BAB IV KOMPONEN MODAL SOSIAL PERAJIN BATIK KAMPOENG</b>	
<b>DJADHOEL REJOMULYO SEMARANG .....</b>	<b>70</b>
A. Paguyuban sebagai Wadah Modal Sosial Perajin Batik Kampoeng Djadhoel .....	70
1. Paguyuban Sebagai Wadah Kepercayaan .....	70
2. Paguyuban Sebagai Wadah Jaringan.....	73
3. Paguyuban Sebagai Wadah Pelaksanaan Nilai dan Norma .....	76
B. Showroom Sebagai Wujud Keterkaitan Modal Sosial Perajin Batik.....	80
1. Kerjasama Internal Showroom dengan Perajin Batik .....	80
2. Jaringan Eksternal Showroom dengan Pihak Luar Kampoeng Djadhoel .	86
<b>BAB V PERAN MODAL SOSIAL DALAM PENGEMBANGAN EKONOMI</b>	
<b>PERAJIN DAN PENGUSAHA.....</b>	<b>97</b>
A. Modal Sosial dalam Pengembangan Ekonomi Perajin Batik.....	97
1. Pengembangan Perajin Batik Pada Ranah Pemberdayaan .....	97
2. Pengembangan Perajin Batik Pada Ranah Penyediaan Bahan Baku dan Permodalan.....	101
B. Modal Sosial dalam Pengembangan Ekonomi Pengusaha Batik Kampoeng Djadhoel .....	103
1. Peran Pengusaha dalam Pengembangan Produksi .....	103

2. Peran Pengusaha dalam Pengembangan Pemasaran .....	108
C. Implementasi Manfaat Modal Sosial dalam Pengembangan Usaha Perajin Batik .....	117
1. Peran Jaringan Sosial .....	117
2. Peran Kepercayaan .....	119
3. Peran Norma Sosial .....	120
4. Peran Pengembangan Inovasi .....	121
<b>BAB VI PENUTUP .....</b>	<b>124</b>
A. Kesimpulan .....	124
B. Saran .....	125
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>126</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>131</b>
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP .....</b>	<b>134</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Peta Wilayah Kelurahan Rejomulyo .....	50
Gambar 2. Jumlah KK berdasarkan Jenis Kelamin .....	52
Gambar 3. Rekapitulasi Jumlah Penduduk berdasarkan Pendidikan .....	54
Gambar 4. Kondisi Sarana Ekonomi Kelurahan Rejomulyo (Pasar).....	58
Gambar 5. Rekapitulasi Jumlah Penduduk berdasarkan Agama .....	60
Gambar 6. Susunan Pengurus Paguyuban Sekar Kenanga (2019-2023) .....	66
Gambar 7. Dokumentasi Wawancara bersama Ibu Oktavia .....	71
Gambar 8. Wawancara dengan narasumber Bapak Luwiyanto .....	74
Gambar 9. Pamflet Kegiatan Hari Batik Nasional .....	75
Gambar 10. Foto wawancara dengan narasumber Ibu Faridha.....	77
Gambar 11. Foto Dokumentasi wawancara dengan narasumber Bapak Tri Utomo (perajin batik sekaligus pemilik Showroom Batik Ngesti Pandowo) .....	81
Gambar 12. Foto Dokumentasi wawancara dengan narasumber Ibu Oktavia (perajin batik sekaligus pemilik Showroom Batik Temawon).....	83
Gambar 13. Foto Dokumentasi wawancara dengan narasumber Ibu Monica (perajin batik sekaligus pemilik Showroom Batik Arjuna).....	84
Gambar 14. (Pelatihan membatik massal 100 Meter yang didukung oleh pihak BUMN dan PLN).....	87
Gambar 15. Dokumentasi Kerjasama Dengan Desainer Kota Semarang .....	89
Gambar 16. Foto Pelatihan Membatik di Museum Ronggowarsito yang diikuti oleh siswa-siswi SMAN 11 .....	91
Gambar 17. Kunjungan dari Pihak Rekor Muri Indonesia .....	92
Gambar 18. Proses Mencanting .....	105
Gambar 19. Macam-macam motif Batik Tulis Showroom Batik Temawon .....	108
Gambar 20. Wawancara dengan Konsumen dan Ibu Cristin .....	109
Gambar 21. Tempat penyimpanan Hasil Produksi Batik.....	110
Gambar 22. Pemasaran Showroom batik melalui Instagram.....	111
Gambar 23. Pemasaran Batik Ngesti Pandowo melalui Google Bisnis.....	112
Gambar 24. Pemasaran Batik Tulis dan Cap melalui e-commerce Shopee.....	113

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. Data Informan .....	20
Tabel 2. Jumlah RT dan RW di Kelurahan Rejomulyo .....	51
Tabel 3. Jenis Penggunaan Tanah .....	51
Tabel 4. Jumlah Penduduk berdasarkan Jumlah KK dan Jenis Kelamin.....	52
Tabel 5. Jumlah Penduduk menurut Umur .....	53
Tabel 6. Jumlah Penduduk berdasarkan Pendidikan.....	53
Tabel 7. Penduduk menurut mata pencaharian .....	55
Tabel 8. Penduduk pencari kerja.....	55
Tabel 9. Angka Pengangguran .....	56
Tabel 10. Jumlah Sarana Perekonomian Kelurahan Rejomulyo.....	58
Tabel 11. Jumlah Sarana Pendidikan Kelurahan Rejomulyo.....	59
Tabel 12. Jumlah Sarana Kesehatan Kelurahan Rejomulyo .....	59
Tabel 13. Jumlah Tenaga Kesehatan Kelurahan Rejomulyo .....	59
Tabel 14. Jumlah Banyaknya Tempat Ibadah Kelurahan Rejomulyo.....	60
Tabel 15. Data Pemilik Showroom dan Hasil Produksi.....	104
Tabel 16. Data Harga produk yang diproduksi .....	105
Tabel 17. Pemasaran Perajin Batik Kampoeng Djadhoel dalam Pengembangan Ekonomi .....	114
Tabel 18. Daftar Omset Penjualan Batik Semarang Tahun 2017-2022 .....	116

# BAB I PENDAHULUAN

## A. Latar Belakang

Batik sebagai salah satu kerajinan tradisional warisan budaya leluhur yang mengandung nilai estetika dan nilai kultural yang tinggi sejak dahulu sehingga memiliki nilai jual yang berpotensi dalam lingkup sektor pariwisata (Dewati & Rahdriawan, 2019). Batik yang merupakan peninggalan nenek moyang Indonesia sebagai salah satu budaya yang telah diakui eksistensinya di kancah internasional, karena merupakan hasil karya budaya, maka di berbagai daerah terdapat batik dengan keragamannya. Misalnya batik Solo, Yogyakarta, Pekalongan, Semarang, Kudus, Lasem (Antara, 2009).

Berbagai daerah penghasil batik Indonesia tersebut memiliki beragam corak motif yang menjadi daya tarik suatu daerah penghasil batik dan pengembangan wisata yang berorientasi budaya. Kota Semarang salah satu sentra produksi batik yang diharapkan menjadi kota kunjungan di Jawa Tengah dengan corak khasnya yang menjadi daya tarik dalam pengembangan wisata budaya sehingga dapat ditelusuri lebih jauh. Kampoeng Djadhoel yaitu salah satu tempat produksi batik dengan ciri khasnya yang bertemakan Semarangan dan berpusat di Kelurahan Rejomulyo, Kecamatan Semarang Timur (Dewati & Rahdriawan, 2019).

Menurut keterangan bapak Haryanto selaku ketua Paguyuban “Sekar Kenanga Kampoeng Djadhoel”, dulunya kondisi lingkungan Kampoeng Djadhoel sangatlah kumuh dan seringkali terjadi banjir, masih minimnya penerangan pada waktu hari mulai gelap serta sangat rentan terjadinya tindakan pelanggaran hukum di malam ataupun siang hari. Keadaan lingkungan sosial yang seperti itulah yang membuat masyarakat gelisah dan tidak nyaman di lingkungan tempat tinggalnya sendiri, sehingga inisiatif dari beberapa pihak yang termasuk warga setempat memiliki keinginan agar merubah dan mengonsepan Kampoeng Djadhoel menciptakan keadaan yang aman, kondusif untuk ditempati serta dapat dirasakan manfaatnya baik kalangan luar maupun masyarakat setempat (Haryanto, 2022).

Kerukunan warga merupakan suatu bentuk motivasi agar terwujudnya suatu perubahan yang lebih baik kedepannya, membangkitkan slogan *guyub rukun* yang



bermakna guyub kebersamaan, dan rukun keselarasan tanpa adanya pertikaian satu sama lain, mereka senantiasa menjaga keharmonisan ikatan kekeluargaan, dengan mendirikan berpegangan prinsip “tetangga adalah saudara terdekat kita”. Sehingga dengan musyawarah dan kerukunan bersama mereka membangun wadah organisasi yang diberi nama “Paguyuban Perajin Batik Sekar Kenanga”, dimana anggotanya yaitu para perajin sekaligus pemilik usaha batik yang eksistensinya masih bertahan hingga saat ini, hal tersebut menumbuhkan sikap kepedulian dan keswadaanya warga setempat semangat bergotong royong menciptakan sebuah lingkungan yang nyaman. Mereka menghasilkan lukisan-lukisan berbentuk pewayangan dan berbagai motif batik di lingkungan dinding tempat tinggal warga serta mengecatnya kemudian mengecatnya dengan warna-warni keindahan (Syafi'i, 2019).

Mayoritas masyarakat Kampoeng Djadhoel Kelurahan Rejomulyo Kecamatan Semarang Timur berprofesi sebagai usahawan mencakup pembatik, penjual, karyawan dan sebagainya. Dengan adanya tuntutan ekonomi yang tinggi, diharapkan dalam mencukupi kebutuhan pokoknya tersebut warga setempat dianjurkan mempunyai penghasilan atau pendapatan tambahan dalam memberdayakan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM). Hal tersebut yang mendasari peran keberadaan paguyuban yang mampu memotivasi dan mengarahkan para perajin dalam memaksimalkan potensi sumber daya serta mengembangkan kemampuan yang dimiliki dalam usaha untuk mewujudkan peningkatan taraf hidup perekonomian yang lebih baik (Haryanto, 2022).

Berdasarkan observasi yang dilakukan oleh penulis, di dalam Kampung Batik tersebut terdapat beberapa Kampoeng yaitu Kampoeng Batik Krajan, Kampoeng Batik Gedong, Kampoeng batik sari, Kampoeng Batik Tengah dan Kampoeng Batik Malang (Ningrum, 2022). Sedangkan fokus objek penelitian penulis terdapat di Kampoeng Djadhoel yang terletak di Kampoeng Batik Tengah RT 04/RW 02 Kelurahan Rejomulyo Kota Semarang. Pada tahun 2014 hingga kini terdapat sekitar 9 *Showroom* batik yang berada di Kampoeng Djadhoel Semarang, sebagian dari mereka memproduksi batiknya di tempat yang sama yaitu *showroom*-nya masing-masing, ada pula beberapa yang melakukan pengerjaannya di tempat lain seperti keterangan Bapak Tri Utomo selaku pemilik

*Showroom* batik Ngesti Pandowo sekaligus anggota paguyuban perajin batik, dulu ia mengerjakan produksinya di *showroom*-nya namun saat ini dipindahkan di daerah Sendangmulyo, Tembalang karena berdampak pada pencemaran lingkungan sekitar yang disebabkan sisa hasil pengolahan produksi.

Adapun nama-nama *Showroom*-nya meliputi: Batik Ngesti Pandowo dikelola oleh Bapak Tri Utomo, Batik Nur Ayumi dikelola oleh Bapak Abdullah, Batik Arjuna dikelola oleh Ibu Monika, Batik Figa dikelola oleh Ibu Afifah, Batik Kinanthi dikelola oleh Ibu Setya Utami, Batik Temawon dikelola oleh Ibu Oktavia, Batik Jabra dikelola oleh Bapak Arifin, Batik Anggraini dikelola oleh Bapak Tri Mujiono, dan Sanggar Cinta Batik Semarangan dikelola oleh Ibu Lin (Larasati, 2014). Dibalik aktifnya penjualan di *showroom*, mereka merupakan bagian dari paguyuban yang aktif dalam melestarikan batik di Kota Semarang. Diketahui dari Ibu Monika (2022) bahwa jumlah anggota perajin yang masih aktif saat ini di paguyuban sebanyak 22 orang. Hal ini menandai bahwa Kampoeng Djadhoel merupakan bagian dari Kampung Batik Kota Semarang yang aktif dalam produksi kerajinan batik serta pemasaran produk-produk batik.

Keinginan warga setempat dengan adanya pengembangan “Kampoeng Djadhoel” serta peran paguyubannya menjadi sebuah strategi pendapatan pengelola “Kampoeng Djadhoel”, hal tersebut sebagai bentuk apresiasi dari anggota paguyuban yang diberikan kewenangan agar dapat menyalurkan kontribusinya pada masyarakat setempat berupa beberapa program pengembangan masyarakat contohnya pelaksanaan latihan membatik dalam setiap *event*, mengadakan pameran batik Semarangan, membuat konsep *stand-stand* makanan tradisional guna menyajikan keunikan usaha kecil masyarakat yang menjadi daya tarik pengunjung, pengelolaan bank sampah, serta mendirikan taman baca pintar dan sebagainya, dalam rangka pengembangan lingkungan “Kampoeng Djadhoel” Semarang agar menjadi salah satu destinasi wisata yang mampu menarik masyarakat luas untuk berkunjung, dan dapat menikmati suasana perkampungan tradisional dengan berkonsepkan kontemporer yang menjadi daya unik tersendiri. Bagi warga setempat yang memiliki waktu luang, maka mereka dapat memanfaatkan kegiatan dengan menggali potensi diri dengan membatik ataupun

menjual kuliner makanan tradisional guna menambah penghasilan ataupun pendapatan sehari-hari untuk mencukupi kebutuhan keluarga mereka.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan Dewati dan Rahdriawan (2019), dijelaskan bahwa kondisi Kampoeng Djadhoel Semarang saat penjajahan Jepang tahun 1942 telah terjadi kebakaran yang memusnahkan kegiatan membatik sehingga yang tersisa hanya nama Kampoeng Djadhoel Batik saja. Beberapa tahun kemudian tepatnya tahun 2006, Pemerintah Kota Semarang memberikan dukungan penuh dalam upaya membangkitkan kembali para perajin batik dengan mengadakan program Kampung Tematik berbasis pengembangan masyarakat. Berawal pada tahun tersebut, upaya pembangunan wisata berbasis pengembangan masyarakat secara menerus dilakukan di Kampoeng Djadhoel, dan pentingnya keterlibatan berbagai pihak dalam pengelolaan pariwisata Kampoeng Djadhoel menjadi sebuah destinasi wisata melalui pengembangan masyarakat lokal namun adanya berbagai permasalahan dalam proses pengembangan tersebut seperti saat itu minimnya peran paguyuban dalam membangkitkan semangat warga dan menyatukan perajin batik agar satu arah pemikiran dan tujuan, kurangnya pengendalian dan pengamatan yang dilakukan oleh paguyuban Kampoeng Djadhoel setelah diadakannya pembinaan (bimbingan) pelatihan membatik.

Kemudian penelitian Yulianita yang menganalisis mengenai perkembangan industri batik Semarang (2011) ditemukan beberapa permasalahan yang terjadi dan harus dihadapi oleh perajin yaitu kurangnya modal, keterbatasan sumber daya manusia untuk usaha membatik dari segi pendidikan formal maupun pengetahuan dan keterampilannya, jaringan usaha yang lemah dan terbatasnya kapasitas pemasaran. Tidak tersedianya bahan baku serta kurangnya minat batik-membatik pada generasi baru di lokasi penelitian sehingga upaya dalam meneruskan usaha batiknya relatif kecil kemungkinan.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh penulis saat ini, kendala-kendala yang disebutkan dalam penelitian Yulianita sedikit demi sedikit dapat teratasi dengan adanya paguyuban, akan tetapi permasalahan yang muncul saat ini yaitu belum efektifnya pengelolaan IPAL (Instalasi Pengolahan Air Limbah) sehingga menyulitkan perajin untuk mandaur ulang hasil sisa produksi yang mencemarkan lingkungan. Hal tersebut yang mendasari adanya kerjasama dengan

perajin di luar Kampoeng Djadhoel dalam hal memproduksi batik untuk memenuhi kebutuhan pasar sehingga terciptanya unsur modal sosial yang terjalin oleh sesama perajin. Para perajin batik di Kampoeng Djadhoel berupaya menjaga eksistensi batik Semarang agar menjadi hasil unggulan masyarakat Kota Semarang.

Tentunya produksi batik selain membutuhkan modal finansial, alat kelengkapan (sarana dan prasarana) tetapi dibutuhkan pula potensi dan kemampuan masyarakat yang bergerak dalam modal sosial guna keberlangsungan kerajinan batik dan kebutuhan hidupnya (Indrarini, 2021). Hal tersebut berarti dalam pengembangan suatu usaha ditekankan adanya modal yang tidak cukup dalam bentuk ketersediaan sumber daya manusia seperti kemampuan individu tetapi diperlukan pula modal sosial (*social capital*) (Field, 2010). Konsep modal sosial membuktikan manusia membutuhkan satu sama lain dengan menjalin interaksi dan memiliki hubungan timbal balik untuk saling membantu dalam setiap kegiatan sehingga mereka saling percaya (*trust*) kemudian usaha manusia dapat memperoleh hasil yang layak serta mencukupi kebutuhan keluarga dan lainnya baik kebutuhan materi maupun non-materi.

Modal sosial berdasarkan observasi penulis di Kampoeng Djadhoel yaitu mereka saling berkoordinasi terlebih dahulu motif batik yang akan diproduksi agar memiliki perbedaan satu sama lain dan menarik daya beli masyarakat luar atau turis yang datang. Modal sosial yang telah terbangun nantinya akan mewujudkan suatu kerjasama, baik orientasinya secara sosial maupun ekonomi. Kerjasama yang terjalin pada kelompok perajin batik Kampoeng Djadhoel dilandasi oleh adanya suatu kepercayaan atau saling mempercayai (*trust*). Dalam Field (2010) dikatakan bahwa *trust* atau kepercayaan selalu ditopang oleh nilai dan norma.

Seperti halnya hubungan sosial yang terjalin merupakan bentuk kegiatan ekonomi yang dilakukan oleh sesama perajin dan pengusaha batik di daerah tersebut. Dalam hal ini bentuk kegiatan ekonomi di lokasi penelitian seperti pemasarannya yaitu perajin batik yang langsung menjual hasil kerajinannya di *Showroom* mereka, adapula pengusaha mengambil stok dari perajin untuk dijual kembali. Selain hubungan ekonomi, ada pula hubungan sosial untuk membangun

kerja sama yaitu membuat lukisan batik pada tembok dengan tujuan menarik perhatian para pengunjung.

Fokus penelitian yang akan dilakukan oleh Penulis yaitu strategi yang digunakan oleh perajin batik dalam mempertahankan identitas batik semarang serta pengembangan ekonomi dari pelaku usaha. Dalam temuan peneliti, beberapa perajin batik di Kampung Djadoel tidak hanya bekerja sebagai produksi batik tetapi ikut merangkap dalam usaha pemasaran di *showroom*. Namun, ada pula yang bekerja sesuai bidang masing-masing yaitu perajin dan pelaku usaha. Berdasarkan fokus penelitian tersebut, Penulis tertarik untuk mengkajinya melalui peranan modal sosial yang terikat antara sumber daya (*resource*) perajin batik dan pelaku usaha sebagai aktor dalam upaya mengembangkan ekonomi mereka. Peranan modal sosial yang dimaksud yaitu modal sosial James S. Coleman mengenai pilihan rasional.

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan tersebut, maka penulis bermaksud mengadakan penelitian dengan judul PERAN MODAL SOSIAL DALAM PENGEMBANGAN EKONOMI PERAJIN BATIK (Studi di Kampoeng Djadhoel, Kelurahan Rejomulyo Kota Semarang).

### **B. Rumusan Masalah Penelitian**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka penulis dapat merumuskan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Apa saja bentuk-bentuk modal sosial yang digunakan oleh perajin batik di Kampoeng Djadhoel Kelurahan Rejomulyo Kota Semarang ?
2. Bagaimana peran modal sosial dalam pengembangan ekonomi perajin batik di Kampoeng Djadhoel Kelurahan Rejomulyo Kota Semarang ?

### **C. Tujuan Penelitian**

Sesuai dengan rumusan masalah yang telah dijelaskan di atas, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui bentuk-bentuk modal sosial yang dimiliki oleh para perajin batik di kampung Djadhoel Kelurahan Rejomulyo Kota Semarang yang berperan penting terhadap proses usaha membatik.

2. Untuk mengetahui peran dari modal sosial dalam pengembangan ekonomi perajin batik di kampung Djadhoel Kelurahan Rejomulyo Kota Semarang.

#### **D. Manfaat Penelitian**

Dengan diadakannya penelitian ini diharapkan dapat memberikan beberapa manfaat antara lain:

1. Manfaat Teoritis:
  - a. Bagi peneliti, hasil penelitian ini dapat dijadikan acuan untuk menerapkan teori pembelajaran yang didapat semasa kuliah dengan mengamati dan mengetahui keadaan dilapangan.
  - b. Bagi akademisi, hasil penelitian ini dapat dijadikan bahan informasi dan referensi untuk mahasiswa yang hendak melakukan penelitian dengan tema yang berkaitan.
  - c. Hasil penelitian ini dapat dijadikan literatur dalam melakukan penelitian yang relevan dimasa mendatang.

2. Manfaat Praktis:

- a. Bagi peneliti  
Dengan dilakukannya penelitian ini dapat dijadikan referensi untuk penelitian berikutnya dalam ruang lingkup yang sama. Serta penelitian ini dapat memberikan masukan, wawasan, serta memberikan sumbangan pemikiran bagi studi-studi yang berkaitan dengan modal sosial di kalangan perajin batik.
- b. Bagi komunitas  
Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi dalam memahami konsep sumber daya manusia dalam paguyuban perajin batik. Serta dapat memberikan masukan terkait mempertahankan identitas batik semarangan.

#### **E. Tinjauan Pustaka**

Studi mengenai peran modal sosial dalam pengembangan ekonomi perajin batik bukanlah merupakan studi yang baru. Oleh karena itu penulis ingin mengelompokan kajian-kajian tersebut kedalam tiga tema kajian :

#### A. Peran Modal Sosial

Kajian mengenai Peran Modal Sosial telah dikaji oleh Eni Fitriawati (Maret 2010), Pratisthita, Munandar dan Homzah (2014), Witjaksono (2010), Budhi Cahyono (2014), dan Siswanto Masruri (2013). Kajian Fitriawati (2010) dengan judul Modal sosial dalam Strategi Industri Kecil Slondok Desa Sumurarum Kabupaten Magelang memfokuskan penelitiannya pada bentuk modal sosial berupa norma dan jaringan sosial berperan dalam menjaga hubungan komponen industri serta membangun mobilitas hubungan bisnis. Melalui kajian yang dilakukan Fitriawati menemukan bahwa bentuk modal sosial yang digunakan yaitu norma, *trust*, dan jaringan. Sementara Pratisthita, Munandar dan Homzah (2014) berjudul Peran Modal Sosial dalam Menunjang Dinamika Kelompok Peternak Sapi Perah (Studi Kasus di Kelompok 3 TPK Pulosari Pangalengan) dengan pendekatan studi kasus memfokuskan penelitiannya pada peranan modal sosial terhadap peningkatan interaksi dan kerja sama kelompok petani perah.

Melalui kajian tersebut ditemukan modal sosial berupa *trust*, partisipasi, dan hubungan timbal balik dalam kelompok cukup baik. Adanya modal sosial berperan dalam meningkatkan interaksi atau kerjasama kelompok dan meningkatkan fungsi tugas pokok kelompok. Kemudian, kajian Witjaksono (2010) berjudul Peran Modal Sosial Dalam Perkembangan Sentra Industri Logam Waru Sidoarjo memfokuskan peranan modal sosial sebagai fasilitator dalam pencapaian tujuan industri. Melalui kajian Witjaksono ditemukan bentuk modal sosial berupa *trust*, jaringan, dan tindakan kolektif. Selanjutnya, kajian Cahyono (2014) berjudul Peran Modal Sosial dalam Peningkatan Kesejahteraan Masyarakat Petani Tembakau di Kabupaten Wonosobo dengan metode kualitatif memfokuskan pada peran andil modal sosial terhadap tingkat kesejahteraan dan pengurangan kemiskinan.

Berdasarkan kajian Cahyono ditemukan bahwa modal sosial berupa *trust*, jaringan dan norma mampu meningkatkan kesejahteraan dan pengurangan kemiskinan. Kemudian Masruri (2013) dengan judul Peran Modal Sosial Tri Tangtu Silih Dalam Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat di Desa Alamendah Rancabali Bandung dengan pendekatan kualitatif. Fokus

kajiannya mengenai nilai Tri Tangtu Silih berupa *silih asih* (saling menyayangi), *silih asah* (mengayomi), dan *silih asuh* (saling memelihara) terdapat peranan modal sosial dalam pemberdayaan ekonomi masyarakat di Rancabali Bandung, di mana sistem nilai tersebut dapat digunakan untuk berbagai kepentingan bagi pencapaian kemajuan masyarakat.

#### B. Pengembangan Ekonomi

Kajian mengenai Pengembangan Ekonomi telah dikaji oleh Mustapita dan Slamet (2020), Rosyada dan Tamamudin (2020), Alvien Septian Haerisma (2018), Darwanto dan Pornaya (2015). Kajian Mustapita dan Slamet (2020) dengan judul Pengembangan Ekonomi Lokal Kabupaten Malang Melalui Kajian Potensi Klaster Industri Kecil yang menggunakan metode penelitian kuantitatif. Fokus kajiannya pada pemetaan industri kecil yang memiliki potensi untuk dikembangkan di Kabupaten Malang. Melalui kajian Mustapita dan Slamet (2020) dengan analisis kontribusi dan analisis LQ ditemukan terdapat beberapa sektor potensial dalam pengembangan ekonomi di Kabupaten Malang yaitu sektor pertanian, industri pengolahan, industri air, konstruksi, dan perdagangan besar. Selanjutnya kajian Rosyada dan Tamamudin (2020) berjudul Pengembangan Ekonomi Lokal Kabupaten Malang dengan Kajian Potensi Klaster Industri Kecil memfokuskan pada pemberdayaan masyarakat berbasis pengembangan ekonomi melalui pelatihan dan pembinaan bertahap batik tulis sebagai produk ekonomi kreatif.

Sementara itu, dalam kajian yang dilakukan oleh Alvien Septian Haerisma (2018) berjudul Pengembangan Ekonomi Kreatif Bidang Fashion Melalui Bauran Pemasaran memfokuskan pada bauran pemasaran sebagai upaya pengembangan ekonomi kreatif dengan metode kualitatif. Melalui kajiannya ditemukan bentuk strategi pengembangan ekonomi yang terdiri dari produk batik, harga, promosi, dan saluran distribusi. Selanjutnya, penelitian Darwanto dan Pornaya (2015) berjudul Pengembangan Ekonomi Lokal Untuk Meningkatkan Daya Saing Pada UKM Ekonomi Kreatif Batik Bakaran di Pati, Jawa Tengah dengan metode kuantitatif. Fokus kajiannya pada strategi pengembangan ekonomi kreatif batik di Bakaran untuk meningkatkan daya saing. Melalui kajian Darwanto dan Pornaya (2015) ditemukan bahwa



meningkatkan kualitas sumber daya manusia merupakan prioritas utama dalam aspek pengembangan ekonomi.

### C. Perajin Batik

Kajian mengenai Perajin Batik telah dilakukan oleh Rahmawati, Achsa, dan Destiningsih (2018), Kusumaningtyas, Anitasari, Kamal dan Aufa (2018), Lindawati dan Mulyono (2018). Kajian Rahmawati, Achsa, dan Suryono (2018) Strategi Penguatan Kinerja Pemasaran Pengrajin Batik melalui Pengembangan Modal Sosial Pada Kampung Batik Kota Semarang yang menggunakan metode kuantitatif dengan analisis IE (*Internal-Eksternal*) matrik, SWOT (*Strengths-Weaknesses-Opportunities-Threats*) matrik, dan QSPM (*Quantitative Strategic Planning*) Matrik, memfokuskan kajiannya pada aspek penyusutan yang substansial pada hasil penjualan batik pengrajin batik dikarenakan jalan masuk informasi pasar, cakupan pasar, jejaring kerja, dan akses situs yang kurang mendukung. Melalui kajiannya ditemukan bahwa perajin batik di Kota Semarang memiliki kemampuan sedang, prioritas strateginya yaitu memberdayakan paguyuban kampoeng batik, memberdayakan keberadaan organisasi serta dukungan pemerintah terhadap pengrajin untuk bergabung dan aktif dalam kegiatan bersama.

Sementara Kusumaningtyas, Anitasari, Kamal dan Aufa (2018) dengan judul Peran Pengrajin Batik dan Pelaku Usaha dalam Pengembangan Usaha Batik di Kabupaten Grobogan sebagai Upaya Melestarikan Motif Batik Khas Kabupaten Grobogan (Sosialisasi Peraturan Perundang-undang di bidang Kekayaan Intelektual), memfokuskan kajiannya pada upaya pelestarian batik melalui pemahaman dan pengetahuan tentang Kekayaan Intelektual (KI) kepada para perajin dan pelaku usaha batik di Kabupaten Grobogan supaya memahami hal-hal apa saja yang terkait dengan KI khususnya yang terkait dengan pendaftaran HC motif batik khas suatu daerah sebagai ekspresi budaya tradisional yang dilindungi Undang-Undang Hak Cipta sekaligus menghasilkan pendapatan bagi daerah Kabupaten Grobogan. Melalui kajian tersebut ditemukan bahwa pemahaman KI khususnya hak cipta menjadi upaya dalam mengampanyekan pelestarian budaya batik di daerah Grobogan yang diharapkan adanya kesadaran para pembatik dan pelaku usaha dalam

memproduksi batik khas Kabupaten Grobogan dan mendaftarkan motif batik yang dihasilkan melalui pendaftaran KI.

Selanjutnya Lindawati dan Mulyono (2018) dengan judul Evaluasi Postur Kerja Pengrajin Batik Tulis Aleyya Batik di Yogyakarta dengan menggunakan metode kualitatif pendekatan deskriptif. Memfokuskan kajiannya pada perancangan tempat duduk yang disesuaikan dengan antropometri oleh pemilik batik Aleyya terhadap pengrajin batik tulis sehingga postur kerja mereka ergonomis lebih nyaman dan tidak menimbulkan adanya keluhan subyektif. Dalam kajian ini ditemukan bahwa postur kerja pengrajin batik tulis berdasarkan penilaian dengan metode REBA bagian kanan pengrajin batik tulis tergolong dalam kategori sedang sebesar 86,67% dan postur kerja bagian kiri termasuk dalam kategori sedang sebesar 80,00% sehingga diperlukan tindakan perbaikan. Keluhan subyektif yang dialami oleh pengrajin batik tulis dinilai dengan metode NBM diketahui bahwa sebagian besar tergolong dalam tingkat risiko sedang sebesar 40,00% yang berarti bahwa mungkin diperlukan adanya tindakan perbaikan dikemudian hari sehingga dapat meningkatkan jumlah produksi dan kualitas.

Dari ketiga kajian tersebut dapat penulis simpulkan bahwa tema kajian satu lebih banyak membahas terkait bagaimana peranan dari modal sosial yang berpengaruh terhadap sistem sosial termasuk keberlangsungan usaha mereka. Tema kedua lebih membahas pada pengembangan ekonomi kreatif terhadap industri dan Usaha Kecil Menengah (UKM) yang ada di masyarakat. Kemudian tema kajian ketiga membahas mengenai perajin batik dalam mengembangkan usaha dan identitasnya. Berdasarkan penelitian di atas, penulis ingin berfokus pada tema kajian kesatu, kedua, dan ketiga yaitu mengenai peran modal sosial dalam pengembangan ekonomi dan perajin batik. Nantinya akan ditemukan strategi ekonomi apa saja yang perajin lakukan dan dampak yang berpengaruh terhadap keberlangsungan usaha mereka. Penulis ingin meneliti bagaimana perajin batik dan pelaku usaha membangun hubungan melalui peran modal sosial di Kampoeng Batik Kelurahan Rejomulyo Kota Semarang.

## F. Kerangka Teori

### A. Definisi Konseptual

Dalam penulisan skripsi ini, penulis memaparkan definisi konseptual sebagai berikut:

#### 1. Modal Sosial

Hasbullah (2006) menyatakan bahwa modal sosial merupakan sebuah bangunan kepercayaan yang lama-kelamaan akan meluas, dan bangunan kepercayaan tersebut dapat meningkatkan jaringan sosial dalam suatu masyarakat atau kelompok melalui proses komunikasi ataupun interaksi, jaringan sosial yang erat tentunya akan memperkuat jalinan kerjasama bagi para anggotanya.

Modal sosial terdiri dari kepercayaan, saling pengertian, nilai-nilai bersama, dan perilaku anggota jaringan komunitas yang memungkinkan terjadinya tindakan kerja sama (Coleman, 2021). Sedangkan menurut Coleman bahwa bentuk modal sosial mencakup jaringan, *trust*, dan norma (Field, 2010). Bentuk-bentuk modal sosial tersebut aktif dalam jalinan hubungan manusia dengan manusia lainnya. Hidupnya modal sosial dalam hubungan manusia tentu tidak muncul begitu saja. Perlu adanya suatu ikatan yang mampu menghubungkannya. Kaitannya dengan penelitian penulis bahwa ikatan tersebut bisa disebut juga dengan paguyuban perajin batik Kampoeng Djadoel.

#### 2. Pengembangan Ekonomi

Pengembangan Ekonomi merupakan sebuah proses pada suatu kelompok dalam rangka mengelola pengembangan sumber daya untuk merangsang kegiatan produktif dan ekonomis. Konsep ini sejalan dengan istilah pengembangan ekonomi lokal bahwa sumber daya lokal memiliki potensi dan kualitas dalam menstimulus peningkatan ekonomi sekitar. Sumber daya lokal paling utama ialah sumber daya manusia (Firdausy, 2018). Kegiatan produktif dalam konteks Kampoeng Djadhoel ialah pelaksanaan keterampilan membatik yang dilakukan oleh para perajin, biasanya melatih pula karyawan showroom, dan anak-anak SMA yang melakukan kegiatan membatik di Kampoeng

Djadoel. Kemudian, dalam mengembangkan fungsi ekonomisnya peran penjual melakukan pemasaran baik secara luring maupun daring. Pemasaran secara luring dilakukan di *showroom*, sedangkan pemasaran daring melalui media sosial para penjual (Suprihatin, 2022). Dengan begitu, pengembangan ekonomi di Kampong Djadoel tidak hanya memanfaatkan strategi ekonomi, tetapi pula memanfaatkan peranan modal sosial berupa jaringan dan kepercayaan masyarakat secara daring dan luring.

Walaupun begitu, dalam penyelenggaraan pengembangan ekonomi bagi suatu kelompok maupun lokal perlu peran yang diharapkan oleh pemerintahan atau stekholder untuk memprakarsai dan memfasilitasi (Firdausy, 2018). Peranan pemerintah yang cukup berkontribusi terhadap Kampung Batik termasuk Kampong Djadoel ialah pembangunan kampung tematik. Program ini mengusung pembangunan perkampungan memiliki tema batik. Melalui program tersebut diadakan pelatihan dan pembinaan yang diadakan oleh Dinas Pariwisata Kota Semarang. Meskipun begitu, koordinasi pemerintah kota masih dirasa kurang oleh masyarakat (Antara, 2019).

### 3. Perajin Batik

Perajin merupakan orang yang bekerja dibidang tekstil dengan mengubah barang (bahan) pokok menjadi barang jadi, barang setengah jadi atau dari barang yang kurang nilainya menjadi lebih tinggi nilai jual belinya dengan tujuan dijual kembali guna memperoleh keuntungan. Menurut Anjani (2007), perajin atau artisan (bahasa Prancis) adalah pekerjaan terampil yang menghasilkan atau membuat barang-barang dengan tangan, baik barang-barang fungsional maupun barang-barang dekoratif, perabot dan peralatan rumah tangga. Perajin pada dasarnya ialah pelaku yang menuangkan ide atau gagasan kreatifnya sehingga dapat menghasilkan barang berupa karya seni. Kemudian karya seni atau desain-desain tersebut dapat dikembangkan menjadi produk kerajinan yang bermanfaat untuk orang lain (Sutardi & Budiasih, 2010: 169-170).

Dalam penelitian ini yang dimaksud perajin yaitu seseorang yang menghasilkan karya atau desain berupa produk kerajinan batik untuk diperjualbelikan di *Showroom* yang ada di kampoeng Djadhoel tersebut. Sehingga dapat disimpulkan bahwa perajin batik tersebut juga memiliki usaha dimana aktivitasnya berupa proses produksi, baik dilakukan sendiri ataupun dikerjakan oleh orang lain (karyawan), adapula beberapa perajin yang belum memiliki showroom sehingga mampu menghasilkan batik tulis, lukis maupun cap sebagai mata pencaharian di lingkungannya. Jika seorang pengusaha menjalankan usahanya dengan bantuan karyawan, maka dia memiliki dua peran yaitu sebagai pengusaha dan sebagai manajer (pemimpin perusahaan) (Suwardi, 2015). Mereka merupakan perajin yang merangkap sebagai pengusaha batik dan memiliki *Showroom* batik, dalam mempertahankan keberadaan perajin batik di tempat tersebut maka mereka mendirikan pula sebuah Paguyuban perajin batik yang diberi nama Sekar Kenanga.

#### B. Teori Modal Sosial

Penelitian ini menggunakan teori modal sosial menurut James Coleman. Coleman menjelaskan bahwa konsep modal sosial merupakan sarana bagaimana seseorang atau komunitas dalam melakukan kerja sama. Salah satu instrumen dalam modal sosial yang dibentuk dalam komunitas atau kehidupan bermasyarakat yaitu menggunakan komponen kepercayaan, di mana suatu kepercayaan tersebut yang tumbuh didorong oleh adanya kesamaan nasib dan motivasi dalam mencapai tujuan tertentu, sehingga mengharuskan individu atau masyarakat untuk melakukan kerjasama (Field, 2010).

Dikutip dalam buku Dwiningrum (2014) Coleman mendefinisikan modal sosial ditentukan oleh fungsinya artinya modal sosial meliputi beberapa aspek dari struktur sosial dan modal sosial akan selalu memberikan kemudahan bagi orang untuk melakukan sesuatu dalam kerangka struktur sosial tersebut. Dalam hal ini berarti Paguyuban Perajin

batik di Kampoeng Djadhoel sebagai struktur sosial mampu memberi kemudahan bagi para pengrajin batik untuk melangsungkan kebutuhan ekonomi dan melanjutkan tradisi membatik pada generasi baru saat ini di Kota Semarang. Kebutuhan ekonomi yang dimaksud ialah kebutuhan keluarga individu perajin batik dan kebutuhan kas paguyuban Kampoeng Djadhoel.

Selain itu Coleman mengidentifikasi terdapat tiga unsur primer (utama) yang membentuk pilar modal sosial. Pertama berkaitan terhadap kewajiban dan harapan yang didasarkan terhadap rasa saling percaya atau *trust* dalam lingkungan sosial masyarakat. Pilar kedua yaitu pentingnya menjaga arus informasi (jaringan) dalam bentuk interaksi satu sama lain ataupun komunikasi yang lancar pada sebuah struktur sosial yang terjalin sehingga dapat mendorong berkembangnya kegiatan dalam masyarakat (Coleman, 2021).

Pilar ketiga yaitu norma kebiasaan yang wajib ditaati menggunakan hukuman yang jelas. Tanpa adanya seperangkat aturan dan norma yang disepakati dan dipatuhi oleh sejumlah anggota masyarakat maka yang timbul tentunya keadaan *anomie* di mana setiap orang cenderung berbuat menurut kemauan sendiri tanpa merasa adanya ikatan dengan orang lain. Modal sosial menurut Coleman merepresentasikan sumber daya yang melibatkan intensi (keinginan) untuk mencapai tujuan serta melibatkan hubungan sosial yang lebih luas di mana jaringan sosial diatur pula oleh tingkat kepercayaan dan nilai-nilai bersama, modal sosial melekat pada struktur hubungan antara aktor dan antar pelaku (Dwiningrum, 2014).

Pemilihan konsep modal sosial milik Coleman dalam penelitian ini berdasarkan pada inti konsep tersebut yang relevan digunakan dalam melihat fenomena pengembangan ekonomi perajin batik di Kampung Djadhoel tersebut. Berdasarkan hal tersebut, maka modal sosial di sini berfungsi guna memfasilitasi tindakan individu baik aktor atau kelompok dalam mencapai tujuan bersama. Hal lain yang mendukung pemilihan konsep modal sosial Coleman dikarenakan adanya penjelasan unsur-unsur yang menjembatani terciptanya modal sosial dikarenakan pengaruh teori

pilihan rasional yang dapat mendefinisikan mengapa individu atau kelompok memilih untuk bekerja sama daripada bekerja sendiri. Konsep modal sosial ditujukan guna memfasilitasi tindakan pengusaha/perajin untuk mencapai keinginannya. Adanya elemen-elemen pembentuk modal sosial pada konsep Coleman juga sebagai nilai tambah dalam menjelaskan fenomena masyarakat secara detail agar mudah difahami mekanisme cara kerjanya.

## **G. Metode Penelitian**

### **1. Jenis dan Pendekatan Penelitian**

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Penelitian kualitatif merupakan penelitian dengan mengumpulkan data-data berupa deskripsi kata-kata, untuk menemukan data tersebut penulis membutuhkan informan (Creswell, 2008). Tujuan metode kualitatif untuk memahami fenomena alam dan sosial dengan memprioritaskan proses interaksi sebagai salah satu bentuk komunikasi yang dilakukan oleh penulis dengan fenomena yang akan diteliti (Moleong, 2005). Sedangkan jenis penelitian yang dilakukan yaitu *Field research* atau penelitian lapangan. Menurut Moleong, penelitian lapangan ialah penelitian berbasis lapangan dengan maksud mengamati dan menggali data sesuai pada fenomena di lapangan (Moleong, 2005). Kemudian pendekatan yang digunakan penelitian ini yaitu pendekatan deskriptif. Dalam pendekatan deskriptif, penulis perlu berupaya untuk memahami data dan informasi berupa pengalaman informan terkait dengan topik penelitian (Creswell, 2013). Melalui pendekatan ini diharapkan penulis akan mendapatkan realita yang bersifat natural pada objek penelitian dan permasalahan yang diteliti dapat diungkapkan secara detail sesuai dengan fakta di lapangan.

Dengan begitu, penelitian ini akan meneliti bagaimana strategi pengembangan ekonomi Paguyuban Kampong Djadoel melalui hubungan modal sosial perajin dan pelaku usaha.

### **2. Lokasi Penelitian**

Penelitian ini berlokasi di Kampong Djadoel Kelurahan Rejomulyo Kota Semarang yang merupakan kampung kota yang khas dengan interaksi

sosial dan budaya yang masih tinggi. Akhir-akhir ini Kampoeng Djadhoel menjadi permukiman produktif dikarenakan batik semarangan yang selama ini menjadi khas kemudian dirintis dan disentralkan kembali pada kampung ini sehingga menjadi pusat perdagangan batik di Kota Semarang yang mayoritas penduduknya pun bermata pencaharian sebagai perajin batik yang produktif.

### 3. Sumber dan Jenis Data

Menurut Lofland dalam (Moleong, 2005) sumber data utama dalam penelitian kualitatif adalah kata-kata dan tindakan. Selain itu ada data tambahan seperti dokumen dan lain-lain. Sumber data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

#### a) Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh saat melakukan observasi dan wawancara dengan informan yang ditemui di lapangan (Mulyana, 2001). Data hasil wawancara didapat melalui beberapa pertanyaan yang diajukan kepada informan. Informan yaitu orang yang dijadikan sebagai sumber informasi dengan memberikan informasi terkait dengan situasi dan kondisi yang diteliti. Pada penelitian mengenai Peran Modal Sosial dalam Perkembangan Ekonomi di Kampoeng Djadhoel Kota Semarang ini data primer diperoleh dengan wawancara secara langsung pada mereka yang akan dijadikan sebagai informan.

#### b) Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang digunakan sebagai pendukung dari keberadaan data primer yang sudah dikumpulkan yang bersumber dari arsip, majalah ilmiah, dokumen pribadi, dokumen resmi dan data-data lain yang berkaitan dengan penelitian tersebut. Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini adalah berupa dokumentasi terkait obyek penelitian seperti data keanggotaan, laporan monografi kelurahan Rejomulyo, laporan penelitian terdahulu dan buku-buku, jurnal, artikel, hasil laporan kegiatan membatik, serangkaian foto kegiatan membatik, serta referensi lainnya yang dapat menunjang data yang diinginkan oleh



Penulis terkait dengan peranan modal sosial terhadap perkembangan ekonomi perajin batik di Kampoeng Djadhoel.

#### 4. Teknik Pengumpulan Data

Dalam memperoleh data dari lapangan, penulis menggunakan tiga macam teknik pengumpulan data yaitu:

##### a) Observasi

Observasi merupakan metode pengumpulan data yang paling umum dilakukan dimana penulis mengadakan pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap objek yang diteliti (Muhidin, 2007). Teknik ini digunakan untuk mendapatkan fakta-fakta empirik yang tampak (menggunakan pengamatan mata) dan guna memperoleh dimensi-dimensi baru untuk pemahaman konteks maupun fenomena yang diteliti, dalam hal ini penulis melakukan observasi secara langsung di *Showroom* Ngesti Pandowo dan *Showroom* batik Arjuna guna mengamati perilaku para pengrajin tersebut dan penerapannya sebagai sumber modal sosial dalam paguyuban dalam mengembangkan usahanya selama aktivitas pembuatan batik berlangsung.

Dalam penelitian ini, maka penulis akan mengikuti serangkaian kegiatan yang diadakan di Rumah “Multifungsi” perajin batik, beberapa *Showroom* Batik Ngesti Pandowo, *Showroom* Batik Arjuna, *Showroom* Batik Temawon. Kemudian melihat fenomena belajar batik membatik secara langsung dengan menggunakan teknik observasi dan melakukan pengamatan secara cermat dalam kegiatan membatik bersama paguyuban pengrajin batik.

##### b) Wawancara

Wawancara merupakan sebuah proses pengajuan pertanyaan langsung dari Penulis kepada informan, kemudian data yang diperoleh akan direkam dan dicatat. Wawancara berisi pertukaran ide antara informan dan narasumber sehingga dapat membentuk data (Sugiyono, 2016). Penelitian ini dilakukan dengan wawancara terstruktur yaitu proses tanya jawab bersama informan terkait topik penelitian dengan memerhatikan pedoman pertanyaan untuk menggali data yang

dibutuhkan terkait topik penelitian. Melalui wawancara terstruktur, Penulis akan membuat pedoman pertanyaan yang akan diajukan kepada informan sesuai dengan perannya.

Teknik pemilihan informan yang dipilih yaitu dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel dengan menentukan kriteria-kriteria tertentu informan yang dapat memberikan informasi sesuai dengan data yang akan dicari oleh penulis (Sugiyono, 2016). Berdasarkan hal itu, penulis menentukan informan yaitu Bapak Karsono selaku Ketua Lurah untuk mendapatkan informasi mengenai profil Kampong Batik Semarang dan data kependudukan setempat. Ketua Paguyuban Perajin batik yaitu Bapak Eko Haryanto sebagai informan utama sekaligus *key informan* dengan kriteria memiliki pengetahuan yang baik tentang batik semarangan, mengetahui sejarah batik semarangan, memiliki pengaruh dalam keputusan kelompok (paguyuban perajin batik), mengetahui latar belakang perajin dan hubungan antar anggota. Tujuannya untuk mendapatkan informasi tentang profil, sejarah terbentuknya paguyuban, struktur kepengurusan paguyubannya, visi dan misinya.

Kemudian diperlukan informan pendukung dengan kriteria memiliki pengetahuan akan batik, tergabung dalam paguyuban perajin batik, mempunyai *Showroom* yang masih aktif berproduksi hingga saat ini serta memiliki karyawan tetap, memiliki lokasi dan sarana yang bisa diamati penulis dan mengetahui perkembangan batik, sehingga pertanyaan yang diajukan bisa menjawab permasalahan penulis. Informan pendukung dalam penelitian ini adalah Sekretaris Paguyuban perajin batik untuk mengetahui data mengenai peran sekretaris terhadap anggota paguyuban, jumlah anggota paguyuban, pencatatan ketersediaan bahan membatik para perajin, kemudian 3 orang perajin batik yang sudah bertahan lama dan konsisten mempertahankan *Showroom* batiknya seperti pemilik usaha batik Ngesti Pandowo yaitu Bapak Tri Utomo, pemilik batik Arjuna yaitu Ibu Monika, dan pemilik batik temawon yaitu Ibu Oktavia Ningrum. Mereka tentunya bergabung

dalam paguyuban perajin batik. Data informan serta hal-hal yang perlu dikonfirmasi sebagai data disajikan dalam Tabel 1. berikut ini.

Tabel 1. Data Informan

Informan	Peran/Jabatan	Hal yang Dikonfirmasi
Pak Karsono, S.IP (Kepala Kelurahan)	Kepala Kelurahan Rejomulyo	Informasi mengenai profil Kampoeng Batik Semarang dan data kependudukannya.
Pak Eko Haryanto	Ketua Paguyuban Perajin Batik	Data mengenai kegiatan paguyuban, bagaimana koneksi Pak Eko Haryanto dengan anggota (termasuk perajin dan pengusaha), bagaimana Pak Eko membangun kepercayaan sebagai ketua paguyuban, bagaimana Pak Eko berwenang dalam norma paguyuban .
Pak Luwiyanto	Sekretaris Paguyuban	Data mengenai peran sekretaris terhadap anggota paguyuban, jumlah anggota paguyuban, pencatatan ketersediaan bahan membatik para perajin, dan hal-hal lainnya.
Pak Tri Utomo	Perajin Batik + Pengusaha	Identitas Bapak Tri, Jenis batik yang dikelola, jumlah karyawan dan jam kerja, Bagaimana informan membangun koneksi dengan perajin dan pengusaha lainnya, Bagaimana infoman menumbuhkan kepercayaan sesama perajin dan pengusaha, bagaimana peran norma paguyuban dalam aktivitas perajin dan pengusaha.
Ibu Monika	Perajin Batik +	Identitas Ibu Monika,

	Pengusaha	Jenis batik yang dikelola, jumlah karyawan dan jam kerja, Bagaimana informan membangun koneksi dengan perajin dan pengusaha lainnya, Bagaimana infoman menumbuhkan kepercayaan sesama perajin dan pengusaha, bagaimana peran norma paguyuban dalam aktivitas perajin dan pengusaha.
Bu Oktavia	Perajin Batik + Pengusaha	Identitas Ibu Oktavia, Jenis batik yang dikelola, jumlah karyawan dan jam kerja, Bagaimana informan membangun koneksi dengan perajin dan pengusaha lainnya, Bagaimana infoman menumbuhkan kepercayaan sesama perajin dan pengusaha, bagaimana peran norma paguyuban dalam aktivitas perajin dan pengusaha.

c) Dokumentasi

Metode dokumentasi adalah penyelidikan guna mendapatkan gambaran dari sudut pandang subjek melalui media tertulis dan dokumen lainnya yang ditulis atau dibuat langsung oleh subjek yang bersangkutan (Herdiansyah, 2010, hal. 143). Metode dokumentasi dilakukan dengan pengambilan gambar untuk memperkuat semua data temuan di lapangan. Karena dalam penelitian ilmiah perlu adanya bukti agar memberikan kredibilitas data yang akan dipaparkan.

Data dokumentasi dapat berupa sejarah berdirinya Paguyuban pengrajin batik Kampoeng Djadhoel, struktur organisasi serta foto-foto kegiatan yang dilakukan pembatik maupun kegiatan masyarakat bakti

sosial, acara keagamaan (pengajian), hasil karya batik lukis di dinding-dinding rumah warga ataupun kegiatan lainnya.

## 5. Teknik Analisis Data

Dalam proses menganalisis data kualitatif maka ditekankan harus mampu menjawab permasalahan yang berkenaan sesuai dengan data narasi yang telah diperoleh melalui tahapan wawancara, pengamatan secara langsung maupun tidak langsung, serta penggalian dokumen-dokumen (Wahidmurni, 2017). Pada umumnya tahapan dalam menganalisis data meliputi: reduksi data, penyajian data dan mengambil kesimpulan lalu diverifikasi. Maka hal tersebut dilakukan oleh penulis nantinya akan membuat rangkuman dan menyeleksi data berdasarkan yang telah diperoleh di lapangan. Setelah semua data terkumpul, proses selanjutnya yaitu penyajian data kemudian adanya penarikan kesimpulan sehingga dalam proses menganalisis datanya bersifat induktif, yaitu dengan memberikan penjelasan secara khusus kemudian menarik kesimpulan secara umum. Proses analisis data yang akan digunakan penulis sesuai dengan Miles dan Huberman (2007), yaitu :

### a) Reduksi Data

Reduksi merupakan salah satu proses pemilihan data, pemfokusan, pengabstrakan, penyederhanaan dan mentransformasikan data yang belum disaring dari catatan-catatan tertulis di lapangan. Data kualitatif dapat ditransformasikan melalui seleksi yang ketat, membuat ringkasan singkat dan menggolongkannya dalam suatu pola yang lebih luas. Dalam proses menganalisis data di tahap ini diawali dengan mengkaji atau memeriksa keseluruhan data yang diperoleh dari berbagai sumber, kemudian data yang diperoleh dievaluasi terlebih dahulu bertujuan guna menetapkan objektivitas (kesesuaian dengan kebenaran) dan relevansi terhadap masalah yang diteliti. Reduksi data dilakukan secara bersinambungan selama penelitian kualitatif berlangsung, sehingga memudahkan dalam memproses analisis data karena telah dipilih dan digolongkan sesuai dengan pola yang ditentukan oleh penulis (Silalahi, 2009). Selama proses reduksi data, penulis akan mencari dan menggali data dari informan.

#### b) Penyajian Data

Dalam proses penyajian data, Miles & Huberman menjelaskan sebagai suatu cara yang valid dan digunakan dalam menganalisis data kualitatif karena informasi yang tersusun dapat memberikan penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Prosesnya dapat dilakukan dengan mencatat data yang diperoleh di lapangan dan setiap data yang direkam baik dari hasil wawancara maupun data yang mengacu pada tinjauan pustaka. Kemudian setelah keseluruhan data terkumpul, selanjutnya dilakukan interpretasi data yang mengacu pada tinjauan pustaka. Keseluruhan hasil observasi kemudian dilakukan penguraian dan pendeskripsian guna memperluas data hasil wawancara sekaligus melengkapi data keseluruhan yang berupa grafik, matrik, bagan ataupun jaringan, semuanya dirancang untuk memaparkan informasi yang tersusun dalam bentuk terpadu dan dipahami. Temuan dalam penelitian dianalisis kemudian dijelaskan agar penulis dapat melihat permasalahan yang terjadi dan mampu memahami bagaimana hasil dari penelitian. Dengan adanya penyajian data, kesimpulan dapat ditarik berdasarkan susunan informasi yang telah diperoleh.

#### c) Penarikan kesimpulan

Verifikasi data dalam upaya penarikan kesimpulan dapat dilakukan melalui proses peninjauan ulang (*mereview*) terhadap realita di lapangan sehingga makna yang muncul dapat dipertanggungjawabkan berdasarkan data yang valid. Ketika penulis melakukan pengolahan data dengan meriset dan menganalisa data, maka proses selanjutnya yaitu menarik kesimpulan dengan menemukan makna yang terkandung dalam suatu peristiwa atau kenyataan yang terjadi di lapangan penelitian (Silalahi, 2009).

Berdasarkan analisa data di lapangan, dapat diperoleh kesimpulan dalam penelitian ini sehingga mendapatkan kesimpulan akhir dalam menganalisis data kualitatif yang signifikan, hal tersebut dapat dilakukan jika proses pengumpulan data telah selesai. Pengolahan seluruh data yang diperoleh dalam penelitian ini selanjutnya dianalisis dengan menggunakan teori modal sosial milik James S. Coleman.

## **H. Sistematika Penulisan Skripsi**

Sistematika penulisan dapat memudahkan pembaca dalam memahami isi skripsi ini serta memberikan gambaran secara garis besar dan menyeluruh. Maka penulis menyusun skripsi ini menjadi enam bab. Masing-masing bab terdiri dari beberapa sub-bab. Adapun sistematika penulisan skripsi ini sebagai berikut :

### **BAB I Pendahuluan**

Bab ini menguraikan tentang latar belakang pemilihan topik dan judul yang diangkat dalam penelitian, kemudian mengenai masalah-masalah yang dianggap penting disertai tujuan dan manfaat penelitian. Kemudian tinjauan pustaka yang berisi penelitian terdahulu yang berkaitan dengan pembahasan penelitian ini, kerangka teori yang digunakan sebagai acuan dalam menjawab permasalahan yang ada dan metode penelitian yang berisi bagaimana cara Penulis dalam melakukan penelitian.

### **BAB II Modal Sosial dan Pengembangan Ekonomi**

Bab ini menguraikan tentang definisi konsep-konsep yang berkaitan dengan penelitian ini. Uraian yang dibahas mengenai modal sosial, bentuk-bentuk modal sosial, hubungan perajin batik dan penjual batik, dan menguraikan terkait teori dan implementasinya yang digunakan dalam penelitian ini.

### **BAB III Profil Paguyuban Sekar Kenanga Kampoeng Djadoel Kelurahan Rejomulyo Semarang**

Dalam bab ini mendeskripsikan mengenai gambaran umum terkait kondisi geografis, demografis, topografis, sosial ekonomi dan budaya, serta definisi dari masalah terkait. Disajikan juga profil paguyuban sekar kenanga yang berisi sejarah berdiri, struktur organisasi, program dan kegiatan, dan keterangan-keterangan lain sebagai pengantar untuk menghubungkan dengan bab selanjutnya.

### **BAB IV Komponen Modal Sosial Perajin Batik Kampoeng Djadhoel**

Bab ini mendeskripsikan mengenai bagaimana proses peranan modal sosial yang berpengaruh dalam suatu Paguyuban perajin batik sehingga dapat diketahui hubungan anggota paguyuban serta faktor-faktor yang mempengaruhinya, dimana Paguyuban dan Showroom sebagai wadah modal sosial perajin batik sehingga adanya kerjasama yang baik antara *Showroom* Batik Ngesti Pandowo, *Showroom*

Batik Arjuna, *Showroom* Batik Temawon dengan Pihak Internal dan Eksternal Kampoeng Djadhoel Semarang.

#### **BAB V Peran Modal Sosial Pengembangan Ekonomi Perajin Dan Pengusaha**

Bab ini mendeskripsikan tentang peran modal sosial dalam pengembangan ekonomi perajin dan peran modal sosial dalam pengembangan ekonomi pengusaha sehingga nantinya dapat diketahui bagaimana proses produksi dan pemasarannya, hasil dari pengembangan ekonominya, serta manajemen strategi yang digunakan untuk mempertahankan usaha batiknya.

#### **BAB VI Penutup**

Pada bab ini Penulis memberikan kesimpulan dan saran yang diperoleh dari pembahasan pada bab-bab sebelumnya yang berisi jawaban dari rumusan masalah yang sudah ditentukan.



## BAB II

### PENGEMBANGAN EKONOMI DAN MODAL SOSIAL

#### A. Pengembangan Ekonomi Perajin Batik

##### 1. Pengembangan Ekonomi

##### a) Konsep Pengembangan Ekonomi

Ekonomi berasal dari bahasa Yunani yaitu *oikos* dan *nomos*. *Oikos* adalah rumah tangga dan *nomos* berarti mengatur, maksudnya yaitu mengefisienkan segala sesuatu kebutuhan finansial perorangan (rumah tangga) atau instansi tertentu harus tepat sasaran baik itu meliputi aspek produksi, distribusi dan konsumsi (Mubyarto, 2000). Salah satu upaya pemberdayaan masyarakat guna meningkatkan kesejahteraan ekonomi yang memiliki tujuan untuk mencukupi kebutuhan hidup sebagai sasaran pokok dengan menggunakan proses menghasilkan, penyaluran dan mengonsumsi. Dengan keterbatasan sumber daya untuk memenuhi tuntutan hidup, tidak dapat dipisahkan dengan upaya peningkatan hidup yang makmur dan sejahtera. Menghasilkan, menyalurkan dan pemakaian merupakan suatu proses dalam sistem perekonomian yang senantiasa berlangsung terus-menerus.

Perkembangan proses ini sejalan dengan aspek di bidang sosial, ekonomi, politik dan budaya secara normal di masyarakat. Secara sistem ekonomi yang alamiah, yaitu segala sesuatu yang dihasilkan harus dapat dinikmati (konsumsi) dan sebaliknya yang menikmati diharapkan mampu produktif/menghasilkan (Sumodiningrat, 1998, hal. 24-25). Potensi pengembangan ekonomi dapat dilakukan dengan swadaya yang dimiliki oleh masyarakat setempat. Masyarakat mampu mengelola bentuk swadaya yang ditujukan untuk memaksimalkan segala sumber daya yang dimiliki guna pemenuhan kebutuhan ekonomi dasar dan keluarga (Mubyarto, 1996, hal. 1). Roda perekonomian masyarakat dapat digerakkan dengan usaha-usaha yang menghasilkan produksi yang bernilai jual serta dibutuhkan oleh masyarakat itu sendiri.

Misalnya kreatifitas masyarakat untuk mendaur ulang barang bekas yang berguna untuk kebutuhan sehari-hari, serta pemanfaatan lahan yang fungsional untuk tempat pelatihan pembuatan cinderamata atau makanan

khas tempat tersebut, kreatifitas dan inovasi yang signifikan untuk pengembangan perekonomian masyarakat itu sendiri. Menghasilkan, menyalurkan dan mengonsumsi merupakan suatu proses dalam sistem perekonomian yang senantiasa berlangsung terus-menerus. Perkembangan proses ini sejalan dengan aspek di bidang sosial, ekonomi, politik dan budaya secara normal di masyarakat. Secara sistem ekonomi yang alamiah, yaitu segala sesuatu yang dihasilkan harus dapat dinikmati (konsumsi) dan sebaliknya yang menikmati diharapkan mampu produktif/menghasilkan (Sumodiningrat, 1998, hal. 24-25).

Menurut Gunawan Sumodiningrat, masyarakat perlu berupaya memberdayakan ekonomi menuju terciptanya perubahan yang tersusun secara sistematis (Sumodiningrat, 1998, hal. 6) dengan cara peran ekonomi masyarakat perlu diperkuat kedudukannya dalam perekonomian nasional. Transformasi ekonomi secara struktural dapat merubah proses ekonomi yang substansial guna menuju ekonomi yang tangguh, modern dan mandiri sehingga penempatan sumber daya secara sistematis ini dapat dilaksanakan dengan mengacu pada pembagian lembaga-lembaga yang kuat, teknologi yang tangguh serta pengelolaan sumber daya manusia yang berdaya dan berkualitas adalah tujuan perubahan struktural (Sumodiningrat, 1998, hal. 7).

b) Tujuan Pengembangan Ekonomi

Pemberdayaan masyarakat diarahkan guna mewujudkan kelompok suportif, yaitu sistem masyarakat berdasarkan kehidupan yang sejalan dengan peningkatan potensi sumber daya yang dibagi sesuai porsinya serta ada komunikasi dua arah, partisipasi dan berusaha mendukung satu dengan lainnya (Zubaedi, 2014, hal. 2). Sistem yang terbentuk di masyarakat bertujuan meningkatkan suatu potensi manusia yang mencakup sarana musyawarah demokratis dalam memutuskan suatu masalah. Usaha ini mengharuskan proses agar terciptanya jaringan bagi masyarakat untuk mengelola potensi sumber daya sesuai dengan sistem wewenang di wilayah tersebut (Gitosaputro & Rangga, 2013) Tujuan umum pengembangan masyarakat dapat menjadi acuan pengambilan keputusan secara berkelanjutan.

### c) Prinsip Pengembangan Ekonomi

Menurut Sumodiningrat dan Gunawan (Sumodiningrat, 1999) pendekatan primer dalam rencana pengembangan yaitu peran masyarakat dalam usaha pembangunan tersebut sebagai pelaku bukan sebagai objek. Konsep tersebut mendasari adanya pemberdayaan masyarakat dapat dilakukan dengan beberapa pendekatan berikut: *pertama*, usaha yang tepat sasaran, atau lebih dikenal dengan keterpihakan. *Kedua*, masyarakat yang menjadi sasaran harus berperan aktif mengikuti dan melaksanakan program tersebut. *Ketiga*, pendekatan secara interaktif kepada masyarakat yang kurang mampu secara mandiri untuk mengatasi masalahnya masing-masing. Prinsip-prinsip dalam pengembangan masyarakat diantaranya, (Zubaedi, 2014) :

#### 1. Berkelanjutan

Setiap kegiatan pengembangan masyarakat harus berjalan dalam kerangka berkelanjutan, karena jika tidak secara terus menerus dilakukan maka tidak mampu bertahan dalam waktu yang cukup lama. Keunggulan dalam prinsip keberlanjutan ialah mampu membangun organisasi, struktur, bisnis, dan industri yang dapat tumbuh dan berkembang dalam menghadapi tantangan. Jika pemberdayaan masyarakat dapat berjalan sesuai dengan prinsip berkelanjutan (bersinambungan) maka kedepannya akan membentuk tatanan masyarakat yang memiliki keseimbangan dan keharmonisan.

#### 2. Kemandirian

Masyarakat sepatutnya dapat memanfaatkan secara mandiri terkait sumber daya yang dimiliki seperti: teknis, alam, keuangan, dan sumber daya manusia dibandingkan dengan mengandalkan bantuan dari pihak luar. Dengan adanya program pengembangan masyarakat sebagai salah satu upaya yang bertujuan agar warga mampu mengenali dan memanfaatkan sumber daya yang ada di lingkungan masyarakat dengan sebaik mungkin.

#### 3. Partisipasi

Pengembangan masyarakat diharuskan dapat memaksimalkan partisipasi, dengan tujuan setiap orang dapat terlibat aktif dalam proses

dan kegiatan di lingkungan masyarakat. Banyaknya anggota masyarakat yang mengikuti kegiatan tersebut dan berpartisipasi aktif maka lebih banyak pula impian masyarakat yang dapat diwujudkan dengan semangat kebersamaan. Hal tersebut menerangkan bahwa setiap orang harus berpartisipasi dengan cara yang sama. Pemikiran masyarakat yang berbeda-beda dikarenakan mereka mempunyai daya keterampilan, keinginan, dan kemampuan yang berbeda-beda.

Partisipasi yang ingin dibangun melalui program pengembangan masyarakat berjalan secara bertahap, dimulai dari jenis partisipasi interaktif menuju tumbuhnya mobilitas sendiri (*self-mobilization*) di kalangan masyarakat. Partisipasi interaktif adalah bentuk partisipasi masyarakat di mana ide dalam berbagai kegiatan mulai dari perencanaan, pelaksanaan dan evaluasi program masih dibantu dan difasilitasi oleh pihak luar. Sementara itu, mobilitas sendiri adalah bentuk partisipasi di mana masyarakat mengambil inisiatif, melaksanakan kegiatan, pada berbagai tahap secara mandiri dan mobilisasi sumber daya yang dibutuhkan dari masyarakat sendiri (Zubaedi, 2014, hal. 35).

#### d) Strategi Pengembangan Ekonomi

Pengembangan ekonomi masyarakat dapat diterapkan dengan cara pengembangan sumber daya manusia (potensi) yang dimiliki perajin dan proses pemberdayaan, maka guna memaksimalkan pencapaian tujuan tersebut, strategi dasar yang diperlukan dalam pengembangan ekonomi meliputi (Soetomo, 2006, hal. 76-77):

1. Kebutuhan primer manusia yang harus terpenuhi seperti sandang, pangan dan papan.
2. Memberikan keleluasaan bagi masyarakat dalam hal penggunaan jasa publik, seperti tempat pemukiman, fasilitas kesehatan, bangunan pendidikan, dengan infrastruktur yang layak.
3. Terdapat sarana pekerjaan untuk masyarakat dan potensi menciptakan lapangan kerja baru bertujuan mencukupi perekonomian rumah tangga.
4. Adanya peran aktif masyarakat dalam pengambilan keputusan.

Berdasarkan pernyataan Kartasasmita (2018) dalam usaha pengembangan melalui tiga hal. *Pertama*, mengondisikan suatu keadaan yang dapat mengembangkan sumber daya masyarakat (*enabling*), yang bermakna setiap individu memiliki potensinya masing-masing, dengan langkah pemberdayaan ini diharapkan dapat memicu kesadaran masyarakat dalam memaksimalkan kemampuan diri mereka. *Kedua*, memperkuat sumber daya pribadi yang ada dalam masyarakat (*empowering*), maknanya pengembangan dilakukan dengan berperan aktif dalam kegiatan-kegiatan yang realita misalnya pengetahuan dasar, pembinaan, fasilitas kesehatan yang memadai, dana talangan untuk usaha (modal), jaringan informasi, peluang usaha, tempat bertransaksi, dan fasilitas lainnya. *Ketiga*, keamanan masyarakat (*protection*). Maksudnya, rencana pengembangan potensi sumber daya membutuhkan aturan hukum yang kompeten (jelas dan tegas) untuk meminimalisir praktik monopoli (yang kuat menindas yang lemah) dalam perekonomian (Zubaedi, 2014, hal. 79).

Enam tahapan dalam upaya perancangan program ditekankan meliputi: *Pertama*, tahap *problem posing* (penjabaran masalah) dengan cara memilah-milah serta menggabungkan suatu perkara yang terjadi di masyarakat dengan menyediakan ruang untuk bertukar pikiran yang dilandasi sikap kekeluargaan dalam masyarakat. *Kedua*, tahap *problem analysis* (analisis masalah). Fase ini dapat dilakukan dengan mendata segala informasi mengenai problematika dalam masyarakat. *Ketiga*, tahap petunjuk arah (*aims*) dan target (*objectives*). *Keempat*, tahap *action plans* (perancangan tindakan). Fase ini direalisasikan dengan berperan aktif yang tersusun rapih untuk mewujudkan cita-cita. *Kelima*, tahap penerapan kegiatan. Fase ini direalisasikan dengan tindakan nyata dalam pemberdayaan yang struktural. *Keenam*, fase pertimbangan yang bersinambungan, baik secara formal dan informal (Soetomo, 2006, hal. 84-86).

Dalam penelitian ini, masyarakat yang dimaksud yaitu para perajin batik yang masih bertahan hingga saat ini di Kampoeng Djadhoel dan mampu mengembangkan *Showroom* batiknya di era modern saat ini

sehingga dapat memenuhi minat konsumen yang datang, fokus penelitian yang diambil oleh penulis adalah peran modal sosial dalam pengembangan ekonomi perajin batik (Studi di Kampoeng Djadhoel Kelurahan Rejomulyo Kota Semarang) dengan menggunakan perspektif teori pemikiran James S. Coleman.

## 2. Perajin Batik Kampoeng Djadhoel Semarang

Menurut KBBI, perajin merupakan pengusaha atau perusahaan yang membuat kerajinan tangan. Kerajinan tangan yang dimaksud yaitu barang-barang yang dibuat dengan membutuhkan suatu keterampilan. Selain itu, kerajinan dapat diartikan sebagai usaha yang dikerjakan sehingga menghasilkan barang yang mengandung unsur seni. Meskipun demikian usaha tersebut terkadang juga membutuhkan bantuan mesin agar pekerjaan mudah selesai (Sugono, 2008). Perajin adalah orang yang pekerjaannya membuat barang-barang kerajinan atau orang yang mempunyai keterampilan berkaitan dengan kerajinan tertentu. Barang-barang tersebut tidak dibuat dengan mesin, tetapi dengan tangan sehingga sering disebut barang kerajinan tangan (Syahrul, 2011).

Berdasarkan pengertian di atas, perajin merupakan orang yang memiliki keterampilan dan kreativitas lebih dalam membuat barang-barang menjadi suatu kerajinan tertentu yang memiliki nilai guna dan nilai jual lebih. Perajin yang dimaksud dalam penelitian ini merupakan perajin batik tulis maupun cap yang ada di Kampoeng Djadhoel, Kelurahan Rejomulyo Kota Semarang yang masih bertahan eksistensinya hingga saat ini dan sebagai pelaku usaha pula yang menghasilkan karya atau desain berupa produk kerajinan batik untuk diperjualbelikan di *Showroom* yang ada di kampoeng batik tersebut. Dalam pembuatannya, para perajin ini menggunakan tangan dan kreativitasnya sendiri sehingga terciptalah batik tulis yang memiliki nilai seni yang tinggi.

Kampoeng Djadhoel merupakan pusat perajin batik dimana dulunya sangat berkembang pesat pada tahun 1919–1925 di sektor industri kerajinan batik baik jumlah tenaga kerja maupun jumlah industri, para perajin dan pelaku usaha di Kampoeng tersebut menjual berbagai jenis batik khas dan unik yang hanya dapat dijumpai di Semarang. Adapun usaha yang juga dilakukan penduduk asli Kampoeng Djadhoel yaitu dengan menjual dan memproduksi batik khas Semarang di beberapa *Showroom* batik yang masih bertahan hingga saat ini.

Menurut bapak Eko Haryanto selaku Ketua Paguyuban Sekar Kenanga Kampoeng Djadhoel Semarang, produksi batik yang ada ditempat tersebut mengalami peningkatan karena mampu bersaing dengan memberikan inovasi-inovasi yang baru agar dapat menarik pengunjung hingga mancanegara.

Namun adapula beberapa warga pendatang yang menetap di Kampoeng Djadhoel Semarang dan menjual batik yang bukan produksi setempat tentunya hal tersebut agar tidak monoton dengan menjual batik Semarangan saja namun juga berbagai motif batik di luar kota Semarang seperti batik Banjarmasin, batik Solo ataupun lainnya dapat disajikan di beberapa *showroom* menjadi pelengkap permintaan konsumen dalam memilih. Ada pula beberapa perajin yang tidak memiliki lahan lebih untuk berjualan dan mempromosikan produknya karena mereka tidak memiliki modal yang cukup, maka dari itu pentingnya hubungan kerjasama yang baik antar sesama perajin dalam membantu meningkatkan perekonomian, hal tersebut yang mendasari para perajin dalam mendirikan sebuah Paguyuban yang diberi nama Sekar Kenanga agar tetap saling keterkaitan usaha *Showroom* satu dan lainnya.

Batik Semarang dapat dikategorikan sebagai batik Pesisir atau batik Pesisiran, karena letak geografis Semarang di pesisir utara Jawa. Batik Pesisir memiliki kekhasan motif natural yang mengekspresikan karakter masyarakat pesisir terbuka, bebas, dan lebih spontan (Aprianto, 2015). Ciri-ciri batik Semarang yang mendasar adalah warnanya yang cerah, terang dan mencolok. Motif batik Semarang mengikuti kebebasan ide dan kreasi para penciptanya, sehingga penciptaan motif tidak mengikuti aturan-aturan yang baku. Menurut Heringa & Harmen (1997) yang dikutip oleh Yuliati (2009: 42-43), yaitu batik Semarang memiliki ciri warna dasar orange kemerahan. Melihat keunikan yang dimiliki Kampoeng Djadoel Semarang maka perlu disebarluaskan informasi mengenai keberadaan Kampoeng tersebut, salah satunya dengan batik yang diproduksi dan dijual oleh masyarakat sekitar. Hal ini perlu dilakukan dengan tujuan untuk meningkatkan ekonomi sekitar Kampoeng Djadhoel, selain itu juga untuk melestarikan batik khas Semarangan.

Penyebarluasan tentang produk dari Kampoeng Djadhoel dapat dikemas secara lebih modern dengan memanfaatkan kecanggihan teknologi terutama menjual berbagai macam produk secara online. Hal ini memberikan dampak

positif kepada penjual, karena dengan memanfaatkan proses penjualan online ini, barang yang diproduksi oleh perajin di Kampoeng Dajdhoel dapat dikenal secara lebih luas. Proses penjualan online ini dikemas melalui bentuk aplikasi yang berisi berbagai macam produk yang dijual di Kampoeng Dajdhoel Semarang. Selain itu melalui aplikasi ini penjual dapat memperoleh fasilitas untuk mempublikasikan barang jualan mereka serta mampu menerapkan strategi penjualan secara lebih praktis. Melalui aplikasi ini diharapkan perajin asli Kampoeng Djadhoel Semarang memiliki wadah untuk berjualan secara lebih luas.

### 3. Modal Sosial dalam Pengembangan Ekonomi

Menurut sejumlah studi, peranan modal sosial tidak kalah pentingnya dengan infrastruktur ekonomi lainnya, sehingga upaya untuk membangun modal sosial perlu diprioritaskan. Pembentukan modal sosial dapat menyumbang pada pengembangan ekonomi karena adanya jaringan (*networks*), norma (*norms*), dan kepercayaan (*trust*) didalamnya yang menjadi kolaborasi (koordinasi dan kooperasi) sosial untuk kepentingan bersama. Aspek kepercayaan atau *trust* merupakan unsur yang sangat esensial sekali didalam membentuk modal sosial, oleh karena ia merupakan intinya dari modal sosial (*core of capital social*). Jika pembangunan ekonomi diinginkan tetap berlanjut, maka hubungan, sikap, dan pranata sosial dalam masyarakat harus diperbaiki.

Pembangunan ekonomi harus dapat mengimbangi perubahan sosial yang terjadi, sehingga ketegangan sosial dapat dihindari. Upaya untuk memaksakan pembangunan yang terlalu cepat mungkin secara ekonomi akan sia-sia, karena perubahan kehidupan sosial belum terwujud, padahal perubahan tersebut diperlukan guna memungkinkan masyarakat mengadakan pembangunan yang diperlukan, sehingga masyarakat memperoleh dan menunjang pembangunan ekonomi tersebut. Hanya masyarakat yang memiliki modal sosial yang dapat mendukung pengembangan potensi ekonomi. Revitalisasi dan pengembangan modal sosial perlu dilakukan agar masyarakat mampu menggerakkan roda perekonomian. Modal sosial jika dikelola dengan baik dan benar justru akan lebih mampu memberdayakan masyarakat.

Dalam konteks ini, pengembangan kelembagaan (pranata) sosial di lingkup paguyuban perajin batik, ekonomi mutlak diperlukan dan mendesak guna mendukung pemenuhan modal sosial dalam pembangunan. Faktor kelembagaan



ini dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi sepanjang hal itu memungkinkan adanya pembagian kerja yang lebih jauh, peningkatan pendapatan, perluasan usaha, dan kebebasan untuk memperoleh peluang ekonomi. Munculnya konsep modal sosial dalam pembangunan ekonomi adalah merupakan respons dari para ahli terhadap semakin kurangnya hubungan sosial dalam masyarakat. Kerenggangan dalam kehidupan sosial pada akhirnya akan menyebabkan semakin tingginya ketimpangan sosial yang sangat mengganggu jalannya pembangunan.

Oleh karena itu, dalam upaya membangun sebuah bangsa yang kompetitif peranan modal sosial menjadi sangat penting. Modal sosial mengasumsikan pentingnya hubungan (*relationship*) dalam urusan-urusan ekonomi. Perusahaan, lembaga-lembaga pemerintah, lembaga industri baik pada tingkat regional nasional dapat berfungsi secara lebih efisien jika satu sama lain saling menghargai dan memiliki hubungan kepercayaan. Dalam kerangka ini, dapat dikatakan bahwa pemupukan modal sosial dapat menyumbang pada pembangunan ekonomi karena didalamnya terdapat jaringan, norma, dan kepercayaan.

Modal sosial, seperti diakui oleh *World Bank* (2003), sangat relevan bagi pembangunan ekonomi suatu negara. Hal ini karena modal sosial merupakan resep untuk menaikkan prospek ekonomi masyarakat dan bangsa, termasuk meningkatkan fasilitas-fasilitas pendidikan dan kesehatan, pembangunan secara berkompeten dan akuntabilitas institusi politik. Disamping itu, modal sosial dapat memfasilitasi munculnya pasar bebas dalam perekonomian global. Adanya peningkatan pendidikan misalnya, telah menyebabkan masyarakat di negara maju lebih berkembang. Kemajuan pendidikan membawa mereka ke arah penalaran yang bisa menghasilkan berbagai inovasi baru dan akhirnya memunculkan kelas ekonomi baru (Zubaedi, 2013: 161- 164).

Hal itulah yang terlihat pada industri kerajinan batik di Kampoeng Djadhoel, dimana antar perajin maupun pengusaha saling melakukan suatu kerjasama. Sehingga hubungan kerjasama yang bersinambungan tersebut menumbuhkan kuatnya suatu kepercayaan dan jaringan. Persaingan usaha khususnya dalam industri kerajinan batik yang memproduksi jenis barang yang hampir sama, maka adanya modal sosial sangat berperan penting dalam menjalankan serta mempertahankan usahanya seperti pada proses produksi, penentuan harga, hingga pemasarannya. Hal tersebutlah yang menjadi menarik

karena dalam industri kerajinan batik tentunya terdapat beberapa unsur modal sosial yang berpotensi menjadi strategi perajin dalam mengembangkan usaha *Showroom* batiknya, dari hal tersebutlah penulis akan mendeskripsikan modal sosial yang berperan pula dalam meningkatkan perekonomian perajinnya dengan mempertahankan usaha batiknya.

#### 4. Modal sosial dalam Perspektif Islam

Manusia sebagai makhluk sosial tentunya membutuhkan interaksi dengan orang lain, karena pentingnya keberadaan orang lain bagi seseorang maka islam tidak mengecilkkan pola hubungan simbiosis mutualisme antar manusia. Hubungan tersebut diatur demikian indahnya sehingga satu sama lain seperti mata rantai yang saling berkaitan. Jalinan silaturahmi bukanlah hal yang sepele dalam Islam, banyak petunjuk-petunjuk dalam Islam mengatur hubungan persaudaraan antar manusia, misalnya dalam usaha jual beli tidak boleh ada yang dirugikan, utang piutang tidak boleh ada unsur riba, dan banyak lagi bentuk hubungan yang diatur dengan baik dalam Islam. Semuanya memiliki tujuan agar bentuk hubungan antar manusia tidak berakhir dengan putusnya hubungan silaturahmi di antara sesama (Habibillah, 2013: 113). Sebagaimana Allah menjelaskan bahwa barang siapa yang menyambungkanku, maka Allah pun akan menyambungkannya. Dan barangsiapa yang memutuskanku, niscaya Allah pun akan memutuskannya pula (Darussalam,2017).

مَنْ أَحَبَّ أَنْ يُبْسَطَ لَهُ فِي رِزْقِهِ وَيُنْسَأَ لَهُ فِي أَثَرِهِ فَلْيَصِلْ رَحْمَهُ

*Artinya :“Barangsiapa yang senang diluaskan rizqinya dan dipanjangkan umurnya, maka hendaklah ia menyambung hubungan silaturahmi.” (HR. Bukhari)*

Dalam korelasi sosial, semakin kuat dan baik interaksinya, semakin tinggi pula impian yang ingin diperoleh. Keinginan terhadap sesuatu yang memungkinkan terjadi dimasa mendatang, baik yang jangka pendek maupun dalam jangka panjang (Lawang, 2005). Dasar terciptanya modal sosial yang diajarkan dalam agama islam melalui Rasulullah yaitu adanya prinsip kejujuran/amanah meliputi kemuliaan sifat seseorang yang mendapatkan kepercayaan dari orang lain. Salah satu sifat yang dimiliki Rasulullah adalah Amanah, sepatutnya kita meneladani dan memiliki sifat tersebut. Seperti yang dijelaskan firman Allah dalam (QS. Al-Mu'minun ayat 8):

وَالَّذِينَ هُمْ لِأَمْتِهِمْ وَعَهْدِهِمْ رَاعُونَ ۝

Artinya: “Dan (sungguh beruntung) orang yang memelihara amanat-amanat dan janjinya”.

Berkenaan dengan ayat di atas, Shihab dalam Soetomo (2006) menerangkan ajaran Islam tentang amanat/kepercayaan merupakan landasan keimanan. Sikap jujur mampu menumbuhkan kepercayaan yang nantinya akan membuat kenyamanan batinniah sehingga membentuk keyakinan yang kuat terutama dalam hal jual beli dibutuhkan kepercayaan antar satu dan lainnya agar nantinya sama-sama mendapatkan keuntungan yang baik. Selain itu, Islam juga tidak hanya memerintahkan menyembah Allah, namun diperintahkan untuk saling mengenal, berinteraksi dan menjalin interelasi yang baik. Perintah ini tidak hanya berlaku untuk sesama umat Islam, namun berlaku untuk semua manusia. Allah berfirman pada surah Al-Hujurat ayat 13:

يَا أَيُّهَا النَّاسُ إِنَّا خَلَقْنَاكُمْ مِنْ ذَكَرٍ وَأُنْثَىٰ وَجَعَلْنَاكُمْ شُعُوبًا وَقَبَائِلَ لِتَعَارَفُوا ۗ إِنَّ أَكْرَمَكُمْ عِنْدَ اللَّهِ أَتْقَىٰكُمْ ۗ إِنَّ اللَّهَ عَلِيمٌ خَبِيرٌ

Artinya: “Wahai manusia! Sesungguhnya Kami menciptakan kamu dari seorang laki-laki dan seorang perempuan kemudian menjadikan kamu berbangsa-bangsa dan bersuku-suku supaya kamu saling kenal-mengenal. Sesungguhnya orang yang paling mulia diantara kamu disisi Allah ialah orang yang paling bertaqwa diantara kamu. Sesungguhnya Allah Maha Mengetahui lagi Maha Mengenal.”

Berdasarkan ayat di atas dapat diketahui bahwa pentingnya membangun jaringan yang baik pada lingkup masyarakat agar kita dapat saling mengenal. Perkenalan itu diharapkan memungkinkan agar saling mengambil pelajaran dan pengalaman pihak lain yang bertujuan meningkatkan ketaqwaan pada Allah SWT yang pengaruhnya tercermin dalam kedamaian serta kesejahteraan hidup duniawi dan kebahagiaan ukhrawi. Mengenal saja tidak relatif, perlu adanya kelanjutan yaitu menerapkan silaturahmi. Silaturahmi dapat menumbuhkan rasa saling menghargai serta memperdulikan diantara suatu kelompok masyarakat, sehingga rasa saling menghargai serta memperdulikan inilah yang mampu memperkuat suatu jaringan. Manfaat menjaga jaringan yang baik tentunya dapat menambah relasi pertemanan dan rasa saling menghargai dan menyayangi, inilah yang tercermin dalam lingkungan penelitian yaitu adanya aktivitas rutin seperti PKK, gotong royong dalam menjadikan Kampoeng Djadhoel menjadi Destinasi Wisata

Tematik atau kerja bakti setiap minggunya di kawasan Kampoeng Djadhoel Semarang.

## **B. Teori Modal Sosial James S. Coleman**

### **1. Konsep Modal Sosial James S. Coleman**

James Coleman adalah salah satu teoritis yang mampu mengintegrasikan sistem mikro dengan sistem makro melalui teori modal sosialnya. Modal sosial dalam konsepsi Coleman merupakan sumber daya yang netral secara moral dan etis yang memfasilitasi semua pola upaya-upaya atau tindakan individu dan kolektif, modal sosial dengan mudah dapat meningkatkan operasi organisasi perbaikan masyarakat atau meningkatkan advokasi hak-hak asasi manusia. Teori modal sosial Coleman berbeda dengan teorinya lainnya di mana dalam Coleman terdapat kemandirian pada setiap anggotanya tetapi tetap ada keterkaitan antar sesama. Hal tersebut selaras dengan objek penelitian yang dikaji oleh penulis, dimana adanya keterkaitan antar anggota paguyuban dalam menjalankan fungsi modal sosial yang digunakan perajin batik guna meningkatkan ekonominya di Kampoeng Djadhoel Semarang.

Secara sederhana Coleman menjelaskan bahwa modal sosial tidak terbatas pada aktor atau kelompok mayoritas yang mengatur hampir segala sesuatu dalam sistem, tetapi dapat juga digunakan oleh aktor atau kelompok minoritas melalui keintiman hubungan, kegotong-royongan, serta kebersamaan yang dijalin. Oleh karena itu menurutnya, modal sosial merepresentasikan sumber daya karena melibatkan harapan akan sebuah keuntungan dan melampaui individu manapun sehingga melibatkan jaringan yang lebih luas, hubungannya diatur oleh tingginya tingkat kepercayaan dan nilai-nilai bersama (Coleman, 2009).

Modal sosial juga diartikan sebagai kumpulan sumber daya yang melekat pada hubungan keluarga dan organisasi sosial yang mempunyai unsur produktif yang dapat memberikan perkembangan bagi modal manusia (Coleman dalam Field, 2010). Hal tersebut sangat mempengaruhi kemampuan mereka dalam bertindak agar meningkatkan kualitas hidup mereka kedepannya. Coleman menjelaskan bahwa konsep modal sosial merupakan gambaran yang menjelaskan bagaimana orang bekerjasama dalam menciptakan tujuan individu atau kelompok. Upaya kerjasama tersebut terbentuk dari adanya relasi yang dilengkapi oleh

adanya nilai kebersamaan yang kemudian menciptakan sumber daya yang menguntungkan dengan hasil yang optimal (Usman, 2018).

Modal sosial berbeda dari modal lainnya, apabila modal manusia (*human capital*) dapat dilihat dan diukur dari pengetahuan dan keterampilan yang dikuasai oleh seseorang maka modal sosial hanya dapat dirasakan dari kapabilitas yang muncul dari kepercayaan umum dalam sebuah masyarakat atau bagian-bagian didalamnya (Hasbullah, 2006). Lebih lanjut Coleman (2009: 418) menegaskan modal sosial bersifat produktif, yang memungkinkan pencapaian beberapa tujuan yang tidak dapat dicapai tanpa keberadaannya, Coleman menunjukkan peran kedekatan hubungan sebagai syarat terbentuknya modal sosial.

Kedekatan hubungan berpengaruh signifikan terhadap terpeliharanya norma, sanksi, *trust* dan relasi-relasi yang saling menguntungkan (*reciprocal relationships*). Coleman menelaah modal sosial sebagai representasi sumber daya dalam struktur kelompok seperti paguyuban dan didalamnya terdapat relasi timbal balik yang saling menguntungkan (*reciprocal relationships*), jejaring sosial yang melembagakan kepercayaan (*trust*). Modal sosial diyakini mengandung unsur produktif dalam arti dapat didayagunakan menjadi sarana untuk mendukung proses merealisasikan tujuan tertentu, termasuk memperkuat sumber daya manusia (Usman, 2018: 24).

Coleman mengintegrasikan teori pilihan rasional dan struktur sosial untuk menjelaskan tindakan individu yang bersamaan dengan pertimbangan organisasi sosial melalui pengenalan prinsip tindakan rasional dan penggunaan sumber daya ke dalam konteks sosial tertentu. Coleman dalam konsep ini berusaha menjelaskan bahwa modal sosial adalah kemampuan masyarakat bekerja sama guna mencapai tujuan bersama didalam berbagai kelompok dan organisasi. Hal ini juga menjelaskan bahwa masyarakat dituntut memiliki kemampuan asosiasi (berhubungan) satu sama lain. Hal tersebut sejalan pula dengan penerapan modal sosial yang digunakan oleh perajin Kampong Djadhoel dimana mereka mempunyai *Showroom* nya sendiri-sendiri dengan ciri khas nya yang memiliki perbedaan satu sama lainnya, namun jalinan hubungan yang mereka jalin dalam sebuah Paguyuban Sekar Kenanga menumbuhkan adanya sikap saling menghargai, dan mendukung dalam membuka usaha batik demi kemajuan

perekonomian masyarakat di Kampoeng Djadhoel, dengan adanya nilai dan norma yang berlaku guna meminimalisir adanya penyimpangan yang dapat merugikan perajin batik lainnya dan tetap dapat bersaing secara sehat.

Pemilihan konsep modal sosial milik Coleman dalam penelitian ini didasarkan pada inti dari konsep tersebut yang relevan dengan fenomena pengembangan perajin di Kampoeng Djadhoel, Rejomulyo Kota Semarang. Adanya penjelasan mengenai unsur-unsur yang menjembatani terciptanya modal sosial sehingga dapat berfungsi dalam memfasilitasi tindakan baik aktor atau kelompok dalam mencapai tujuan. Coleman menegaskan bahwa modal sosial sebagai suatu konsep yang dapat digunakan berdasarkan fungsi yang diinginkan, adanya pengaruh teori pilihan rasional juga menjadi alasan dalam menjelaskan secara sederhana mengapa individu atau kelompok memilih untuk bekerja sama dibandingkan bekerja sendiri. Konsep modal sosial James Coleman ditujukan untuk memfasilitasi tindakan anggota paguyuban perajin batik guna mencapai tujuannya, adanya unsur-unsur pembentuk modal sosial seperti jaringan, *trust*, dan norma mampu menjadi nilai tambah dalam menjelaskan fenomena secara detail agar mudah difahami implementasinya.

## 2. Asumsi Dasar Teori Coleman

Asumsi dasar dari teori modal sosial James S. Coleman yaitu adanya keresahan anggota masyarakat yang tidak mampu dalam menghadapi persoalannya secara mandiri sehingga dibutuhkan adanya kebersamaan dan kerjasama yang baik antar individu satu dan lainnya untuk mengatasi masalah tersebut, anggota masyarakat tidak mungkin dapat secara individu mengatasi berbagai masalah yang dihadapi, menurut Coleman modal sosial ditentukan berdasarkan fungsinya dimana akan senantiasa memberikan kemudahan bagi seseorang dalam melakukan sesuatu di kerangka struktur sosial tersebut (Hasbullah, 2006). Pembahasan James Coleman tentang ide modal sosial dipahami sebagai serangkaian perubahan teoritis termasuk modal manusia dan modal budaya pada model ekonomi dominan (Cahyono, 2014)).

Perbedaan empirik penting antara modal manusia dan modal sosial, menurut pendapat Coleman, adalah bahwa modal sosial melekat dalam hubungan antara individu dan kelompok, tidak hanya melekat dalam individu-individu

semata. Greeley (1997) berpendapat bahwa bagi Coleman, modal sosial merupakan kategori struktural dan bukan sesuatu yang bersifat psikologi sosial. Sekilas, hal ini tampaknya mempersempit konseptualisasi Coleman yang mencakup norma-norma resiprositas dan kepercayaan (Coleman, 1990). Pandangan Coleman bukan norma dan nilai-nilai individu semata, tetapi norma dan nilai-nilai yang ada sebagai sumber bagi individu-individu yang sama-sama mempunyai akses ke konteks sosial tertentu tersebut. Misalnya, norma-norma resiprositas dan kepercayaan yang menjadi karakteristik pelaku usaha pemilik *Showroom* batik akan memfasilitasi atau mempermudah penjualan diantara anggota.

Coleman mencoba memperlihatkan interaksi antara aktor dan sumber daya secara lebih rinci hingga dengan tingkatan sistem sosial yang menuju pada tindakan dua aktor yang masing-masing mengendalikan sumber daya yang mereka miliki untuk menarik perhatian orang lain (Field, 2010). Tindakan tersebutlah yang menyebabkan kedua belah pihak akan saling membutuhkan satu sama lain sehingga membentuk suatu sistem sosial, kemudian aktor yang memiliki tujuan akan berusaha untuk memaksimalkan keuntungan atau keputusan yang ingin diperolehnya nantinya akan terbentuk saling membutuhkan dari tindakan mereka. Sehingga disini terlihat keterkaitan antara integrasi teori sosial dan teori ekonomi, dimana modal sosial dan modal manusia saling melengkapi (Coleman, 1990 dalam Ritzer, 2011: 394).

Aktor merupakan individu yang memiliki tujuan yang ingin dicapai. Asumsinya yang dilakukan aktor untuk menentukan pilihannya dengan menggunakan suatu pertimbangan secara mendalam dan melakukan tindakan dari apa yang menjadi keinginannya. Seseorang bertindak karena adanya sebuah tujuan tertentu maka dari itu, aktor akan menggunakan segala sumber daya yang dimilikinya agar dapat mencapai tujuannya, yang dimaksud aktor dalam hal ini yaitu perajin batik dan pelaku usaha yang ada di lokasi penelitian yaitu Kampoeng Djadhoel Kota Semarang.

Sedangkan Sumber daya menurut Coleman merupakan segala sesuatu yang dapat dikontrol oleh aktor dan dapat menarik perhatian aktor, dimana hal tersebut memfasilitasi dan membantu aktor dalam bertindak guna mencapai tujuan

hidupnya (Coleman, 2011). Maka sumber daya itu berupa material dan non material, dimana material yaitu uang, fisik, gedung atau lainnya seperti halnya keberadaan Showroom batik dan Paguyuban Sekar Kenangan yang memfasilitasi aktor dalam bertindak. Sedangkan non material yaitu berbentuk kepercayaan, jaringan dan norma nilai yang ada dalam struktur sosial tersebut.

Suatu tindakan sosial selalu melibatkan minimalnya dua orang dan masing-masing aktor tersebut memiliki sumber daya yang berbeda-beda, kedua aktor tersebut saling membutuhkan lalu mereka akan melakukan interaksi yang kemudian terbentuk saling ketergantungan antara dua aktor tersebut dikarenakan perbedaan sumber daya itulah yang nantinya menciptakan sebuah sistem sosial dan saling membutuhkan akan menciptakan kerjasama kemudian sikap saling ketergantungan akan membentuk tindakan yang sistematis. Tindakan aktor tidak sepenuhnya untuk meraih kepentingan pribadi melainkan akan bernegosiasi dengan aktor lainnya yang terikat dalam interaksi sehingga nantinya dapat menentukan sumber daya mana yang akan digunakan agar tujuannya tersebut dapat tercapai (Field, 2010).

Untuk memudahkan proses pembentukan dan pengembangan modal sosial, Coleman memberikan penekanan pada dua aspek struktur sosial. Pertama, struktur sosial yang membangun pengikatan pada sebuah jaringan, hasilnya setiap orang akan saling bekerjasama sedemikian rupa dan aturan hukum dapat diterapkan kepada setiap orang yang menjadi anggota jaringan tersebut. Kedua, adanya organisasi sosial yang dapat dijadikan sarana dalam mencapai tujuan bersama (Hasbullah, 2006).

### 3. Istilah Kunci Teori Coleman

Coleman menjelaskan bahwa modal sosial yang memiliki entitas berbeda, didalamnya terdapat dua elemen, terdiri dari aspek sistem sosial dan menyediakan tindakan individu tertentu (aktor) dalam sebuah struktur tersebut (Coleman, 1994:302). James Coleman (1988) membuat tulisan dengan judul *Social Capital in The Creation of Human Capital*. Dimana dalam karyanya tersebut Coleman menganalisis proses sosial dengan menggunakan teori pilihan rasional yang sarat dengan prinsip ekonomi. Kesimpulannya, modal sosial berperan menciptakan modal manusia. Jadi, modal sosial bersifat produktif. Tanpa



modal sosial, seseorang tidak mungkin memperoleh keuntungan material atau keberhasilan yang optimal (Hasbullah, 2006). Coleman menyebutkan beberapa bentuk modal sosial meliputi susunan kewajiban, harapan yang tinggi, jaringan informasi, kepercayaan, norma dan sanksi yang efektif, dan relasi wewenang. Berikut ini penjelasannya :

a. Kewajiban dan Ekspektasi

Dalam beberapa struktur sosial tentunya orang-orang selalu melakukan sesuatu untuk satu sama lain, jika seorang A melakukan sesuatu untuk B dan percaya bahwa B akan membalasnya pada masa depan, hal tersebut menciptakan ekspektasi di pihak A dan kewajiban di pihak B untuk memelihara kepercayaan tersebut. Kewajiban ini difahami sebagai “slip kredit” yang dipegang oleh A. Kemudian dua elemen kritis pada bentuk modal sosial ini yaitu tingkat kredibilitas lingkungan sosial, yang berarti bahwa kewajiban akan dipenuhi, dan tingkat kewajiban aktual tersebut dipegang satu sama lain. Struktur-struktur sosial berbeda pada kedua dimensi ini, para pelaku dalam struktur tertentu tersebut berbeda dengan pelaku dalam struktur yang lain (Coleman, 2021).

Tanpa tingkat kredibilitas tinggi diantara para anggota kelompok tersebut, asosiasi kredit semacam itu tidak akan ada karena orang yang menerima pembayaran uang pada awal urutan pertemuan dapat membiarkan anggota lainnya rugi. Kredibilitas ekstrem memungkinkan ketua paguyuban dalam bertindak dan mengendalikan anggotanya, biasanya ia mempercayai kekuasaan resmi yang merupakan anggota staf pribadi, yang terpenting yaitu kepercayaan yang diberikan kepadanya dan syarat ini seringkali menentukan pemilihan teman pribadi yang sangat lama. Seseorang yang seperti itu memiliki kekuasaan sangat besar karena kedekatannya dengan ketua paguyuban dan menunjukkan bahwa modal sosial ini mendukung relasi dalam struktur sosial, sehingga menganggap bahwa kepercayaan tersebut dijadikan pedoman dalam menjalin hubungan bisnis.

Dalam struktur sosial, individu dengan tingkat kewajiban yang tinggi belum dipenuhi karena sumber kewajiban tersebut memiliki modal sosial lebih besar yang dapat mereka gunakan. Kepadatan kewajiban yang belum terpenuhi tersebut mengandung arti bahwa seluruh manfaat sumber-sumber berwujud yang

dimiliki oleh para pelaku dalam struktur sosial tersebut diperkuat dengan ketersediaannya bagi pelaku lain yang memerlukan. Ada beberapa alasan yang menyebabkan para pelaku rasional dalam menciptakan kewajiban yaitu perbedaan tingkat kewajiban yang belum dipenuhi karena perubahan-perubahan sosial yang saat ini terjadi (Ahmadi, 2002).

Keuntungan bagi pemberi kebaikan tergantung pada kebaikan yang tidak dibalas penerima hingga pemberi kebaikan membutuhkannya, oleh karena itu penciptaan kewajiban dengan melakukan kebaikan dapat menghasilkan timbal balik yang keuntungannya lebih bernilai pula (Dwiningrum, 2014). Maka sudah jelas ada keuntungan yang diperkirakan positif. Orang yang rasional dan mementingkan diri sendiri sewaktu-waktu dapat memilih upaya mencegah orang lain dalam melakukan kebaikan untuknya atau berupaya melepaskan dirinya dari kewajiban. Jadi pada dasarnya ada perdebatan antara seseorang yang ingin berbuat baik untuk orang lain dan orang lain yang tidak ingin kebaikan tersebut dilakukan untuk dirinya atau perdebatan antara seseorang yang berupaya membalas kebaikan dan krediturnya berupaya mencegah pembalasan kebaikan tersebut (Field, 2010).

#### b. Potensi Informasi

Bentuk modal sosial menurut Coleman yang terpenting yaitu potensi informasi yang melekat pada relasi-relasi sosial. Informasi tersebut yang mendasari adanya sebuah tindakan, alat yang dapat digunakan untuk mendapatkan informasi adalah penggunaan relasi sosial yang dipertahankan untuk tujuan-tujuan lain. Arus informasi yang kurang memadai cenderung menyebabkan orang menjadi tidak tahu atau ragu-ragu dalam melangkah sehingga tidak mempunyai keberanian yang kuat dalam melakukan tindakan (Field, 2011). Potensi arus informasi yang lancar dalam struktur sosial sehingga dijadikan dasar untuk berinteraksi dan mendorong terjalannya aktivitas yang baik dengan masyarakat di lingkup sosial masyarakat.

#### c. Norma dan Sanksi Efektif

Sanksi yang efektif tidak menyiratkan bahwa sanksinya selalu efektif atau efektif bagi semua pelaku sasaran, tetapi setidaknya efektif bagi sebagian pelaku sasaran pada waktu tertentu. Oleh karena itu istilah "norma yang efektif" dan dan

”sanksi yang efektif,” maksudnya bahwa potensi penerapan sanksi sekurang-kurangnya muncul pada sebagian tindakan utama. Ketika norma efektif terbentuk, norma tersebut menjadi bentuk modal sosial yang kuat tetapi kadang rapuh. ”Kuat” ketika efektif mencegah tindakan pelanggaran, memotivasi tindakan yang dianjurkan dan memberikan penghargaan, membuat seseorang melepaskan kepentingan diri sendiri untuk bertindak demi kepentingan kolektivitas (norma diinternalisasi). Rapuh ketika norma efektif di suatu daerah dapat menurunkan kreativitas di daerah tersebut, dapat membatasi tidak hanya tindakan menyimpang yang merugikan orang lain tetapi juga tindakan menyimpang yang dapat menguntungkan setiap orang.

Norma preskriptif yang merupakan bentuk modal sosial sangat penting dalam kolektivitas adalah norma yang membuat seseorang melepaskan kepentingan diri sendiri untuk bertindak demi kepentingan kolektivitas (Coleman, 2009). Ketika sanksi diterapkan untuk mendukung norma preskriptif dan karenanya timbul sanksi negatif, masalah kepentingan publik tingkat kedua tentang pemberian sanksi positif oleh pemberi sanksi dapat diatasi secara lebih mudah, karena sanksi positif menimbulkan kerugian lebih rendah daripada sanksi negatif. Norma-norma efektif dapat menghasilkan bentuk modal sosial yang kuat, tidak hanya memudahkan beberapa tindakan tetapi juga membatasi tindakan lain, norma yang kuat dan efektif dapat memudahkan para anggota dalam sebuah komunitas agar tidak menyalahgunakan kesempatan yang baik untuk pengembangan ekonominya (Field, 2010).

#### d. Relasi Wewenang

Menurut Coleman, definisi wewenang berarti bahwa pelaku-pelaku lain berwenang atas tindakan tersebut, yaitu wewenang yang tidak diberikan secara sukarela kepada mereka, baik secara sepihak maupun sebagai bagian dari hubungan timbal-balik, namun tercipta melalui konsensus sosial yang meletakkan hak tersebut ke tangan mereka (Coleman, 2009). Hak yang relevan dengan definisi norma bukanlah hak yang ditetapkan secara hukum atau hak yang didasarkan pada aturan formal yang diberlakukan oleh pelaku yang berwenang. Namun, sebaliknya hak tersebut lebih merupakan hak yang berciri informal atau yang ditetapkan secara sosial. Hak tersebut bisa jadi muncul tanpa kehadiran hak

yang ditetapkan secara hukum atau bertentangan dengannya, seperti kasus ketika sebuah norma bertentangan dengan hukum. Jadi, tidak ada satu pun norma yang muncul sepanjang pelaku individual memegang hak kontrol atas tindakannya sendiri, dan tidak ada norma yang muncul jika tidak ada hak yang muncul.

Sebuah norma akan muncul hanya ketika pelaku-pelaku yang lain memegang hak untuk mempengaruhi arah bagi tindakan yang akan diambil oleh seorang pelaku. Jika pelaku A mengalihkan hak kendali beberapa tindakan kepada pelaku lain, maka B menyediakan modal sosial dalam bentuk hak kendali tersebut. Jika sejumlah pelaku mengalihkan hak kendali yang sama pada B maka B menyediakan kumpulan modal sosial yang besar, dapat dikonsentrasikan pada beberapa aktivitas. Pengalihan kendali ini tentu saja meletakkan kekuasaan yang besar ke tangan B. Hal yang tidak lebih mudah adalah bahwa konsentrasi hak-hak ini pada pelaku tunggal meningkatkan modal sosial total dengan mengatasi masalah pendongkrak yang dialami oleh individu-individu dengan kepentingan sama tetapi tidak memiliki wewenang umum.

Kenyataannya, keinginan untuk menciptakan modal sosial yang penting guna memecahkan masalah-masalah umum terlihat lebih tepat sehingga mendorong orang-orang di bawah kondisi tertentu memberikan wewenang pada seorang pemimpin karismatik yang tepat. Coleman merepresentasikan modal sosial sebagai sumber daya yang melibatkan harapan timbal balik dan jaringan luas sehingga interaksi yang terjalin telah diatur berdasarkan tingginya kepercayaan yang terbentuk serta nilai norma yang ditentukan, Adapun Coleman menyebutkan bahwa pada dasarnya modal sosial memiliki 3 unsur dasar yang membangun terciptanya dalam tindakan sosial antar individu yakni :

a. Trust (Kepercayaan)

Coleman menjelaskan bahwa dalam merepresentasikan sumberdaya melalui hubungan-hubungan yang dibangun dan diatur oleh tingginya tingkat kepercayaan dan nilai-nilai bersama yang dimiliki oleh masyarakat (Coleman, 2011). Tingkat kepercayaan yang tinggi menjadi ukuran terhadap suatu keberhasilan pengembangan ekonomi masyarakat namun sebaliknya tingkat kepercayaan yang rendah menjadi penghambat terhadap keberhasilan

pengembangan ekonomi masyarakat. Coleman menjelaskan bahwa pilihan rasional menjadi tolak ukur terhadap tinggi rendahnya tingkat kepercayaan seseorang dalam membangun kerjasama. Coleman menjelaskan pula bahwa teori pilihan rasional sangat bersifat individualistik yang memungkinkan seseorang memfilter hubungan untuk melakukan kerjasama. Hal tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis yang diperoleh bahwa perajin batik atau pelaku usaha dapat mempercayai orang lain untuk diajak kerja sama dengan memperhatikan beberapa kriteria yang dimiliki.

Kepercayaan terdiri dari kepercayaan berbasis kognisi dan pengaruh. Kepercayaan berbasis kognisi serupa dengan kepercayaan berbasis pengetahuan, yang mengacu pada kepercayaan dalam kompetensi, keandalan, dan ketergantungan kepada mitra. Kepercayaan berbasis pengaruh mengacu pada dimensi emosional yang tertanam dalam keyakinan. Kedua dimensi memainkan peran penting untuk mengembangkan hubungan pribadi yang intens antara pemimpin dan kelompok teman sebaya (Pratono, 2018 : 71-72).

Dalam sebuah hubungan baik kerjasama ataupun pertemanan tidak akan memunculkan kepercayaan jika satu sama lain tidak mengenal baik bahkan sampai tahu kebaikan dan keburukan masing-masing. Menurut Coleman dalam (Hasbullah, 2006) Kepercayaan muncul sebagai reaksi akan adanya manfaat, timbal balik, keakraban, serta kedekatan emosional dalam sebuah hubungan. Hal ini berlaku pada struktur sosial manapun yang didalamnya memiliki berbagai jaringan hubungan yang lebih rumit. Untuk itu, dibutuhkan koordinasi dan komunikasi yang intens untuk dapat menumbuhkan kepercayaan.

#### b. Jaringan

Menurut Coleman, jaringan berfungsi untuk mengumpulkan banyak informasi dari berbagai elemen yang saling berhubungan dalam sebuah struktur sosial. Sederhananya, manfaat apa yang dapat kita ambil dari sebuah hubungan yang terjalin dalam mewujudkan tujuan tertentu (Coleman, 2011). Jika dalam sebuah jaringan kita tidak mendapatkan manfaat atau timbal balik yang sesuai, maka jaringan tersebut cenderung kita tinggalkan dan beralih ke jaringan yang lebih menguntungkan. Jaringan sosial menjadi salah satu manajemen guna

menjalin hubungan sosial yang baik dalam tatanan masyarakat, lembaga, kelompok serta sebagainya.

Modal sosial akan bertahan tergantung pada kapasitas masyarakat dalam menciptakan sejumlah implikasi maupun mengembangkan jaringannya. Hingga menyebabkan jaringan tersebut menyediakan terjadinya komunikasi dan interaksi supaya memungkinkan peningkatan kepercayaan dan memperkuat kerjasama yang baik. Berdasarkan data di lapangan menunjukkan bahwa dalam menjalankan visi misinya, Paguyuban Sekar Kenanga memiliki jaringan informasi yang luas sebagai bagian penting dalam misi pengembangan perekonomian perajin batik, khususnya di dalam struktur masyarakat Kampoeng Djadhoel. Jaringan informasi sangat dibutuhkan sebagai instrumen dalam pengambilan tindakan tertentu. Tanpa adanya jaringan informasi, cenderung akan kesulitan dalam menentukan tindakan selanjutnya yang sangat berpengaruh pada tujuan utama yang ingin dicapai.

#### c. Norma

Berdasarkan konsep ilmu sosial, Coleman mengatakan bahwa norma-norma dan nilai-nilai bisa diinternalisasi atau tetap bersifat eksternal, dengan mengkonseptualisasikan sumber-sumber tersebut sebagai bentuk modal, baik Bourdieu maupun Coleman mengarahkan perhatian analitiknya pada bagaimana produk-produk, karakteristik dan kompetensi individu dikapitalisasi (dijadikan modal), yang diubah menjadi sebuah bentuk untuk digunakan oleh orang lainnya (Coleman, 2009). Coleman menguraikan konsep norma yang dapat dipetakan sebagai berikut:

1. Norma diciptakan secara sengaja guna menentukan tindakan yang harus dilakukan oleh sekelompok orang.
2. Norma dipertahankan karena adanya manfaat bila dipatuhi.
3. Norma ditegakkan melalui sanksi "imbalan" jika tindakan benar atau "hukuman" jika tindakan tidak benar.
4. Orang-orang yang tunduk pada norma menyatakan hak untuk menerapkan sanksi dan mengakui hak orang lain yang berpegang pada norma tersebut pula.

5. Tindakan kepatuhan pelaku norma akan turut mempengaruhi tindakan pihak lain untuk tunduk pada norma karena ada manfaat yang mereka juga perhitungkan.

Coleman melihat konsep norma dari sudut pandang tiga elemen kunci teorinya, yakni: transisi makro ke mikro, tindakan bertujuan di tingkat mikro, dan transisi mikro ke makro (Syahra, 2003). Ketiga komponen itu dapat dijelaskan sebagai berikut: norma-norma dibentuk di tingkat makro, yang didasarkan pada tindakan bertujuan di tingkat mikro namun muncul dalam kondisi tertentu melalui transisi mikro ke makro. Setelah muncul, norma melalui sanksi atau ancaman sanksi mempengaruhi tindakan-tindakan individu. Menurut Coleman kemunculan norma merupakan transisi utama mikro ke makro, karena proses tersebut pasti bermula dari tindakan-tindakan individu meskipun norma itu sendiri merupakan sifat ditingkat sistem yang mempengaruhi tindakan-tindakan individu tersebut. Pengklasifikasian norma menurut Coleman, didasarkan pada norma yang diarahkan menuju tindakan tertentu yang disebut tindakan utama (*focal action*), yaitu (Coleman, 2008: 301-304):

- a. Norma Larangan cenderung melarang tindakan utama, biasanya memberikan umpan-balik negatif ke dalam sistem.
- b. Norma Anjuran mendorong tindakan utama, biasanya memberikan umpan-balik positif, memperluas tindakan utama.
- c. Norma Terpisah, menguntungkan sekelompok pelaku dan ditujukan pada tindakan sekelompok pelaku yang lain. Norma bersifat terpisah karena kelompok para pengemban norma berkepentingan dengan pemberlakuan norma.
- d. Norma Gabungan, yaitu pengemban norma bersesuaian dengan kelompok sasaran. Artinya, kepentingan yang menyokong ketaatan pada norma dan kepentingan yang menentang ketaatan padanya dimiliki oleh pelaku yang sama.
- e. Norma Konvensional, berlaku ketika konvensi telah ditetapkan maka semua diuntungkan jika masing-masing mematuhi konvensi tersebut.

f. Norma Essensial, yaitu norma dimana kepentingan sasaran terletak pada arah tindakan yang menentang ketaatan pada norma, dalam kasus ini sasaran norma tidak hanya bergantung pada konvensi.

Coleman menjelaskan bahwa ketika sebuah tindakan menimbulkan eksternalitas bagi orang lain, maka mereka dapat menampilkan kepentingannya melalui cara-cara yang sepenuhnya individualistik (Ritzer, 2011:396). Cara-cara tersebut bisa berupa pertukaran timbal-balik dengan pelaku yang tindakannya menimbulkan eksternalitas untuk mendapat hasil yang sesuai dengan keinginannya. Hal tersebut menunjukkan bahwa orang-orang yang berada di posisi terendah strata sosial kecil kemungkinannya dalam menerima sanksi negatif dari orang lain atau yang lebih tinggi stratanya dikarenakan mereka akan lebih patuh dengan norma yang berlaku, tidak bertindak semena-mena dalam melakukan sesuatu yang akan menghambat tujuan utamanya.

Dari penjabaran teori Coleman diatas, membuat peneliti tertarik menggunakan Teori modal sosial James Coleman dimana bentuk-bentuknya sangat mendukung untuk ditelaah lebih jauh di lokasi objek penelitian, dan dikarenakan adanya elemen-elemen yang menciptakan kedinamisan hubungan antar perajin dilingkupnya, terkait pengaruh teori pilihan rasional yang melibatkan aktor dan sumber daya sehingga memungkinkan dan menjadi alasan individu lebih memilih untuk kerjasama dibandingkan kerja sendiri. Penggunaan konsep modal sosial Coleman diharapkan mampu membangkitkan kinerja kepengurusan paguyuban agar mendapatkan penghasilan yang lebih baik dalam rangka meningkatkan pengembangan ekonomi perajin batik melalui potensi yang dimilikinya. Konsep peran yang dimaksud dalam penelitian ini yaitu terkait fungsi modal sosial yang digunakan kelompok perajin batik dalam pengembangan ekonomi di Kampoeng Djadhoel Semarang.



**BAB III**  
**PROFIL PAGUYUBAN SEKAR KENANGA KAMPOENG DJADHOEL**  
**KELURAHAN REJOMULYO SEMARANG**

**A. Gambaran Umum Kelurahan Rejomulyo Kecamatan Semarang Timur**

**1. Kondisi Geografis**

Rejomulyo adalah satu dari sepuluh kelurahan di kecamatan Semarang Timur, Semarang, Jawa Tengah, Indonesia. Wilayah Rejomulyo berada di Kawasan Kota Lama Semarang dengan luas wilayah 0,58 km. Karakteristik wilayah ini adalah pemukiman dengan kawasan industri dan jasa. Kelurahan Rejomulyo berada di sebelah utara Kelurahan Kemijen, sebelah selatan Kelurahan Mlatibaru & Kebon agung, sebelah timur Kelurahan Tambak Rejo Kecamatan Genuk dan Purwodinatan Semarang Tengah, sebelah barat Kelurahan Tanjung Mas Kecamatan Semarang utara (Kelurahan, 2020). Berikut peta wilayah kelurahan Rejomulyo kecamatan Semarang Timur. Kelurahan Rejomulyo termasuk wilayah iklim tropis yaitu diantara 23°27' Lintang Utara dan 23°27' Lintang Selatan.

Gambar 1. Peta Wilayah Kelurahan Rejomulyo



Sumber: Observasi Lapangan, 2022

Kelurahan Rejomulyo terletak di kawasan strategis kota Semarang dan wilayah Kelurahan Rejomulyo terbagi menjadi 7 wilayah RW dengan rincian sebagai berikut:

Tabel 2. Jumlah RT dan RW di Kelurahan Rejomulyo

No.	Wilayah	Jumlah RT
1.	RW 01	7
2.	RW 02	10
3.	RW 03	6
4.	RW 04	6
5.	RW 05	5
6.	RW 06	6
7.	RW 07	3
	Total	43

Sumber: Observasi Lapangan, 2022

Kelurahan Rejomulyo memiliki luas lahan sebesar 58.40 Ha, dengan jenis tanah kering sebesar 58,16 Ha. Berdasarkan kondisi saat ini penggunaan lahan di Kelurahan Rejomulyo didominasi untuk pemukiman dan bangunan sebesar 55.40 Ha dan untuk penggunaan lainnya sekitar 3.00 Ha.

Tabel 3. Jenis Penggunaan Tanah

No.	Jenis Penggunaan Lahan	Luas (Ha)	Presentase (%)
1.	Pekarangan untuk Halaman dan Bangunan Sekitar	55.40	94,8%
2.	Lainnya	3.00	5,2%
	Jumlah	58.40	100%

Sumber : BPS Kecamatan Semarang Timur Dalam Angka 2021

## 2. Kondisi Topografis

Kelurahan Rejomulyo memiliki kondisi topografi dengan kemiringan 0-2%. Kemiringan tanah adalah perbedaan antara ketinggian dari tanah (jarak vertikal) dengan jarak horizontal. Besarnya kemiringan dapat dinyatakan dalam beberapa satuan, seperti % (persentase) dan o (derajat). Untuk kemiringan lereng yang berlaku di Indonesia. Kelurahan Rejomulyo tergolong Kelurahan dengan kemiringannya I (0-2%), sehingga dikatakan bahwa kemiringan wilayah Kelurahan Rejomulyo adalah datar. Sebagian besar Kelurahan Rejomulyo tergolong akuifer produktif dimana air dapat mengalir dengan baik melalui tanah.

## 3. Kondisi Demografis

### 1. Jumlah Penduduk Kelurahan Rejomulyo Kecamatan Semarang Timur

Berdasarkan data yang diperoleh dari data demografi Kelurahan Rejomulyo pada tahun 2022, jumlah penduduk di Kelurahan Rejomulyo sebanyak 4.368 jiwa, 2.198 jiwa berjenis kelamin perempuan dan 2.170 jiwa

berjenis kelamin laki-laki. Dapat juga dilihat pada tabel berikut ini terdapat 1.363 kepala keluarga :

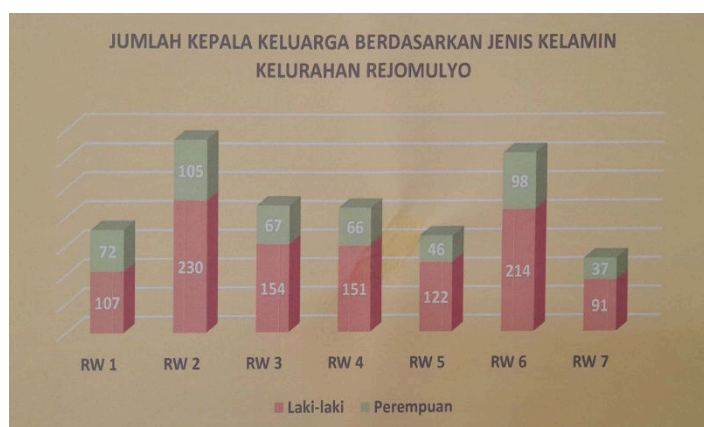
Tabel 4. Jumlah Penduduk berdasarkan Jumlah KK dan Jenis Kelamin

No.	Keterangan	Jumlah/jiwa
1.	Penduduk	4.368
2.	Kepala Keluarga	1.363
	<b>Jenis Kelamin</b>	<b>Jumlah/Jiwa</b>
1.	Laki-laki	2.170
2.	Perempuan	2.198

Sumber : Dokumen Format Laporan Profil Desa dan Kelurahan Rejomulyo

Dalam penelitian Peran Modal Sosial dalam Pengembangan Ekonomi Perajin Batik “Kampoeng Djadhoel” Kelurahan Rejomulyo Kecamatan Semarang Timur, penulis mengambil sampel pada warga Kp. Batik Tengah RT.04/RW.02 yang ditetapkan oleh Kepala Kelurahan Rejomulyo, Kecamatan Semarang Timur, Kota Semarang. Wilayah Kp. Batik Tengah RT.04/RW.02 meliputi : 33 unit rumah warga, dan terdiri dari 26 Kepala Keluarga yang aktif (bertempat tinggal di wilayah tersebut) (Karsono, 2021). Data jumlah KK penduduk juga disajikan dalam Gambar 2. berikut.

Gambar 2. Jumlah KK berdasarkan Jenis Kelamin



## 2. Jumlah Penduduk menurut Umur

Kelurahan Rejomulyo merupakan salah satu Kelurahan di wilayah Semarang Timur dengan jumlah penduduk 3.838 jiwa. Kelompok usia tersebut adalah kelompok usia produktif dan non produktif. Kelompok usia produktif adalah penduduk berusia 15-55 tahun, dan kelompok usia non produktif adalah penduduk di bawah usia 15 tahun ke atas. Penduduk

produktif di Kelurahan Rejomulyo jauh lebih banyak dibandingkan dengan usia non produktif. Untuk lebih jelasnya bisa dilihat dari tabel berikut :

Tabel 5. Jumlah Penduduk menurut Umur

No.	Usia	Laki-laki	Perempuan	Jumlah
1.	0 – 4	165	168	338
2.	5 – 9	130	140	350
3.	10 – 14	135	145	356
4.	15 – 19	184	199	336
5.	20 – 24	209	235	423
6.	25 – 29	173	179	414
7.	30 – 34	149	134	263
8.	35 – 39	160	142	267
9.	40 – 44	167	139	256
10.	45 – 49	149	142	256
11.	50 – 54	130	132	266
12.	55 – 59	120	130	251
13.	60 – 64	90	91	168
14.	65 – 69	46	65	159
15.	70 – 74	81	74	140
16.	75+	82	83	125
	Jumlah	2.170	2.198	4.368

Sumber : Dokumen Format Laporan Profil Desa dan Kelurahan Rejomulyo

### 3. Jumlah Penduduk berdasarkan Pendidikan

Tingkatan pendidikan adalah salah satu ukuran untuk mengukur kualitas penduduk. Semakin tinggi tingkat pendidikan yang ditamatkan oleh masyarakat semakin baik kualitas SDM di Kelurahan Rejomulyo. Untuk lebih jelasnya bisa dilihat dari tabel berikut :

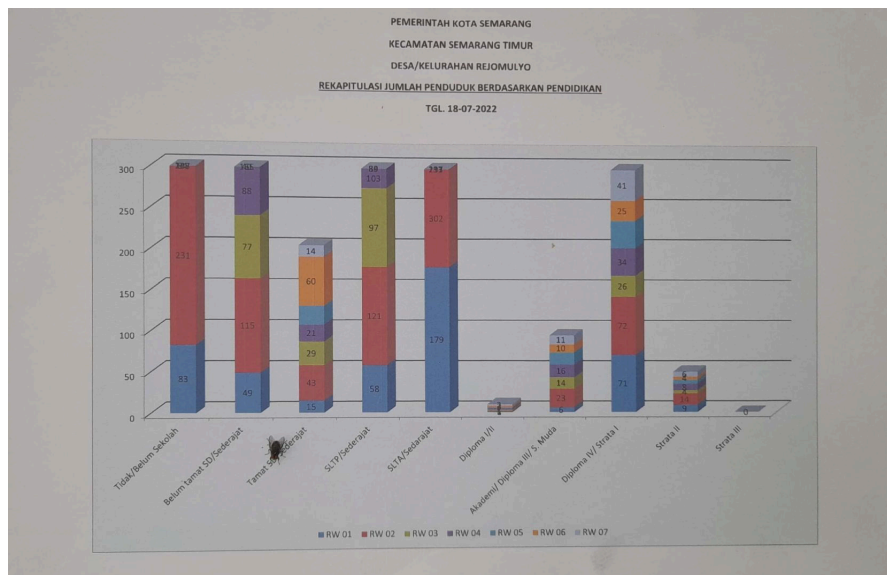
Tabel 6. Jumlah Penduduk berdasarkan Pendidikan

No.	Tingkat Pendidikan	Jumlah
1.	Tidak Sekolah	305
2.	Belum Tamat SD	600
3.	Tidak Tamat SD	433
4.	Tamat SD	870
5.	Tamat SLTP	835
6.	Tamat SLTA	900
7.	Akademi/D III	210
8.	Perguruan Tinggi	215
	Total	4.368

Sumber : Dokumen Format Laporan Profil Desa dan Kelurahan Rejomulyo

Data mengenai jumlah penduduk berdasarkan pendidikan di Kelurahan Rejomulyo juga disajikan dalam Gambar 3. berikut ini.

Gambar 3. Rekapitulasi Jumlah Penduduk berdasarkan Pendidikan



Berdasarkan tabel dan gambar di atas dapat diketahui bahwa penduduk Rejomulyo dari tingkat pendidikan paling banyak lulusan SLTA dengan jumlah 900 sedangkan angka paling rendah yakni Tamatan Akademi/D III dengan jumlah 210. Namun pendidikan tidak berpengaruh bagi para perajin dan pengusaha batik sebab ilmu/teknik pembuatan batik tidak sepenuhnya diperoleh dari bangku pendidikan formal melainkan, terkadang kegiatan tersebut hanya sebagai ekstrakurikuler di sekolah. Maka dari itu adanya pelatihan dan pameran yang diadakan oleh Pemerintah dapat menjadikan bekal bagi masyarakat untuk berwirausaha terutama tradisi turun-temurun membuat batik ini.

#### 4. Jenis Mata Pencaharian Kelurahan Rejomulyo Kecamatan Semarang Timur

Berdasarkan data yang telah penulis dapatkan pada observasi mengenai jenis mata pencaharian ditinjau dengan penduduk menurut mata pencaharian dan penduduk mencari kerja, di antaranya sebagai berikut :

a) Penduduk menurut mata pencaharian

Tabel 7. Penduduk menurut mata pencaharian

No.	Jenis Pekerjaan	Jumlah
1.	Pengusaha sedang/besar	380 orang
2.	Pengrajin	20 orang
3.	Buruh industry	420 orang
4.	Buruh bangunan	260 orang
5.	Pedagang	376 orang
6.	Pengangkutan	294 orang
7.	Pegawai negeri sipil	30 orang
8.	ABRI	200 orang
9.	Pensiunan (ABRI/PNS)	150 orang
10.	Dokter swasta	1 orang
11.	Pedagang keliling	4 orang
12.	Pedagang barang kelontong	14 orang

Sumber : Dokumen Format Laporan Profil Desa dan Kelurahan Rejomulyo

Tabel di atas merupakan data yang diperoleh dari observasi dan wawancara di kantor kelurahan yang dilakukan oleh Penulis dengan bapak Pak Karsono, S.IP Selaku kepala kelurahan. Dari tabel di atas, dapat terlihat bahwa sebagian besar penduduk di Kelurahan Rejomulyo memiliki mata pencaharian sebagai buruh industri pabrik dengan jumlah 420 orang. Mata pencaharian terbesar kedua di Kelurahan Rejomulyo adalah 380 orang sebagai pengusaha baik usaha kecil maupun besar. Dan mata pencaharian lainnya adalah sebagai pedagang dengan jumlah 376 orang, PNS 30 orang, dokter 1 orang, pedagang keliling 4 orang, pedagang barang kelontong 14 orang, Perajin batik yang masih aktif bertahan sebanyak 22 orang, seperti yang dijelaskan oleh bapak Eko selaku ketua paguyuban perajin batik Kampoeng Djadhoel Semarang serta pengangkutan 294 orang. Tidak adanya yang bermata pencaharian sebagai petani karena kelurahan Rejomulyo berada dikomplek perkotaan dan tidak ada lahan pertanian.

b) Penduduk pencari kerja

Tabel 8. Penduduk pencari kerja

No.	Jenis	Jumlah
1.	Pencari kerja laki-laki	627 orang
2.	Pencari kerja perempuan	300 orang

Berdasarkan tabel diatas, bapak Pak Karsono, S.IP mengatakan rata-rata masyarakat kelurahan Rejomulyo setelah lulus Sekolah Menengah Atas mayoritas langsung terjun ke dunia kerja tidak melanjutkan ke jenjang perguruan tinggi, hal inilah yang menyebabkan tingginya angka pencari kerja sesuai data dari kelurahan.

c) Jumlah penduduk dari angka pengangguran

Tabel 9. Angka Pengangguran

No.	Klasifikasi Penduduk	Jumlah
1.	Penduduk Produktif 18 – 56 tahun	1979 orang
2.	Penduduk usia 18 – 56 tahun masih bersekolah dan tidak bekerja	706 orang
3.	Penduduk 18 – 56 tahun dengan status ibu rumah tangga	558 orang
4.	Penduduk usia 18 – 56 tahun Pekerja tetap	582 orang
5.	Penduduk 18 – 56 tahun pekerja tak tentu	364 orang
6.	Jumlah penduduk usia 18 – 56 tahun yang cacat dan tidak bekerja	3 orang
7.	Jumlah penduduk usia 18 – 56 tahun yang cacat dan bekerja	0 orang
	Total	4.192

Sumber : Dokumen Format Laporan Profil Desa dan Kelurahan Rejomulyo

5. Kondisi Sosial Budaya

Kegiatan sosial dalam kehidupan sehari-hari masyarakat Kelurahan Rejomulyo masih memegang teguh nilai kebudayaan setempat, banyak kegiatan rutin yang dilakukan masyarakat seperti gotong royong, kerja bakti dan kegiatan yasinan/tahlil yang masih melekat di lingkungan masyarakat untuk memperingati atau mendoakan kematian. Kerukunan dan kebersamaan masyarakat yang menjadi salah satu kekuatan untuk menciptakan masyarakat yang harmonis dalam bekerjasama. Kegiatan sosial lainnya yang dilakukan masyarakat adalah berupa kegiatan PKK, kegiatan swadaya masyarakat serta Karang Taruna. Tim Penggerak Pkk berperan sebagai penyedia, penyusun, penyelenggara, pengelola dan pengggagas pada masing-masing tingkatan agar terlaksananya sebuah program. Sedangkan Karang taruna dikelola oleh remaja daerah diharapkan dapat membantu mengkoordinasi remaja daerah untuk lebih peduli dengan lingkungan sekitar (Haryanto, 2022).

#### 4. Profil Kampoeng Djadhoel Rejomulyo Kecamatan Semarang Timur

##### 1. Sejarah Kampoeng Djadhoel Semarang

Kampoeng Djadhoel Kampoeng Batik Tengah RT.04 RW.02 Kelurahan Rejomulyo, Kecamatan Semarang Timur telah lama berkembang menjadi destinasi pariwisata favorit di kota Semarang, Jawa Tengah, Indonesia sejak tahun 2017. Dengan mengandalkan edukasi, sejarah, seni, dan budayanya, Kampoeng Djadhoel menjadi magnet yang mampu menarik kunjungan wisatawan, baik domestik maupun internasional. Di sisi penawaran atraksi wisata, Kampoeng Djadhoel pun semakin berkembang yang dicirikan dengan semakin banyaknya daya tarik wisata yang digali untuk diberdayakan untuk pariwisata, salah satunya adalah dengan menggali keunikan potensi budaya yang ada di desa-desa yang sebelumnya belum (sedikit) terjamah pariwisata, untuk selanjutnya dikembangkan menjadi daya tarik wisata.

Kampoeng Djadhoel merupakan salah satu desa yang ditetapkan sebagai desa wisata di Kota Semarang. Dalam rangka meningkatkan peran serta masyarakat dalam pengembangan Desa Wisata Kampoeng Djadhoel Kampoeng Batik Tengah RT.04 RW.02, maka Kampoeng Djadhoel Kampoeng Batik Tengah RT.04 RW.02 membentuk Kelompok Paguyuban Pertemuan pertama Tanggal 29 April 2017 di Kampoeng Djadhoel Kampoeng Batik Tengah RT.04 RW.02 yang dihadiri oleh Kelurahan Rejomulyo, serta tokoh dan masyarakat, berhasil meyakinkan masyarakat yang diundang dalam rapat untuk segera mewujudkan terbentuknya Paguyuban. Rapat juga secara aklamasi menunjuk beberapa orang, antara lain Ign. Luwi Yanto, S.Pd (Ketua), Agus Riyanto (Wakil Ketua), Ariel (Sekretaris), dan Sukamto (Bendahara) dan diberikan mandat untuk mewujudkan terbentuknya kelengkapan struktur keorganisasian Paguyuban di Kampoeng Djadhoel Kp. Batik Tengah RT.04 RW.02.

Sebagai tindak lanjut maka diadakan rapat anggota Paguyuban yang dilaksanakan pada Hari Minggu Tanggal 29 April 2017 bertempat di Kampoeng Djadhoel Kampoeng Batik Tengah RT.04 RW.02. Rapat anggota perdana ini dihadiri oleh Bapak Sholeh Sundafar Lurah Kelurahan Rejomulyo, pengurus dan anggota. Rapat berhasil menetapkan AD/ART dan



Struktur Organisasi /Paguyuban . Secara musyawarah, rapat menyetujui nama paguyuban Kampoeng Djadhoel (Belandja dan dhoelan-dhoelan) Terbentuknya Paguyuban Kampoeng Djadhoel Kampoeng Batik Tengah RT.04 RW.02 diharapkan menjadi awal upaya meningkatkan kesadaran masyarakat akan arti penting pariwisata dalam pembangunan desa. Di samping itu, Paguyuban Kampoeng Djadhoel diharapkan mampu meningkatkan peran serta masyarakat secara langsung dalam pengembangan pariwisata agar memperoleh manfaat seoptimal mungkin melalui kesempatan berusaha.

## 2. Sarana Perekonomian

Guna menunjang sarana perekonomian di Kelurahan Rejomulyo ini juga sudah lengkap di mana terdapat 1 pasar permanen, 3 bank, dan 168 toko/warung.

Tabel 10. Jumlah Sarana Perekonomian Kelurahan Rejomulyo

No.	Sarana Perekonomian	Jumlah
1.	Pasar Permanen	1
2.	Toko/Warung	169
3.	BANK	3
4.	Industri Perakitan Elektronik	1
	Total	174

Sumber : Data Monografi Kelurahan Rejomulyo, 2022

Gambar 4. Kondisi Sarana Ekonomi Kelurahan Rejomulyo (Pasar)



Sumber : Observasi Lapangan, 2022

Adanya aktivitas dan fasilitas pendukung mengakibatkan terjadinya peningkatan kegiatan ekonomi, baik perdagangan maupun jasa yang

menjadikan Kelurahan Rejomulyo mempunyai wilayah strategis untuk kegiatan-kegiatan perekonomian skala besar. Fasilitas ekonomi yang ada di Kelurahan Rejomulyo tersebut telah tersebar di Kelurahannya, antara lain terdapat Kantor Kelurahan Rejomulyo, Kantor Pemerintahan, warung, perdagangan jasa yang ada di Kelurahan Rejomulyo.

### 3. Sarana Pendidikan

Tabel 11. Jumlah Sarana Pendidikan Kelurahan Rejomulyo

No.	Sarana Pendidikan	Jumlah
1.	TK	3
2.	SD	1
3.	SMP	1
4.	SMA	1
	Total	6

Sumber : Dokumen Format Laporan Profil Desa dan Kelurahan Rejomulyo

Berdasarkan tabel di atas, diketahui bahwa Kelurahan Rejomulyo memiliki total 6 sarana pendidikan, yaitu antara lain 3 TK, 1 SD, 1 SMP, dan 1 SMA.

### 4. Sarana Kesehatan

Di Kelurahan Rejomulyo terdapat 2 sarana kesehatan Poliklinik dan Puskesmas, yaitu Poliklinik 24 Jam Budi Husada dan Puskesmas Karangdoro. Fasilitas yang dimiliki Puskesmas Karangdoro sudah cukup lengkap baik dari unit rawat jalan, farasi, laboratorium hingga rawat inap.

Tabel 12. Jumlah Sarana Kesehatan Kelurahan Rejomulyo

No.	Sarana Kesehatan	Jumlah
1.	Poliklinik	2
2.	Puskesmas	1
3.	Posyandu	7
4.	Kantor Praktek Dokter	1
5.	Rumah Bersalin	1
6.	Laboratorium Kesehatan	1

Sumber : Data Monografi Kelurahan Rejomulyo, 2022

Tabel 13. Jumlah Tenaga Kesehatan Kelurahan Rejomulyo

No.	Tenaga Kesehatan	Jumlah
1.	Dokter Umum	1
2.	Dokter Gigi	1
3.	Dokter Spesialis lainnya	1
4.	Bidan	6
5.	Perawat	4

Sumber : Data Monografi Kelurahan Rejomulyo, 2022

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa sarana kesehatan di Kelurahan Rejomulyo sudah cukup memadai yakni dengan adanya poliklinik dan puskesmas. Namun untuk fasilitas rumah sakit belum ada sehingga warga harus ke rumah sakit yang berada di pusat kota.

#### 5. Sarana Peribadatan

Untuk sarana peribadatan Kelurahan Rejomulyo juga memiliki 14 fasilitas peribadatan seperti masjid, langgar/surau dan gereja. Secara rinci dapat dilihat pada tabel berikut :

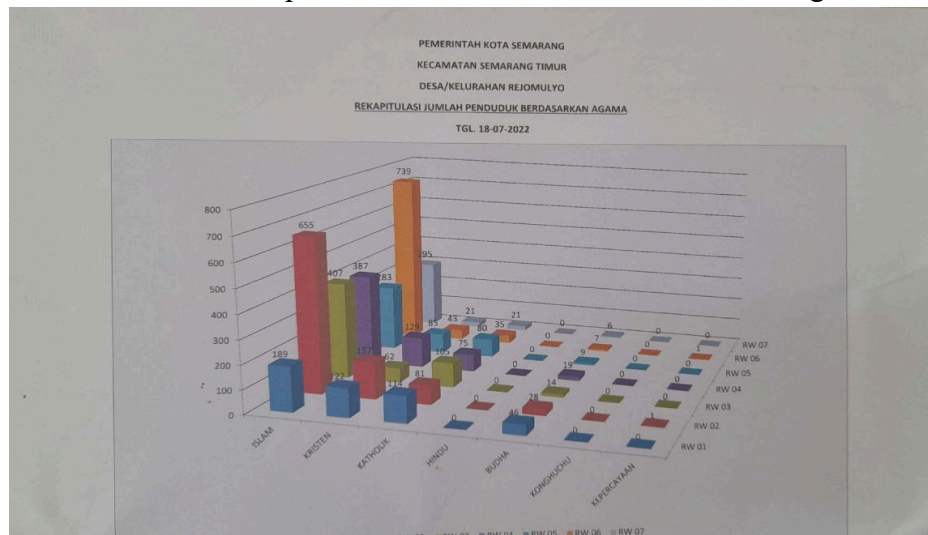
Tabel 14. Jumlah Banyaknya Tempat Ibadah Kelurahan Rejomulyo

No.	Keterangan	Jumlah
1.	Masjid	3
2.	Langgar/Surau	9
3.	Gereja	2

Sumber : Data Monografi Kelurahan Rejomulyo, 2022

Berdasarkan tabel di atas mayoritas masyarakat Kelurahan Rejomulyo beragama islam yakni dilihat dari jumlah tempat ibadahnya yang paling banyak adalah langgar/surau. Kemudian dapat ditinjau pula jumlah penganut masing-masing agama dalam lingkup RT melalui Gambar di bawah ini.

Gambar 5. Rekapitulasi Jumlah Penduduk berdasarkan Agama



Dapat diketahui melalui gambar di atas menunjukkan bahwa mayoritas penduduk di Kelurahan Rejomulyo beragama Islam dengan jumlah 2955 penduduk. Kemudian beragama Kristen 619 penduduk, 511 Khatolik dan sisanya menganut agama lainnya. Walaupun masyarakat Rejomulyo mayoritasnya menganut agama Islam, tetapi warga minoritas di tempat

tersebut tetap dapat menjalankan ajaran agamanya masing-masing tanpa adanya tekanan.

## **B. Profil Paguyuban Sekar Kenanga di “Kampoeng Djadhoel”**

### **1. Sejarah Terbentuknya Paguyuban Sekar Kenanga**

Paguyuban ialah suatu komunitas yang sifatnya kekerabatan didirikan oleh orang-orang yang berideologi sama guna membangun kerukunan dan persatuan antar sesama (Pujoalwanto, 2014). Paguyuban juga seringkali diartikan sebagai kelompok sosial informal yang anggotanya memiliki hubungan batin secara alamiah serta memiliki asas persaudaraan, solidaritas, dan toleransi dari berbagai perbedaan yang dimiliki demi tercapainya tujuan bersama. Menurut Wiranti & Suharso (2015) tujuan didirikannya paguyuban sendiri agar menjadi media silaturahmi guna mempererat persaudaraan terutama di lingkungan sosial tempat seseorang tinggal. Kebersamaan merupakan tujuan utama sebagai bentuk adaptasi bersama guna menghargai suatu perbedaan, biasanya sebuah paguyuban fokus utamanya adalah menyejahterakan anggotanya, terdapat pula yang bertujuan untuk sosial, hal tersebut tergantung kesepakatan antara pengurus serta anggota.

Kampoeng Djadhoel ialah salah satu tempat yg berada di Kampung Batik Tengah RT 04/RW 02, Kelurahan Rejomulyo, Kecamatan Semarang Timur. Adanya Paguyuban Perajin Batik “Sekar Kenanga” menjadi tolak ukur keaktifan para perajin yang masih bertahan hingga saat ini di tempat tersebut, bahkan ada pula yang berkembang menjadi pelaku usaha pemilik *Showroom* yang berada di Kampoeng Djadhoel. Paguyuban tersebut berdiri pada tanggal 17 November 2017, saat itu tokoh yang mempelopori yaitu bapak Agus, bapak Eko Haryanto, dan bapak Dwi selaku penggagas paguyuban tersebut dengan tujuannya guna menjaga eksistensinya perajin maupun Kampoeng Djadhoel dalam pandangan khalayak.

Menurut keterangan bapak Dwi, munculnya ide dalam pembentukan paguyuban perajin batik Kampoeng Djadhoel yang dinamai “Paguyuban Sekar Kenanga” ini tidak direncanakan sama sekali. Awal mulanya mereka bertiga berkumpul dan mendiskusikan berbagai permasalahan yang masih sering terjadi saat itu di Kampung Batik Tengah RT 04/RW 02. Seringnya terjadi patologi

sosial seperti berjudi, perampokan, preman bertebaran ataupun pembunuhan, banjir bahkan kondisi lingkungannya sangat kumuh dikarenakan kurangnya kepedulian sosial terhadap kebersihan oleh masyarakat setempat (Wawancara Dwi, 22 Agustus 2022).

Kemudian atas dasar tersebutlah mereka memiliki ide dan gagasan yang bertujuan merubah lingkungan RT 04/RW 02 menjadi lingkungan yang nyaman dan dapat dinikmati oleh pengunjung yang datang. Seiring berjalannya waktu, warga setempat sepakat menggunakan keswadaanya bergotong royong, baik secara pikiran, tenaga, juga materi guna membentuk lingkungan yang nyaman dan asri sesuai harapan untuk suatu perubahan yang lebih baik. Kemudian lingkungan RT 04/RW 02 dibangun menggunakan konsep perkampungan zaman dahulu mengenai kebudayaan. Dengan mengutamakan corak batik sebagai karakteristik khas mereka, serta membuat *design* lukisan pewayangan pada setiap lorong jalan dan dinding perumahan setempat ialah bentuk dari pelestarian budaya sosial. Seperti halnya *Adheging Kutha Semarang* yang menceritakan sejarah berdirinya kota Semarang, lukisan-lukisan batik bermotif unik disetiap sudut tembok terutama depan *Showroom-Showroom*, lukisan Dewa Ruci, rumah baca yang menyimpan dan menyediakan buku-buku membatik (Wawancara Luwi, 27 Juli 2022).

Awal mula pengerjaannya biaya menggunakan swadaya warga, dalam pembelian cat, dan jasa mengecat seluruh area kampung. Namun seiring berjalannya waktu, banyak lembaga ataupun perusahaan tertarik guna menyalurkan donasi karena melihat adanya potensi besar pada Kampung Djadoel diharapkan menjadi sebuah destinasi wisata baru. Kampung Djadoel ini berbeda dengan Kampung Tematik Batik yang telah dikenal serta mendapatkan perhatian dari Pemerintah Kota Semarang. Setiap rumah warga di lingkungan tersebut dilukis motif batik beraneka ragam dengan tinggi lukisan sekitar kurang lebih dua meter, hal lainnya yang paling menarik yaitu sejarah Kota Semarang semenjak abad ke-8 yang dideskripsikan dengan mural wayang beber sepanjang 44 meter. Motif lukisan kayu ukir didesain mengelilingi mural tersebut, sekretaris RT 04/RW 02 Kampung Djadoel, Luwiyanto, menceritakan visualisasi sejarah Kota Semarang dalam lukisan mural wayang beber tersebut berawal pada saat

kerajaan Mataram kuno, sampai berdirinya Kota Semarang oleh Ki Ageng Pandanaran yang memulai pembukaan wilayah lengkap menggunakan penggambaran pohon asam yang tumbuh dan berkembang sangat jarang menjadi asal-usul nama Semarang.

Adanya Paguyuban Perajin Batik “Sekar Kenanga” ini sebagai naungan harapan warga setempat guna meningkatkan pendapatan serta akses yang mudah bagi perajin khususnya dalam penghasilan, keberadaan Paguyuban tersebut berperan dalam menentukan perkembangan wisata Kampoeng Djadhoel itu sendiri yang berinovasi dan berorientasi untuk destinasi wisata, keberadaan pengelola paguyuban Sekar Kenanga tersebut yang beranggotakan beberapa perajin batik aktif di Kampoeng Djadhoel, melakukan berbagai terobosan diupayakan meningkatkan daya jual yang efisien yang tinggi dan mampu menjangkau kalangan masyarakat luas dengan berperan aktif dalam kegiatan pameran-pameran dan mendirikan *Showroom* yang mempunyai ciri khas masing-masing.

Selain fokus pada program kepengurusan paguyuban, para anggota paguyuban juga diarahkan dapat menitikberatkan pada perajin agar mampu mempersiapkan diri dengan baik dan mengambil langkah-langkah efisien yang tersusun hingga nantinya dapat meningkatkan kesejahteraan perajin antara lain dengan membekali keterampilan yang mumpuni kepada perajin mengenai strategi pemasaran yang baik, penyuluhan yang diberikan oleh *digital marketing* mempunyai tujuan supaya menambah pengetahuan pada perajin semakin berkembang luas jangkauannya dan mampu bersaing dalam industri saat ini. Contoh pelatihannya seperti diversifikasi produk batik dengan mengenalkan penganekaragaman jenis batik yang tidak hanya dijadikan kain bermotif atau baju saja. Namun dapat diaplikasikan menjadi kerajinan lain seperti tas, daster, bantal, selimut, dompet ataupun peralatan rumah tangga lainnya. Manfaat mengadakan pelatihan tersebut menjadikan perajin termotivasi guna memproduksi barang yang bernilai jual tinggi semakin banyak guna mengembangkan kreativitas dalam produktivitas.

Dengan didirikannya paguyuban perajin batik “Sekar Kenanga” Kampoeng Djadhoel ini memberikan pengaruh semakin dikenalnya produk-

produk mereka oleh masyarakat luas terutama setelah adanya berbagai program yang dijalankan dalam paguyuban. Koordinator RT 04/RW 02 Kampoeng Djadhoel, Dwi Christianto, menerangkan Kampoeng Djadhoel mulai terbentuk pada 17 Desember 2016 lalu. Dalam waktu yang singkat, upaya pengenalan sejarah dimulai dengan memperbaiki lingkungan kampoeng terlebih dahulu. Yaitu dengan memberi lampu penerangan, penghijauan, lukisan mural batik, kemudian adanya pemasangan figura batik mencerminkan sejarah Kota Semarang. Prinsip masyarakat Kampoeng sini penataan lingkungan dengan baik sehingga adanya kerja bakti dalam pengecatan. Warga setempat kompak melakukan gotong royong dengan semangat tanpa adanya imbalan. Bahkan ada juga masyarakat yang tertidur di sepanjang jalan kampoeng saat itu sambil kerja bakti melukis bersama. Diskusi membahas konsep kampoeng pun mampu dilakukan dimana pun, baik dilakukan di salah satu rumah warga secara bergantian ataupun di jalan kampoeng. *Alhamdulillah* kini kampung aman. Dulunya kampoeng gelap dan rawan, sekarang sentiasa ramai, seluruh rakyat guyub, pungkasnya. (Wawancara dengan Bapak Dwi pada 14 Juli 2022).

## 2. Visi, Misi dan Tujuan Paguyuban Sekar Kenanga

Adanya visi dan misi sebagai tolak ukur paguyuban agar dapat memotivasi anggotanya untuk berpartisipasi aktif dalam kegiatan yang bertujuan dalam pengembangan paguyuban ke arah lebih baik, dan guna menarik dana yang telah disepakati sebagai kas untuk keperluan paguyuban saat mengikuti pameran-pameran kerajinan batik. Demi mewujudkan keadaan yang disiplin dan teratur setiap organisasi tentunya mempunyai batasan-batasan yang harus diikuti oleh anggotanya dan tidak untuk pembatasan potensi diri untuk berkembang serta batasan-batasan yang telah dibuat dan disepakati sebagai landasan hukum demi kemajuan guna mewujudkan cita-cita anggota pada khususnya dan masyarakat pada umumnya sebagai tolak ukur keberhasilan. Untuk meraih tujuan bersama, paguyuban sekar kenanga yang berisikan para perajin batik di “Kampoeng Djadhoel” ini memiliki visi, misi dan motto di dalam AD/ART yang berisikan yakni :

Visi : Mewujudkan suasana yang nyaman, aman, tenang, bersih, selaras, berkarya dan berbudaya seni di Kampoeng Batik Tengah.

Misi : Memperkuat Toleransi Perajin batik Kampoeng Batik Tengah guna mempertahankan eksistensi batik sebagai budaya bangsa.

Motto : KPK (Kepedulian, Perubahan, Kebersamaan)

Dengan mengacu pada visi dan misi yang tercantum di Anggaran Dasar/Anggaran Rumah Tangga (AD/ART) juga telah ditetapkan oleh yang berwenang mengatur dalam sistem yang struktural guna memperluas jangkauan “Kampoeng Djadhoel” yang sistematis. Dengan adanya aturan yang telah tertera tujuannya agar lebih tersusun rapih dan lebih mudah mengkoordinasi keaktifan setiap anggota paguyuban. Sesuai dengan motto paguyuban sekar kenanga yang diterangkan oleh narasumber bapak Dwi ketika diwawancarai, pernyataan beliau sebagai berikut:

“Motto yang ada pada salah satu dinding rumah warga sebagai perwujudan kerukunan warga Kampoeng Djadhoel sini mbak. Jadi setiap kali ada kegiatan seperti pelatihan, pameran, gotong royong untuk kerja bakti, dan lain sebagainya, sudah menjadi kewajiban warga berpartisipasi ikut saling membantu. Hal tersebut merupakan bentuk keaktifan warga setempat yang ditunjukkan melalui kepedulian satu sama lain, kerukunan yang terjalin demi memajukan kegiatan yang diadakan di kampoeng ini. Alasan dasarnya yaitu kepedulian yang berarti segala hal mampu kepekaan terhadap apa yang dialami oleh orang lain sehingga memberikan bantuan dalam mengatasi masalah tersebut, yang kedua yaitu perubahan. Jika tidak ada niat dari kita sendiri maka perubahan tidak akan tercipta. Kemudian yang ketiga terciptanya kebersamaan. Ini merupakan kuncinya, pada dasarnya mayoritas orang ingin berubah ketika ada yang memberikan contoh terlebih dahulu, Kampoeng sini dulunya kumuh berkat kesungguhan masyarakat setempat yang mempunyai semangat tinggi dalam bergotong royong membenahi lingkungan maka saat ini adanya perubahan yang signifikan, saat diri kita sudah berbenah tentu pasti orang lain akan ikut dan akhirnya kebersamaan yang muncul dari diri kita”. (Wawancara dengan Bapak Eko Haryanto pada tanggal 12 Juli 2022).

Dari wawancara tersebut dapat dipahami bahwa perubahan yang lebih baik akan mampu diwujudkan dengan adanya kebersamaan dan semangat yang tinggi dari lingkungan sekitar sehingga menumbuhkan sikap saling membantu dan kesadaran dalam diri sendiri untuk memberikan contoh yang baik bagi orang lain. Maka hasilnya nanti akan berpengaruh terhadap pandangan orang yang

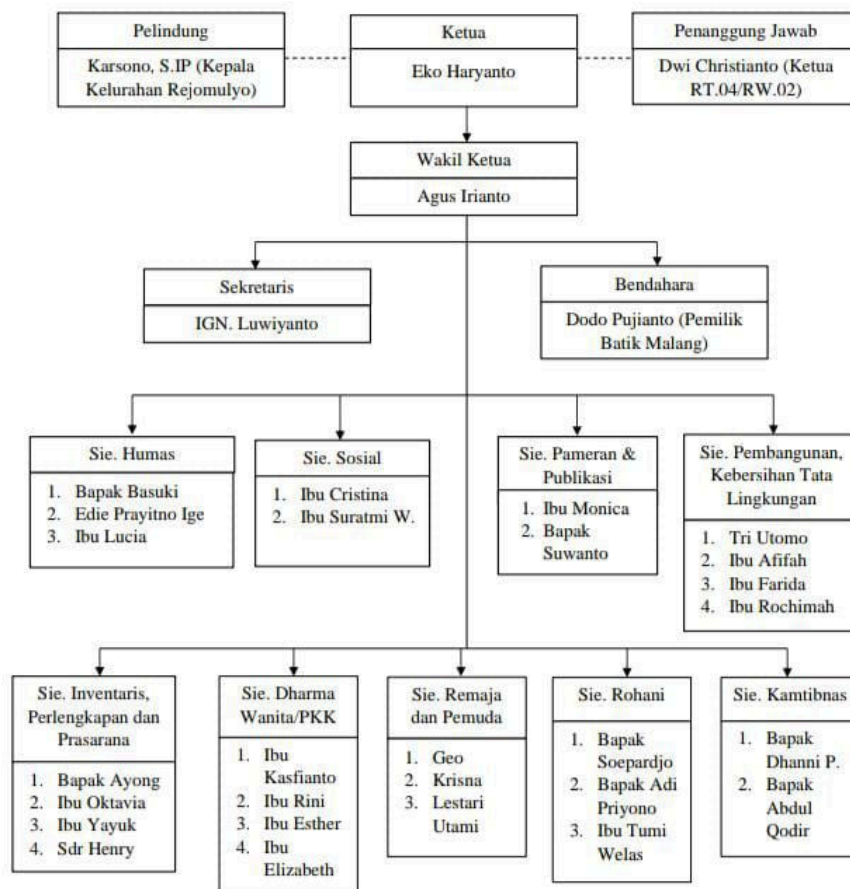


melihatnya. Dari ini sudah terlihat adanya unsur modal sosial dalam mewujudkan kenyamanan bersama dan menjalin kerjasama yang baik dalam gotong royong.

### 3. Program dan Struktur Organisasi Paguyuban Sekar Kenanga

Berikut ini susunan pengurus Paguyuban Sekar Kenanga masa bhakti 2019-2023 (AD/ART paguyuban perajin batik “Kampoeng Djadhoel” yang tersusun dalam format pembukuan) disajikan dalam Gambar

Gambar 6. Susunan Pengurus Paguyuban Sekar Kenanga (2019-2023)



Adapun Tugas Dan Wewenang Pengurus Paguyuban Sekar Kenanga Kampoeng Djadhoel Semarang meliputi :

1. Pembina atau Pelindung memiliki tugas dan wewenang membina dan membimbing pimpinan paguyuban.
2. Penanggung Jawab memiliki tugas dan wewenang dalam membina dan membimbing pimpinan paguyuban, memberikan nasehat, petunjuk, bimbingan dan intervensi yang dianggap perlu atas pengelolaan dan pelaksanaan paguyuban serta melakukan pengawasan dan penilaian atas sistem pengendalian, pengelolaan

dan pelaksanaan pada seluruh kegiatan paguyuban dan memberikan saran-saran perbaikannya.

3. Ketua memiliki peran dalam memimpin Paguyuban Sekar Kenanga Kampoeng Djadhoel, memberikan pengarahan kepada anggota, mengkoordinir kegiatan-kegiatan serta bertanggung jawab mengenai keuangan dan pelaksanaan kegiatan, memimpin pertemuan dan diskusi kelompok. Menandatangani surat-surat keluar. Berkoordinasi dan bertanggungjawab kepada Kepala Dinas yang membidangi pariwisata.

4. Wakil Ketua memiliki peran dalam membantu tugas Ketua, mewakili ketua dalam berbagai kegiatan bila Ketua berhalangan, bertanggung jawab kepada Ketua Paguyuban.

5. Sekretaris memiliki peran dalam menyusun dan melaksanakan kegiatan administrasi, mempersiapkan bahan-bahan pertemuan Paguyuban, mengadakan hubungan dan koordinasi dengan instansi atau pihak luar terkait, menghimpun seluruh laporan dari anggota, mencatat seluruh hasil pertemuan-pertemuan diskusi dan bertanggung jawab kepada Ketua Paguyuban.

6. Bendahara memiliki peran dalam bertanggungjawab atas pendapatan dan pengeluaran uang. Mengusahakan dana bantuan dari pihak lain dan bertanggung jawab kepada Ketua Paguyuban.

7. Seksi Keamanan dan Ketertiban memiliki peran dalam membantu upaya penciptaan ketertiban dan keamanan di sekitar lokasi daya tarik wisata/ destinasi pariwisata, bekerjasama dengan pihak keamanan serta bertanggung jawab kepada Ketua Paguyuban.

8. Seksi Kebersihan dan Keindahan memiliki peran dalam menyelenggarakan kegiatan kebersihan dan keindahan, mengadakan dan menyelenggarakan penghijauan, menyusun program kegiatan kebersihan dan keindahan., bertanggung jawab kepada Ketua Paguyuban.

9. Seksi Daya Tarik dan Kenangan memiliki peran dalam menggali, membina dan mengembangkan berbagai potensi sumber daya wisata, serta kekhasan/ keunikan lokal sebagai daya tarik dan unsur kenangan setempat. Mempromosikan berbagai daya tarik wisata dan keunikan local, serta bertanggung jawab kepada Ketua Paguyuban.

10. Seksi Hubungan Masyarakat dan Pengembangan Sumber Daya, memiliki peran dalam mengembangkan bentuk-bentuk informasi dan publikasi kepariwisataan dan kegiatan Pokdarwis. Mengembangkan kemitraan untuk kegiatan pelatihan pariwisata bagi anggota Pokdarwis dan masyarakat, termasuk hospitality (keramah tamahan), pelayanan prima, dan sebagainya. Mengikutsertakan anggota kelompok dalam penataran, ceramah, diskusi yang diselenggarakan oleh lembaga, organisasi pariwisata. Kemudian mengadakan lomba keterampilan pengetahuan kepariwisataan serta bertanggungjawab kepada Ketua Paguyuban.

11. Seksi Pengembangan Usaha memiliki peran dalam menjalin hubungan dan kerjasama/ kemitraan, baik di dalam maupun di luar berkaitan dengan pengembangan usaha kelompok. Membentuk koperasi/usaha/ UMKM untuk kepentingan kelompok dan masyarakat pada umumnya. Bertanggungjawab kepada Ketua Paguyuban.

12. Anggota memiliki peran dalam keberadaan anggota merupakan unsur utama dalam organisasi Pokdarwis, baik secara organisatoris maupun secara operasional di lapangan, untuk itu perlu dikoordinasikan dan dikelola dengan baik oleh masing-masing seksi yang ada dalam organisasi Pokdarwis.

Berdasarkan data dari koran dan kesekretariatan Paguyuban Sekar Kenanga di Kampoeng Djadhoel Semarang, beberapa program yang telah dilaksanakan oleh Paguyuban Sekar Kenanga dari awal pembentukan hingga berkembang seperti saat ini, yaitu lebih memperkenalkan (promosi) produk-produk yang dihasilkan masyarakat Kampoeng Djadhoel, kegiatannya meliputi:

- a. Mengadakan berbagai pameran koleksi dokumentasi Kampoeng Djadhoel zaman dahulu.
- b. Mengajukan permohonan proposal kepada lembaga dinas, tentunya hal tersebut telah mendapatkan persetujuan dan kepedulian, sehingga pertengahan 2006-2011 pihak Kelurahan Rejomulyo mempercayakan paguyuban perajin batik dengan memberikan bantuan dana untuk pelaksanaan pembangunan pemberdayaan Kampoeng Djadhoel sebagai destinasi wisata.

- c. Pelaksanaan pameran foto secara rutinitas dikarenakan adanya bantuan *blockgrant* dari pihak Kelurahan Rejomulyo dan para pengusaha batik Kampoeng Djadhoel.
- d. Berpartisipasi dalam kegiatan pameran perindustrian perdagangan baik yang diselenggarakan oleh pemerintah maupun pihak swasta.
- e. Perancangan baliho sebagai sarana promosi produk-produk batik kemudian dipasang pada jalan terpusat yang berada di Kampoeng Djadhoel dan tentunya berdekatan dengan *Showroom-Showroom* perajin dan penjual batik ataupun penjual usaha lainnya.
- f. Perancangan Selebaran dan buku profil usaha yang berisikan mengenai daftar dan peta wisata batik di Kampoeng Djadoel.
- g. Berperan aktif dalam berbagai pelatihan dan *seminar* yang diadakan oleh Departemen pariwisata, perindustrian, dan perdagangan Kota Semarang. Dimana hal ini dapat menumbuhkan daya kreativitas perajin sekaligus pengusaha batik agar menghasilkan inovasi baru dalam produknya.
- h. Subsidi dalam Program Bina Lingkungan Tahun 2019 yang berjumlah kurang lebih Rp 85 juta rupiah yang diperoleh dari PT Angkasa Pura I (Persero) Kantor Cabang Bandara Internasional Jenderal Ahmad Yani yang merupakan mitra binaan.
- i. Merevitalisasi Kampoeng Djadhoel agar terlihat semenarik mungkin dan memberikan kesan yang khas bagi wisatawan yang datang sehingga berhasil menjadikan tempat tersebut sebagai destinasi wisata.

Paguyuban Sekar Kenanga sebagai wadah yang berperan dalam menyampaikan aspirasi anggotanya dan menghubungkan komunikasi yang baik sesama anggota serta memiliki manfaat yang memungkinkan sebagai media publikasi dari beberapa industri batik yang terdapat pada Kampoeng Djadhoel, adanya kepengurusan paguyuban yang terdiri dari ketua, sekretaris, bendahara, tim pameran dan publikasi menjadikan aturan yang terarah dalam sistem pengelolaannya sehingga adanya anggaran dana kas maupun anggaran dasar dan rumah tangga telah disepakati bersama. Paguyuban ini bersifat sangat fleksibel, maka agenda pertemuan lebih bersifat informal untuk membahas setiap hal yang berkaitan dengan pembaharuan Kampoeng Djadhoel didiskusikan secara langsung.

**BAB IV**  
**KOMPONEN MODAL SOSIAL PERAJIN BATIK KAMPOENG**  
**DJADHOEL REJOMULYO SEMARANG**

**A. Paguyuban sebagai Wadah Modal Sosial Perajin Batik Kampoeng Djadhoel**

Pada teori Coleman inti dari modal sosial adalah kerjasama antar masyarakat yang menghasilkan berbagai kebijakan dan juga manfaat. Organisasi sebagai wadah modal sosial yakni kepercayaan, jaringan serta nilai dan norma sehingga memberikan kontribusi pada pengembangan ekonomi masyarakat (Field, 2010). Dalam hal ini, masyarakat yang dimaksud yaitu pelaku usaha dan perajin batik. Seperti halnya Paguyuban Sekar Kenanga yang menjadi wadah modal sosial bagi showroom yang ada di Kampoeng Djadhoel. Adapun penjelasannya sebagai berikut:

1. Paguyuban Sebagai Wadah Kepercayaan

Pada hal ini terlihat saat keterlibatan anggota Paguyuban Sekar Kenanga dalam pengembangan ekonomi Kampoeng Djadhoel, melalui komunitas inilah sebagai wadah seluruh anggota dapat saling bertemu dan mengenal satu sama lain menyebabkan terjalinnya suatu hubungan kepercayaan antar anggota. (Fitriawati, 2010). Adapun kepercayaan itu terlihat pada keharmonisan yang terjadi antar anggota, seperti halnya pada anggota yang tidak memiliki showroom cenderung memberikan kepercayaan kepada anggota yang memiliki showroom dalam mengelola kain-kain batik yang akan dipasarkan kepada konsumen, begitu juga sebaliknya, maka dari itu paguyuban menjadi wadah komunikasi pelaku usaha di Kampoeng Djadhoel Semarang, pemilik *Showroom* dan perajin batik saling bekerja sama guna meningkatkan perekonomian mereka.

Dalam kesepakatan tersebut adanya saling menjaga kredibilitas sehingga komunikasi dapat berlangsung terus menerus, dan memungkinkan pendapatan laba yang signifikan yaitu didasarkan simbiosis mutualisme (saling menguntungkan). Hal tersebut sesuai dengan pernyataan Coleman (2011: 93) bahwa Keterangan dari narasumber menjelaskan bahwa adanya

kerjasama dilandasi oleh sikap kepercayaan yang menumbuhkan (*resiprositas*) keuntungan. Seperti yang dikatakan oleh Ibu Oktavia berikut:

“Sebenarnya modelnya seperti nitip gitu lho mba, menaruh barang produksi ditempat saya misalnya karena tidak mempunyai *showroom* batik sendiri yang nantinya diperjual belikan dan berbagi hasil laba dari produk tersebut sebagai gantinya barang kerajinan batik punya tetangga saya laku, dan timbal balik mereka kepada saya jika ada pembeli yang mencari motif batik sesuai keinginan mereka tapi tidak tersedia di *Showroom* yang mereka datangi, pasti diarahkan ke toko yang saya kelola” (Wawancara dengan Ibu Oktavia pada 22 Agustus 2022).

Hal tersebut dipertegas pula oleh keterangan Pak Luwiyanto:

“Perajin yang tidak memiliki *showroom*, maka menitipkan hasil pembuatan batiknya kepada perajin yang memiliki *showroom*, kemudian untuk sistem pembagian hasil mengacu pada sistem kekeluargaan dimana jika hasilnya banyak, tentunya mendapat keuntungannya banyak. Begitupun sebaliknya jika memperoleh keuntungan sedikit maka sedikit pula.”

Dari penjelasan informan di atas terlihat bahwa adanya hubungan sosial yang terjalin telah menimbulkan sebuah kepercayaan dan kerjasama yang didalamnya terdapat unsur saling menguntungkan dengan cara membantu dalam proses penjualan batik yang dihasilkan terutama perajin yang belum memiliki modal yang cukup dalam mendirikan *Showroom*. Untuk sistem pembagian hasil narasumber tidak menyebut secara spesifik nominal atau benefit, tetapi diasumsikan sama-sama merasakan manfaat dan keuntungan kedua belah pihak tanpa ada yang dirugikan.

Gambar 7. Dokumentasi Wawancara bersama Ibu Oktavia



Berdasarkan wawancara diatas diketahui bahwa biasanya hasil penjualannya dibagi misalnya yang laku harga batiknya diatas Rp. 200.000,- maka untuk pemilik Showroom'nya sekitar Rp.70.000,- hal tersebut ditegaskan oleh Bu Oktavia dalam wawancaranya di atas. Hal tersebut didasarkan adanya implementasi dari teori Coleman yang menegaskan bahwa mereka akan mempunyai kewajiban untuk memberikan timbal balik yang sama dalam proses penjualan batik yang nantinya memberikan profit sesuai pencapaian yang diinginkan (Coleman, 2021). Adapun asumsi Coleman yang menjadi tolak ukur dalam aktivitas ekonomi di atas yaitu ketertarikan dalam diagnosa dan solusi dari permasalahan tindakan pada struktur sosial, baik aktor kolektif maupun aktor individual yang memiliki tujuan. Dimana aktor individual tersebut dapat mengejar tujuan pribadi yang berbeda, sedangkan aktorf kolektif memiliki kepentingan untuk bertindak mendapatkan keuntungan. Peran aktor dapat dinilai dari seberapa baik kepentingan utama mereka dapat didasari oleh sistem sosial yang ada (Coleman, 2021)

Adapun implementasi Kewajiban dan harapan dalam paguyuban seperti bentuk modal sosial yang dikemukakan oleh Coleman bahwa kewajiban dan harapan yang dibahas mengarah pada timbulnya kepercayaan sebagai implikasi dari hubungan yang selama ini sudah dibina oleh perajin batik maupun pelaku usaha dalam struktur paguyuban terhadap elemen lain (Syahra, 2003). Kepercayaan tersebut menjadi sebuah nilai tambah dalam menjalankan UMKM batik dimana akan memudahkan setiap langkah perencanaan program yang ingin direalisasikan. Sehingga nantinya program yang telah direncanakan akan berjalan tanpa adanya hambatan apapun dan mencapai tujuan utama.

Menjalin jaringan sosial dalam sebuah struktur menjadi syarat penting dalam menciptakan rasa percaya satu sama lain. Dalam sebuah hubungan baik kerjasama ataupun pertemanan tidak akan memunculkan kepercayaan jika satu sama lain tidak saling mengenal baik bahkan mengetahui kebaikan dan keburukan masing-masing. Kepercayaan muncul sebagai reaksi akan adanya manfaat, timbal balik, keakraban serta kedekatan emosional dalam sebuah hubungan. Hal ini berlaku pada struktur sosial manapun yang didalamnya memiliki berbagai jaringan hubungan yang lebih rumit. Maka dari itu

dibutuhkan koordinasi dan komunikasi yang intens untuk dapat menumbuhkan kepercayaan.

Adanya kepercayaan sebagai pilar penting dalam modal sosial menimbulkan konsekuensi logis bahwa hal tersebut tidak akan muncul secara spontan jika belum didukung oleh kondisi tertentu. Penggunaannya tentu dapat mengakses sumber daya yang telah tersedia secara optimal dalam sebuah jaringan. Kepercayaan memegang peranan penting dalam memelihara jaringan hingga jangka waktu yang panjang dan tujuan yang diinginkan tercapai. Untuk itu diperlukan kepercayaan yang tinggi dalam sebuah jaringan sehingga memberikan kemudahan akses yang luas.

## 2. Paguyuban Sebagai Wadah Jaringan

Dengan adanya paguyuban Sekar kenanga membuat *showroom* satu dengan yang lain yang ada di Kampong Djadoel bisa saling terhubung satu sama lain, selain itu hubungan yang terjalin antar showroom yang ada di Kampong Djadhoel membuat jaringan pasar menjadi lebih luas. Dalam wawancaranya dengan Pak Luwiyanto, menerangkan bahwa keanggotaan paguyuban telah memberikan jaringan pasar yang luas untuk perajin guna mengembangkan usahanya, implementasinya saat paguyuban bekerja sama dengan pihak lain dari luar Kampong Djadhoel ini dengan berpartisipasi dalam kegiatan *fashion show* atau pelatihan *marketing*, jika anggota ikut aktif dalam kegiatan tersebut maka keuntungannya produk batik yang dimiliki *Showroom*-nya tersebut semakin dikenal luas dan tentunya kegiatan itu sebagai sarana mempromosikan batik maka pemasukan dari penjualan batik semakin meningkat.

Partisipasi merupakan elemen modal sosial yang sangat memiliki fungsi penting dalam kehidupan masyarakat. Berdasarkan analisa Coleman bahwa seseorang yang tidak memiliki modal sosial maka akan sulit menjalin hubungan dengan pihak manapun. Artinya rendahnya pola interaksi dan partisipasi masyarakat maka sulit mencapai keuntungan materiil dan keberhasilan secara optimal (Coleman, 2009). Hal tersebut sesuai dengan asumsi Coleman bahwa modal sosial merepresentasikan potensi sumber daya yang melibatkan harapan untuk mencapai tujuan serta melibatkan jaringan



yang lebih luas di mana sebuah hubungan aktor satu dengan lainnya diatur oleh tingkat kepercayaan dan nilai-nilai bersama yang melekat pada struktur organisasi (Coleman, 2009). Hubungan antar individu tersebut dapat menjadi sumber daya yang berguna bagi individu itu sendiri yang merujuk pada semua aspek dan diciptakan untuk memudahkan tindakan individu dalam struktur sosial guna memperoleh keuntungan.

Gambar 8. Wawancara dengan narasumber Bapak Luwiyanto



Berdasarkan keterangan narasumber di atas menjelaskan bahwa adanya keikutsertaan anggota paguyuban dalam acara pameran atau *fashion show* tentunya akan menambah omset yang mereka peroleh, yang biasanya hanya sekitar kurang lebih Rp. 40.000.000,- hingga Rp. 60.000.000,- menjadi meningkat sekitar Rp. 140.000.000,-

Selain itu menjadi anggota aktif dengan mengikuti kegiatan rutin kelompok seperti diskusi dapat digunakan sebagai strategi memperkuat modal sosial karena ada rasa solidaritas serta gotong royong sesama anggota paguyuban melalui kegiatan-kegiatan yang diadakan dari kerjasama dengan pihak lain. Misalnya kegiatan pada tanggal 1 Oktober 2022 yaitu *fashion show* yang diikuti oleh anggota perajin batik Kampoeng Djadhoel, bekerjasama dengan beberapa desainer seperti Tuty Adib, Djongko Rahardjo, Iwan Tirta, Andar Yusri dan lain sebagainya. Hal ini dijelaskan oleh Ibu Afifah salah satu anggota Paguyuban perajin batik:

“Ya kebanyakan pameran Mbak, terus *fashion show* itu. Kalau ada undangan mendadak nanti ada *fashion show* ikut, terus ada pameran ikut. Misalnya nanti akan diadakan acara *fashion show* juga dalam rangka hari batik nasional yang diselenggarakan di kota lama dan dihadiri oleh designer-designer kota Semarang seperti mas nasrul,

Mrs Ayoe, Rudy Joe, Bu Heru dan lainnya.” (Wawancara pada 14 September 2022).

Gambar 9. Pamflet Kegiatan Hari Batik Nasional



Gambar di atas merupakan pamflet kegiatan dalam rangka Hari Batik yang akan diselenggarakan di Monod, kota lama dengan berbagai kegiatan pameran, workshop nyanting, serta diskusi tentang batik, bekerja sama pula dengan komunitas @semarangikmfashion. Biasanya beberapa desainer tersebut memesan batik tulis dengan motif eksklusif dengan memadukan motif serta warna kontemporer untuk dibuat pakaian yang nantinya akan digunakan untuk *fashion show* dengan tujuan untuk lebih memperkenalkan batik tulis Semarang. Hal ini dijelaskan oleh Bapak Eko Haryanto selaku Ketua Paguyuban sekaligus pemilik *Showroom* Cinta Batik Semarang:

“Iya biasanya pesannya itu desainnya langsung. Misal Tuty Adib, Dibyo, kemudian Iwan Tirta dari Jogja itu datang kesini, request dibuatkan batik motif burung, kupu-kupu, bahkan ada yang minta motif terkenal durian, manggis, duku dengan teknik warnanya itu. Itu pun setelah jadi, betul-betul dibuat diaplikasikan jadi pakaian. Dari situlah dapat ilmu dari seorang desainer, tapi selama ini yang masuk ke desain itu kebanyakan yang warna pastel, kalau yang klasik biasanya hanya untuk pemanis ya. Jadi ternyata desain itu mempertimbangkan harga, sebisa mungkin kami memberikan pelayanan dan kualitas terbaik sesuai dengan harga yang ditawarkan sehingga mereka mendapatkan kepuasan memesan.” (Wawancara pada 15 Juli 2022).

Berdasarkan keterangan beberapa narasumber, dengan adanya pesanan dari beberapa desainer tersebut dapat diketahui omset yang

diterima perajin batik berkisar kurang lebih Rp 100.000.000,00 hingga Rp 200.000.000,00 ada 6 responden, yaitu sebagai berikut:

1. Ngesti Pandawa 2, Rp 100.000.000,00
2. Batik Handayani, Rp 150.000.000,00
3. Batik Temawon, Rp 135.000.000,00
4. Batik Arjuna, Rp 150.000.000,00
5. Cinta Batik Semarangan, Rp 160.000.00,00
6. Batik Ngesti Pandowo, Rp 200.000.000,00

Omsyet yang diterima tersebut bukanlah hal yang sangat mudah, tentunya setiap pesanan yang diinginkan oleh desainer harus sesuai dengan kriteria yang nantinya akan digunakan oleh model pada acara *fashion show*, tentunya hal tersebut dapat dimanfaatkan oleh pelaku usaha perajin batik untuk lebih memperkenalkan motif ciri khas nya masing-masing yang nantinya ditampilkan di kalangan luas. Hal tersebut sesuai dengan asumsi dasar Coleman bahwa potensi arus informasi yang lancar dalam struktur sosial mampu dijadikan dasar untuk berinteraksi dan mendorong terjalannya aktivitas yang baik dengan masyarakat (Field, 2011:20). Jaringan yang terjalin antara perajin batik dan desainer luar tentunya dapat menambah profit yang cukup memadai bagi perajin.

### 3. Paguyuban Sebagai Wadah Pelaksanaan Nilai dan Norma

Paguyuban Sekar Kenanga di Kampong Djadhoel sebagai wadah para perajin batik untuk mengekspresikan kerajinannya dengan tetap menghargai para perajin atau anggota lain di dalam paguyuban tersebut. Di dalam paguyuban tersebut, tidak terdapat kelas sosial yang membedakan antar anggota. Hal tersebut disampaikan oleh Ibu Faridha selaku istri ketua RT 4 RW 2. Berikut pernyataannya:

“Paguyuban kami itu cuma sebagai wadah dari setiap perajin batik di Kampong Djadhoel. Awalnya itu hanya hasil dari keresahan-keresahan para perajin. Dengan adanya paguyuban kan dapat meningkatkan penjualan juga seperti itu. Di paguyuban ini tidak ada yang berkuasa juga. Ketua hanya sebagai penengah jika terdapat musyawarah. Setiap anggota memiliki kewenangan masing-masing, jadi tidak terlalu ikut campur. Ya, karena paguyuban cuma sebagai wadah saja dalam menjalin hubungan baik sesama pelaku usaha.” (Wawancara 28 Agustus 2022).

Berikut ini dokumentasi foto wawancara dengan narasumber Ibu Faridha di Kampong Djadhoel Kelurahan Rejomulyo.

Gambar 10. Foto wawancara dengan narasumber Ibu Faridha



Berdasarkan penjelasan dari Ibu Faridha tersebut, menjelaskan bahwa paguyuban hanya sebagai wadah untuk membentuk kerjasama dan membangun kepercayaan dengan tetap mempertahankan norma. Hal tersebut selaras dengan teori modal sosial menurut James Coleman melalui teori pilihan rasional (atau tindakan rasional). Dal hal ini, setiap orang memiliki keyakinan dengan ekonomi klasik bahwa semua perilaku berasal dari individu yang berusaha mengejar kepentingan mereka sendiri dengan demikian interaksi sosial dipandang sebagai bentuk pertukaran. Paguyuban merupakan bentuk dari perwujudan konsep modal sosial yang saling bersaing namun saling terkait dan seringkali bersifat saling melengkapi.

Setiap perajin yang menjadi anggota di dalam paguyuban dapat bebas mengekspresikan kerajinannya. Salah satu bentuk pengekspresian tersebut adalah dengan banyaknya *showroom* yang ada di Kampong Djadhoel. Setiap *showroom* tersebut memiliki keunikannya masing-masing. Dengan keberadaan paguyuban, diharapkan usaha dapat berjalan sesuai berdasarkan aturan yang telah ditetapkan untuk mencapai kesepakatan dan diinternalisasikan pada seluruh anggota paguyuban tersebut. Paguyuban Sekar Kenanga perajin tidak mempunyai aturan secara tertulis dan mengikat serta mempunyai sanksi jika tidak mematuhi, aturan-aturan ini sifatnya tidak wajib dan bukan merupakan suatu keharusan jika para

perajin ini tidak mengikuti perkumpulan yang timbul hanya rasa *ewuh pekewuh* pada anggota lain karena tidak datang, untuk menghindari rasa ini walaupun tidak datang tetap membayar iuran wajib untuk mengisi kas dengan menitipkannya pada anggota lain atau menyuruh karyawan mereka untuk membayarkan, jadi dalam setiap perkumpulan yang diikuti tidak ada suatu aturan yang mengikat namun ada suatu kewajiban untuk membayar iuran walaupun tidak datang, di perkumpulan yang diharapkan hanya kehadiran untuk mau datang.

Penjelasan-penjelasan ini seperti dituturkan oleh perajin batik Ibu Suharti dalam bahasa yang campur-campur dan dipertegas oleh informan yang lain berikut ini:

Ibu Suharti: “Tidak ada, paling kalau pas kumpulan RT, RW, niku nek mboten teko tetap wajib bayar iuran. Terus liane nek mboten teko nggih mboten nopo-nopo jadi tidak mengikat” (Wawancara 28 Juli 2022)

Bapak Suwanto: “.., tidak mengikat cuma kalau bisa diharapkan kehadiran kita dalam setiap kegiatan. Ngisi kas itu sudah merupakan kewajiban karena kan untuk penyediaan material yang nantinya digunakan saat ada kegiatan-kegiatan tertentu seperti pameran dan lainnya tentunya membutuhkan kontribusi kita dalam penyediaan bahan baku yang relatif besar” (Wawancara 28 Juli 2022)

Dari keterangan narasumber diatas menegaskan bahwa aturan yang tidak mengikat ini dapat dikatakan norma sosial yang terbentuk dalam diri individu, dalam hal ini perajin batik Kampong Djadhoel menerapkan norma sebagai formalitas saja bukan suatu keharusan yang diwajibkan, mengikat dan mempunyai sanksi seperti jika para perajin ini tidak dapat mendatangi kegiatan perkumpulan mereka akan tetap membayar iuran dan sumbangan (bentuk formalitas), selain itu norma sosial yang terwujud juga dapat dilihat dari kebaikan seseorang yang tidak membedakan tindakan, perilaku yang dilakukan dalam setiap berhubungan dengan individu lain.

Hal ini didasarkan pendapat Coleman bahwa seseorang akan melakukan suatu tindakan berdasarkan suatu tujuan yang akan ia peroleh dimana tindakan tersebut harus berdasarkan nilai dan norma yang berlaku dalam suatu masyarakat, yang dimaksud disini yaitu sistem di paguyuban, tentunya pilihan yang telah ditetapkan oleh individu dalam bertindak tersebut mempunyai tujuan yang akan memerlukan optimalisasi (Coleman, 2011: 38). Keberadaan nilai dan norma yang dijunjung tinggi dalam sebuah struktur merupakan salah satu syarat terbentuknya modal sosial, dimana nilai dan norma mendatangkan konsekuensi pasti terhadap

arah dan tujuan bersama yang hendak dicapai. Oleh karena itu, pengungkahan nilai dan norma dalam struktur sosial haruslah berawal dari hubungan dekat yang tercipta dari adanya proses timbal balik yang intens.

Hasil penelitian lapangan menunjukkan bahwa terdapat orientasi yang sama antar elemen dalam struktur masyarakat Kampoeng Djadhoel terkait penjunjungan nilai dan norma yang telah disepakati. Hal ini terlihat jelas dalam hubungan antara pengurus paguyuban Sekar Kenanga dengan warga setempat sehingga menciptakan keharmonisan dalam interaksi sosial yang efektif. Misalnya dalam merekrut karyawan, pemilik showroom mengambil ibu rumah tangga yang mampu dipercaya guna mengurangi pengangguran di daerah setempat, yang kemudian adanya proses timbal balik yang seimbang dilakukan oleh warga tersebut untuk memberikan produk kerajinan dengan kualitas terbaik. Proses tersebut berkaitan dengan dorongan untuk mencapai kepentingan atau tujuan bersama. Pada prinsipnya proses tersebut juga membutuhkan adanya kedekatan hubungan antar elemen yang saling berinteraksi. Kedekatan hubungan memiliki konsekuensi yang jelas antar elemen dimana berpedoman pada penjunjungan nilai dan norma yang telah disepakati.

Jika hal tersebut dilakukan maka akan tercipta sebuah hubungan yang harmonis antar anggota paguyuban tanpa mengesampingkan tujuan bersama yang ingin dicapai. Pencapaian itulah yang hingga saat ini sudah dapat terealisasi dengan adanya beberapa showroom yang masih bertahan. Unsur nilai dan norma dalam modal sosial hanya berperan sebagai pengontrol dalam struktur. Selanjutnya perilaku dan tindakan elemen dalam struktur yang dapat menguatkan dan melonggarkan tatanan nilai dan norma. Keberadaan nilai dan norma menjadi kuat dalam mengatur tatanan struktur sosial jika dibarengi oleh terciptanya keharmonisan pada hubungan antar elemen.

Keberadaan nilai dan norma oleh James Coleman juga dijelaskan sebagai penangkal akan adanya pengaruh negatif yang dapat merusak tatanan struktur sosial, sebagai pengontrol elemen dalam struktur, nilai dan norma berada pada tingkat atas dalam mengatur segala tindakan elemen agar berpedoman terhadapnya (Coleman, 2009). Keintiman hubungan antara pengurus paguyuban Sekar Kenanga dengan warga setempat dalam hal ini merupakan salah satu pengaruh positif yang disebabkan oleh faktor internal struktur. Untuk memperkuat

tatanan nilai dan norma dalam struktur paguyuban dibutuhkan suatu cara dalam mengantisipasi keretakan hubungan melalui kedekatan secara personal.

## **B. Showroom Sebagai Wujud Keterkaitan Modal Sosial Perajin Batik**

Pada hal ini penulis ingin menjabarkan bagaimana modal sosial mampu membuat showroom bekerjasama dengan berbagai ranah, mulai dari ranah internal hingga sampai pada ranah eksternal. Adapun penjelasannya sebagai berikut:

### **1. Kerjasama Internal Showroom dengan Perajin Batik**

Pada kerjasama Showroom dengan perajin batik ini penulis akan menjabarkannya sesuai showroom yang penulis dapatkan di lokasi penelitian, adapun showroom tersebut meliputi:

#### **a. Showroom Batik Ngesti Pandowo**

*Showroom* Batik Ngesti Pandowo berdiri pada tahun 2011. Pemiliknya bernama Bapak Tri Utomo. Berdasarkan wawancara dengan beliau, alasan *Showroom* Batik Ngesti Pandowo didirikan yaitu atas dasar kepedulian Pak Tri pada industri kerajinan batik di kota Semarang yang pada saat itu sekitar tahun 2006 mulai berkurang peminatnya, serta tidak dapat bersaing sesuai perkembangan produk batik dari daerah lain. Para perajin hanya menggantungkan keuntungan pada pameran-pameran UMKM dengan pihak luar Kampong Djadhoel menjadi sarana pemasaran dan penjualan (Dewati & Rahdriawan, 2019). Hal tersebut diungkapkan Bapak Tri saat diwawancarai berikut ini penjelasannya:

“Saat itu hampir tidak ada perajin batik disini hampir stagnan, baru 2006 oleh bapak Walikota akhirnya diprakarsai untuk dibangkitkan lagi batik semarangan kita tumbuhkan lagi, caranya bagaimana jika perajin tidak ada, akhirnya dipanggilkan pelatih batik dari pekalongan, solo, jogja, kota-kota batik yang disitu ada tokoh-tokoh pegiat batik dan pelatih batik, akhirnya kita warga kota semarang, dengan adanya pelatihan ini tujuannya jika ada warga yang berminat, ingin belajar batik maka dipersilahkan dan difasilitasi oleh dinas kerajinan kota Semarang, PKK, koperasi, dll untuk meneruskan usaha warisan di kampong batik ini” (Utomo, 2022).

Setelah fase tersebut dilalui *Showroom* Batik Ngesti pandowo perlahan mulai memenuhi keinginan konsumen dengan menyediakan

kerajinan batik Pekalongan, Pesisiran, Solo, Pati, Cirebon serta lainnya. Adapun elemen modal sosial yang ditunjukkan oleh Pak Tri ketika diwawancarai mengenai kerjasama antara pemilik showroom dengan perajin batik di paguyuban Kampoeng Djadoel seperti berikut:

“Ya ada beberapa manfaat aktif mengikuti perkumpulan rt/rw, tentunya nanti akan mengetahui dia orang amanah atau tidak tergantung jika dia mampu diajak komitmen dalam kerja, dapat diberikan amanah tentu ya kita minat untuk kerjasama. Pedoman suatu bisnis ialah kepercayaan. Jika tidak saling percaya, maka tidak diharuskan berlanjut ke arah bisnis, cukup sebagai teman diskusi atau rekan biasa” (Wawancara T.U pada 28 Juni 2022)

Berdasarkan keterangan narasumber di atas, dapat diketahui bahwa Bapak Tri Utomo memiliki kriteria dalam pemilihan perajin batik paguyuban Kampoeng Djadhoel dengan pedoman mengenai kepercayaan dalam suatu bisnis sangatlah penting, karena jika tidak adanya rasa saling percaya antar satu dengan lainnya maka hubungan tersebut tidak memungkinkan dibawa ke arah bisnis. Seperti halnya antara showroom dengan perajin batik yang bernama Bayu Setyono, Eko Setyowati dan Soraya. Dengan kualitas yang dimiliki perajin tersebut membuat Showroom memiliki kepercayaan penuh terhadap mereka.

Gambar 11. Foto Dokumentasi wawancara dengan narasumber Bapak Tri Utomo (perajin batik sekaligus pemilik Showroom Batik Ngesti Pandowo)



Adapun pernyataan Coleman yang sesuai dengan kutipan wawancara narasumber bahwa kepercayaan menimbulkan konsekuensi logis yang tidak akan muncul secara spontan jika belum didukung dengan kondisi tertentu.



Penggunaannya tentu untuk dapat mengakses sumber daya yang telah tersedia secara optimal dalam sebuah jaringan (Field, 2010). Kepercayaan memegang peranan penting dalam memelihara jaringan hingga jangka waktu lama sampai tujuan yang diinginkan tercapai. Oleh sebab itu, dalam memilih karyawan juga perlu adanya kepercayaan yang tinggi sehingga nantinya dapat membentuk sebuah jaringan yang lebih luas kalangan perajin dan memberikan kemudahan akses, terutama dalam penyerapan tenaga kerja ataupun pencarian kesediaan bahan baku yang berkualitas.

#### b. Showroom Batik Temawon

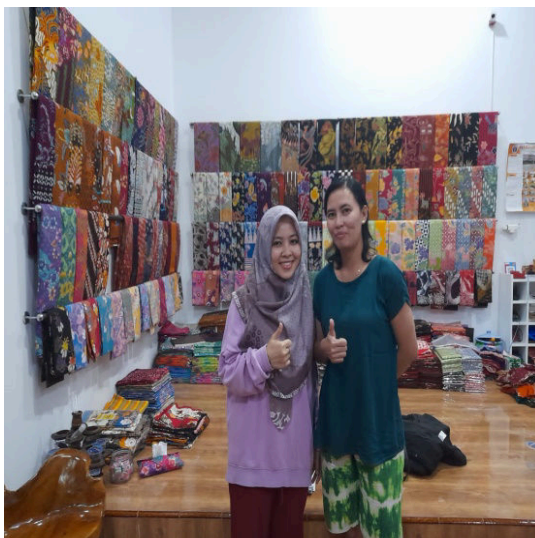
Motivasi ibu Oktavia dalam membuka usaha batik temawon yaitu perekonomian yang menurun pada saat itu sehingga penghasilan mereka tidak menentu, dengan mengikuti pelatihan membatik yang diadakan oleh pemerintah melalui Disperindag (Dinas perindustrian dan perdagangan) kota Semarang kemudian tahun 2013 ibu Oktavia membuka *Showroom* Batik Temawon dengan modal awal sebesar Rp 10.000.000,00.

Sebagai seorang perajin sekaligus pelaku usaha, kepercayaan dalam suatu hubungan menjadi sangat penting sebab akan menentukan keberlanjutan bisnis yang akan dikembangkan, hal tersebut menjadi dasar ia dalam mencari kriteria seseorang yang mampu menjadi kepercayaan. Berdasarkan wawancara dengan narasumber Ibu Oktavia berikut ini:

“Mengenal baik dari sifat, tingkah lakunya, perilaku dalam bertutur kata pada orang lain sopan tidak, apalagi semisal mau dijadikan karyawan kan sama saja seperti orang yang baru dikenal ya mbak walaupun dia berusaha akrab sama kita dan memang kita diharuskan merespon dengan baik tetapi kita kan juga tidak bisa langsung percaya begitu saja, untuk berjaga-jaga saja kita bisa tanyakan pada orang lain yang lebih kenal terlebih dahulu dengan dia, gimana karakternya dia” (Wawancara Oktavia pada 28 Juli 2022).

Menurut keterangan Ibu Oktavia (40) dalam menentukan kriteria perajin batik Kampoeng Djadhoel yang mampu dipercaya adalah dengan mengenali sifat dan perilakunya, kemudian kinerja yang dilakukan dan loyalitas tinggi yang ada pada setiap individu sehingga nantinya dapat menjadi perajin batik dengan kualitas individu yang tidak diragukan lagi.

Gambar 12. Foto Dokumentasi wawancara dengan narasumber Ibu Oktavia (perajin batik sekaligus pemilik Showroom Batik Temawon)



Dari hasil lapangan di atas dapat disimpulkan mengenai kepercayaan kepada orang lain terutama dalam hal perekrutan menjadi karyawan sudah sepatutnya harus mengenali karakternya terlebih dahulu karena nantinya akan dapat mengetahui bagaimana sistem kerjanya dan tingkah lakunya yang jujur, karena kita tidak dapat mempercayai seseorang begitu saja dalam hal membantu pengembangan bisnis usaha kedepannya yang lebih baik sehingga kepercayaan sangatlah krusial, hubungan bisnis perlu dilandasi sikap saling antar pemilik usaha dengan karyawannya.

Kepercayaan Ibu Oktavia kepada individu lain akan menemukan berbagai pertimbangan dengan melihat *track record* (tindakan, tingkah laku, perilaku orang tersebut, karakternya dan komunikasi sebelumnya dengan orang lain), jika kita sudah mengenalinya dalam beberapa waktu dan sudah cukup menilai karakternya, orang tersebut walaupun tetangga atau rekan dekat dengan kita *track record*-nya kurang baik dan tidak memungkinkan maka tidak seharusnya diberikan kepercayaan penuh hal pergaulan sehari-hari terutama bisnis.

c. Showroom Batik Arjuna

*Showroom* Batik Arjuna didirikan pada tahun 2014 dengan motivasi ibu Monika kecintaannya terhadap batik, pemilik *showroom* Batik Arjuna Ibu Monika menjadikan usaha batik ini sebagai mata pencaharian utama.

Berdasarkan keterangan wawancara yang diinformasikan oleh beliau, modal awal *Showroom* Batik Arjuna, sebesar Rp 15.000.000,00. Seiring berjalannya waktu sesuai permintaan pembeli maka jumlah modal yang diperlukan juga bertambah semakin banyak bahkan hingga Rp 25.000.000,00. Pencatatan dana yang masuk hasil penjualan dibuat dibuku sendiri sesuai barang yang laku terjual. Kepercayaan yang ditunjukkan oleh Bu Monika dalam mencari kriteria perajin yang mampu diajak kerjasama berdasarkan wawancaranya:

“Saya biasanya merekrut karyawan disini berdasarkan lamanya kenal dengan orang tersebut atau sudah mengenali kondisi keluarganya, misalnya kemarin ada anak yang sudah lulus SMA dan tidak melanjutkan ke perguruan tinggi, dengan melatih skill yang mereka punya selama beberapa minggu atau sampai benar-bener memiliki kemampuan membatik selanjutnya saya akan menjadikan dia karyawan di *Showroom* ini”

Berdasarkan hasil wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa kriteria perajin yang dipercayai oleh Bu Monika untuk dijadikan karyawan yaitu individu yang mempunyai kemauan yang tinggi dalam mengikuti pelatihan membatik, telaten dalam mempelajari ilmu yang diberikan oleh Ibu Monika, perekrutan karyawan pada remaja Kampoeng Djadhoel yang baru lulus SMA dikarenakan pada umur tersebut sudah memenuhi kriteria menjadi tenaga kerja dan masih produktif.

Gambar 13. Foto Dokumentasi wawancara dengan narasumber Ibu Monica (perajin batik sekaligus pemilik *Showroom* Batik Arjuna)



Selain itu norma yang ditunjukkan yaitu dengan melihat perilaku yang baik pada individu lain tanpa memilah-milah perilakunya, sikap dimana dalam berkomunikasi terdapat norma atau tata krama yang menjadi acuan dan dilakukan oleh pemilik showroom, diantaranya yang dikatakan oleh

narasumber yang semakin mengarahkan suatu tujuan secara sistematis, berikut penuturannya:

“Sudah sepatutnya kita tenggang rasa terhadap sesama, terutama yang berada di lingkungan kita, saat berdiskusi pun harus menghargai pendapatnya, tidak membeda-bedakan. Saling menyapa dengan tetangga, rekan ataupun orang yang kita kenal” (Wawancara Ibu Monika pada 13 Juli 2022).

Menurut keterangan penuturan narasumber di atas dapat disimpulkan bahwa dalam setiap interaksi sosial antar perajin batik ini dengan individu lainnya akan selalu mengutamakan nilai dan norma yang berlaku, tentunya prinsip tersebut diwujudkan dalam kehidupan sehari-hari, para perajin dan pengusaha batik senantiasa bersikap baik kepada siapapun termasuk tetangga ataupun beberapa orang yang melakukan penelitian di Kampong tersebut, saling menyapa dengan kerabat ataupun rekan bisnis pada waktu tertentu kebetulan bertemu di jalan, diharapkan semua perkataan ataupun sikap harus berpedoman sesuai tata krama yang tinggi, dengan saling menghormati, perkataan tidak menyingung perasaan orang lain, saling menghargai dan menyamaratakan kedudukan, hal positif tersebut dapat memberikan makna terhadap orang di sekitar kita.

Kerja sama merupakan salah satu elemen modal sosial yang dapat mendukung terjadinya pola interaksi yang dilakukan secara berulang baik dari pihak internal mau pun eksternal. Seperti halnya yang dipaparkan oleh Coleman bahwa trust atau rasa saling percaya menjadi kekuatan atau basisnya dalam mencapai tujuan bersama (Field, 2010). Rasa saling percaya akan memudahkan seseorang atau komunitas masyarakat dalam membangun kerjasama. Analisis Coleman tentang pilihan rasional menjadi faktor dalam menentukan hubungan kerjasama antara satu dengan yang lainnya. Jika terjadi kerjasama maka tidak serta merta kerjasama yang terbentuk berdasarkan kepentingan bersama, namun atas dasar kepentingan individu. Kerjasama tidak akan terbentuk jika tidak memiliki rasa saling percaya antar sesama dari berbagai pihak. *Trust* yang dibangun oleh masyarakat merupakan bagian dari energi pembangunan ekonomi dalam masyarakat Kampong Djadhoel.

Sama halnya *trust* merupakan bagian dari unsur modal sosial yang dapat dijadikan sumber kekuatan dalam mempertahankan keberlangsungan kehidupan masyarakat dalam kurun waktu jangka panjang. Jika adanya rasa saling percaya maka akan terbentuk komunikasi yang efektif antara aparatur desa serta stakeholder lainnya dengan warga mengenai pentingnya menjalankan program pemerintah dalam pelatihan membuat misalnya dengan mengikutsertakan partisipasi masyarakat dalam membangun ekonomi perajin yang berbasis kearifan lingkungan di Kampoeng Djadhoel Semarang.

## 2. Jaringan Eksternal Showroom dengan Pihak Luar Kampoeng Djadhoel

### a. *Showroom* Batik Ngesti Pandowo

Dalam proses pengembangan ekonomi perajin, jaringan menjadi hal yang sangat krusial dikarenakan adanya jaringan sosial dalam pengembangan ekonomi perajin dapat menjadi akses yang memungkinkan dalam proses pemasaran produk sehingga mampu bersaing dengan produk lainnya di Kota Semarang. Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Tri Utomo pada tanggal 31 Juni 2022 pada pukul 11.00 WIB di *Showroom* Batik Ngesti Pandowo menyatakan:

“Kendala yang paling sulit saat mencoba memulai usaha kerajinan batik ini yaitu terkait pemasarannya, dikarenakan yang menyukai dan membutuhkan kerajinan kan tidak semua orang ya mbak, makanya dari hal itu yang membuat saya sering mengikuti pameran-pameran kerajinan yang di adakan oleh pemerintah Kota Semarang maupun di luar kota Semarang, dari situlah produk saya mulai dikenal oleh masyarakat luas dan mulai dilirik oleh Pemerintah Kota Semarang, karena memiliki ciri khas dan keunikan yang berbeda dengan lainnya. Sehingga berawal dari hal tersebut menjadikan saya memiliki relasi rekan di lingkup pemerintah Kota Semarang yang membuat saya Alhamdulillah menjadi perwakilan Kota Semarang dalam acara pameran hasil kerajinan daerah Semarang di luar kota bahkan luar provinsi dan Alhamdulillah usaha saya berkembang pesat berkat sering mengikuti pameran-pameran diluar kota itulah, usaha tidak mengkhianati hasil mbak” (Wawancara T.U pada 31 Juni 2022)

Berdasarkan hasil wawancara di atas, adanya kerja sama merupakan salah satu elemen modal sosial yang dapat mendukung terjadinya pola interaksi yang dilakukan secara berulang baik dari pihak internal mau pun eksternal. Seperti halnya yang dipaparkan oleh Coleman bahwa *trust* atau rasa

saling percaya menjadi kekuatan atau basisnya dalam mencapai tujuan bersama (Field, 2010). Rasa saling percaya akan memudahkan seseorang atau komunitas masyarakat dalam membangun kerjasama. Analisis Coleman tentang pilihan rasional menjadi faktor dalam menentukan hubungan kerjasama antara satu dengan yang lainnya. Jika terjadi kerjasama maka tidak serta merta kerjasama yang terbentuk berdasarkan kepentingan bersama, namun atas dasar kepentingan individu.

Kerjasama tidak akan terbentuk jika tidak memiliki rasa saling percaya antar sesama dari berbagai pihak. *Trust* yang dibangun oleh masyarakat merupakan bagian dari energi pengembangan ekonomi masyarakat di Kampoeng Djadhoel Semarang. Sama halnya *trust* merupakan bagian dari unsur modal sosial yang dapat dijadikan sumber kekuatan dalam mempertahankan keberlangsungan hidup masyarakat dalam kurun waktu jangka panjang. Jika adanya rasa saling percaya maka akan terbentuk komunikasi yang efektif antara aparat desa serta stakeholder lainnya dengan warga mengenai pentingnya menjalankan program pemerintah dengan mengikutsertakan partisipasi masyarakat dalam mengembangkan ekonomi masyarakat dengan potensi yang dimiliki oleh perajin batik di Kampoeng Djadhoel itu sendiri.

Gambar 14. (Pelatihan membatik massal 100 Meter yang didukung oleh pihak BUMN dan PLN).



Dari keterangan narasumber dan gambar di atas menunjukkan bahwa pengaruh jaringan dalam pemasaran produk perajin sangat besar karena memungkinkan memberikan jalan akses yang memadai dan memudahkan

memperkenalkan hasil beberapa produksi kerajinan dan ciri khas yang dimiliki oleh masing-masing *Showroom* batik, yang paling penting yaitu tekad kuat dalam mengembangkan usahanya seperti pernyataan bapak Tri yang seringkali mengikuti beberapa pameran kerajinan maka yang awalnya mempunyai kendala terkait pemasarannya, Jaringan dan yang terjadi membuat showroom Batik Nesti Pandowo saat ini mulai dikenal oleh masyarakat luas dan memiliki kerjasama yang lumayan intens dengan Pemerintah Kota Semarang.

b. *Showroom* Batik Temawon

Showroom Batik Temawon yang dikelola oleh ibu Oktavia memiliki jaringan yang unik dalam mempertakankan eksistensinya. Berbagai kendala dapat diatasi karena adanya jaringan tersebut, seperti halnya saat belum terkelolanya IPAL (Instalasi Pengolahan Air Limbah) untuk produksi yang efektif, mereka menjalin kerja sama dengan perajin luar yang mampu dipercaya seperti pekalongan dan solo sehingga masalah IPAL tersebut tidak terlalu signifikan pada proses pembuatan batik terutama yang berskala besar.

Selanjutnya Ibu Oktavia dengan kemahirannya pada ranah jaringan membuat *skill* dalam pembuatan corak batik tersalurkan, berbagai corak batik pun dapat diserahkan kepada perajin di pekalongan guna menjadi inspirasi dalam pembuatan ciri khas batik yang menarik dan tidak monoton. Menurut keterangan narasumber, untuk pengambilan pekerja yang ada diluar Kampoeng Djadoel juga memiliki kriteria khusus, seperti halnya kerja sama dengan perajin perorangan yang ada di Pekalongan. Dimana ibu oktavia memiliki kriteria seperti adanya percobaan dalam skill yang dimiliki oleh perajin, transparansi dalam komunikasi, fleksibel dalam menerima kritikan serta aktif dalam pengembangan inovasi baru. Hal tersebut dapat dibuktikan pada wawancara penulis dengan narasumber yakni ibu Oktavia yang mengatakan:

“Saya dan suami ke pekalongan itu ingin mendapatkan perajin yang kompeten. Saya pergi ke tempat orang yang saya percaya yakni keluarga yang ada disana untuk bertanya perihal mencari pembatik yang dianggap memiliki skill yang bagus. Setelah itu, rekomendasi dari keluarga akan saya survei bersama suami agar mengetahui bagaimana kondisi lapangan sebenarnya.” ”(Keterangan Ibu Oktavia pada 25 Juli 2022).

Ditinjau dari keterangan diatas, terlihatlah bagaimana kinerja sebuah jaringan mampu menjadi penting dalam sebuah usaha, Seperti halnya jaringan yang dimiliki ibu Oktavia dan suami di Pekalongan berupa kekerabatan. Hal tersebut memberikan kemudahan ibu Oktavia dalam memilih perajin batik yang kompeten di wilayah tersebut. Tidak hanya itu, jaringan yang dimiliki Showroom Batik Temawon juga sampai pada ranah desainer-desainer kota, seperti halnya kerjasama dengan Sani Setiawan dan Nasrul Arif selaku desainer di Grand Tourism Kota Semarang. Adanya desainer tersebut membuat batik di showroom tersebut mampu menembus berbagai pagelaran fashion show yang ada diberbagai kota di Jawa Tengah. Misalnya batik Temawon mampu memasukan corak batik mereka pada pagelaran fashion show yang bertemakan Hari Batik Nasional yang ada di Kota Lama Semarang.

Gambar 15. Dokumentasi Kerjasama Dengan Desainer Kota Semarang



Dengan adanya kerjasama tersebut tentunya menambah omset yang dihasilkan oleh Ibu Oktavia, yang biasanya perbulan mendapatkan kurang lebih Rp 35.000,00 - 50.000.000,00 per bulan, bisa meningkat hingga Rp 150.000.000,00 perbulan dikarenakan banyaknya barang yang terjual habis dengan berbagai corak, menurut keterangan narasumber:

“ya Alhamdulillah mbak, sejak membuka usaha batik ini menjadikan saya memilikin relasi yang baik dengan designer-designer terkenal karena mengikuti beberapa pameran juga kemudian mereka sering ke showroom dan tertarik dengan batik-batik saya sehingga dapat menambah omset terutama sat mereka pesan relatif banyak sangat



mencukupi kebutuhan keluarga dan pengembangan usaha batik ini” (Wawancara Ibu Oktavia pada 24 September 2022).

Berdasarkan keterangan dari wawancara narasumber di atas dapat diketahui bahwa adanya relasi yang luas dengan pihak luar memberikan keuntungan yang sangat pesat bagi pengembangan usaha batik dan ekonomi para pelaku usaha tersebut. Seiring berjalannya waktu, karena minat pembeli dan tamu semakin banyak, ditambah juga penjualan melalui media sosial, maka inisiatif itupun muncul agar tidak hanya menjual batik semarangan namun ada pula berbagai batik Pekalongan atau Solo, dengan macam-macam model seperti daster, baju seragaman, tas-tas maupun gamis, jadi mengikuti permintaan customer dan pemilik Showroom sebagai penyedia saja, hal tersebut juga menunjukkan adanya interaksi antar penjual dan pembeli yang termasuk dalam pilar modal sosial yaitu jaringan sehingga apabila pelaku usaha memenuhi tingkat permintaan pembeli nantinya akan menjadi langganan dan mempromosikan produk Showroom Batik Temawon kepada teman-temannya dari mulut ke mulut, hal tersebut diharapkan menjadikan adanya jaringan yang luas.

c. *Showroom* Batik Arjuna

Pada *Showroom* Batik Arjuna yang dikelola oleh Ibu Monika menunjukkan pentingnya elemen modal sosial yang berupa jaringan bagi pemenuhan pengembangan ekonomi di *Showroom* Batik Arjuna. Hal tersebut ditunjukkan dengan pengenalan produk batik yang dilakukan setiap tahunnya yakni dengan mengadakan beberapa pelatihan pembuatan batik bagi semua kalangan, terutama untuk anak-anak sekolah dan perguruan tinggi yang memiliki minat belajar serta mengembangkan potensi seni yang ada dalam diri mereka. di mana yang berdatangan tidak hanya dari sekolah di Kabupaten Semarang saja, melainkan juga berasal dari berbagai kota di Jawa Tengah.

Hal tersebut tentunya sebagai sarana agar lebih memperkenalkan produksi batiknya, dan warga setempat berhadap pihak pemerintah mendukung dalam menjalankan program secara bersinambungan sehingga regulasi dan ikatan jaringan yang telah terbentuk berjalan semakin berkembang menuju arah yang lebih baik. Perlu digaris bawahi antara warga Kampoeng Djadhoel dan lembaga yang terkait harus saling berkaitan

mendukung satu sama lain sehingga Kampoeng Djadhoel namanya semakin jaya dikenal masyarakat luas. Pada intinya peran instansi yang terkait sudah bekerja keras demi kemajuan Kampoeng Djadhoel tentunya akan tidak bermanfaat jika warga setempat tidak merespon dengan baik dan bukti nyata perwujudan modal sosial didalamnya untuk kemajuan Kampoeng Djadhoel begitupun sebaliknya (Nugraha, 2021).

Gambar 16. Foto Pelatihan Membatik di Museum Ronggowarsito yang diikuti oleh siswa-siswi SMAN 11



Seperti yang diterangkan oleh Ibu Monika:

“Saya selalu membuka pelatihan-pelatihan sekali setiap tahunnya dan mayoritas anak sekolah yang seringkali mengikuti agenda pelatihan di *Showroom* saya terkadang juga diadakan di luar Kampoeng ini seperti kemarin tanggal 16 September diadakan di Museum Ronggowarsito. Hal tersebut sebagai dukungan saya pula terhadap anak-anak muda generasi saat ini agar saya dapat mengenalkan budaya batik ke mereka, dan sebagai dukungan pihak sekolah juga mengisi kegiatan ekstrakurikuler kesenian yang memotivasi mereka dalam mengembangkan daya kreativitas terutama terkait hal kerajinan tentunya akan bermanfaat untuk mereka kedepannya. Biasanya pelatihan tersebut dihadiri oleh kurang lebih 30 hingga 65 siswa. Saat pandemi 2020 tahun lalu yang mengikuti terbatas. Pemerintah daerah Semarang juga secara rutinitas mengadakan pembinaan dan pelatihan bagi warga Semarang yang berminat belajar membatik terutama para perajin batik di Kampoeng Djadhoel yang ingin memiliki *skill* mumpuni dan pelatihan tersebut diselenggarakan di Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Semarang.” Wawancara dengan Ibu Monika pada 30 Juli (Suprihatin, 2022)

Selain kerjasama dengan lembaga pendidikan, batik Arjuna juga memiliki jaringan sampai ranah Museum Rekor Indonesia (MURI). Hal tersebut terlihat pada seringnya anggota Museum Rekor Indonesia (MURI) berkunjung serta membeli berbagai corak batik yang dimiliki oleh showroom tersebut. Sehingga kualitas dari batik tersebut semakin terjamin dikalangan masyarakat menengah keatas.

Gambar 17. Kunjungan dari Pihak Rekor Muri Indonesia



Dengan adanya kerja sama tersebut memberikan keuntungan bagi usaha batik yang dikelola oleh Bu Monika. Berdasarkan data yang penulis peroleh, diketahui bahwa penghasilan perbulannya dapat mencapai Rp. 50.000.000,- hingga Rp. 70.000.000,- . Omset yang diterima oleh usaha tiap bulan tidak selalu konstan, namun bisa mengalami peningkatan dan mengalami penurunan. Omset yang diterima cenderung menurun ketika toko sepi pada saat tahun ajaran baru masuk sekolah, di mana orang-orang akan lebih banyak membeli seragam sekolah daripada batik. Sementara itu, penghasilan akan meningkat ketika adanya kunjungan dari luar seperti anggota Pengadilan Tinggi Palembang, Pihak Dinas Koperasi & UKM Kabupaten Tulang Bawang, serta beberapa kunjungan lainnya. Diketahui bahwa jika ada kunjungan dari luar penghasilan tersebut dapat mengalami peningkatan mencapai Rp. 80.000.000,- hingga Rp. 185.000.000,-

Omset yang diterima oleh usaha tiap bulan tidak selalu konstan, namun bisa mengalami peningkatan dan mengalami penurunan. Omset yang diterima cenderung menurun ketika toko sepi pada saat tahun ajaran baru masuk sekolah, di mana orang-orang akan lebih banyak membeli seragam sekolah daripada batik.

Agar omset yang diterima lebih besar setiap bulan, para pelaku usaha memiliki cara tersendiri, cara yang paling umum dilakukan adalah mencari untung yang lebih dari penjualan batik tulis. Hal ini dilakukan karena proses produksi batik tulis lebih memakan waktu yang lama serta memungkinkan untuk membuat motif *request* dari konsumen.

Elemen pembentuk pilar modal sosial dalam James Coleman dengan adanya jaringan informasi yang terbuka terutama dengan pihak luar maupun dalam struktur sosial akan memudahkan aktor dalam mencapai tujuannya. Berdasarkan data di lapangan, menunjukkan bahwa perajin batik memiliki jaringan informasi yang luas sebagai bagian penting dalam misi pengembangan ekonomi perajin, khususnya di masyarakat Kampoeng Djadhoel sendiri. Jaringan informasi sangat dibutuhkan sebagai instrumen dalam pengambilan tindakan tertentu. Tanpa adanya jaringan informasi, cenderung akan kesulitan dalam menentukan tindakan selanjutnya yang sangat berpengaruh pada tujuan utama yang ingin dicapai.

Modal sosial berpengaruh pada relasi hubungan antar elemen dalam struktur paguyuban perajin batik Sekar Kenanga terlihat jalinan hubungan yang intens antara pengurus dengan beberapa tokoh pemerintah. Pengurus paguyuban telah menyadari bahwa memiliki hubungan dengan pihak-pihak tertentu yang dapat memberikan manfaat positif bagi tujuan yang ingin mereka capai. Pada industri batik Kampoeng Djadhoel, jaringan mampu memudahkan dalam mengakses sumber daya baik sumber daya manusia (tenaga kerja), sumber daya alam (bahan baku), maupun sumber finansial (keuangan) yang biasanya dapat diperoleh melalui mitra usaha. Keterkaitannya dalam pengaksesan bahan baku, jaringan sangatlah membantu pemasok agar memperoleh bahan baku dari tempatnya langsung. Disebabkan adanya sistem penghubung yang memungkinkan guna mempermudah individu dalam mengakses apa yang diperlukan (Ananda, 2016).

Berdasarkan hasil pengumpulan data di lapangan diketahui bahwa tiga elemen pembentuk pilar modal sosial menurut James Coleman sangat berperan dalam pengembangan ekonomi perajin, khususnya di dalam struktur Paguyuban Sekar Kenanga di Kampoeng Djadhoel Semarang. Hal ini dikarenakan antar

elemen dalam struktur tersebut masih konsisten dalam menerapkan keberlangsungan koordinasi, komunikasi, kerjasama, serta bertukar informasi, mengetahui kekurangan dan kelebihan, masukan dari warga atau saran yang dapat menjadi acuan dalam menjalankan program. Sehingga dapat terlihat adanya hasil dari terbentuknya elemen modal sosial James Coleman di kalangan Perajin batik Kampoeng Djadhoel meliputi beberapa aspek yang mencakup :

**a. Kepemimpinan.**

Dalam mengelola agar karyawan dapat menyelesaikan pesanan batik dengan baik dan tepat waktu. Karyawan yang bekerja sudah paham dan tahu tanggung jawab mereka masing-masing walaupun tidak pernah ada *job description*. Selama ini, karyawan tidak pernah ada masalah yang berarti yang dapat menghambat kinerja. Karena pemilik usaha berupaya memberikan hak mereka dan memberikan motivasi yang lebih agar mereka mampu mandiri dikemudian hari. Dari hasil pengamatan dapat dilihat bahwa peran seorang pemimpin usaha kerajinan batik di Kampoeng Djadhoel sangat berpengaruh terhadap peningkatan kinerja pegawai dan efektifitas kerja pegawai. Kepemimpinan pemilik usaha batik dapat dilihat dengan ketegasan yang dibuat pemilik usaha dalam mengontrol barang yang dikerjakan.

**b. Solidaritas.**

Rasa solidarisme menyangkut hubungan antara perajin dengan sesama perajin dan juga dengan karyawannya. Solidaritas dalam usaha kerajinan batik di Kampoeng Djadhoel sangat tinggi. Mereka memahami tentang rasa persatuan dan berjalan bersama dengan saling menguntungkan. Mereka memanfaatkan kedekatan hubungan kekerabatan dan pertemanan untuk membangun solidaritas ini. Hubungan kekerabatan, rasa memiliki, rasa kesetiaan atau loyalitas yang sangat tinggi, sifat rajin, dan hasrat bekerja keras ditanamkan pemilik usaha kepada karyawannya. Ini dilakukan dengan membangun kedekatan secara emosional dengan karyawannya. Karyawan diperlakukan sebagai seorang keluarga, karena mereka sehari-hari berada di rumah mereka, berkomunikasi secara rutin dan kontinuitas. Hal ini menimbulkan rasa kebersamaan dan solidaritas yang tinggi dalam usaha kerajinan rumahan ini, menciptakan suasana satu tim kerja yang solid sebagai satu tim kerja. Karyawan dan pemilik usaha melakukan pendekatan dalam pekerjaan dengan membuat keputusan-keputusan yang akan

membawa kesatuan tujuan bersama. Kesatuan tujuan inilah yang membawa kerja sama yang baik demi mencapai keberhasilan usaha mereka.

### **c. Gotong Royong.**

Berdasarkan hasil penelitian penulis, ditemukan adanya sikap gotong royong yang terlihat di Kampong Djadhoel, budaya gotong royong tersebut lama-kelamaan terjadilah transfer pengetahuan dalam kerajinan batik ke tetangga dan kerabat yang pada awalnya hanya membantu pekerjaan di industri ini. Ketika permintaan produk kerajinan semakin tinggi, maka mereka yang semula hanya membantu secara gotong-royong dengan imbalan sekedarnya dari para pemilik usaha tersebut kemudian mulai mendirikan usaha-usaha pembuatan kerajinan batik. Gotong royong di kalangan perajin Kampong Djadhoel mulai bergeser ke kepentingan ekonomi namun tidak melupakan konsep dasarnya. Gotong royong dilakukan dengan kekompakkan dalam meramaikan kegiatan pameran yang beberapa kali di adakan di Kampong tersebut. Selain itu, biasanya pemilik usaha menawarkan pekerjaan yang tidak dapat mereka cukupi kepada tetangga mereka yang sedang sepi pesanan dengan kualitas pekerjaan yang dipantau oleh pemilik pesanan. Kondisi saling menguntungkan ini menjadikan kekerabatan diantara mereka menjadi kuat.

### **d. Transfer Ilmu.**

Proses transfer ilmu dilakukan diantaranya dengan sosialisasi model pesanan barang yang datang. Mereka menjelaskan kepada karyawan spesifikasi dan bentuk batik yang diinginkan pemesan. Selain dari proses pemesanan barang, transfer ilmu juga terjadi pada proses pelatihan karyawan baru. Pada dasarnya, karyawan baru telah mengetahui dasar-dasar pembuatan batik yang bagus kualitasnya. Karena karyawan baru ini pada umumnya datang dari tetangga atau kerabat dari pemilik usaha ini yang tinggal tidak jauh dari sentra kerajinan batik. Transfer ilmu menjadi semakin efektif saat karyawan telah mampu menyesuaikan diri dengan lingkungan baru dimana dia bekerja.

### **e. Komunikasi.**

Metode komunikasi yang paling sering digunakan perajin untuk menyampaikan kepada karyawannya adalah dengan pesan lisan, sementara untuk metode tulisan dan gambar masih jarang digunakan. Metode tulisan dan gambar biasanya digunakan saat mereka memodifikasi sebuah model tas, hal ini juga

jarang dilakukan. Mengingat budaya tulisan yang memang tidak menjadi budaya akar dari perajin. Mereka lebih senang menggunakan perintah lisan, lebih mudah disampaikan dan mereka juga menganggap karyawan paham dengan apa yang disampaikannya.

Perajin memberikan kepercayaan penuh untuk mengelola usahanya kepada karyawan yang sudah memiliki kredibilitas tinggi guna meningkatkan produksi dan memperluas usahanya, karyawan dilibatkan dalam pemilihan bahan baku, pembuatan desain batik, hingga pemasaran hasil produksi yang bertujuan karyawan merasa diberikan kepercayaan oleh perajin demi terciptanya kerjasama yang baik antara perajin dan karyawan dalam mengembangkan *Showroom* batik. Adapun dalam berlangganan bahan baku sebagai proses membangun komunikasi kepada perajin luar Kampong Djadhoel sebagai pemasok langganan dengan berbagai pertimbangan dari segi harga yang terjangkau; lokasi yang memungkinkan dicapai; ataupun sebaliknya pelayanan terbaik dari pemasok langganan terhadap pemilik usaha, seperti pengantaran barang ke *Showroom*.

Hubungan tersebut ditunjukkan misalnya perajin Pekalongan ataupun Solo meminta pembayaran diawal dalam transaksi pembuatan batik, hal tersebut mencerminkan kepercayaan dalam perolehan modal dan bahan baku. Pembayaran batik diawal juga mempunyai keuntungan tersendiri bagi pemilik usaha yaitu dapat memenuhi permintaan pasar, pembayaran tersebut sesuai kesepakatan kedua pihak. Hal tersebut selaras dengan pernyataan Coleman terkait susunan modal sosial yang terbentuk didasarkan harapan yang ditunjukkan dengan sikap kerjasama antar individu yang mengarahkan adanya ketergantungan dalam memberikan keuntungan (Coleman, 2009).

**BAB V**  
**PERAN MODAL SOSIAL DALAM PENGEMBANGAN EKONOMI**  
**PERAJIN DAN PENGUSAHA**

**A. Modal Sosial dalam Pengembangan Ekonomi Perajin Batik**

Pada pengembangan ekonomi perajin batik memiliki orientasi yang akan berkembang dan mengerucut pada arah pemberdayaan dan penyediaan bahan baku, permodalan produksi serta pemasaran oleh sebab itu penting bagi penulis untuk mengkaji lebih dalam tentang proses pengembangan produksi dan pemasaran adalah sebagai berikut :

1. Pengembangan Perajin Batik Pada Ranah Pemberdayaan

Pada Kampong Djadhoel pemberdayaan perajin diawali pada tahun 2006 dimana pada saat itu dipelopori oleh Dekranasda (Dewan Kerajinan Nasional Daerah) dan Disperindag (Dinas Perindustrian dan Perdagangan) Kota Semarang. Keduanya memprakarsai adanya pelatihan industri batik yang diikuti oleh perajin batik sebanyak kurang lebih 20 Peserta, dan pada tahun 2012 kebanyakan perajin mampu mempopulerkan kembali batik Semarang dan secara berkelanjutan dapat memproduksi batik serta memasarkannya ke luar Kota Semarang. Untuk saat ini kegiatan pelatihan masih aktif diselenggarakan oleh Dinas Koperasi, UMKM, BUMN dan Dinas Ketenagakerjaan (Dewati & Rahdriawan, 2019).

Dalam pelatihan itu para perajin diberikan kesempatan belajar dan dibekali dengan pengetahuan pembatikan misalnya dalam penggunaan bahan pewarna, teknik membatik, penggunaan teknologi komunikasi dan informasi guna sebagai media pemasaran serta manajemen pembukuan usaha. Pemberian pelatihan juga bertujuan agar mendapatkan pengalaman kerja dan meningkatkan keahliannya dalam bekerja. Diharapkan strategi tersebut dapat disesuaikan dengan potensi sumber daya manusia, sehingga mampu membentuk karyawan yang berkualitas sesuai kedisiplinan kerja, kecakapan kerja, dan keterampilan usahanya.

Pada wawancara yang dilakukan oleh penulis, mengenai pemberdayaan perajin disebutkan bahwa pelatihan yang diselenggarakan oleh Pemerintah Kota Semarang sudah cukup baik, hal tersebut dikarenakan pemerintah berkomitmen mengadakan pelatihan agar meningkatkan kualitas batik yang dihasilkan. Hal



tersebut terlihat pada wawancara penulis dengan narasumber yang bernama Pak Tri mengatakan:

“Pada tahun 2006 oleh bapak Walikota akhirnya diprakarsai untuk dibangkitkan lagi batik semarangan kita tumbuhkan lagi, caranya bagaimana jika perajin tidak ada, akhirnya dipanggilkan pelatih batik dari pekalongan, solo, jogja.” (Utomo, 2022).

Berdasarkan keterangan diatas, terlihatlah modal sosial diantara masyarakat dengan pemerintah melalui Dinas Ketenagakerjaan sehingga mereka mampu mendapatkan pelatihan-pelatihan yang dapat meningkatkan potensi dan digunakan untuk memenuhi kebutuhan inovasi, hal tersebut menunjukkan bahwa unsur modal sosial berupa interaksi berkelanjutan mampu menimbulkan peluang dalam pengembangan usaha batik. Pada dasarnya mereka melakukan aktivitas inovasi membatik bersama apabila mereka menemukan masalah dalam memproduksi batik. Sebagai halnya, perajin batik yang bernama Ibu Suharti yang melakukan aktivitas mencari pengetahuan terkait pendesainan motif batik kontemporer yang diminta oleh pelanggan. Ia mempelajari teknik desain grafis berbasis komputer untuk menggambarkan motif batik, dan ia pun berdiskusi dengan rekannya sesama perajin agar motif yang dihasilkan sesuai keinginan pembeli, tentunya membutuhkan ketekunan dan mengandalkan kreativitas tinggi.

Adapun unsur yang terbentuk berupa nilai dan komitmen para perajin batik tunjukkan dengan pengembangan perilaku terbuka, mengutamakan kualitas produk, sistem kekeluargaan, kewirausahaan, penerimaan kritik dan ketepatan waktu dalam pengerjaan pesanan. Mereka menganggap nilai-nilai dan komitmen tersebut sangat penting untuk pengembangan berkelanjutan perusahaan mereka. Seperti yang diungkapkan oleh seorang narasumber bernama Ibu Suharti:

“Kualitas suatu produk yang menarik konsumen menjadi prioritas baik dalam ranah penggunaan bahan pewarna, desain, maupun jaminan untuk produk yang telah dibeli oleh konsumen.”(Wawancara dengan Ibu Suharti pada 20 Agustus 2022).

Hal senada dijelaskan oleh pernyataan Ibu Murni:

“Saya biasanya mencari dulu motif yang diinginkan konsumen, atau dengan melihat *trends* batik kekinan yang masih berkembang, dan saya biasanya sharing sama teman sesama pembatik agar hasil yang kita jual nanti dapat memuaskan konsumen” .”(Wawancara dengan Ibu Murni pada 20 Agustus 2022).

Penjelasan di atas menerangkan bahwa kenyamanan pembeli tergantung pada kualitas yang diberikan oleh perajin, karena pada dasarnya pembeli akan menilai hasil batik yang ditawarkan oleh perajin. Tentunya hal tersebut berpengaruh terhadap peningkatan dalam penjualan batik yang dihasilkan oleh perajin, dimana mereka harus mengutamakan permintaan pembeli agar terciptanya nilai kepercayaan pembeli terhadap kualitas produk perajin Kampoeng Djadhoel, maka nantinya akan menjadi pelanggan tetap dan adanya sikap komitmen perajin dalam menunjukkan sikap keterbukaan kepada pembeli patut dipertahankan seperti halnya dalam menjelaskan kekurangan atau kelebihan produk yang mempengaruhi pemberian harga produk sehingga nantinya tidak ada kekecewaan konsumen setelah membeli batiknya. Hal tersebut sesuai dengan pernyataan Coleman bahwa nilai dan komitmen individu yang tetap dipertahankan sangat berpengaruh terhadap hasil yang akan diperoleh nantinya terhadap pengembangan usaha individu tersebut (Dwiningrum, 2014).

Kemudian adanya dimensi kepercayaan antar perajin ditunjukkan dengan sikap perajin tidak jauh berbeda dalam membangun kepercayaan terhadap sesama anggota paguyuban (perajin) yakni mengutamakan sikap kejujuran, kualitas produk, pengalaman dalam bertransaksi yang baik, motif yang khas, dan pembagian tugas kerja yang baik. Seperti halnya yang dinyatakan oleh Ibu Cristin:

“Saya kerjakan pesanan batik setepat mungkin sesuai pesanan konsumen misalkan menginginkan corak batik Banyumas ataupun batik Solo maka saya pelajari dulu seperti apa bentuknya”.

Berdasarkan wawancara di atas dapat diketahui bahwa adanya sikap kinerja yang baik dalam memenuhi keinginan konsumen dengan kualitas yang baik akan menumbuhkan kepercayaan yang baik. Maka akan terbentuk kepercayaan sesama pekerja pada masing-masing Showroom batik pun dikembangkan, misalnya pada Batik Temawon, kepercayaan terhadap perajin maupun karyawan diwujudkan dalam bentuk pembagian tugas sesuai dengan ketentuan pekerjaan yang telah disepakati.

Hal yang sama terjadi pada perajin showroom Batik Handayani dan Figa, kepercayaan antar pekerja dibangun dengan kerjasama dan pembagian kerja dalam menghasilkan sebuah produk misalnya dalam menghasilkan sebuah kain

batik tulis setidaknya akan melibatkan 4–5 orang anggota paguyuban dengan pembagian tugas dan tanggung jawab masing-masing. Selain itu, bagi perajin batik Handayani dan Figa membina kepercayaan antar anggota paguyuban batik Sekar Kenanga-pun dilakukan melalui forum koordinasi rutin per bulan dan hubungan informal sehari-hari. Hal ini dikuatkan oleh ketua paguyuban Bapak Eko Haryanto bahwa:

“...antar perajin di sini terbuka saja, paguyuban dibentuk kan untuk sarana musyawarah aspirasi semua anggota, pengelolaannya oleh pengurus dari perwakilan kelompok perajin, masing-masing dua wakil. Ada pertemuan rutin. Sebulan sekali, biasanya bahas rencana paguyuban dan arisan. Ini seperti ingin merekrut pekerja yang *standby* di sini, kalau pengurus sendiri kan lumayan repot, di sini sudah saling kenal, biasa tanya-tanya antar perajin kalau ada masalah...” (Wawancara pak Eko pada 22 Juli 2022)

Adapun jaringan yang terbentuk di kalangan perajin batik Kampoeng Djadhoel terdiri dari jaringan informal dan jaringan formal. Jaringan Informal yang berkembang yaitu jaringan kekeluargaan. Dasar pembentukan jaringan sosial diantara mereka adalah adanya keakraban, solidaritas, integrasi dan kepercayaan yang ada di antara mereka yang terbentuk melalui interaksi sosial diantara mereka. Dimana usaha yang ada di Kampoeng Djadhoel ini diwariskan turun temurun oleh keluarga mereka. Jaringan kekerabatan dimanfaatkan perajin sebagai metode penyerapan tenaga kerja, penyaluran produk, dan membantu proses produksi. Mereka mendapatkan tenaga dari para saudara mereka atau orang yang telah mereka kenal dengan dekat, mereka tidak pernah mempekerjakan orang yang baru mereka kenal. Terutama bagi anggota keluarganya sendiri yang membutuhkan pekerjaan. Hal ini dipengaruhi oleh ikatan kekerabatan yang menghasilkan ikatan yang lebih kuat antara pemilik usaha dengan para karyawannya yang berasal dari keluarganya sendiri.

Sedangkan Jaringan formal yang berkembang di kalangan perajin batik ditandai oleh keakraban dan prinsip saling tolong menolong. Untuk memperkuat kerja sama diantara mereka maka dibentuklah suatu paguyuban yang mewadahi kerjasama tersebut. Jaringan yang terbentuk dikalangan perajin batik Sekar Kenanga Kampoeng Djadhoel ditujukan untuk kerja sama ekonomi yang menguntungkan semua pihak yang menjadi anggotanya. Mereka membangun jaringan yang lebih luas dalam pemasaran produk yang dihasilkan oleh

anggotanya. Jaringan yang dimiliki paguyuban tersebut berupa pemasaran produk hingga keluar daerah dan dapat menembus perusahaan besar.

## 2. Pengembangan Perajin Batik Pada Ranah Penyediaan Bahan Baku dan Permodalan

Peran pemerintah dalam membantu permodalan dilakukan oleh Dinas Koperasi dan UMKM Kota Semarang bersama mitra BUMN. Dalam bantuan permodalan yang dilakukan oleh Dinas Koperasi dan UMKM, bekerjasama dengan bank dan koperasi yang ditunjuk yaitu Koperasi Sekar Arum. Menurut Perajin dalam permodalan perajin lebih diuntungkan dengan bantuan dari Mitra BUMN, karena bunganya yang minim sebesar 6% pertahun selain itu perajin lebih diperhatikan (Keterangan bapak Eko Haryanto pada 20 September 2022). Adanya dimensi jejaring usaha baik secara internal maupun eksternal ditunjukkan antara sesama perajin seperti pada usaha Batik Handayani dan Batik Figa atau sesama pekerja seperti pada perajin batik Arjuna, jejaring internal ketiganya terjadi secara alamiah melalui proses interaksi sosial yang dilandasi dengan nilai kebersamaan dan kekeluargaan. Sedangkan jejaring eksternal terbentuk karena ketiganya memiliki kesamaan dengan adanya kerjasama terhadap pihak pemerintah khususnya dinas Perindustrian, Perdagangan, dan UKM setempat.

Namun untuk jejaring dengan pihak yang terkait langsung usaha batik misal toko penjual batik, pelanggan, pemasok bahan baku batik, pelaku wisata dan pemberi modal, masing-masing perajin batik membina dan memiliki jejaring dengan cara sendiri-sendiri. Misalnya, perajin batik Pak Tri memiliki pelanggan sendiri yaitu toko-toko penjual bahan baku batik yang sudah lama menjalin hubungan bisnis di wilayah Malioboro. Seperti keterangan beliau:

“Saya sudah memiliki langganan bahan baku tetap mbak, di daerah Yogyakarta yang mana toko tersebut memiliki kualitas bahan sesuai dengan keinginan pelanggan jadi saya memang sudah lama menjalin kerjasama dengan pihak mereka”(Wawancara Pak Tri pada 20 Juli 2022).

Hal senada diungkapkan pula oleh Pak Luwiyanto:

“Terkait bahan baku saya menjalin kerjasama dengan orang yang sudah saya kenal lama dulunya teman SMA dan sekarang ia membuka usaha penyediaan bahan baku industri rumahan sudah memesan beberapa kali dan percaya kualitasnya sangat bagus, dia saat ini di Samarinda”

Berdasarkan keterangan diatas, maka dapat terlihat adanya aspek modal sosial berupa kerjasama yang baik antar perajin yang memiliki langganan toko penjual batik di Samarinda yang sudah lama terjalin. Untuk dapat menjalankan usahanya dalam memproduksi batik, aktor harus dapat memiliki sumber daya, dimana sumber daya ini tersedia secara terbuka sehingga aktor dapat dengan mudah mengakses dan mengolahnya menjadi batik. Serta adanya kerja sama merupakan elemen modal sosial yang dapat mendukung terjadinya pola interaksi yang dilakukan secara berulang terutama dengan pihak eksternal. Seperti halnya yang dipaparkan oleh Coleman bahwa *trust* atau rasa saling percaya menjadi kekuatan atau basisnya dalam mencapai tujuan bersama (Field, 2010). Rasa saling percaya akan memudahkan seseorang atau komunitas masyarakat dalam membangun kerjasama.

Adapun dimensi sharing informasi dan pengetahuan ditunjukkan dengan ketiga pembatik sedikit berbeda dalam hal pembentukan kemampuan membatik. Pada Showroom Batik Handayani dan Batik Figa, kemampuan memproduksi batik diperoleh secara turun-temurun dalam keluarga para perajin. Pendidikan keluarga yang mengarah pada transfer pengetahuan dan keterampilan membatik terjadi pada keluarga perajin di lingkungan Kampoeng Djadhoel. Berbeda dengan perajin Ibu Monika kemampuan membatik disebabkan adanya bakat seniman yang dikembangkan dan digunakan untuk mengatasi masalah dalam kehidupannya. Hal tersebut dijelaskan oleh narasumber:

“Saya memproduksi batik ini memang karena kecintaan saya terhadap batik dan dari dulu ada bakat dalam seni yang kemudian diasah melalui pelatihan yang diadakan oleh Dekranasda. Saya biasanya menggunakan bahan alami dalam membatik sehingga menghasilkan nuansa baru dalam motif batik” (Wawancara Ibu Monika pada 13 Agustus 2022)

Kreativitas perajin ini berasal dari stimulus lingkungan yang diadaptasi oleh kemampuan pemikiran dirinya. Namun untuk pengetahuan tentang proses teknik pembatikan, pada ketiga perajin tidak berbeda dimana semuanya mengutamakan gaya batik tulis yang tidak lepas dari pakem batik yang sudah ada dan tetap dipertahankan sebagai ciri khas Semarang.

## **B. Modal Sosial dalam Pengembangan Ekonomi Pengusaha Batik Kampoeng Djadhoel**

### **1. Peran Pengusaha dalam Pengembangan Produksi**

Produksi yaitu proses pengolahan bahan dasar menjadi suatu produk yang siap digunakan atau kegiatan yang menghasilkan barang maupun jasa menjadi barang bernilai dan dapat dimanfaatkan oleh konsumen (Muliawan, 2008). Sedangkan untuk mengambil bahan baku seperti kain mori, malam/lilin dan pewarna biasanya memesan stok dari Solo dan Pekalongan dengan alasan harga yang diberikan lebih murah sehingga memungkinkan mereka untuk menjual dengan harga yang sedikit lebih tinggi dari supplier. Produk-produk yang dijual sudah menjangkau ke daerah di luar Semarang, seperti Jakarta, Aceh, Banyumas, Medan, Palembang, Kalimantan, Sulawesi, dan Papua.

Harga produk yang diberikan bervariasi tergantung dari jenis batiknya. Batik tulis akan lebih mahal dibandingkan dengan batik cap dan batik printing karena proses produksinya yang memakan waktu lebih lama. Dalam rangka memenuhi modal untuk produksi setiap perajin batik memiliki sistem yang berbeda-beda. Hal ini dijelaskan oleh Ibu Oktavia Ningrum selaku pemilik *Showroom* Batik Temawon:

"Kalau modal beli kain, bahan untuk pewarnaan itu ya dari saya pribadi karena pada saat kemarin iuran juga resiko, ya sebetulnya kita itu transparan tetapi karena juga kemarin ada yang belum minat membuat. Biasanya saya membeli bahan baku di toko Pekalongan yang kualitasnya juga sudah terjamin" (Wawancara Oktavia pada 13 Juli 2022).

Berdasarkan wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa biasanya bu Oktavia membeli bahan baku di tempat yang sudah menjadi kepercayaannya, bahkan seringkali bisa memesan bahannya terlebih dahulu lalu dikirimkan dan sistem pembayaran berangsur karena sudah menjadi langganan. Pada dasarnya semua *Showroom* memiliki produk yang sama, yaitu kain dan pakaian jadi yang terdiri dari batik cap, batik printing, dan batik tulis, namun ada beberapa yang menambah item produknya dengan tas, sepatu, aksesoris, souvenir, peralatan membatik, dan pelatihan membatik. Sehingga ada pula yang menyediakan motif batik lainnya seperti batik Banyumas, batik Pekalongan, maupun batik Solo. (Tri Utomo, 2022)

Tabel 15. Data Pemilik Showroom dan Hasil Produksi

No	Informan	Usia	Pendidikan	Batik yang diproduksi	Kepemilikan	Hasil yang diproduksi
1.	Tri Utomo	65	S1	Ngesti Pandowo (Batik Klasik, batik kontemporer dan batik Kombinasi)	Warisan orangtua kemudian dikembangkan	Jarik, lendang pakaian kemeja atau dress, sarung, topi keraton, lukisan dinding, karpet, dan handicraft yang lain.
2.	Monika Suprihatin	41	SMA	Batik Arjuna (Batik cap, batik tulis, batik printing dan konveksi batik)	Dirintis sendiri	Jarik, pakaian, jas, gamis atau dress batik, sarung bantal seprei, selimut, tas dan handicraft yang lain.
3.	Oktavia Ningrum	40	SMA	Temawon (Batik tulis, batik cap, batik kombinasi, batik printing dan konveksi batik)	Dirintis sendiri	Pakaian Kemeja perempuan atau laki-laki, seprei, dan sarung bantal, daster, seragam sarimbit, dll

Melihat tabel di atas dapat diketahui bahwasanya produk yang dihasilkan para pengusaha rata-rata beragam mulai dari pakaian, jarik, selendang, sarung bantal, selimut, seprei, tas, dan kerajinan batik yang lain salah satu elemennya dari kain batik seperti sandal, pajangan. Semakin besar skala usahanya keberagaman dan kapasitas produksi yang dihasilkan juga banyak. Tingkat pendidikan, yang berdasarkan pada pengetahuan dan kemampuan yang dimiliki juga secara tidak langsung berpengaruh dengan skala usaha daripada informan, seperti terlihat ditabel informan yang berpendidikan sarjana termasuk dalam kategori pengusaha besar. Kategori pengusaha besar, kecil ini dibuat berdasarkan tingkat produktifitas, kuota produksi yang dihasilkan dan keberagaman hasil produk yang dihasilkan.

Tabel 16. Data Harga produk yang diproduksi

No	Nama Showroom	Kain	Pakaian
1	Batik Ngesti Pandowo	mulai dari Rp 300.000,00	mulai dari Rp 70.000,00-
2	Ngesti Pandawa 2	mulai dari Rp 100.000,00	mulai dari Rp 70.000,00
3	Batik Temawon	mulai dari Rp 50.000,00	mulai dari Rp 50.000,00-Rp 1.000.000,00
4	Batik Arjuna	mulai dari Rp 100.000,00	mulai dari Rp 50.000,00-1.500.000,-

Batik tulis yang diproduksi di beberapa *Showroom* di tempat tersebut dikenal dengan kehalusannya yang diwariskan secara turun-temurun dengan motif pakem lawang sewu, warak ngendog, kota lama, tugu muda dan lain sebagainya seperti batik khas Semarang dan ada juga batik motif kontemporer. Hal ini dijelaskan oleh Bapak Eko Haryanto selaku Ketua Paguyuban Perajin batik Kampoeng Djadhoel:

“Karena turun-temurannya itu, hanya batik-batik Semarang yang lembut, yang halus itu terbawa sampai ke generasi-generasi itu yang pertama. Yang kedua dari pengerjaannya, di sini semua pengerjaannya handmade manual.”

Gambar 18. Proses Mencanting



Sumber: Dokumentasi Peneliti, 20 Juni 2022



Dalam suatu aktivitas proses produksi terdapat macam-macam faktor produksi yang akan mempengaruhi usahanya agar tetap dapat bertahan, faktor tersebut antara lain:

a. Modal

Modal adalah sumber daya finansial yang dimiliki oleh sebuah lembaga yang mampu menghasilkan keuntungan usaha kedepannya (Prawirosentono, 2007). Pengusaha batik dapat mengatasi permasalahan terkait permodalan karena dukungan dari Perusahaan dan BUMN dan perusahaan seperti Perusahaan Listrik Negara (PLN) dan Angkasa Pura telah memberikan program CSR-nya ke Kampung Djadhoel Semarang. Angkasa Pura memberikan bantuan berupa anggaran terhadap UMKM yang terkena dampak covid tahun lalu.

b. Bahan baku

Dalam proses kegiatan produksi, fungsi bahan baku sangat penting misalnya dalam pemilihan kain mori sesuai dengan yang dibutuhkan. Biasanya pengusaha memesan kain mori dengan kapasitas banyak untuk pemesanan skala besar, dengan ukuran 2,5 meter digunakan untuk bahan membuat jarik atau baju. Adapun penggunaan bahan pewarna batik terdiri dari pewarna alami dan pewarna sintetis. Pemilihan bahan baku akan mempengaruhi kualitas produk batik yang dihasilkan. Selain pengembangan produk batik (diversifikasi produk) dengan pemanfaatan kain perca dan pemilihan warna kontemporer dapat menjangkau konsumen yang lebih luas. Oleh karena itu perajin batik Kampung Djadhoel terus melakukan inovasi dengan mengedepankan kualitas bahan baku di era modern.

c. Tenaga Kerja

Tenaga kerja berperan sangat krusial dalam keberlangsungan proses usaha yaitu sebagai aktor yang memproduksi dan mengolah bahan baku secara terorganisir (Claudia, 2019). Adanya perekrutan karyawan pembatik yang mayoritas adalah perempuan bertujuan agar lebih berkembang dan mandiri dalam mengembangkan potensi yang diri. Hal ini dijelaskan oleh Ibu Monika selaku Pemilik Batik Arjuna:

“Tujuannya agar lebih berkembang ekonominya, lebih maju dan tidak hanya menjadi buruh sama juragan, mengandalkan pekerjaan suami, nyanting sama juragan itu lho padahal dapat mengembangkan potensi yang ada dalam diri sendiri.” (Wawancara pada 29 Juli 2022)

Selain meningkatkan perekonomian, juga dapat meningkatkan pengetahuan dan keterampilan para perajin batik, dengan mengikuti pelatihan-pelatihan dari pemerintah baik dinas maupun non-dinas, salah satunya yaitu pemberian pelatihan yang dipelopori oleh Dewan Kerajinan Nasional Daerah (Dekranasda) dibantu oleh pemerintahan kota (pemkot) agar kemampuan para pengrajin batik secara kompetensi meningkat. Hal ini sesuai yang disampaikan oleh Bapak Luwiyanto selaku Sekretaris Paguyuban ketika wawancara pada tanggal 13 Juni 2022 yang mengatakan:

“Pada tahun 2006 dulu awal-awalingin memajukan kampoeng batik ini saat mencari pengrajin sekitar 20 orang untuk belajar dan diberi pelatihan agar dapat membatik dengan baik dan nantinya mampu mengangkat kembali Batik Semarang. Pelatihan awal selesai dalam satu session, kemudian terus dilanjutkan ke session 2 dan session 3 yang terus berkembang sampai pelatihan ke seluruh kecamatan dikawasan Semarang Timur.” (Wawancara pada 30 Juli 2022)

Dari wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa, setelah adanya pelatihan belajar membatik yang diadakan oleh pemerintah kota kemudian menindaklanjuti program pelatihan yang berkelanjutan sampai beberapa pelatihan agar para perajin dapat memperoleh wawasan dan pengetahuan tentang cara membuat batik. Adapun hasil motif batik yang saat ini berkembang seperti contoh di bawah ini merupakan batik tulis motif klasik yang diproduksi oleh salah satu Showroom batik di Kampoeng Djadhoel Kota Semarang antara lain:

Gambar 19. Macam-macam motif Batik Tulis *Showroom* Batik Temawon



Sumber: Dokumentasi Peneliti

Berdasarkan gambar di atas, *Showroom* Batik Temawon memiliki beberapa motif batik tulis. Batik dengan warna hitam dengan motif burung hong merupakan motif batik tulis pesisiran yang merupakan bentuk campuran dari kebudayaan china. Sedangkan motif batik lainnya merupakan bentuk motif batik modern dengan metode batik lukis dan ciprat.

## 2. Peran Pengusaha dalam Pengembangan Pemasaran

Pemasaran yaitu suatu kegiatan mengenalkan produk tertentu dari produsen ke konsumen yang dibutuhkan meliputi harga dan kualitas produk sebagai pemenuhan keinginan masyarakat (Ahmadi, 2002). Tujuan pemasaran agar mempermudah pendistribusian suatu produk (barang atau jasa) secara efektif kepada yang konsumen. Adapun bentuk pemasaran pada proses tawar-menawar harga juga terjadi ketika konsumen membeli atau memesan produk secara langsung kepada kelompok perajin.

Selama proses tawar-menawar apabila perajin sudah memperoleh keuntungan meskipun sedikit, sudah mampu membayar upah dan kembali modalnya maka akan diberikan potongan harga. Selain itu perajin juga akan memberikan potongan harga apabila konsumen memesan dalam jumlah banyak, supaya konsumen dapat berlangganan untuk membeli produk batik di *Showroom* tersebut. Hal ini dijelaskan oleh Ibu Oktavia selaku pemilik *Showroom* Batik Temawon:

“Kalau saya tidak harus ambil laba terlalu banyak, kalau sudah saya nettikan ya sudah gitu. Kadang-kadang juga saya naikin 10%, kalau sudah langganan kadang ya saya kasih nego. Ya yang penting saya tidak rugi, saya bisa bayar tenaga, saya punya target ini yang penting bisa tercapai.” (Wawancara pada 24 Agustus 2022)

Hal serupa juga dijelaskan oleh Ibu Cristin selaku pemilik *Showroom* Batik Laksmi Art dalam kutipan wawancara berikut:

“Tergantung juga Mbak, biasanya masih bisa ditawar tapi ya cuma sedikit saja. Soalnya batik tulis kan ya harganya itu ya prosesnya juga lama, mungkin dari proses dari upah pembatiknya sudah lumayan, ya mungkin harganya lebih tinggi terus biasanya masih bisa ditawar ya tapi nggak terlalu banyak.” (Wawancara pada 15 Agustus 2022)

Gambar 20. Wawancara dengan Konsumen dan Ibu Cristin



Pemasaran yang dilakukan oleh *Showroom* juga masuk pada ranah pendidikan, dimana pada ranah tersebut *Showroom* bekerja sama dengan Pihak SMA pada pembuatan seragam seperti halnya kerjasama *Showroom* Batik Arjuna dengan SMAN 11 Semarang yang mana kerja sama tersebut meliputi pengenalan batik untuk siswa dan kerja sama dalam bidang ekonomi yakni penjualan batik sebagai seragam bagi siswa sekolah tersebut. Hal tersebut dijelaskan oleh narasumber:

“Biasanya pada saat tahun ajaran baru, pihak sekolah SMAN 11 Semarang menghubungi saya lewat WhatsApp untuk negosiasi tentang pembuatan corak batik dan penyesuaian harga untuk memesan dalam skala besar. Kemudian mereka berkunjung ke sini untuk mengambil hasil batik yang sudah dipesan”(Wawancara Ibu Monika pada 20 September 2022).

Mengikuti sejumlah kegiatan pameran dan *fashion show* menjadi strategi pemasaran batik Semarang supaya lebih dikenal oleh masyarakat luas. Pameran yang diikuti biasanya difasilitasi oleh beberapa pihak seperti pemerintah daerah kabupaten, Dewan Kerajinan Nasional Daerah (Dekranasda), perguruan tinggi seperti UNDIP, UNS, Kantor Kelurahan Rejomulyo, pameran juga melalui dibangunnya fasilitas berupa Galeri Industri Kreatif yang berada di Kota Lama. Hal tersebut sebagaimana disampaikan oleh bapak Eko Haryanto saat Penulis mewawancarai pada tanggal 15 Juli 2022, yaitu sebagai berikut:

“Pameran kita sudah pernah ikut pameran, seringkali kita mengikuti pameran. Sebagai contoh Hari Jadi Kota Semarang juga kita ikut pameran, dan Alhamdulillah stand dari binaan Dewan Kerajinan Nasional Daerah (Dekranasda) dan PKK itu mendapatkan stand terbaik nomer satu. Dan juga kita pernah mengikuti pameran pada dinas-dinas yang bekerjasama.”

Lebih lanjut Pak Eko Haryanto menjelaskan bahwa berawal dari permintaan akan batik yang begitu banyak namun belum mampu mencukupi permintaan akhirnya dibuatlah tempat untuk produksi batik dengan skala yang lebih besar. Tujuannya untuk menyimpan sekaligus memamerkan hasil produksi batik tersebut dibuatlah galeri khusus batik di Kota Lama yang disebut Galeri Industri Kreatif oleh Pemkot Semarang.

Gambar 21. Tempat penyimpanan Hasil Produksi Batik



Para perajin dalam mengembangkan usahanya bekerja sama dengan pengelola Galeri Industri Kreatif yang berlokasi di kota lama Semarang, yang nantinya ada kesepakatan tentang keuntungan (*benefit*) yaitu jika ada produk yang

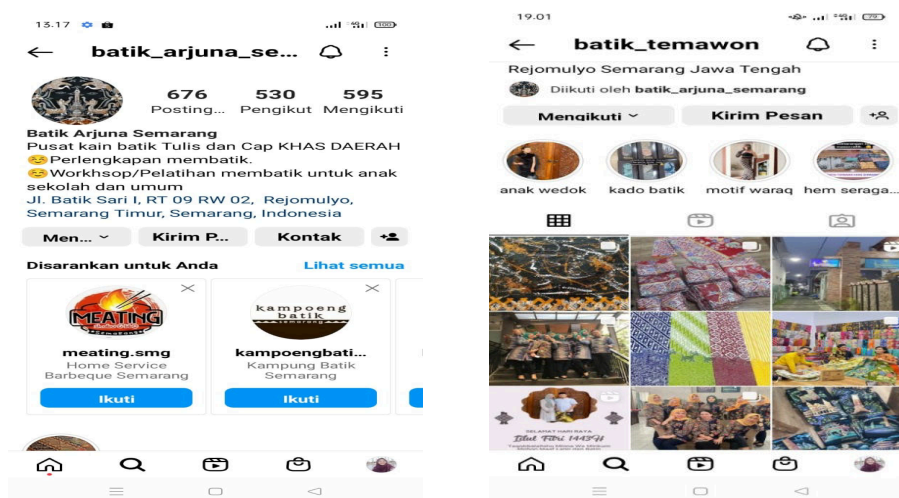
terjual, maka pihak pengelola galeri menginformasikan ke perajin kemudian keuntungannya dikurangi biaya admin dan dana sosial yang besarnya sesuai kesepakatan bersama. Jika ada kesesuaian harga yang di sudah ditetapkan perajin maka pengelola galeri memberi tahu dengan tujuan hasil dari penjualan produk batik tersebut menguntungkan pengelola galeri dan perajin. Berdasarkan keterangan Bapak Luwiyanto:

“Ya tentunya menjalin kerja sama dengan Pihak Galeri Industri Batik, nanti bagi hasil penjualannya dibagi dua yaitu untuk pihak pengelola Galeri Industri Batik dan untuk pemilik Showroom-nya, misalnya dari pihak saya harga jualnya Rp. 150.000,- nanti semisal disana ada kenaikan harga menjadi Rp. 200.000,- maka kami diberitahu”.

Selain itu pemasaran dilakukan melalui media sosial media sosial seperti Instagram, Google Maps, Whatsapp dan *e-commerce* seperti Shopee dengan bantuan tim *digital marketing* yang merupakan anggota paguyuban berusia produktif dan melek akan kecanggihan teknologi, sehingga diharapkan dapat menjangkau konsumen yang lebih luas. Kegiatan yang dilakukan yaitu memoto produk batik untuk dipasarkan, mempromosikan desa wisata Kampong Djadhhoel beserta pembatik-pembatik yang sudah *sepuh* melalui video dokumenter. Hal tersebut dapat dilihat dari kutipan wawancara dengan Lestari Utami :

“Untuk sekarang kegiatan tim digital marketing yaitu foto produk, terus mengenalkan desa wisata sini terus mengenalkan pembatik-pembatik yang sudah sepuh-sepuh gitu.” (Wawancara pada 20 Juli 2022).

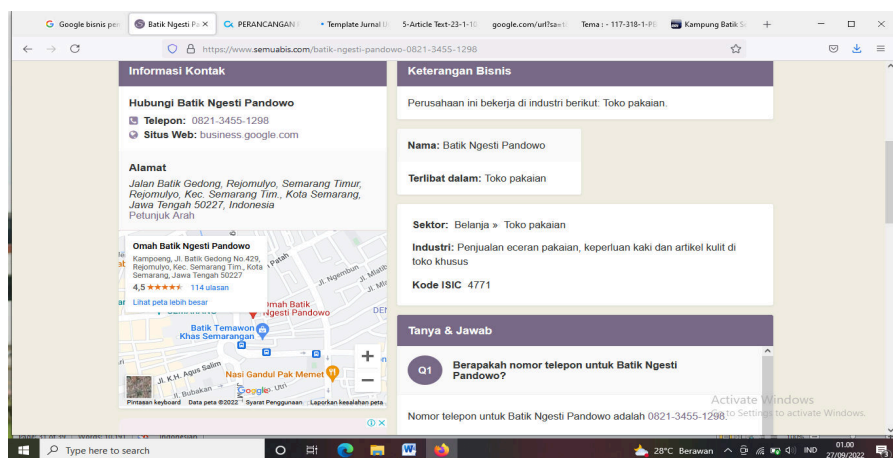
Gambar 22. Pemasaran Showroom batik melalui Instagram



Sumber : Instagram @batik\_arjuna\_semarang @batik\_temawon

Berdasarkan gambar di atas, dapat dilihat pemasaran produk batik melalui Instagram yaitu, salah satu media sosial untuk membagikan foto maupun video pribadi maupun sebagai media untuk memasarkan suatu produk. Perajin batik menggunakan Instagram untuk mengunggah foto maupun video produk batik Semarangan maupun motif batik lainnya dengan memberikan penjelasan mengenai nama motif, teknik pembuatan, warna, ukuran, dan harga produk untuk menarik minat konsumen. Untuk berkomunikasi dengan konsumen, penjual dapat memanfaatkan fitur komentar atau *direct message* (DM) maupun dengan memberikan kontak lain yang dapat dihubungi.

Gambar 23. Pemasaran Batik Ngesti Pandowo melalui Google Bisnis

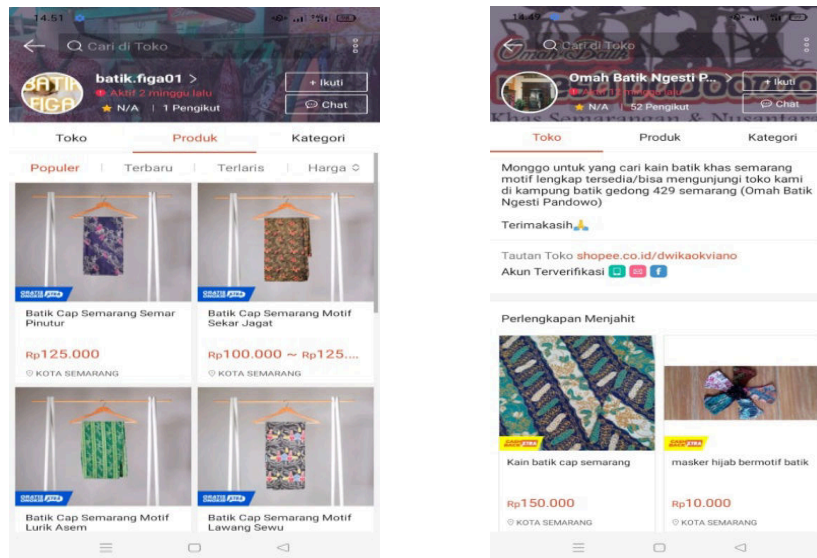


Sumber : <https://www.semuaabis.com/batik-ngesti-pandowo-0821-3455-1298>, 02 September 2022

Berdasarkan gambar di atas, dapat diketahui bahwa Google Bisnis dapat dimanfaatkan sebagai media untuk memasarkan produk secara *online*. Google Bisnis yaitu salah satu alat yang memudahkan pembisnis dalam mengelola informasi mereka di Google, termasuk Penelusuran dan Maps. Bisnis yang telah didaftarkan dan diverifikasi oleh Google berpeluang dapat menjangkau konsumen yang lebih luas karena dinilai memiliki reputasi yang baik oleh pengguna, hal ini dapat dilihat pada ulasan yang diberikan pada Google Maps. Dengan memanfaatkan Google Maps perajin batik Kampung Djadhoel Rejomulyo Semarang dapat menentukan titik koordinat lokasi usaha untuk memudahkan orang lain dalam menemukan dan mengakses lokasi usaha. Selain itu perajin batik dapat mengunggah foto maupun video terkait batik dan informasi produk yang

diunggah, serta kontak yang dapat dihubungi oleh konsumen apabila hendak berkomunikasi dengan perajin ataupun pengusaha pemilik *Showroom* batik.

Gambar 24. Pemasaran Batik Tulis dan Cap melalui *e-commerce* Shopee



Sumber: Shopee.co.id

Berdasarkan gambar di atas dapat diketahui bahwa *e-commerce* Shopee menjadi salah satu *platform* belanja *online* yang banyak digunakan oleh masyarakat karena mudah digunakan, terjamin keamanan dalam bertransaksi dan ada beberapa fitur yang menguntungkan konsumen seperti gratis ongkir, diskon dan *cashback*. Dalam proses pemasaran produk batik Semarangan melalui media sosial dan *e-commerce*, perajin mengunggah foto produk berupa kain, baju, aksesoris seperti syal, selimut, tas, sarung bantal dengan memberikan keterangan berupa motif batik, warna, ukuran, dan harga. Adapun yang memanfaatkan fitur *Shopee live* dalam memasarkan produk batiknya, agar mampu berinteraksi dengan pembeli yang gemar berbelanja melalui siaran langsung karena dapat melihat detail produk yang dijelaskan oleh *Host*.

Dari situlah timbul adanya kepercayaan antar pelaku usaha dengan konsumen karena terjadinya interaksi dengan netizen *shopee* walaupun secara virtual. Dengan adanya *digital marketing*, sangat membantu perajin memperoleh pesanan batik secara *online*. Sehingga dengan beberapa strategi pemasaran di atas tersebut, para perajin batik yang ada di Kampoeng Djadhoel dapat mengembangkan usaha batiknya dengan menjalin kerja sama pihak luar terutama



di era modern saat ini. Kemudian berdasarkan analisis peneliti berikut tabel pemasaran yang diperoleh dalam tahapan penelitian di Kampoeng Djadhoel Semarang.

Tabel 17. Pemasaran Perajin Batik Kampoeng Djadhoel dalam Pengembangan Ekonomi

No	Bentuk Strategi Pemasaran	Keterangan
1.	Galeri Industri Kreatif Batik	Konsumen dapat melihat proses produksi batik tulis, belajar membatik, dan membeli beberapa produk batik tulis yang sudah tersedia maupun memesan batik tulis sesuai motif dan jumlah yang dibutuhkan.
2.	Proses tawar-menawar dan pemberian potongan harga	Proses tawar-menawar ini terjadi ketika konsumen membeli atau memesan produk batik tulis, cap maupun printing secara langsung di galeri batik maupun ketika berkomunikasi melalui WhatsApp. Selain itu perajin juga akan memberikan potongan harga apabila konsumen memesan dalam jumlah banyak.
3.	<i>Showroom</i> Batik Arjuna, Batik Ngesti Pandowo, Batik Figa dan Batik Temawon.	<i>Showroom</i> ini dikelola oleh beberapa pengusaha batik yang juga bergabung dalam paguyuban perajin batik. Tujuan dibangunnya <i>Showroom</i> Batik ini adalah untuk memasarkan produk batik tulis maupun cap dari perajin batik dengan mengembangkan hasil kreasi mereka, wisatawan bebas menentukan akan berkunjung ke <i>Showroom</i> yang mana.
4.	Kegiatan Pameran	Kegiatan pameran yang diikuti kelompok perajin batik Semarang biasanya difasilitasi oleh beberapa pihak seperti pemerintah daerah kabupaten, Dewan Kerajinan Nasional Daerah (Dekranasda), perguruan tinggi seperti UNDIP, UNS, Siswa-siswi SMAN 16 Semarang.
5.	Kegiatan fashion show	Kegiatan <i>fashion show</i> diikuti oleh kelompok pengrajin batik Semarang, yang bekerjasama dengan beberapa desainer seperti Tuty Adib, Djongko Rahardjo, Miss Ayoe, Nasrul, Yunius Mujianto, Iwan Tirta, Andar Yusri dan lain sebagainya.
6.	Pemasaran dari mulut kemulut	Pemasaran secara <i>getuk tular</i> (penyebaran informasi dari satu orang ke orang lain) menjadi strategi

		pemasaran yang sangat efektif untuk mendatangkan konsumen baru. Misalnya wisatawan yang telah berkunjung akan merekomendasikan batik tulis maupun cap kepada saudara, sahabat, rekan bisnis, masyarakat dan relasi lainnya. Hal ini terjadi ketika pembeli merasa dilayani dengan sepenuh hati oleh perajin dan puas dengan kualitas batik tulis maupun cap yang dihasilkan.
7.	Pemasaran melalui media sosial dan <i>e-commerce</i>	Dalam rangka membantu dan mempermudah kelompok perajin batik yang masih bertahan di tempat tersebut dalam pemasaran produk batik tulis maupun cap Semarang secara online, pihak desa Rejomulyo melalui Paguyuban perajin batik Kampoeng Djadhoel bekerja sama dengan Dekranasda membentuk tim <i>digital marketing</i> . Adapun beberapa media yang digunakan untuk memasarkan produk batik tulis Semarang yaitu media sosial seperti Instagram, Google Maps Bisnis, Whatsapp dan <i>e-commerce</i> seperti Shopee. Dalam proses pemasaran produk batik tulis maupun cap di media sosial dan <i>e-commerce</i> , perajin batik mengunggah foto produk berupa kain, ikat, aksesoris seperti syal, kalung, tas, sarung bantal dengan memberikan keterangan berupa motif batik, warna, ukuran, dan harganya.

Sumber: Hasil Analisa Peneliti

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa perajin melakukan beberapa tahap dalam pemasaran sehingga dapat menjangkau konsumen yang lebih luas, adapun beberapa faktor-faktor yang mempengaruhi minat konsumen terhadap batik Semarang yaitu adanya kreativitas dan inovasi dalam pengembangan usaha. Kreatifitas tersebut mengenai produk baru, motif, dan pemasaran. Tentunya konsumen berminat membeli batik Semarang karena mereka menganggap batik Semarang sebagai batik eksklusif yang mempunyai keunikan tersendiri, seperti dari segi teknik pembuatan dan ciri khas motif yang diambil dari alam. Selain itu rasa cinta terhadap hasil karya asli daerah juga membuat minat pembeli.

Menurut keterangan Ibu Sutriyani (51) dan Suryani, Fitriyani, Suciani selaku konsumen dari Banyumas merasa puas berbelanja di *Showroom* batik Temawon karena kualitas barangnya memang tidak diragukan lagi, pelayanan

yang diberikan juga sangat menyenangkan. Model dan motifnya bagus dan harganya sangat terjangkau.

“Di Banyumas itu apa yang saya beli, apa yang saya ngomong, mereka langsung membeli juga. Apalagi seperti kita ini pemandu Kota Semarang setiap ada tamu datang pasti saya ajak kesini, kan untuk melarisi usaha teman sendiri.” (Wawancara dengan Ibu Sutriyani pada 17 Agustus 2022)

Hal tersebut menunjukkan kualitas barang yang sudah terjamin akan menumbuhkan rasa percaya pembeli untuk memesan kembali ditempat tersebut yang dikenal dengan istilah pelanggan tetap. Pemilik *Showroom* Batik Temawon, Ibu Oktavia mengakui dengan adanya langganan tetap sangat menguntungkan pendapatannya hal tersebut terbukti dengan adanya pelanggan yang memesan dalam jumlah tertentu melalui komunikasi online (*WhatsApp*). Ketika pengusaha mendapat peluang pasar yang bagus dan mempunyai langganan tetap, hal ini tentu berdampak positif pada produk yang diperjualkan. Manfaat dari pengenalan merk usaha bertujuan untuk mempunyai ciri khas tersendiri sehingga menumbuhkan kepercayaan konsumen maka sudah menjadi kewajiban bagi pemilik *Showroom* batik dalam mempertahankan *brand*-nya sendiri (Pujoalwanto, 2014).

Harga menjadi faktor yang menentukan dalam menarik konsumen. Menurut Hermawan Kertajaya selaku (2016) pakar marketing dalam tulisannya yang berjudul “UKM harus Kreatif dan Inovatif”, UKM sebagai perusahaan yang tengah berkembang diharuskan berfikir secara marketing. Menonjolkan keunikan sebagai tantangan yang harus dicermati oleh para pelaku UKM. Hal ini menuntut mereka untuk terus berkreasi dan melakukan inovasi untuk memasarkan usahanya kepada konsumen. Permintaan konsumen berdampak positif terhadap pemasukan yang cenderung meningkat yang diperoleh perajin batik Semarangan tersebut. Peningkatan omset tersebut dikarenakan semakin banyaknya minat konsumen terhadap batik Semarangan. Seperti terlihat pada tabel berikut:

Tabel 18. Daftar Omset Penjualan Batik Semarangan Tahun 2017-2022

No	Tahun	Omset Rata-rata Pemilik Showroom
1.	2017	Rp 280.000.000,-
2.	2018	Rp 364.000.000,-

3.	2019	Rp 470.000.000,-
4.	2020	Rp 550.000.000,-
5.	2021	Rp 684.000.000,-
6.	2022	Rp 750.000.000,-

Sumber: Buku Rekap Omset Tahunan Usaha Batik Semarangan

Berdasarkan informasi dan keterangan dari Bapak Haryanto selaku ketua Paguyuban Sekar Kenanga maka diperoleh tabel tersebut diatas yang menggambarkan bahwa adanya peningkatan omset yang diperoleh oleh perajin batik Semarangan dikarenakan melakukan kerjasama dengan pihak Eksternal Kampoeng Djadhoel. Tahun 2017 dimana Kampoeng tersebut dikenal kalangan luas sehingga pemasukan rata-rata yang diperoleh Rp 280.000.000,-. Kemudian masuk tahun 2018 pelaku usaha mulai memasarkan ke berbagai kalangan bahkan dikenal hingga Mancanegara, banyak pengunjung yang datang dengan tujuan menjadikan batik Semarangan sebagai seragam di instansi pemerintahan, dan jumlah pemasukan mulai ada peningkatan. Memasuki tahun 2019 sampai tahun 2022 pendapatan pengusaha cenderung meningkat. Hal tersebut tentunya karena banyaknya pesanan yang didapatkan oleh para perajin batik di Kampoeng Djadhoel terutama Desainer-desainer terkenal yang memesan untuk ditampilkan pada acara *fashion show*, tentunya menjadi keuntungan yang bersinambungan dan secara keseluruhan terjadi pengembangan dilihat dari omset yang didapat.

### **C. Implementasi Manfaat Modal Sosial dalam Pengembangan Usaha Perajin Batik**

Sementara itu, implementasi dalam peran modal sosial yang berkaitan dengan pengembangan ekonomi Perajin batik di Kampoeng Djadhoel dirinci dalam unsur-unsur berikut ini:

#### **1. Peran Jaringan Sosial**

Jaringan sosial dalam proses ekonomi terutama industri kerajinan batik memiliki pengaruh yang sangat penting karena tanpa adanya jaringan, usaha tidak akan mampu berkembang misalnya dalam memperluas peluang pemasaran dimana relasi sosial dapat bermanfaat bagi perajin itu sendiri dan rekannya sesama perajin, dengan adanya interaksi yang baik antara keduanya maka hal tersebut

akan berpengaruh pada peningkatan kualitas batik yang ada di Semarang, dan terimplementasi pada saat perajin melakukan kerja sama dengan perajin di luar kampoeng Djadhoel misalnya di Pekalongan dapat bertukar informasi tentang ketersediaannya bahan bahan baku, nilai jual mentahan, ataupun inovasi-inovasi dalam pembuatan batik yang nantinya akan meningkatkan keuntungan dan nilai jual tinggi serta dapat menganalisa antara modal produksi dan laba yang didapatkan, dengan adanya jaringan rekan ataupun konsumen memberikan manfaat perajin guna memperluas pemasarannya.

Hal tersebut menunjukkan adanya interaksi antar penjual dan pembeli yang termasuk dalam pilar modal sosial yaitu jaringan sehingga apabila pelaku usaha memenuhi tingkat permintaan pembeli nantinya akan menjadi langganan dan mempromosikan produk Showroom Batik Temawon kepada teman-temannya dari mulut ke mulut, terbukti berdasarkan wawancara dengan konsumen yang bernama Ibu Yani sebagai berikut:

“Iya mbak, saya dari Banjarmasin bersama teman-teman kantor sudah biasa kunjungan sekaligus belanja di Showroom batik Temawon ini, karena memang sudah kenal lama juga dengan Ibu Oktavia ini dari pas zamannya masih kerja di pabrik dulu, dan memang biasanya saya juga merekomendasikan teman-teman kantor untuk membeli kesini jika ada acara khusus yang diharuskan seragaman batik misalnya” ”(Wawancara dengan Ibu Yani pada 21 September 2022)

Berdasarkan hasil wawancara tersebut dapat diketahui pula bahwa jika pembeli puas dengan kualitas barang yang dihasilkan oleh pemilik Showroom maka akan terus-menerus belanja ditempat tersebut dan diharapkan menjadikan adanya jaringan yang luas. Dalam memberikan kenyamanan dan keamanan lokasi juga berpengaruh terhadap peran Jaringan pada Konsumen agar konsumen yang datang dapat merasakan kepuasan tersendiri dalam berbelanja batik di Kampoeng Djadhoel. Hal ini sesuai dengan pandangan Coleman bahwa modal sosial dapat menyediakan layanan yang bermanfaat bagi setiap orang yang menerapkannya (Field, 2010).

Adapun peranan jaringan dalam memperluas lapangan pekerjaan yang biasanya sistem kekeluargaan diberdayakan perajin sebagai suatu cara menambah penghasilan bagi kerabat, saudara terdekat serta orang lain yang membutuhkan.

Proses ini erat kaitannya dengan hubungan keluarga sehingga menumbuhkan interaksi yang kuat seperti contohnya *Showroom* batik Temawon yang menerapkan sistem ini dimana Ibu Oktavia menjadikan anggota keluarganya sebagai karyawan untuk membantu mengelola usaha batiknya, tetapi tidak menutup ruang bagi orang lain seperti keterangan bu Monika yang merekrut lulusan SMK dilatih dan dibina dalam *workshop*, saat anak tersebut sudah memiliki keahlian dalam membatik maka akan dijadikan karyawannya.

## 2. Peran Kepercayaan

Kepercayaan itu penting dalam suatu hubungan, bukan hanya hubungan sosial atau ekonomi namun hubungan kerja juga dapat dikatakan sebagai faktor yang signifikan seperti kepercayaan dan saling pengertian memiliki pengaruh yang besar terhadap hubungan kerja. Dalam hal ini adanya kepercayaan antara pemilik *Showroom* batik, perajin dan pemasok bahan baku. Misalnya dengan melakukan pembayaran rutin pemesanan bahan baku akan menumbuhkan kepercayaan yang tinggi dengan pemasok, seperti keterangan pak Luwiyanto:

“Saya biasa memesan bahan baku sama toko yang berada di Samarinda mbak, dan kebetulan pemiliknya itu teman SMA saya jadi memang sudah lama menjalin hubungan bisnis bahkan kadang saat saya memesan bahan baku dalam jumlah banyak pun sering diberikan toleransi waktu membayar secara berangsur, saking sudah sama-sama percaya, yang penting tetap pembayarannya tepat waktu sesuai kesepakatan”(Wawancara dengan Pak Luwi pada 21 September 2022)

Berdasarkan pernyataan Pak Luwiyanto di atas dapat dihubungkan dengan elemen modal sosial yang mana dengan adanya rasa percaya antar pelaku usaha dan pemasok dapat tumbuh apabila pelaku usaha baik perajin dan penyedia barang berperan sebagaimana mestinya, misalnya barang yang sudah dikirim dan diterima maka perajin diharuskan melakukan pembayaran ke pemasok langganannya pada tepat waktu agar nantinya saat perajin dadakan menerima pesanan batik skala besar maka pemasok akan dengan sendirinya percaya mengirimkan barang walaupun dengan sistem pembayaran berkala (memesan barang terlebih dahulu, dan membayarnya saat pemasukan sudah mencukupi). Hubungan seperti itu memerlukan sikap saling percaya dalam sistem ekonomi modern yang sesuai dengan prosedur agar menghindari tindakan yang merugikan (Hasbullah, 2006: 201).

### 3. Peran Norma Sosial

Norma dan sanksi dikonseptualisasikan sebagai aturan atau standar perilaku yang tepat. Dalam penelitian ini norma yang ada pada Paguyuban Sekar Kenanga tidak mempunyai aturan secara tertulis dan mengikat serta mempunyai sanksi jika tidak mematuhi, aturan-aturan ini sifatnya tidak wajib dan bukan merupakan suatu keharusan jika para perajin tidak mengikuti perkumpulan dikarenakan adanya urusan lain yang lebih darurat. Seperti yang dijelaskan oleh informan Ibu Suharti:

“Jika ada pertemuan rutin ya kalo bisa hadir untuk mendiskusikan juga terkait perkembangan batik ataupun acara-acara pameran yang nantinya akan diadakan misalnya pada hari-hari khusus, tetapi jika salah satu anggota ada yang tidak dapat hadir ya ndak papa mbak, karena ada urusan yang lebih penting kan kami juga aturannya fleksibel jadi tidak mengikat. Namun adanya iuran kas untuk paguyuban tetap harus membayar dengan menitipkan kepada anggota lain ataupun karyawannya”(Wawancara dengan Ibu Suharti pada 19 Juli 2022).

Dari keterangan di atas dapat difahami bahwa aturan yang dipegang oleh perajin di Kampoeng Djadhoel bersifat formalitas saja artinya dalam hal ini perajin batik menerapkan norma bukan suatu keharusan yang diwajibkan, mengikat dan mempunyai sanksi seperti jika para perajin ini tidak dapat mendatangi kegiatan perkumpulan mereka akan secara serta merta tetap membayar iuran dan sumbangan (bentuk formalitas), hal tersebut karena sudah adanya kesepakatan bersama. Adapun norma dalam bertransaksi sosial, dimana hal ini dapat membantu dalam menstabilkan harga penjualan batik. Misalnya terdapat kualitas batik yang dihasilkan oleh perajin yang belum memiliki *Showroom* kutang memadai produknya untuk dijual maka dari itu pemilik Showroom mempunyai inisiatif untuk mensortir terlebih dahulu dan memperbaiki hasil kerajinan tersebut dengan bekerja sama perajin batik yang sudah dipercaya misalnya dari luar Kampoeng Djadhoel itu sendiri. Seperti keterangan yang dijelaskan oleh Ibu Oktavia:

“Iya mbak tentunya disini ada beberapa perajin yang belum memiliki *Showroom* kemudian mereka ada yang menitipkan hasil kerajinannya di tempat saya, tapi sebelum saya jual pasti saya sortir dulu agar kualitasnya nanti tidak mengecewakan konsumen dan juga menjatuhkan kualitas batik yang ada di Showroom saya. Itu sudah

sesuai kesepakatan dengan pihak perajinnya ya mbak, jadi biar sama-sama enak dan nantinya juga kualitasnya sama dengan harga yang biasa saya jual di sini” (Wawancara dengan Ibu Oktavia pada 12 September 2022)

Berdasarkan keterangan narasumber di atas dapat diketahui bahwa adanya norma dimaksudkan untuk mengatur kestabilan harga di tingkat perajin dan pengusaha, hal tersebut bertujuan apabila terdapat kualitas batik yang kurang baik maka sudah sepatutnya pemilik Showroom ataupun perajin dapat menurunkan harga tanpa mempengaruhi harga pasar yang berlaku, jadi tentunya tidak akan menjatuhkan pula harga yang masih berlaku di Showroom lainnya, dan adanya kualitas yang baik juga mempengaruhi minat pelanggan, pemasok dalam memberikan layanan harus berpegang pada norma sebagai aturan yang bertujuan apabila kondisi ekonomi mengalami kenaikan, maka perajin mampu memberikan kebijakan kenaikan upah atas hasil kerajinan yang dikerjakan.

Kemudian kenyamanan dan keamanan lokasi di *Showroom* juga perlu dipertahankan sebagai norma yang baik dalam pelayanan yang tentunya memberikan penilaian positif bagi konsumen sehingga menjadi langganan jika mereka merasa puas dan nyaman dalam berbelanja dan pelayanannya. Dimana hal tersebut patut dilakukan perajin sekaligus pemilik *Showroom* kepada konsumen agar konsumen yang datang dapat merasakan kepuasan tersendiri dalam berbelanja batik di Kampoeng Djadhoel. Hal ini sesuai dengan pandangan Coleman bahwa elemen modal sosial dapat memberikan dampak positif saat aktor ataupun pelaku usaha mampu menyediakan layanan yang bermanfaat bagi setiap orang yang menerapkannya (Field, 2010).

#### 4. Peran Pengembangan Inovasi

Pentingnya kesadaran inovasi pengembangan batik menjadi syarat utama untuk melakukan perubahan. Kesadaran inovasi juga sebagai titik tolak suatu lembaga mengarahkan dirinya dalam mencapai tujuan yang diharapkan. Oleh karenanya, kesadaran terhadap kebutuhan inovasi harus dimiliki oleh setiap individu atau organisasi dalam memperoleh produktivitas dan efisiensi. Kesadaran terhadapnya pun harus disertai dengan keinginan dan tindakan aktif untuk memanfaatkan modal sosial yang terbangun dalam proses bisnis batik. Menurut keterangan pak Eko Haryanto:



“Tentunya kami disini selalu mengadakan kegiatan rutin paguyuban dalam mendiskusikan keberlangsungan penjualan batik terutama pengadaan inovasi-inovasi baru yang mendukung dalam menarik minat konsumen”(Wawancara dengan pak Eko pada 21 September 2022)

Berdasarkan keterangan narasumber maka terlihat bahwa modal sosial sebagai sumber daya untuk pemenuhan kebutuhan inovasi perajin batik terwujud dalam kalangan perajin sebagai adanya interaksi dalam proses bisnis pembatikan baik dengan sesama perajin, pemasok, dengan konsumen, maupun dengan masyarakat luas. Modal sosial pada ketiga *Showroom* perajin batik yang diteliti dapat terbangun dalam dimensi nilai dan komitmen, kepercayaan, jejaring dan saling berbagi informasi dan pengetahuan. Dimensi modal sosial yang terbangun relatif tidak jauh berbeda hasil interaksi berkelanjutan antara UKM perajin batik dengan para aktor lain di lingkungannya.

Modal sosial memberikan manfaat terhadap pengembangan usahanya baik secara ekonomi yang mencakup peningkatan penjualan, kemudahan akses modal dan fasilitas, dan non-ekonomi berupa peningkatan nama baik, pelestarian budaya, dan peningkatan pengetahuan. Artinya, modal sosial menjadi sumber daya yang dimiliki oleh para UKM perajin batik seperti pendapat (Westlund, 2006) bahwa modal sosial memiliki sifat produktif. Produktivitas modal sosial dapat berbentuk ketersediaan sikap, pengetahuan, keterampilan dengan pengembangan usaha batik yang dapat dimanfaatkan oleh para perajin batik melalui proses belajar.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa jejaring usaha sebagai dimensi struktural modal sosial menyebabkan proses belajar para perajin batik baik secara mandiri maupun kolaboratif dalam rangka memenuhi kebutuhan inovasi batik. Jejaring bisnis memungkinkan individu-individu untuk belajar dari berbagai sumber dan saling berbagi pengetahuan sehingga ia dapat mencapai kepemilikan pengetahuan dan kapasitas menyerap pengetahuan (*knowledge absorptive capacity*) yang mengarah pada penciptaan inovasi (Johansson, 2015).

Ada dua pola pendekatan yang digunakan dalam proses inovasi, yaitu: *Pertama* pendekatan difusi. Dimana inovasi sebagai objek eksternal yang diperkenalkan. Pendekatan ini kurang memberikan hasil yang memuaskan, sehingga banyak proses difusi inovasi yang mengalami kegagalan (Sumarno & Suryono, 2015). Hal ini dapat diduga karena inovasi yang berasal dari luar lembaga cenderung kurang memenuhi persyaratan sebagaimana yang

dikemukakan oleh Rogers (1983), yaitu: memiliki keunggulan, ada kesesuaian dengan kebutuhan lembaga, dan mudah untuk diimplementasikan.

*Kedua*, pendekatan invensi, dimana inovasi ditempatkan sebagai objek yang harus ditemukan dan dikembangkan sendiri secara internal oleh masyarakat atau lembaga. Pendekatan ini diharapkan memiliki hasil yang optimal. Hal ini dikarenakan: (a) inovasi yang dilahirkan merupakan hasil respon nyata terhadap permasalahan yang dihadapi, (b) inovasi dikembangkan sendiri oleh masyarakat sehingga mudah diimplementasikan dan dikembangkan secara berkelanjutan, (c) masyarakat memiliki kemampuan belajar dan berinovasi secara berkelanjutan.

Batik menjadi aset bangsa yang saat ini dijadikan tren, berkembang pesat, dimodifikasi, dikembangkan, disebarluaskan, hingga menjadi semacam budaya baru yang *up-to-date* (Aprianto, 2015). Pengembangan batik tidak hanya berkaitan dengan busana. Batik sebagai fashion telah merambah *home furnishing*, misalnya piring dengan desain batik untuk souvenir, *corporate gift*, taplak meja, bantal hias, serbet, *quilted bedcover*, dan lain-lain. Perkembangan ini sangat positif didasari oleh kewajiban untuk melestarikan warisan budaya dan kesadaran dalam membangun kehidupan para perajin maka dilakukan upaya pembinaan yang terpadu dan berkelanjutan guna pengembangan potensi usaha perajin batik di Kampoeng Djadhoel Rejomulyo Semarang dengan menitikberatkan pada tiga sasaran pembinaan dan pengembangan pokok yang meliputi (Aprianto, 2015):

- 1) Mempertahankan dan mengembangkan produk batik Semarangan sebagai komoditi pariwisata budaya. Batik dapat dijadikan sebagai salah satu ciri khas dari Kota Semarang yang berbeda dengan daerah lain.
- 2) Pengembangan produk batik Semarangan yang mengarah pada peningkatan nilai tambah yang tinggi atau pengembangan ke sektor yang lebih modern.
- 3) Pengembangan penggunaan zat pewarna dari tumbuh-tumbuhan.

## **BAB VI**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan tahap-tahap penelitian yang telah dilakukan, maka penulis dapat menyimpulkan sebagai berikut:

*Pertama*, bahwa bentuk-bentuk modal sosial dalam pengembangan ekonomi perajin batik di Kampoeng Djadhoel Kelurahan Rejomulyo Kota Semarang yaitu:

- a. Menjadi anggota aktif dalam Paguyuban Sekar Kenanga untuk memberikan kemudahan bagi para perajin batik memperoleh keuntungan usaha. Hal tersebut dikarenakan dengan aktif dalam paguyuban dapat memperluas jaringan, mendapatkan kepercayaan, serta mempertahankan norma yang menguntungkan bagi para perajin batik. Melalui Paguyuban Sekar Kenanga tersebut juga, para perajin dapat mengikuti pelatihan-pelatihan sehingga dapat meningkatkan pengetahuan mengenai kualitas bahan baku pembuatan batik sehingga hasil dari para perajin batik di Kampoeng Djadhoel terjaga kualitasnya.
- b. Saling bekerja sama antar para perajin di mana para perajin batik melalui Paguyuban Sekar Kenanga dapat saling mengenal dan menjalin hubungan sehingga terbentuk kerja sama antar para perajin batik. Dengan kerja sama tersebut, para perajin dapat saling membantu dalam proses penjualan batik tanpa saling menjatuhkan. Hal tersebut juga membuat lingkungan dagang yang sehat sehingga dapat memberikan rasa kenyamanan kepada konsumen.
- c. Melaksanakan nilai dan norma yaitu sikap jujur dan toleransi serta selalu memberikan pelayanan terbaik agar konsumen tetap memberikan kepercayaan pada pelaku usaha. Dengan adanya nilai dan norma tersebut juga mengurangi orang-orang yang memanfaatkan situasi. Selain itu, dengan nilai norma yang selalu dipegang dapat menjaga hubungan kerja sama antar para perajin di Kampoeng Djadhoel Semarang.

*Kedua*, bahwa peran modal sosial dalam pengembangan ekonomi perajin batik di Kampoeng Djadhoel Kelurahan Rejomulyo Kota Semarang adalah:

- a. Memperluas pemasaran di mana para perajin batik di Kampoeng Djadhoel Semarang dapat memanfaatkan jaringan antar konsumen serta kepercayaan

konsumen akan kualitas bahan yang digunakan oleh para perajin batik di Kampoeng Djadhoel.

- b. Menetapkan kualitas dagang di mana hal tersebut disebabkan dengan adanya peran kepercayaan terhadap mitra usaha yang memproduksi bahan-bahan pembuatan kerajinan batik sehingga perajin batik di Kampoeng Djadhoel tidak lagi kebingungan membeli bahan yang dapat berakibat pada hasil produksi.
- c. Memperluas lapangan pekerjaan di mana melalui adanya Paguyuban Sekar Kenanga yang didirikan oleh para perajin batik di Kampoeng Djadhoel menjadikan mudahnya masyarakat mengakses lowongan pekerjaan.
- d. Meningkatkan keamanan dan kenyamanan di kawasan Kampoeng Djadhoel di mana hal tersebut didasari oleh norma para perajin kepada konsumen agar konsumen merasa puas berbelanja batik di Kampoeng Djadhoel Semarang.

## **B. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah penulis lakukan mengenai peran modal sosial dalam pengembangan ekonomi perajin batik Kampoeng Djadhoel Semarang, adapun beberapa saran yang penulis berikan sebagai berikut:

- a. Bagi kelompok perajin batik Kampoeng Djadhoel agar tetap konsisten dalam melakukan produksi dan pemasaran dengan mempertahankan tingkat kehalusan dan meningkatkan kualitas pewarnaan batik tulis maupun cap yang dihasilkan di era modern saat ini. Para perajin juga perlu menjaga dan mempertahankan hubungan sosial dengan menjaga kekompakan dan kerukunan antar perajin.
- b. Bagi Penulis selanjutnya diharapkan hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan perbandingan dan referensi serta sebagai bahan pertimbangan untuk lebih memperdalam penelitian selanjutnya mengenai strategi produksi dan strategi pemasaran serta peran modal sosial paguyuban perajin batik Kampoeng Djadhoel.

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

- Ahmadi, A. (2002). *Psikologi Sosial*. Surabaya: PT. Bina Ilmu Soerjono.
- Anjani, E. (2007). *Desaku Masa Depan*. Klaten: Cempaka Putih.
- Coleman, J. S. (2009). *Dasar-dasar Teori Sosial: Foundation Of Social Theory*. Bandung: Nusa Media.
- Coleman, J. S. (2021). *Problema Pilihan Rasional (Seri Dasar-Dasar Teori Sosial)*. Yogyakarta: Terbit Digital. Nusamedia.
- Cresswell, J. (2013). *Qualitative Inquiry: Choosing Among Five Traditions*. Thousand Oaks: Sage Publisher.
- Dwiningrum, S. I. (2014). *Modal Sosial (Dalam Pengembangan Pendidikan Perspektif Teori dan Praktik)*. Yogyakarta: UNY Press.
- Field, J. (2010). *Modal Sosial*. Bantul: Kreasi Wacana.
- Firdausy, C. M. (2018). *Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif di Indonesia*. Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia.
- Gitosaputro, S., & Rangga, K. K. (2013). *Pengembangan dan Pemberdayaan Masyarakat; Konsep, Teori dan Aplikasinya di Era Otonomi*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Hasbullah, J. (2006). *Social Capital (Menuju Keunggulan Budaya Manusia Indonesia)*. Jakarta: MR-United Press.
- Haerisma, A. S. (2018). *Pengembangan Ekonomi Kreatif Bidang Fashion Melalui Bauran*.
- Hendropuspito, O. (1989). *Sosiologi Sistematis*. Yogyakarta: Kanisius.
- Herdiansyah, H. (2010). *Metodologi Penelitian Kualitatif Untuk Ilmu Ilmu Sosial*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Karsono. (2021). *Buku Panduan Warga, Anggaran Dasar/Anggaran Rumah Tangga "Kampoeng Djadhoel"*. Semarang: Kelurahan Rejomulyo.
- Kartasmita, G. (1996). *Pembangunan untuk Rakyat Memadukan Pertumbuhan dan Pemerataan*. Jakarta: Cides.
- Kelurahan, K. (2020). *Dokumen Format Laporan Profil Desa dan Kelurahan*. Semarang.
- Lawang, R. M. (2005). *Kapital Sosial dalam Perspektif Sosiologi: Suatu Pengantar*. Depok: FISIP UI Press.
- Lisbijanto, H. (2013). *Batik*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

- Miles, H. (2007). *Analisis Data Kualitatif Buku Sumber Tentang Metode-Metode Baru*. (T.R.Rohisi, Trans.) Jakarta: Universitas Jakarta.
- Moleong, L. J. (2005). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosda Karya.
- Mubyarto. (1996). *Ekonomi Rakyat dalam Program IDT dan Demokrasi Ekonomi Indonesia*. Yogyakarta: Aditya Media,.
- Mulyana, D. (2001). *Metodologi Penelitian Kualitatif, Paradigma Baru Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Nasdian, F. T. (2014). *Pengembangan Masyarakat*. Jakarta: Pustaka Obor Indonesia.
- Pujoalwanto, B. (2014). *Perekonomian Indonesia Tinjauan Historis, Teoritis, dan Empiris*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Raho, B. (2007). *Teori Sosiologi Modern*. Jakarta: Prestasi Pustaka.
- Salim, & Syahrums. (2007). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Citapustaka Media.
- Silalahi, U. (2009). *Metode Penelitian Sosial*. Bandung: PT. Refika Aditama.
- Soekanto, S. (2007). *Sosiologi Suatu Pengantar*. Jakarta : PT. Grafindo Persada.
- Soetomo. ( 2006). *Strategi-strategi Pembangunan Masyarakat*. Yogyakarta: Penerbit Pustaka Pelajar.
- Sumodiningrat, G. (1998). *Membangun Perekonomian Rakyat*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Sutardi, A., & Budiasih, E. (2010). *Mahasiswa Tidak Membre Siap Ambil Alih Kekuasaan Nasional*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo Kompas Gramedia.
- Tambunan, T. T. (2002). *Usaha Kecil dan Menengah di Indonesia (Beberapa Isu Penting)* . Jakarta: Salemba Empat.
- Tesoriero, J. I. (2008). *Community Development : Alternatif Pengembangan Masyarakat di Era Globalisasi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Tjiptono, F. (2000). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Jaya.
- Wirutomo, P. (1981). *Pokok-Pokok Pikiran dalam Sosiologi*. Jakarta: Rajawali Press.
- Yustika, A. E. (2008). *Ekonomi Kelembagaan (Definisi, Teori dan Strategi)*. Malang: Bayumedia Publishing.
- Zubaedi. (2014). *Pengembangan Masyarakat Wacana dan Praktik*. Jakarta: Kencana.

## Artikel

- Ananda, R. (2016). Peran Home Industri dalam Meningkatkan Ekonomi Keluarga (Studi Kasus Home Industry Keripik di Kelurahan Kubu Gabang). *Jurnal Pengembangan Masyarakat FISIP*, 3(2), 1-15.
- Bhandari H, & Y. (2009). What is Social Capital? A Comprehensive Review of the concept. *Asian Journal of Social Science*, 37(3), 480-510.
- Cahyono, B. (2014). Peran Modal Sosial dalam Peningkatan Kesejahteraan Masyarakat Petani Tembakau di Kabupaten Wonosobo. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, Vol.15(No.1).
- Dewati, R. C., & Rahdriawan, M. (2019). Kajian Peran Pengembangan Masyarakat dalam Mendukung Pariwisata Kampung Batik Rejomulyo Semarang. *Jurnal Teknik PWK (Perencanaan Wilayah dan Kota)*, 8(3), 148-160.
- Fitriawati, E. (2010). "Modal Sosial dalam Strategi Industri Kecil (Studi Tentang Industri Kecil Slondok di Desa Sumurum Kecamatan Grabag Kabupaten Magelang". *Jurnal Dimensia*, Vol.4 No.1, 24-29.
- Indrarini. (2021). Batik Semarangan Sebagai Industri Kreatif. *Jurnal Prosiding PTBB FT UNY*, 16(1), 1-15.
- Lindawati, & Mulyono. (2018). Evaluasi Postur Kerja Pengrajin Batik Tulis Aleyya Batik di Yogyakarta. *Journal of Public Health Research and Community Health Development*, 1(2), 131-143.
- Kumalasari, Y. Y., Suryono, A., & Rozikin, M. (2014). Pembinaan dan Pemberdayaan Pengrajin Batik (Studi di Dinas Koperasi, UKM, Perindustrian, Perdagangan dan ESDM dan Industri Kecil Kampoeng Batik Jetis Kabupaten Sidoarjo). *Jurnal Administrasi Publik*, 2(1), 66-70.
- Kusumaningtyas, R. F., Anitasari, R. F., Kamal, U., & Aufa, R. (2018). Peran Pengrajin Batik dan Pelaku Usaha dalam Pengembangan Usaha Batik di Kabupaten Grobogan sebagai Upaya Melestarikan Motif Batik Khas Kabupaten Grobogan (Sosialisasi Peraturan Perundang-undang di bidang Kekayaan Intelektual). *Jurnal Pengabdian Hukum Indonesia*, 01(1), 67-78.
- Lindawati, & Mulyono. (2018). Evaluasi Postur Kerja Pengrajin Batik Tulis Aleyya Batik di Yogyakarta. *JPH RECODE*, 1(2), 131-143.
- Masruri, S. (2013). Peran Modal Sosial Tri Tangtu Silih Dalam Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat di Desa Alamendah Rancabali Bandung. *INFERENSI*, 7(2), 275-296.
- Mustapita, A. F., & Slamet, A. R. (2020). Pengembangan Ekonomi Lokal Kabupaten Malang Melalui Kajian Potensi Klaster Industri Kecil. *Buletin Studi Ekonomi*, 25(2), 287-299.

- Polnaya, G. A., & Darwanto. (2015). Pengembangan Ekonomi Lokal Untuk Meningkatkan Daya Saing Pada UKM Ekonomi Kreatif Batik Bakaran di Pati, Jawa Tengah. *Jurnal Bisnis dan Ekonomi*, 22(1), 1-10.
- Pratisthita, R. N., Munandar, M., & Homzah, S. (2014). Peran Modal Sosial dalam Menunjang Dinamika Kelompok Peternak Sapi Perah ( Studi Kasus di Kelompok 3 TPK Pulosari Pangalengan ) . *Jurnal Ilmu Ternak*, 1(10), 52–57.
- Rahmawati, S. N., Achsa, A., & Destiningsih, R. (2018). Strategi Penguatan Kinerja Pemasaran Pengrajin Batik melalui Pengembangan Modal Sosial Pada Kampung Batik Kota Semarang. *Jurnal REP (Riset Ekonomi Pembangunan)*, 3(2), 380-392.
- Rosyada, M., & Tamamudin. (2020). Pengembangan Ekonomi Kreatif Batik Tulis Kota Pekalongan Sebagai Upaya Pelestarian Budaya dan Peningkatan Pendapatan Masyarakat. *Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat*, 1(2).
- Saraswati, N., & Pamungkas, Y. H. (2016). Paguyuban Batik Sekar Nitik Kembangsono, Desa Trimulyo, Bantul Tahun 2000-2015: Tinjauan Sejarah & Perkembangannya. *E-Journal Pendidikan Sejarah*, 4(3), 593-608.
- Syahra, R. (2003). Modal Sosial: Konsep dan Aplikasi. *Jurnal Masyarakat dan Budaya*, 5(1), 1-22.
- Widihastuti, S., & Kusdarini, E. (2013). Kajian Hak Kekayaan Intelektual Karya Perajin Batik Studi Kasus di Desa Wukirsari Imogiri Bantul. *Jurnal Penelitian Humaniora*, 18(2), 145-155.
- Witjaksono, M. (2010). Modal Sosial Dalam Perkembangan Industri Logam Waru Sidoarjo. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 11(2), 266-291.

### **Skripsi**

- Larasati, N. F. (2014). *Tipologi Ruang Permukiman di Kampung Batik Semarang*. Kota Semarang: UNDIP-IR.
- Syafi'i, I. (2019). *Peran Paguyuban Kampoeng Djadhoel dalam Mengembangkan Ekonomi Masyarakat di Kelurahan Rejomulyo Kecamatan Semarang Timur*. Semarang: Eprint walisongo.

### **Sumber Lainnya**

- Antara. (2009, September 7). *Antara*. Dipetik Juli 16, 2021, dari UNESCO Setujui Batik Sebagai Warisan Budaya Indonesia: <https://m.antaranews.com/berita/153756/unesco-setujui-batik-sebagai-warisan-budaya-indonesia>
- Haryanto, E. (April 12, 2022). (A. Najikha, Pewawancara)



Prawiro, M. (14 Oktober, 2018 ). *Pengertian Peran: Arti, Konsep, Struktur, dan Jenis Peran*. Retrieved Agustus 20, 2022, from <https://www.maxmanroe.com/vid/sosial/pengertian-peran.html>

Lindiyani, M. (22 Maret, 2022). (A. Najikha, Pewawancara)

Suprihatin, M. (30 Juni, 2022). (A. Najikha, Pewawancara)

Luwiyanto. (20 Agustus, 2022). (A. Najikha, Pewawancara)

Suharti. (21 Juli, 2022). (A. Najikha, Pewawancara)

Cristina. (19 September, 2022). (A. Najikha, Pewawancara)

Suryani. (20 Oktober, 2022). (A. Najikha, Pewawancara)

Al-Qur'an Al-Mu'minum ayat 8

Al-Qur'an Al-Hujurat ayat 13

## LAMPIRAN

### Lampiran 1. Surat Ijin Penelitian



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
Jl Jalan Prof. Dr. Hamka Km 2 Kampus III Ngaliyan Semarang Kode Pos 50185  
Telepon (024) 76435986, Website: www.fisip.walisongo.ac.id

Nomor : B-466/Un.10.6/K/KM.05.01/3/2021  
Lamp : -  
Hal : Ijin Penelitian dan Permohonan Data

Kepada Yth.  
Ketua RT 04 RW 02 Kelurahan Rejomulyo, Semarang  
Di tempat

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Dengan hormat kami sampaikan, bahwa dalam rangka pelaksanaan *Penulisan Skripsi* yang berjudul "**PERAN MODAL SOSIAL DALAM PENGEMBANGAN EKONOMI PERAJIN BATIK**".

Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIP) UIN Walisongo Semarang, maka kami mohon perkenan Bapak/Ibu untuk memberikan data kepada mahasiswa tersebut di bawah ini.

Nama : AMILATUN NAJIKHA  
NIM : 1706026026  
Semester : VIII (Delapan)  
Jurusan : Sosiologi  
Tempat/ Tgl lahir : Pernalang, 20 Februari 1998  
CP/e-mail : Najikhaamilatun@gmail.com  
Nama Ayah/ Ibu : Sunarto/Nur Elah  
Pekerjaan : Buruh Bangunan/Ibu Rumah Tangga  
Alamat : Jl. Raden Saleh RT 03/RW 10 No.127, Sikentung,  
Kecamatan Petarukan, Kabupaten Pernalang.

Demikian, atas perhatian dan kerjasamanya diucapkan terima kasih.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*



Semarang, 21 Juli 2022

Aff: Dekan  
asus: akademik

Gunawan, S.Ag, M.H

Tembusan :  
Dekan FISIP UIN Walisongo

## Lampiran 2. Instrumen Penelitian

### Pedoman Wawancara

1. Identitas Pengusaha Kerajinan Batik
  - a. Nama
  - b. Alamat
  - c. Status
  - d. Umur
  - e. Jenis Kelamin
  - f. Pendidikan
  - g. Jumlah Anggota keluarga
2. Apa Latar belakang dan Motivasi yang mendasari bapak membuka Usaha Kerajinan Batik?
3. Bagaimanakah sejarah Industri kreatif kerajinan batik yang anda dirikan ?
4. Bagaimana Status kepemilikan usaha dirintis sendiri / Warisan / menggantikan orang lain ?
5. Apakah ada syarat agar menjadi pengrajin
6. Bagaimana Cara membangun kepercayaan ?
7. Apa saja yang menjadi hambatan dalam mendirikan usaha industri kreatif kerajinan batik ini ?
8. Bagaimana Wujud kepedulian anda mengenai industri Kreatif kerajinan batik yang ada di Kampung Djadhoel ini ?
9. Bagaimana kerjasama anda dengan industri kreatif kerajinan batik lainnya yang ada di kota Semarang ? Hubungan agar dapat mengemul usaha kerajinan batik anda di era modern saat ini ?
10. Bagaimana upaya anda dalam menjaga hubungan agar dapat mengembangkan usaha kerajinan batik anda di era modern saat ini ?

## Pedoman Wawancara Informan Tambahan

1. Identitas Pengrajin Sekitar
  - a. Nama
  - b. Umur
  - c. Status
  - d. Pekerjaan
2. Apa yang anda ketahui tentang pemilik usaha kerajinan batik ?
3. Bagaimana cara anda mendapatkan Informasi lowongan pekerjaan di industri kreatif kerajinan batik ini?
4. Apakah ada syarat untuk menjadi perajin di sini?
5. Apakah ada aturan yang harus dijalankan oleh pengrajin di sini?
6. Bagaimana Status Sosial ekonomi anda setelah adanya industri kerajinan batik?
7. Bagaimana hubungan anda dengan pemilik kerajinan batik?
8. Bagaimana aturan yang diterapkan di industri kerajinan batik?
9. Apa yang dilakukan pemilik ketika pengrajin melakukan kesalahan dalam bekerja?
10. Bagaimana peran norma paguyuban dalam aktivitas perajin dan pengusaha?
11. Bagaimana upaya bapak atau ibu dalam membangun koneksi dengan perajin dan pengusaha lainnya ?
12. Bagaimana bapak menumbuhkan kepercayaan sesama perajin dan pengusaha?

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP



### A. Identitas diri

Nama : Amilatun Najikha  
Tempat, Tanggal Lahir : Pemalang, 20 Februari 1998  
Nama Ayah : Sunarto  
Nama Ibu : Nur Elah  
Alamat : Gang Kakap IV RT.03/RW.010 No.127 Sikentung,  
Kecamatan Petarukan, Kabupaten. Pemalang.  
No. Hp : 087825286118  
Alamat E-mail : najikhaamilatun@gmail.com

### B. Latar Belakang Pendidikan

#### Riwayat Pendidikan

- |                              |              |
|------------------------------|--------------|
| 1. TK Muslimat NU Petarukan  | 2004 (Lulus) |
| 2. SDN Genteng Kota Sukabumi | 2010 (Lulus) |
| 3. SMPN 14 Kota Sukabumi     | 2013 (Lulus) |
| 4. MA Wahid Hasyim Petarukan | 2017 (Lulus) |
| 5. UIN Walisongo Semarang    | 2022 (Lulus) |

### C. Pengalaman Organisasi

1. Anggota LPM Reference FISIP UIN Walisongo, 2018.
2. Anggota UKM An-Nishwa UIN Walisongo, 2019.
3. Pengurus IMPP UIN Walisongo Departemen Wirausaha, 2018.

Semarang, 03 November 2022

Hormat saya,

Amilatun Najikha  
(1706026026)