

PENGUATAN MODAL SOSIAL UMKM BATIK JETIS SIDOARJO DALAM MEMPERTAHANKAN USAHA DI ERA PANDEMI COVID-19

Dania Dyah Fitrawan

Universitas Negeri Surabaya, дания.18041@mhs.unesa.ac.id

Maya Mustika Kartika Sari

Universitas Negeri Surabaya, mayamustika@unesa.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penguatan modal sosial yang terjadi pada UMKM Batik Jetis Sidoarjo dalam mempertahankan usaha di era pandemi Covid-19. Fokus penelitian terletak pada aspek modal sosial yang ditinjau berdasarkan teori modal sosial Putnam. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Pengambilan sumber data penelitian menggunakan teknik *snowball sampling*. Sumber data berasal dari enam informan pengrajin batik Jetis. Teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Data dianalisis secara kualitatif dengan menggunakan analisis interaktif Miles dan Huberman melalui tahap reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa hubungan yang mengikat (*bonding social capital*) yang terwujud dalam memaksimalkan ikatan kekeluargaan dan kekerabatan. Sementara hubungan yang menjembatani (*bridging social capital*) ditemukan dengan munculnya hubungan kemitraan dengan pemasok dan tengkulak. Pengrajin batik Jetis juga mengembangkan relasi dalam Paguyuban Batik Sidoarjo. Beberapa upaya yang dilakukan oleh pengrajin batik Jetis yaitu: memanfaatkan bantuan saudara dan pemerintah dalam mengatasi masalah permodalan, mendapat dukungan anggota keluarga dalam pembagian kerja, mengurangi jumlah karyawan dan hasil produksi, menjalin kerjasama dengan pemasok untuk dapat melakukan pinjaman bahan baku dan memberi pinjaman stok hasil produksi kepada tengkulak, saling bertukar informasi antaranggota PBS, melakukan pemasaran produk batik melalui toko dan secara *online*, dan aktif bekerjasama dengan pemerintah dalam mempromosikan hasil produk batik khas Sidoarjo melalui acara kepemudaan.

Kata Kunci: Modal sosial, Pengrajin Batik Jetis, Pandemi Covid-19

Abstract

This study aims to determine the strengthening of social capital that has occurred in UMKM Batik Jetis Sidoarjo in maintaining business in the era of the Covid-19 pandemic. Focused of research lies in the aspect of social capital which is reviewed based on Putnam's theory of social capital. This study uses a descriptive qualitative approach. The research data sources were taken using snowball sampling technique. The data sources came from six informants of Jetis batik craftsmen. Data collection techniques through observation, interviews, and documentation. The data were analyzed qualitatively using Miles and Huberman's interactive analysis through the stages of data reduction, data presentation, and drawing conclusions. The results show that bonding social capital is realized in maximizing kinship and kinship ties. Meanwhile, bridging social capital is found with the emergence of partnership relationships with suppliers and middlemen. Jetis batik craftsmen also develop relationships within the Sidoarjo Batik Association. Some of the efforts made by Jetis batik craftsmen include: taking advantage of the assistance of relatives and the government in overcoming capital problems, getting support from family members in the division of labor, reducing the number of employees and production output, collaborating with suppliers to be able to borrow raw materials and provide stock loans. production results to middlemen, exchanging information between PBS members, marketing batik products through shops and online, and actively collaborating with the government in promoting Sidoarjo batik products through youth events.

Keywords: Social capital, Jetis Batik Craftsmen, Covid-19 Pandemic

PENDAHULUAN

Pandemi Covid-19 tidak hanya menimbulkan krisis kesehatan secara global tetapi juga memberikan tekanan bagi pertumbuhan ekonomi baik secara mikro maupun makro. Kapasitas ekonomi nasional yang melemah selama pandemi Covid-19 sangat berpengaruh pada ketenagakerjaan di Indonesia. Berdasarkan hasil survei

sosial demografi dampak Covid-19 tahun 2020 yang dilakukan oleh Badan Pusat Statistik (BPS) provinsi Jawa Timur tahun 2020 menyatakan bahwa kelompok masyarakat miskin, rentan miskin, dan pekerja sektor informal merupakan yang paling terdampak pandemi Covid-19. Sebanyak 70.53% responden dalam kelompok berpendapatan rendah atau kurang dari 1,8 juta mengaku mengalami penurunan pendapatan.

Krisis ekonomi semakin memperburuk ketimpangan yang sudah ada bagi para pekerja rentan. Salah satunya pada sektor informal yakni para pelaku Usaha Mikro,

Kecil, dan Menengah (UMKM). *Organization for Economic Co-operation and Development* (OECD) dalam laporannya menyatakan terdapat perbedaan antara krisis pandemi Covid-19 dengan krisis ekonomi sebelumnya. Pandemi Covid-19 memberikan dampak pada perekonomian di sektor penawaran dan permintaan. Pada sektor penawaran, mayoritas pelaku usaha kesulitan dalam memperoleh pasokan sehingga terjadi pengurangan bahan baku dan tenaga kerja. Sedangkan pada sektor permintaan, menurunnya jumlah permintaan produk diiringi dengan rendahnya kepercayaan konsumen terhadap suatu produk (OECD, 2020).

Merebaknya Covid-19 berimplikasi negatif bagi perekonomian domestik. Kementerian Koperasi dan UKM (KemenkopUKM) menyebutkan penyebaran Covid-19 memiliki dampak bagi penurunan konsumsi dan daya beli masyarakat, penurunan kinerja perusahaan, ancaman pada sektor perbankan dan keuangan, serta eksistensi UMKM (Pakpahan, 2020:2). Senada dengan pernyataan tersebut, pada bulan Agustus 2020 BPS melaporkan ada tiga persoalan yang dihadapi oleh pelaku UMK, di antaranya: (1) turunnya jumlah permintaan karena pelanggan juga terdampak Covid-19 sebanyak 78,35%. (2) rekan bisnis tidak dapat beroperasi secara normal sebanyak 56,80%. *Ketiga*, kendala keuangan pegawai dan operasional sebesar 62,2%. Perubahan situasi ini mengakibatkan banyak aktivitas ekonomi yang tidak lagi berjalan secara ideal (BPS, 2020:10).

Mayoritas pelaku UMKM mengalami penurunan omset secara drastis karena terkendala pembatasan pemasaran produk, kesulitan mendapatkan modal dan bahan baku. Akibatnya para pelaku UMKM harus memiliki daya untuk berpikir dan bertindak adaptif dalam mempertahankan usahanya. Sebuah penelitian dari Ramdhaningrum et al, (2020:26) juga menyebutkan bahwa di era pandemi Covid-19, UMKM yang mampu bertahan yakni 50% usaha kuliner, 20% usaha sembako, 10% usaha kriya, 10% usaha florikultural, dan 10% usaha busana.

Keterpurukan pelaku UMKM juga dirasakan di daerah Sidoarjo. Sidoarjo merupakan salah satu daerah yang ditetapkan sebagai kota UMKM karena keberhasilannya membina koperasi dan UMKM (Sanjaya, 2021:5). Menurut data dari Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kabupaten Sidoarjo (2021) beberapa tahun yang lalu perkembangan UMKM di Sidoarjo cukup signifikan dan telah mencapai 13.075 UMKM yang tersebar di 18 kecamatan. Di antaranya: Sentra UMKM tas dan koper di Tanggulangin; Sentra batik di Jetis; Sentra bandeng, petis, dan kupang di kawasan Candi;

Sentra telur asin di Kebonsari; Sentra logam di Ngingan dan Kureksari; Kampoeng jajanan Krembung; Kampoeng sandal di daerah Wedoro Waru; dan Kampoeng kroepoek Tlasih Tulangan. Ironisnya, di tengah pesatnya perkembangan UMKM di Sidoarjo terdapat beberapa kendala akibat pandemi Covid-19. Salah satunya yang terjadi pada UMKM Batik Jetis Sidoarjo.

Batik Jetis terus bertahan dan menjadi mata percaharian utama bagi sebagian masyarakat Jetis. Pada tahun 1995 hingga awal tahun 2008, para pengrajin batik melakukan proses produksi hingga pemasaran secara mandiri. Namun, seiring perjalanan waktu banyak hambatan yang ditemui oleh pengrajin. Di antaranya jumlah pengrajin batik tulis yang semakin menurun, harga bahan baku batik semakin melonjak, dan munculnya batik cap atau batik sablon. Solusi yang tepat untuk mengatasi hambatan tersebut yakni para pengrajin batik secara sukarela membuat sebuah kelompok pengrajin batik yang diberi nama Paguyuban Batik Sidoarjo (PBS).

PBS berdiri pada tanggal 16 April 2008, tujuan utamanya yaitu menghimpun para pengrajin batik tulis yang masih ada dan mengakomodasi kebutuhan bahan pokok batik tulis. Pada awalnya anggota PBS hanya berjumlah 40 anggota dan mendapat sambutan baik oleh pemerintah kabupaten Sidoarjo. Daerah Jetis yang berada di pusat perkotaan menjadi salah satu penghasil batik tulis yang cukup populer dengan sebutan Kampoeng Batik Jetis dan secara resmi Jetis menjadi ikon kabupaten Sidoarjo (Junaidi, 2020:3).

Berbagai kolaborasi yang dilakukan oleh PBS dan pemerintah kabupaten Sidoarjo telah memberikan hasil positif bagi perkembangan UMKM batik Jetis. Pemerintah kabupaten Sidoarjo juga membantu dalam peningkatan pemasaran batik Jetis, salah satunya dengan mengeluarkan kebijakan yang mewajibkan Aparatur Sipil Negara (ASN) untuk memakai pakaian batik khas Sidoarjo pada hari Kamis dan Jumat. Selain itu, PBS dan pemerintah telah mengupayakan Kampoeng Batik Jetis sebagai destinasi wisata bagi wisatawan luar daerah untuk membeli, belajar, dan melestarikan batik tulis. Pada tahun 2009 hingga 2019, Kampoeng Batik Jetis berhasil menjadi destinasi wisata sehingga terjadi peningkatan permintaan batik tulis yang cukup signifikan.

Kondisi dan situasi tersebut berbanding terbalik sejak merebaknya pandemi Covid-19. Para pengrajin batik harus mampu bertahan di tengah permasalahan pada permodalan, produksi, pemasaran, menurunnya jumlah permintaan hingga tidak ada generasi penerus yang melanjutkan usaha. Fakta tersebut menjadikan aktivitas produksi hanya dilakukan 2-3 hari saja, pemasaran melalui *online*, mengurangi jumlah karyawan dan

beberapa di antaranya gulung tikar sehingga anggota aktif PBS hanya berjumlah 15 pengrajin. Maka, diperlukan peran serta PBS dalam mengatasi permasalahan dan para pengrajin harus mampu berinovasi serta beradaptasi di tengah keterbatasan.

Para pelaku UMKM Batik Jetis Sidoarjo dalam mempertahankan usahanya di era pandemi Covid-19 membutuhkan sebuah modal. Pada konteks ini tidak hanya dibutuhkan modal finansial, modal fisik, modal manusia tetapi juga diperlukan modal sosial. Modal sosial memiliki sifat non materi sehingga memudahkan dalam menjalin hubungan sosial. Pemanfaatan modal sosial diperlukan untuk membentuk suatu ikatan dan mengembangkan nilai-nilai bersama.

Modal sosial (*social capital*) banyak dikaitkan dengan upaya mengelola, meningkatkan dan mendayagunakan relasi-relasi sosial sebagai sumber daya yang diinvestasikan untuk memperoleh keuntungan ekonomi atau manfaat sosial. Modal sosial memiliki karakteristik yang berbeda dengan modal finansial (*financial capital*), modal fisik (*physical capital*), dan modal manusia (*human capital*). Modal fisik relatif *tangible* (kasat mata), dapat dihitung dan diprediksi. Modal finansial dan modal manusia juga relatif *tangible* (kurang kasat). Sedangkan modal sosial *less tangible* (tidak begitu kasat mata).

Keberadaan modal sosial baru diketahui apabila orang menjalin relasi-relasi sosial dan umumnya modal sosial dianalisis dengan berfokus pada level kelompok, komunitas (*community*), dan masyarakat (*society*) (Usman, 2018:4). Robert D. Putnam seorang ilmuwan politik Amerika telah mempopulerkan kata dan definisi modal sosial yang relatif lebih mudah dipahami oleh masyarakat luas. Singkat kata, Putnam (2000:19) mendefinisikan modal sosial sebagai hubungan antar individu yang di bangun melalui jaringan sosial, norma resiprositas dan kepercayaan yang tumbuh dari hubungan-hubungan tersebut.

Pada tahun 2000, Putnam mengembangkan argumennya ke dalam sebuah buku berjudul *Bowling Alone* dan mempopulerkan teori modal sosial. Gagasan inti yang dikemukakan yakni modal sosial memungkinkan antar individu atau kelompok untuk bertindak secara kolektif dalam mencapai tujuan bersama. Beberapa aspek modal sosial yang telah dikemukakan oleh Putnam (1993:171), sebagai berikut: *Pertama*, kepercayaan (*trust*) merupakan suatu hubungan sosial yang dilandasi oleh perasaan yakin dan senantiasa bertindak untuk saling mendukung serta tidak merugikan satu sama lain. *Kedua*, jaringan (*network*) yakni terciptanya hubungan suatu kelompok dengan kelompok lain baik di keluarga, kekerabatan, ketetanggaan, asosiasi, organisasi formal/infomal, dan bentuk-bentuk yang lain. *Ketiga*, norma (*norm*) yakni sekumpulan aturan yang

mengikat satu sama lain yang diharapkan dapat dipatuhi dan diikuti oleh anggota kelompok.

Pada konsep modal sosial, norma tidak dapat dipisahkan dari kepercayaan dan jaringan. Lawang (2004:52) menjelaskan bahwa norma bersifat resiprositas yang di dalamnya berisi tentang hak dan kewajiban dalam menjamin keuntungan yang akan diperoleh. Hal ini senada dengan Hasbullah (2006:9) yang mengartikan resiprositas lebih mengarah kepada rasa saling bertukar kebaikan baik antar anggota maupun antar kelompok. Tendensi demikian dapat diwujudkan melalui sikap saling tolong menolong, sifat dapat dipercaya (*trustworthiness*), dan sifat adil (*fairness*).

Teori modal sosial yang dikemukakan oleh Putnam banyak dipengaruhi oleh pendekatan sosiologi fungsionalisme dan memiliki banyak kesamaan dengan pandangan Durkheim tentang solidaritas. Tendensi demikian dapat diketahui berdasarkan cara Putnam mengedepankan nilai-nilai kolektif, konsensus, dan integrasi sosial (Usman, 2018:31). Teori modal sosial Putnam juga dipengaruhi oleh Woolcock dalam hal membedakan modal yang mengikat dengan yang menjembatani (Putnam, 2000:22-24). Berikut jenis modal sosial:

Pertama, *bonding social capital* atau yang mengikat hubungan berdasarkan tempat tinggal, kekerabatan, etnis, agama dan adat istiadat. Jenis anggota yang tergabung dalam kelompok umumnya homogen dengan jumlah tidak terlalu besar. Misalnya, seluruh anggota kelompok berasal dari tempat tinggal yang sama, maka fokus perhatiannya pada upaya dalam menjaga nilai-nilai yang telah diakui dan dijalankan. Setiap anggota cenderung mengutamakan rasa solidaritas daripada tuntutan nilai-nilai yang lebih terbuka. Dalam sosiologi oleh Durkheim dikenal dengan konsep solidaritas mekanik, setiap anggota diikat berdasarkan ikatan moral dan rasa tanggung jawab karena adanya kesamaan suku, agama, tempat tinggal (asal daerah).

Kekuatan *bonding social capital* hanya terbatas pada keterikatan dalam kelompok. Keterikatan ini berimplikasi pada semangat fanatisme, cenderung tertutup, dan memiliki nilai kolektif yang tinggi. Setiap anggota memanfaatkan potensi *bonding* dalam memperoleh dukungan dan rekomendasi dalam menjalankan aktivitas sosialnya. Dasar kesamaan dapat menjadikan setiap individu memiliki kewajiban untuk saling membantu, menolong, memberi, dan menerima.

Bonding social capital menjadi perekat dan pengikat anggota kelompok karena terdapat kesamaan kepentingan dalam mempertahankan eksistensi kelompok. Potensi ini bermanfaat untuk mengutarakan berbagai permasalahan dan setiap permasalahan individu juga menjadi bagian masalah kelompok. Situasi ini menjadikan setiap anggota

merasa terayomi, terfasilitasi, dan merasa aman. Kelompok mampu memberikan kontrol yang kuat melalui rasa kepedulian dan mengedepankan hubungan timbal balik yang bersifat horizontal.

Kedua, *bridging social capital* atau yang menjembatani relasi-relasi antar anggota dan kelompok yang berbeda identitas asal. Karakteristik *bridging social capital* yakni terdiri dari keanggotaan dan relasi yang bersifat heterogen. Pada konsep solidaritas Durkheim, dikenal dengan solidaritas organik. Hal ini berarti rasa solidaritas, tanggung jawab, harapan, dan kewajiban moral timbul dari keterikatan pada perbedaan. Pengembangan kelompok modern tidak cukup jika hanya mengandalkan potensi internal. Oleh karena itu, kelompok perlu menjalin hubungan secara eksternal dan mengoptimalkan potensi yang ada.

Kekuatan *bridging sosial capital* didasarkan pada kepercayaan dan norma yang sudah terjalin selama ini. Kemampuan dalam *bridging* dapat membuka peluang akses secara eksternal. Prinsip yang dianut mencerminkan bentuk kelompok yang lebih modern, seperti nilai kebersamaan, kebebasan, kemajemukan, kemanusiaan, terbuka dan mandiri (Hasbullah 2006:29). *Bridging social capital* dapat membuka peluang bagi kelompok untuk mengakses, memperkuat, dan mengembangkan relasi dengan kelompok lain. Jalinan relasi dengan kelompok yang berbeda dapat memperkuat ikatan melalui pola-pola interaksi yang saling menguntungkan. Hal ini sangat menguntungkan bagi kemajuan anggota dalam kelompok dan kemampuan dalam beradaptasi dengan lingkungan. *Bridging social capital* juga berorientasi menciptakan identitas yang luas, hubungan tibal balik yang variatif, dan memiliki banyak pilihan dalam menyelesaikan beragam persoalan.

Modal sosial menjadi suatu proses yang diperoleh berdasarkan interaksi dan hubungan sosial. Suatu jaringan sosial terjadi akibat adanya rasa saling ketergantungan antar anggota kelompok yang saling menguntungkan. Menurut hasil penelitian dari Pamungkas dan Sunaryoto (2019:75) modal sosial telah memberikan pengaruh positif bagi pelaku usaha sebanyak 79%, kepercayaan menjadi unsur yang sangat berpengaruh bagi kelangsungan usaha. Hasil yang sama juga dikemukakan oleh Ciambotti, Massimo, dan Pallazi (2015:61) menyatakan pelaku usaha secara sadar memilih untuk memanfaatkan stok modal sosial dalam menjalin hubungan dengan sesama pelaku usaha dan masyarakat luas.

Kondisi krisis telah memberikan pelajaran akan pentingnya jejaring sosial. Setiap individu membutuhkan ikatan untuk saling peduli dan saling membantu. Ketiga rumusan modal sosial dapat menjadi sumber kekuatan dan aset sosial untuk mencapai tujuan tertentu. Hoftstede

Insight (2020) menunjukkan bahwa skor indeks individualitas Indonesia berada pada angka 14. Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat Indonesia memiliki jalinan kolektif yang loyal antar jaringan kelompok. Senada dengan penelitian Fatimah (2020:75) yang menyatakan aktivitas ekonomi di era pandemi Covid-19 membuat para pelaku usaha memiliki sikap solidaritas dan sikap yang tidak hanya terpaku pada keuntungan saja. Di samping itu juga didukung dengan semangat sosial untuk berbagi rezeki dan berbagi kesempatan untuk bersama-sama mengatasi situasi sulit.

Modal sosial sebagai suatu proses yang terjalin antarsesama pelaku usaha yang berlandaskan pada kepercayaan, jaringan, dan norma. Apabila dimanfaatkan secara optimal dapat mempengaruhi pengambilan keputusan. Jamaludin et al. (2019:2) menyatakan bahwa pemanfaatan modal sosial dapat menciptakan efisiensi, efektivitas, dan meningkatkan keuntungan. Dari penjelasan yang dikemukakan di atas, peneliti tertarik untuk berusaha mengetahui penguatan modal sosial dalam mempertahankan usaha di era pandemi Covid-19. Ketertarikan secara khusus terletak pada aspek-aspek modal sosial yang berkembang pada UMKM Batik Jetis Sidoarjo. Penelitian ini dilakukan sebagai upaya menambah pengetahuan mengenai aspek modal sosial yang berkembang di era pandemi Covid-19. Penelitian ini juga memberikan penjelasan tentang strategi mempertahankan usaha UMKM Batik Jetis Sidoarjo melalui ikatan-ikatan sosial.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Lokasi pada penelitian ini dilakukan di Kampoeng Batik Jetis yang terletak di Jl. P. Diponegoro, Lemahputro, Kabupaten Sidoarjo. Pengambilan sumber data penelitian menggunakan teknik *snowball sampling*, mengambil dengan jumlah kecil yang sesuai kriteria yang kemudian berkembang sampai data yang diperoleh jenuh. Neuman (2019:498) menyatakan bahwa teknik *snowball sampling* yaitu metode yang digunakan untuk mengidentifikasi, memilih, dan mengambil sampel dalam suatu gambar *sociogram* berupa rantai atau jaringan dalam bentuk lingkaran yang di hubungkan dengan garis.

Kriteria yang menjadi pertimbangan untuk informan dalam penelitian ini yaitu pengrajin batik Jetis Sidoarjo, baik pengrajin yang tergabung dan tidak tergabung dalam PBS. Fokus penelitian ini yaitu aspek modal sosial yang berkembang pada UMKM batik Jetis Sidoarjo di era pandemi Covid-19 dan ditinjau berdasarkan teori modal sosial Putnam. Putnam menyatakan terdapat tiga aspek modal sosial yaitu kepercayaan, jaringan dan norma. Konsep modal sosial pada jaringan ditinjau dari ikatan sosial yang terbentuk yaitu *bounding social capital*

(mengikat) dan *bridging social capital* (menjembatani). Ikatan *bounding* diduga sebagai dukungan yang berasal dari kelompok homogen untuk membantu usaha agar tetap bertahan. Sedangkan ikatan *bridging* berasal dari kelompok heterogen yang mempunyai potensi untuk meringankan persoalan dan membuka peluang dengan kelompok eksternal.

Pada penelitian kualitatif memiliki karakteristik dengan beragam sumber data (*Multiple Sources of Data*), para peneliti kualitatif umumnya memilih untuk mengumpulkan data dari beragam sumber daripada bertumpu pada satu sumber data saja. Beragam sumber tersebut berupa wawancara, observasi, dokumentasi, dan informasi audiovisual (Cresswell, 2019:248). Mengacu pada pendekatan kualitatif, maka teknik pengumpulan data yang telah dilakukan meliputi: *Pertama*, observasi dengan melakukan pengamatan sehingga mengetahui gambaran mengenai situasi dan kondisi pengrajin batik Jetis di era pandemi Covid-19. *Kedua*, wawancara dengan menggunakan pedoman wawancara dan mengelaborasi pertanyaan secara spontan sesuai dengan konteks pembicaraan mengenai modal usaha, proses produksi, pemasaran, dan hambatan yang sedang dialami para pengrajin batik selama pandemi Covid-19. *Ketiga*, dokumentasi berupa buku, jurnal penelitian, dan berita mengenai sejarah pembentukan PBS serta catatan harian kegiatan yang pernah diikuti oleh pengrajin yang tergabung dalam PBS.

Berdasarkan data yang telah terkumpul kemudian dianalisis menggunakan teknik analisis interaktif Miles dan Huberman dengan tahap sebagai berikut: *Pertama*, pada tahap reduksi data peneliti menyeleksi, menyederhanakan dan memfokuskan data sehingga tersusun tema atau pola tertentu. *Kedua*, pada tahap penyajian data peneliti memilih dan menyajikan dalam bentuk teks yang bersifat naratif serta dianalisis dengan teori modal sosial Putnam. *Ketiga*, tahap penarikan kesimpulan dilakukan dengan cara menyimpulkan data yang dianggap sah dan kredibel.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Modal sosial merupakan upaya untuk mengembangkan kekuatan bersama dalam mengatasi masalah-masalah sosial dan mencapai tujuan bersama. Aspek-aspek modal sosial menjadi basis dalam perwujudan interaksi antar individu dalam suatu kelompok. Interaksi sosial dapat dijadikan sebagai tolok ukur dari perkembangan modal sosial. Penelitian ini dilakukan sebagai upaya untuk menambah dan memberikan sumbangsih dalam mengisi kajian tentang modal sosial terutama berkaitan dengan pelaku UMKM melalui perspektif sosiologi ekonomi.

Hasil penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi acuan dalam penelitian sejenis di masa yang akan datang.

Terdapat tiga parameter yang dapat digunakan untuk menganalisis hasil penelitian penguatan modal sosial pada UMKM Batik Jetis dalam mempertahankan usaha di era pandemi Covid-19, yaitu: kepercayaan, jaringan, dan norma. Selain itu, penelitian ini juga menunjukkan tiga bentuk penguatan modal sosial yang terwujud melalui: *Pertama*, memaksimalkan bantuan dan dukungan keluarga dalam mempertahankan usaha. *Kedua*, mengembangkan hubungan kemitraan dengan pihak eksternal. *Ketiga*, mengembangkan relasi dalam Paguyuban Batik Sidoarjo.

Bantuan dan Dukungan Keluarga

Kepercayaan menjadi salah satu aspek penting dalam menjalankan suatu hubungan. Semakin tinggi rasa saling percaya (*mutual trust*) maka semakin tinggi juga kemungkinan terjadinya hubungan yang saling menguntungkan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengrajin batik Jetis telah mengedepankan hubungan kekeluargaan dan ikatan informal untuk menghasilkan sebuah keuntungan. Seperti yang diungkapkan oleh Bapak Zainal Afandi sebagai berikut:

“...batik Kamsatun ini milik keluarga besar, jadinya semua keluarga saling membantu dan berbagi tugas untuk menyelesaikan batik. Ada yang bagian desain motif, pewarnaan, ngelotot, penjualan, seputar itu-itu saja. Ya anak-anak ada yang minat ngambar ada juga yang paling kecil ikut jual di internet” (Wawancara, 20 Desember 2021)

Berdasarkan ungkapan tersebut dapat diketahui bahwa terjadi pembagian tugas antar anggota keluarga dalam mempertahankan usaha. Proses pengerjaan berupa mendesain motif, melakukan pewarnaan, melunturkan warna dapat dikerjakan oleh suami atau isteri. Sedangkan dalam proses penjualan dan pemasaran online dilakukan oleh saudara atau anaknya. Setiap hubungan yang terjalin antar anggota keluarga dilandasi oleh rasa percaya tidak muncul secara tiba-tiba. Rasa percaya dapat muncul karena adanya waktu yang dilakukan cukup lama dan proses yang berkesinambungan. Seperti halnya usaha batik Kamsatun. Usaha batik Kamsatun merupakan usaha yang dikelola secara bersama-sama dan didasari oleh ikatan keluarga.

Usaha bersama dalam keluarga tersebut menandakan jalinan kepercayaan yang dibangun yang terjalin hangat dan cukup erat. Mengingat batik merupakan suatu seni yang diturunkan secara turun temurun, maka tidak heran jika kepercayaan yang terjalin cukup erat dalam lingkup keluarga. Kondisi yang sama juga dialami oleh Bapak H. Ischak pemilik usaha batik H.I. yang menyatakan:

“...Usaha yang masih bertahan itu karena punya pasar dan target sendiri sampai sekarang. Lah dari

situ dibantu anak-anak, ada yang bagian pemasaran dengan brand H.I pasti sudah ada langganannya sendiri, apalagi ditambah dengan buat CV. Handal Insan Sentosa itu hanya tinggal bantu promosi lewat internet aman. Ada yang bantu gambar motif, mencanting, mewarna. Jadi saling membantu...” (Wawancara, 29 Januari 2022)

Rasa saling membantu dalam keluarga dilatar belakangi adanya kesadaran individu dan perasaan senasib. Membantu usaha keluarga dapat menjadikan sebuah peluang sekaligus tantangan di tengah keterbatasan. Peluang usaha dalam keluarga dapat menjadi warisan dari satu generasi ke generasi selanjutnya (*family legacy*). Hal ini menandakan bahwa modal sosial yang dimiliki oleh keluarga mampu menghantarkan usaha untuk tetap bertahan. Usaha batik HI telah berevolusi hingga tiga generasi dan saat ini telah membuat CV. Handal Insan Sentosa. Menenggok usaha batik HI yang dijalankan oleh keluarga Bapak H. Ischak terlihat pembagian tugas dalam mengelolah usaha batik. Di sisi lain, batik HI juga merambah ke dunia digital dan melakukan promosi yang dikerjakan oleh cucu dari bapak Ischak.

Banyaknya keuntungan ini juga tidak terlepas dari berbagai tantangan yang datang. Pandemi Covid-19 menghantarkan para pengrajin untuk mampu beradaptasi dengan kondisi yang ada. Beberapa di antaranya masih tetap produksi dengan resiko hanya menumpuk kain yang sudah diproduksi. Hal tersebut juga didukung dengan hasil observasi terdapat beberapa pengrajin batik Jetis yang terpaksa gulung tikar. Situasi ini disebabkan oleh harga batik tidak sebanding dengan proses pengerjaannya, peminat batik hanya terpaku pada kalangan tertentu, tidak ada dukungan dari keluarga, dan generasi selanjutnya tidak berkenan meneruskan usaha batik. Berdasarkan pengakuan dari Bapak Ischak hingga saat ini hanya tersisa lima pengrajin batik Jetis yang berhasil melanjutkan usaha keluarga.

Pandemi Covid-19 telah membuat situasi menjadi penuh ketidakpastian, terutama bagi para pelaku UMKM di Kampong Batik Jetis. Pengrajin batik Jetis sebagai sektor usaha informal memiliki kerentanan dalam mempertahankan usaha. Pada penelitian ini mempertahankan usaha diartikan sebagai segala upaya dalam mempertahankan dan melindungi usaha dengan beradaptasi dan melakukan berbagai cara untuk memenuhi kebutuhan permodalan, produksi, dan pemasaran.

Kehadiran modal usaha menjadi faktor pendukung dan penunjang bagi keberlangsungan suatu usaha. Salah satunya yakni modal ekonomi, modal ekonomi dijadikan sebagai sumber untuk mengoperasikan pengelolaan usaha. Operasional usaha di antaranya ada anggaran

peralatan, bahan baku, promosi, dan pemasaran. Keterbatasan modal di era pandemi Covid-19 menyebabkan pengrajin batik Jetis untuk mencari modal usaha dengan mengandalkan pinjaman dari keluarga dan kerabat. Seperti ungkapan Bapak Zainal Afandi sebagai berikut:

“...memang ya khusus produk batik saya dari maret 2020 sampai awal tahun 2021 tidak ada orang yang kesini. Di wa pun tidak ada yang datang walaupun produksi itu setiap hari jalan. Jadi hampir 10 bulan tidak ada pemasukan. Tambahan modal dan produksi pakai uang pribadi. Kadang ya pinjam saudara-saudara untuk bisa produksi lagi.” (Wawancara, 20 Desember 2021)

Ketika mengalami masalah modal finansial dalam menjalankan usaha keluarga, tentu yang pertama membantu adalah keluarga atau kerabat. Hubungan saling percaya antar anggota keluarga diyakini dapat mendukung usaha agar lebih berkembang. Salah satunya dukungan keluarga dalam pengolahan produksi usaha batik. Usaha batik Kamsatun pada era pandemi Covid-19 hanya mengandalkan stok lama yang belum terjual dan hanya sedikit yang dicanting. Hasil observasi menunjukkan bahwa pengrajin batik Jetis memiliki dua tipe produksi yaitu produksi mandiri dan produksi kelompok. Tinjauan ini dilihat berdasarkan ungkapan dari Bapak Arifin yakni:

“Saat situasi normal maupun pandemi seperti sekarang saya biasanya dibantu oleh keluarga, terutama isteri saya. Tapi ada juga pengrajin batik di Jetis yang mempekerjakan karyawan untuk buat pola, nyanting, nyelup, dan buat jaga toko. Karyawan yang kerja tidak hanya orang-orang dekat sini tapi datang dari luar daerah dan akhirnya merantau ke Jetis...” (Wawancara, 12 Januari 2021)

Usaha Batik Amri yang dikelola oleh Bapak Arifin sudah dilakukan secara turun temurun dan saat ini menginjak pada generasi ke tiga. Batik Amri didirikan sejak tahun 1982 hingga sekarang. Usaha batik Amri juga tidak terlepas dari bantuan keluarga, terutama seorang isteri. Menurut pengakuan dari Bapak Arifin usaha batik di Jetis memiliki tipe usaha produksi mandiri dan produksi kelompok.

Keberlangsungan produksi mandiri hanya dikerjakan oleh anggota keluarga dan proses produksi tetap bisa berlangsung di area rumah. Pemanfaatan ikatan kekeluargaan dinilai lebih efektif karena memiliki peran dalam memudahkan pembagian kerja. Keuntungan lainnya apabila terdapat suatu permasalahan dapat dibicarakan secara kekeluargaan. Kemudahan dapat diperoleh karena masing-masing mengetahui dan mengenal lebih dalam karakteristik setiap anggota keluarga.

Keberlangsungan produksi kelompok merupakan proses produksi yang dilakukan oleh pemilik usaha batik dan karyawan. Beberapa usaha batik yang tergolong dalam skala menengah memiliki beberapa jenis kain batik. Akibatnya proses produksi menjadi beraneka ragam sehingga perlu dibantu oleh karyawan. Namun, selama pandemi Covid-19 proses produksi secara kelompok hanya dilakukan 2-3 hari produksi dan sistem kerja dilakukan secara bergiliran. Hal ini di latar belakang adanya pengurangan jumlah produksi kain batik dan hanya memproduksi sejumlah 50% daripada kondisi normal.

Beberapa diantara pemilik usaha batik Jetis juga ada yang merumahkan karyawan dan hanya mempertahankan karyawan yang dapat dipercaya serta memiliki rekam jejak yang baik. Adakalanya pemilik usaha batik Jetis melakukan proses produksi yang disesuaikan dengan pesanan dari pelanggan. Langkah tersebut diambil oleh pemilik usaha batik Jetis agar tetap bertahan (*survive*) dan mampu meminimalisir kerugian stok kain batik yang tidak terjual.

Pada situasi normal, mayoritas pelanggan batik tulis klasik berasal dari kalangan pejabat daerah, petinggi perusahaan, pegawai bank dan tenaga pendidik. Namun dengan adanya kebijakan pembatasan aktivitas di luar rumah, menjadikan pelanggan batik jarang memakai pakaian batik. Selain itu, Kampoeng Batik Jetis yang dijadikan sebagai ikon destinasi wisata kota Sidoarjo juga sepi akan kunjungan baik wisatawan domestik maupun internasional.

Berdasarkan hasil dokumentasi berupa catatan harian pemasaran, pengrajin batik mengalami penurunan jumlah permintaan secara drastis. Dampak tersebut berimplikasi pada menurunnya omset penjualan berkisar hingga 80%. Keadaan ini mengharuskan pengrajin batik untuk mencari target pasar baru dengan cara-cara yang lebih kreatif dan inovatif. Pada akhirnya beberapa diantara pengrajin batik Jetis berani memanfaatkan peluang dengan mengubah segmentasi pasar dan strategi pemasaran. Seperti yang diungkapkan oleh Ibu Imamah:

“...Lembaran kain kan kurang menarik terus ada inisiatif dibuat masker, dompet, daster, piyama. Pelanggan itu datang kesini kadang beli banyak dibuat souvenir...” (Wawancara, 29 Januari 2022)

Perluasan jaringan pelanggan dengan mengubah segmentasi pasar diharapkan mampu menjadi terobosan baru bagi pecinta batik. Mengingat dulu batik hanya dijadikan sebagai pakaian dan jarik bagi kalangan tua tetapi seiring perkembangan zaman batik juga menyasar kalangan muda. Pakaian batik juga tidak hanya dipakai dalam acara formal saja, hal ini dibarengi dengan banyaknya hasil kain batik yang dijadikan sebagai daster

dan piyama untuk pakaian non formal sehingga dapat dijadikan pakaian sehari-hari.

Mengubah segmentasi pasar dan strategi pemasaran menjadi jalan tengah bagi para pengrajin untuk tetap bertahan. Segmentasi pasar yaitu memiliki strategi pemetaan target konsumen berdasarkan karakteristik dan kebutuhannya. Sedangkan strategi pemasaran dapat dilakukan secara *online* melalui berbagai *platform*.

Pembatasan mobilisasi barang dan jasa tentu berdampak bagi penjualan para pengrajin batik Jetis, terlebih lagi keadaan pasar batik Jetis yang mulai terlihat sepi pembeli. Hasil observasi juga menunjukkan bahwa keberadaan pasar batik Jetis di tengah kota dapat dikategorikan cukup sepi. Situasi ini terlihat dari beberapa kendaraan yang melewati beberapa toko atau pabrik batik yang tidak singgah di tempat tersebut. Beberapa toko yang buka juga tidak hanya menjual kain batik khas Sidoarjo, melainkan menjual beberapa seragam sekolah, busana muslim, krudung, dan aksesoris. Ketika masuk ke dalam gang Jetis terlihat beberapa bangunan kuno yang menandakan pabrik batik lama yang sudah gulung tikar.

Temuan observasi tersebut juga sejalan dengan hasil wawancara dengan Bapak Ishack yang tidak menampik bahwa dari tahun ke tahun pasar batik Jetis semakin sepi. Beberapa pengrajin yang seumurannya beliau sudah meninggal dan tidak ada generasi yang mau melanjutkan usaha tersebut. Menurunnya pembeli batik di pasar Jetis membuat para pengrajin batik Jetis harus memiliki strategi dalam mempromosikan dan memasarkan batik secara *online*. Strategi pemasaran *online* ini sudah dilakukan oleh beberapa pengrajin batik Jetis, salah satunya Ibu Imamah yang menyatakan bahwa:

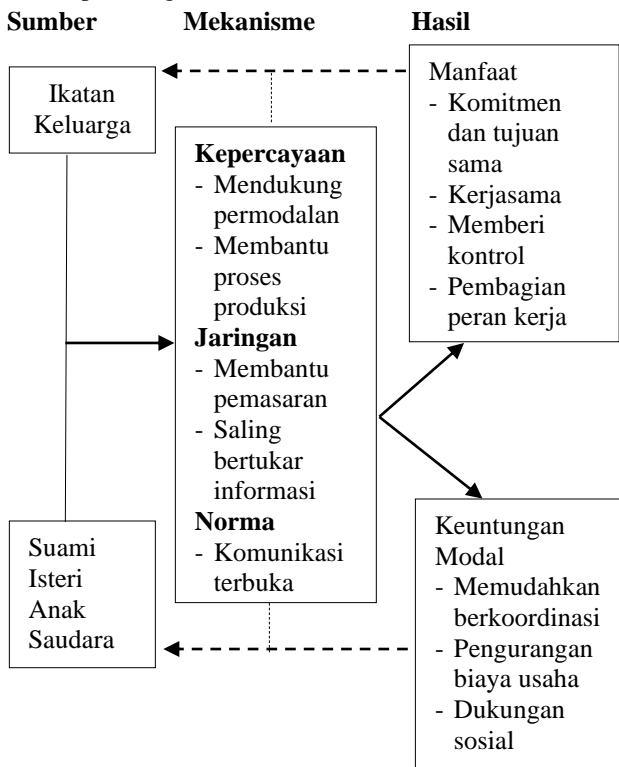
“Awal-awal dulu ya masih ada seles yang datang ambil dikit, tapi sekarang ada hp internet ya pakai itu saja. Belajar hp ya bingung pencet sana pencet sini tapi tetap berusaha belajar *online*. Kalau *offline* kan ga bisa bekerja sendiri sedangkan *online* bisa aja anak-anak yang membantu dan memanfaatkan sarana itu” (Wawancara, 29 Januari 2022)

Inovasi yang dilakukan Ibu Imamah merupakan suatu terobosan bagi pelestarian batik yang tidak hanya dijual secara konvensional. Berkembangnya teknologi dan masuknya internet dapat menjadi alternatif untuk meremba pemasaran secara *online*. Inovasi yang sama juga dilakukan oleh Bapak H. Ishack dan Bapak Nurul Huda yang mempercayakan anaknya untuk mengelolah dan memasarkan batik secara *online*.

Hasil dokumentasi menyatakan temuan lain yakni inovasi penjualan yang dilakukan secara *online* tidak dapat meningkatkan penjualan secara signifikan. Temuan ini dapat dibuktikan secara empiris, hasil produk yang terjual secara *online* cenderung masih sedikit dan

lemahnya proses tawar menawar barang membuat minimnya jumlah peminat. Di sisi lain, beberapa diantara pengrajin juga tidak selalu mengupdate hasil produk secara berkala. Maka dibutuhkan konsistensi dalam para pengrajin untuk memperbarui hasil produknya melalui *e-commerce*, *marketplace*, dan *online shop*, memberikan promo spesial, dan merespon pembeli dengan cepat.

Berdasarkan hasil temuan pada penelitian ini menunjukkan bahwa pelaku UMKM khususnya pengrajin batik Jetis memiliki upaya untuk melanjutkan usaha dengan membentuk kerjasama dengan anggota keluarga. Peran anggota keluarga dalam usaha batik Jetis dapat dilihat pada bagan berikut ini:



Bagan 1 Ikatan Keluarga dalam Mempertahankan Usaha

Optimalisasi sumber daya manusia melalui kerjasama antar anggota keluarga memegang peranan penting dalam proses usaha di tengah keterbatasan di era pandemi Covid-19. Kesulitan permodalan dan pemasaran dapat diatasi dengan adanya komitmen, kerjasama, pembagian peran, dan saling memberi kontrol antar anggota keluarga. Memaksimalkan ikatan keluarga dalam usaha dapat dilakukan dengan saling mendukung, membantu permodalan dan proses produksi, memudahkan dalam menerima informasi baru.

Mengembangkan Hubungan Kemitraan dengan Pihak Eksternal

Jetis merupakan tempat pembuatan batik yang tertua di Sidoarjo. Ironinya, pandemi Covid-19 telah menumbangkan kehidupan para pengrajin batik dan

menyebabkan perubahan aktivitas perdagangan yang tidak lagi berjalan secara ideal. Kondisi dan situasi pandemi Covid-19 mengharuskan para pengrajin batik untuk tetap bertahan di tengah permasalahan pada permodalan, produksi, dan pemasaran.

Salah satu pengrajin batik Jetis yaitu bapak Nurul Huda menuturkan bahwa di tahun 2020 telah mengalami penurunan omset yang sangat drastis. Penurunan tersebut disebabkan rendahnya jumlah permintaan dan pembelian batik. Di samping itu juga terkendala adanya pembatasan mobilitas barang dan transportasi sehingga bahan baku dan hasil produksi tidak dapat terdistribusi dengan baik. Hal ini diungkapkan dalam wawancara berikut:

“...Lah kayak sekarang ini tidak setiap hari kain batik tulis bisa laku, pembelinya menurun dan pesanan juga jarang. Penjualan juga ngaruh ke modal produksi, apalagi modal yang dibutuhkan untuk usaha batik bisa di bilang tidak sedikit. Harus beli bahan baku, pengolahan prouksi, dan gaji karyawan...” (Wawancara, 20 Desember 2021)

Rumah batik Al-Huda biasanya buka jam 8 sampai 4 sore, ramainya menjelang hari raya dan pesanan-pesanan dari beberapa instansi. Mulai tahun 2020 omset pastinya turun. Padahal saat kejayaan batik Sidoarjo saya pernah memiliki omset hampir 4M. Tantangan besar yang dihadapi oleh Rumah batik Al-Huda terletak pada sulitnya mencari dan mengelola modal usaha di era pandemi Covid-19. Beberapa di antara pengrajin sementara ada yang menghentikan produksi dan tetap memasarkan stok barang yang ada. Namun ada juga yang kesulitan modal dengan mencari jalan keluar dengan saling bekerjasama dan saling percaya. Senada dengan ungkapan bapak Zainal Afandi dalam kutipan wawancara di bawah ini:

“Saya menjadi pengrajin itu sejak tahun 1998, saat Indonesia lagi krisis-krisisnya. Semua orang butuh makan dan pekerjaan. Jadi harus selektif kalau mau kenal orang. Pertama yang dilihat itu sikapnya baik atau tidak? Bertutur katanya sopan apa tidak? Dari situ bisa terlihat, tapi kalau sudah kenal lama pasti lebih paham karakteristik orang.” (Wawancara, 20 Desember 2021)

Pemanfaatan peluang di tengah keterbatasan ini menjadikan para pengrajin untuk menjalin kerjasama yang didasari oleh rasa saling percaya satu sama lain. Ibu Ratna Tutik Mufida, seorang informan yang juga merupakan pengrajin batik Jetis mengungkapkan saat pandemi Covid-19 pemasaran sangat susah. Alhasil Ibu Ratna Tutik Mufida sehingga menaruh kepercayaan kepada tengkulak untuk memasarkan stok batik yang sudah ada.

Kepercayaan yang terjalin antara pengrajin dan tengkulak didasari oleh keterbukaan dan kejujuran antar satu sama lain. Berikut penuturan yang disampaikan oleh Ibu Ratna Tutik Mufida tentang sistem pinjaman:

“Saya tetap produksi walaupun kesulitan modal, saya cari-cari pinjaman kain batik ke pemasok bahan baku nanti di bayar bertahap tapi tetap ndak cukup. Satu-satu e cara lain ya pinjam ke saudara atau ke teman untuk menambah modal produksi beli bahan-bahan lain karena disini kain batiknya dibuat jadi pakaian. Nanti kalau ada tengkulak yang datang bisa dijualan...” (Wawancara, 12 Januari 2022)

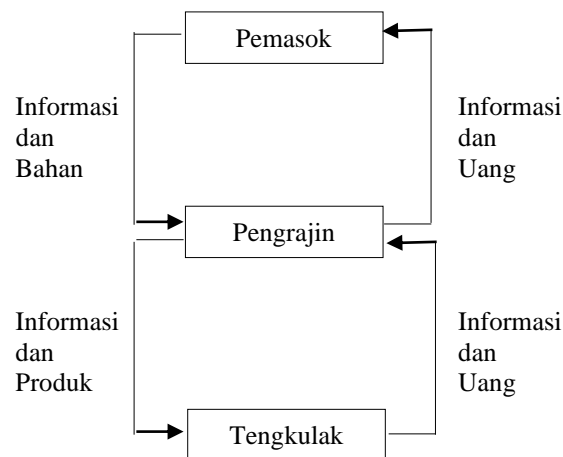
Para pemasok dapat meminjamkan bahan baku kepada pengrajin untuk menghindari tumpukan bahan baku dan dapat didistribusikan secara berkesinambungan. Sedangkan pengrajin yang mendapat pinjaman mampu memproduksi dan tetap produktif dalam menjalankan usaha. Di samping itu para pengrajin juga meminjamkan hasil produksinya kepada tengkulak. Kegiatan ini dapat menguntungkan pengrajin untuk meminimalisir tumpukan stok hasil produksi batik. Sedangkan tengkulak dapat memasarkan kain batik tanpa memiliki modal tunai yang cukup besar. Kegiatan hutang piutang stok antara pemasok, pengrajin, dan tengkulak ini dapat memupuk rasa saling percaya dan saling bekerja sama di tengah keterbatasan.

Berdasarkan hasil observasi ditemukan sebuah aturan terknis mengenai kesepakatan dalam menentukan harga batik yang akan di jual ke tengkulak. Hal ini diungkapkan oleh Bapak Zainal Afandi sebagai berikut:

“...tapi di dalam sendiri kita ya *kusak-kusak*. Apalagi soal harga, para pengrajin ini kan yang memiliki produk tapi tidak bisa menentukan harga jadi tengkulak yang menentukan harga. Kalau di *supplay* terus ya yang menang tengkulaknya. Kadang ya ga dapat uang *cash*, dibarter sama bahan, warna, kain. Akhirnya kerjasama dengan penjual bahan baku.” (Wawancara, 20 Desember 2021)

Penetapan harga bertujuan untuk menjaga kestabilan harga batik Jetis sehingga tidak ditemukan harga lebih rendah dengan kualitas yang sama. Penetapan harga memang kewenangan mutlak dan tanggung jawab para pengrajin, setiap pengrajin tentu memiliki kriteria dan standar dari alat, bahan, jasa, dan proses akhir dari produk batik. Oleh karena itu, perlu dibuatkan aturan dan kesepakatan bersama dalam menetapkan harga produk. Tendensi demikian untuk menghindari pertikaian antar pengrajin dan dapat bersaing secara sehat dengan tidak memjatuhkan harga di pasaran.

Salah satu upaya untuk menyelesaikan permasalahan di atas yakni dengan mengubah persaingan menjadi hubungan kemitraan. Kemitraan merupakan kerja sama di antara dua pihak atau lebih dalam mengelola dan mengoperasikan usaha bersama dalam mencapai keuntungan. Kemitraan yang muncul pada UMKM batik Jetis Sidoarjo dapat diilustrasikan sebagai berikut:



Bagan 2 Kemitraan UMKM Batik Jetis Sidoarjo

Kemitraan usaha pada UMKM batik Jetis Sidoarjo terjalin antara pemasok dengan pengrajin dan pengrajin dengan tengkulak (lihat bagan 2). Pola hubungan yang sinergi antara pemasok, pengrajin, dan tengkulak diharapkan mampu memberi keuntungan satu sama lain. Jalinan kemitraan ini berwujud pada keterlibatan untuk saling bekerjasama dan bertukar informasi mengenai pendistribusian barang baku serta penjualan beberapa produk batik yang telah dihasilkan.

Mengembangkan Relasi dalam Paguyuban Batik Sidoarjo

Pembentukan PBS pada awalnya ditujukan sebagai sarana bagi para pengrajin batik untuk saling mendiskusikan persoalan yang sedang dihadapi, mencari solusi terbaik untuk mengatasi, dan menggali peluang yang mungkin bisa dimanfaatkan dalam menghadapi kesulitan ekonomi di daerah Jetis. Pembentukan PBS tahun 2008 menjadi awal bagi tumbuhnya rasa saling percaya antara satu pengrajin dengan pengrajin yang lain dalam mempertahankan dan melestarikan usah batik khas Sidoarjo.

Setiap pengrajin yang memiliki usaha batik dapat bergabung secara sukarela. Artinya para pengrajin diperbolehkan untuk ikut ataupun tidak ikut PBS karena sebuah paguyuban itu memiliki sifat yang tidak memaksa dan tidak ada ikatan yang formal. Penentuan anggota aktif yang bergabung dalam PBS dapat ditinjau berdasarkan latar belakang jenis usaha, rentang waktu usaha yang sudah dijalankan, dan rekam jejak usaha tersebut. Proses pendataan ini dapat mempermudah tercapainya tujuan PBS. Selain itu, dapat menumbuhkan hubungan saling percaya, baik antara pengurus dengan anggota atau anggota satu dengan anggota yang lain.

Pembentukan PBS juga dibarengi dengan pembentukan stuktur pengurus yang terdiri dari ketua paguyuban, sekretaris, bendahara, dan anggota-anggota.

Penentuan pengurus dipilih secara musyawarah yang dihadiri oleh seluruh anggota PBS. Setiap anggota diperbolehkan untuk menjadi calon dan memiliki hak suara saat pemilihan berlangsung. Umumnya, pemimpin yang dipilih merupakan seseorang yang dianggap memiliki *track record* yang baik dan memiliki kemampuan yang lebih daripada anggota lain.

Pertimbangan faktor usia dan pendidikan juga menjadi patokan dalam memilih seorang pemimpin PBS. Sebab anggota PBS beranggapan bahwa melalui pengalaman memimpin dapat lebih cekatan dalam memobilisasi kegiatan pameran batik. Di samping itu juga mempermudah jalinan interaksi dan informasi yang disampaikan kepada seluruh anggota kelompok dapat diterima dengan mudah. Sedangkan pada posisi bendahara sering diduduki oleh anggota yang memiliki kemampuan finansial yang lebih baik daripada anggota lainnya. Pertimbangan ini dimaksudkan apabila ada bantuan dana dari pemerintah dapat dikelola dengan baik.

Setiap anggota memiliki peran penting dalam mewujudkan tujuan PBS dan berupaya menyelesaikan persoalan serta mencari solusi secara bersama-sama. Pada awal pembentukan PBS memiliki anggota sebanyak 40. Namun seiring berjalannya waktu hanya 15 anggota yang masih aktif. PBS sebagai kelompok paguyuban tidak memiliki pertemuan formal setiap bulan. Merujuk pada jarak antar pengrajin yang dekat maka beberapa pertemuan hanya dilakukan secara informal.

PBS memiliki peran penting dalam menjembatani hubungan pengrajin batik Jetis dengan pemerintah daerah kabupaten Sidoarjo dalam upaya pelestarian batik khas Sidoarjo. Hubungan ini bertujuan agar para pengrajin batik Jetis terakomodir dengan baik dan ada perbaikan bagi perekonomian di daerah Jetis. Awal terbentuknya tahun 2008 baru ada paguyuban batik Sidoarjo, saat itu miris karena banyak yang mulai gulung tikar dan tidak ada generasi yang mau meneruskan. Hal ini selaras dengan ungkapan Bapak Arifin.

“...dari temen-temen ada inisiatif buat paguyuban ini jadi tempat pengrajin Jetis agar tetap eksis. Saat itu saya masih muda dan ditunjuk sebagai bendahara dalam paguyuban. Pemerintah sangat mendukung hadirnya paguyuban ini dengan meresmikan Kampoeng Batik Jetis. Zaman dulu paguyuban pernah di *support* dengan bantuan dana, buat pengrajin yang kesulitan modal, ada pelatihan dari disperindag Sidoarjo, kunjungan dari dekranasda...” (Wawancara, 12 Januari 2022)

Pada awal terbentuknya PBS disambut baik oleh pemerintah daerah kabupaten Sidoarjo. Berbagai kolaborasi yang dilakukan oleh PBS dan pemerintahan Bupati Win Hendrarso telah memberikan hasil positif bagi perkembangan UMKM batik Jetis. Di bawah kepemimpinan Bupati Win Hendrarso juga membantu

dalam peningkatan pemasaran batik Jetis dengan mengeluarkan kebijakan pemakaian batik khas Sidoarjo bagi Aparatur Sipil Negara (ASN), memberikan bantuan dana dan pinjaman modal melalui dinas perindustrian dan perdagangan Sidoarjo, dan meresmikan pasar Jetis menjadi Kampoeng Batik Jetis. Senada dengan ungkapan Bapak Zainal Afandi sebagai berikut:

“...zaman keemasan batik Jetis itu saat bupati pak Win, karena isterinya juga punya toko di Jetis jadi banyak yang berkunjung ke daerah Jetis dan di beri nama Kampoeng Batik Jetis. Tidak seperti zaman dulu ya, sejak era bupati Saiful Illah pakaian batik pegawai dibebaskan, omset penjualan batik juga ikut menurun. Dulunya bisa menembus ke pasar batik Sidoarjo, Surabaya, Malang...” (Wawancara, 20 Desember 2021)

Jaringan kerjasama antara PBS dengan pemerintah daerah tidak berjalan lama, di bawah kepemimpinan bupati Saiful Illah beberapa kebijakan berubah. Dampaknya para pengrajin batik Jetis sudah tidak menerima pesanan batik tulis khas Sidoarjo. Kebijakan ini juga yang melunturkan rasa percaya pengrajin kepada pemerintah dan beranggapan bahwa pemerintah tidak memihak pada pengrajin. Kendati demikian, surutnya relasi antara PBS dengan pemerintah daerah tidak melunturkan semangat para pengrajin untuk tetap mempertahankan usahanya.

Jaringan sosial yang dimiliki antar anggota PBS memudahkan terjadinya pertukaran informasi, terlebih mengenai bantuan dari pemerintah pusat. Hasil itu terlihat dari grup whatsapp PBS terkait Penyaluran Bantuan Produktif Usaha Mikro (BPUM) atau lazim juga disebut Bantuan Langsung Tunai (BLT). Bantuan tersebut dikhususkan bagi pelaku UMKM yang telah mendaftarkan usahanya terdampak pandemi Covid-19. Pemberian bantuan sebesar Rp 2.400.000 dan Rp. 1.200.000 dilakukan secara bertahap selama tiga bulan.

Hadirnya bantuan bagi UMKM di tahun 2020 dapat menjadi angin segar bagi sebagian pelaku UMKM batik Jetis yang sudah terdaftar. Sebab tidak semua mendapatkan bantuan tersebut, beberapa di antaranya menilai bahwa prosedur pendaftaran sangat rumit. Hal ini di latar belakanginya adanya persyaratan tidak memiliki agunan di bank dan satu kartu keluarga hanya diperbolehkan mendaftar satu bantuan dari pemerintah selama pandemi Covid-19.

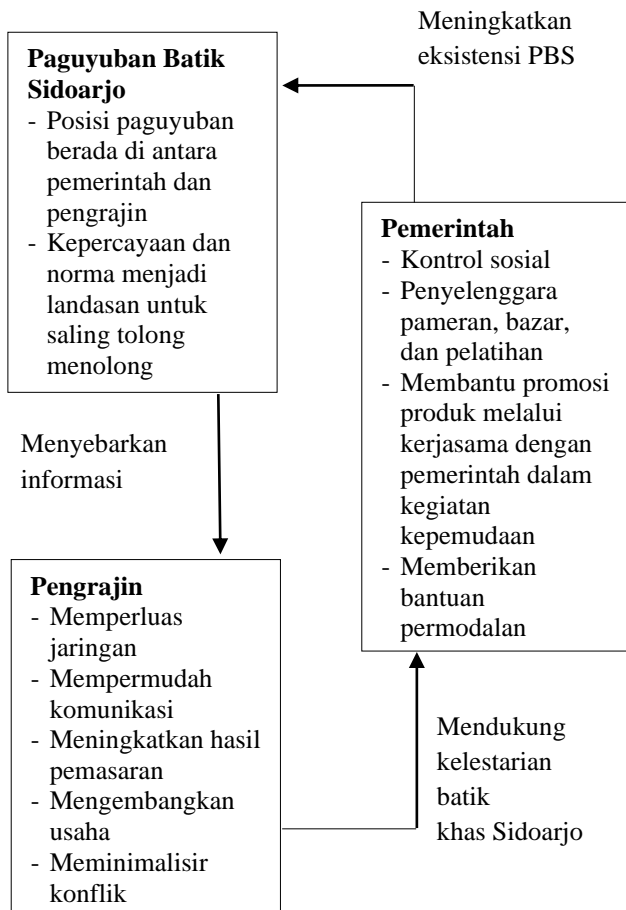
Jaringan dalam kelompok PBS dan RT memiliki peran penting dalam proses pemberian bantuan tersebut. Bagi pengrajin batik Jetis yang aktif dalam kelompok PBS dapat dengan mudah menerima informasi yang berkaitan dengan syarat pengajuan BLT dan waktu pencarian dana bantuan. Selain itu, peran kelompok RT juga memberikan pengaruh pada prosedur pendaftaran dan pendataan bagi UMKM yang memiliki usaha

terdampak pandemi Covid-19. Hal ini seperti yang diungkapkan oleh Bapak Arifin sebagai berikut:

“Ada info grup whatsapp PBS, itu ada bantuan dari pemerintah khusus UMKM. Mau ikut monggo di data dulu, saya minta formulirnya ke desa dan menyerahkannya ke RT. Nunggu pengumuman dan baru tau kalau tidak langsung cair. Itu ada tahap-tahapnya dan harus ambil ke bank.”
(Wawancara, 12 Januari 2022)

Penguatan jaringan melalui keikutsertaan pada kelompok PBS dan RT memiliki hasil positif, seperti saling bertukar informasi dan saling memberi keuntungan satu sama lain. Ikatan yang terbangun dalam PBS juga memudahkan anggota untuk mengetahui tempat pameran, bazar, pelatihan, dan mencari bahan baku dengan harga yang lebih terjangkau. Ketika keadaan normal anggota yang tergabung dalam PBS melakukan beberapa kegiatan, seperti aktif ikut dalam pameran Rumah Batik Jawa Timur, pameran di Jatim Expo, bazar UMKM Sidoarjo, dan mengencarkan promosi melalui outlet di Kampong Batik Jetis.

Pada perkembangannya saat ini, jaringan sosial antar anggota PBS dilandasi oleh hubungan saling membantu dan secara bersama-sama menyelesaikan persoalan. Berikut bagan 3 pengembangan relasi pada PBS:



Bagan 3 Jaringan Sosial Paguyuban Batik Sidoarjo

PBS menjadi penghubung antara pengrajin batik Jetis dengan pemerintah daerah kabupaten Sidoarjo. Daya tarik PBS dalam mengakomodir para pengrajin batik Jetis disinyalir mampu menjadi pengikat hubungan saling tolong menolong. Ketidaktuntutan dalam mengikuti pameran di era pandemi Covid-19 membuat PBS memberikan perhatian dan dukungan melalui penyebaran pamflet webinar mengenai teknik membatik, desain batik modern, dan pelatihan pemasaran secara *online*. PBS juga membantu pemasaran secara *online* melalui website dan memperkenalkan batik tulis Jetis melalui beberapa kegiatan. Seperti pemilihan duta wisata guk yuk, putra puteri peduli AIDS, duta anti narkoba, dan duta batik kabupaten Sidoarjo. Hal ini sesuai dengan pernyataan dari bapak Nurul Huda sebagai berikut:

“...ada yang namanya guk yuk Sidoarjo itu kita support kain batiknya, sekarang-sekarang mala banyak bermunculan pemilihan anak-anak muda. Misal guk yuk, duta anti narkoba, duta peduli aids, duta pemuda Sidoarjo. Itu dijadikan ajang promosi batik khas Sidoarjo dan pandemi ini tetap saja ada yang beli, pasarnya sudah terbentuk dan kita memiliki nama tersendiri bagi masyarakat...”
(Wawancara, 27 Desember 2021)

Berbagai kesulitan juga pernah dialami oleh pengurus PBS yang diabaikan dan dianggap remeh karena belum mampu memperbaiki dan melestarikan batik dengan baik. Kesulitan ini di latar belakang oleh beberapa pengrajin yang tidak bersedia untuk melakukan inovasi dan hanya mengandalkan cara-cara tradisional. Persoalan tersebut dapat diatasi oleh pengurus PBS dengan selalu meyakinkan dan mendorong pengrajin batik untuk menghasilkan produk-produk yang lebih modern dan digemari oleh para pelanggan. Upaya lain yang dilakukan oleh pengurus PBS yaitu membagikan informasi mengenai program pemberdayaan batik dan membantu pengurusan *brand* usaha dari para pengrajin batik. Beberapa upaya ini bertujuan untuk meningkatkan produksi dan penjualan kain batik Jetis.

Modal sosial dan UMKM merupakan dua bidang kajian yang berbeda. Namun, keduanya memiliki persamaan dalam menjelaskan tentang relasi sosial dalam mencapai keuntungan bersama. Redzepagic & Stubbs (2006:41) dalam kajiannya membedakan antara konsep modal sosial dan konsep UMKM. Konsep modal sosial memiliki fokus dalam keterikatan sosial dan pembaruan hubungan-hubungan sosial. Di sisi lain, UMKM digambarkan sebagai konsep ekonomis yang berupaya untuk meningkatkan daya saing dan inovasi dalam suatu usaha. Upaya untuk memahami penguatan modal sosial pada UMKM dalam penelitian ini dapat di arahkan pada aktivitas dan strategi dalam mempertahankan usaha di era pandemi Covid-19.

Asumsi dasar dari teori modal sosial yang dikemukakan oleh Putnam memiliki tiga aspek penting yaitu kepercayaan, jaringan, dan norma. Putnam juga memberi tiga alasan tentang pentingnya modal sosial dalam kehidupan yaitu: *Pertama*, jaringan sosial memungkinkan untuk terjalinnya koordinasi dan komunikasi yang dapat memupuk rasa saling percaya. *Kedua*, kepercayaan memiliki pengaruh positif dalam menjalin hubungan sosial, hal ini dibuktikan melalui rasa saling percaya dalam suatu jaringan sosial yang akan memperkuat norma dengan kewajiban untuk saling membantu. *Ketiga*, keberhasilan yang dicapai dalam waktu atau pengalaman sebelumnya mendorong keberhasilan di waktu yang akan datang dengan aturan-aturan yang telah disepakati (Syahra, 2003:6).

Teori modal sosial Putnam banyak dipengaruhi oleh pendekatan sosiologi fungsionalisme dan memiliki banyak kesamaan dengan pandangan Durkheim tentang solidaritas. Tendensi demikian diketahui dari cara Putnam mengedepankan nilai-nilai kolektif, konsensus, dan integrasi sosial (Usman, 2018:31). Teori modal sosial Putnam juga dipengaruhi oleh Woolcock dalam hal membedakan *bonding social capital* dan *bridgring social capital* (Putnam, 2000:22-24). Modal sosial yang dimiliki oleh suatu kelompok dikenal dengan istilah *bonding social capital*. Sedangkan modal sosial yang terjalin antar kelompok yang berbeda disebut dengan *bridgring social capital*.

Berdasarkan tipologi modal sosial tersebut, penelitian ini menunjukkan bahwa penguatan modal sosial pada UMKM batik Jetis Sidoarjo dalam mempertahankan usaha di era pandemi Covid-19 terdiri dari *bonding social capital* yang terwujud pada kepercayaan dalam ikatan keluarga dan kekerabatan. Sedangkan *bridgring social capital* ditandai dengan mengembangkan jaringan pada pemasok, tengkulak, dan PBS.

Temuan pada penelitian ini dibuktikan melalui peranan modal sosial *bonding* yang lebih dimanfaatkan dalam menerima bantuan dan dukungan dari keluarga. Ikatan yang kuat melalui hubungan kekeluargaan dan kekerabatan telah menumbuhkan rasa percaya, rasa empati dan simpati serta menciptakan hubungan timbal balik yang saling menguntungkan. Kepercayaan yang telah terjalin antar anggota keluarga dapat memberikan beberapa keuntungan di antaranya: *Pertama*, mempererat kerjasama antar anggota keluarga karena sudah mengetahui karakteristik masing-masing. *Kedua*, kehadiran anggota keluarga dapat memudahkan penyelesaian masalah dengan saling berkomunikasi. *Ketiga*, memiliki komitmen dan tujuan yang sama. *Keempat*, memudahkan pembagian peran dalam menjalankan usaha.

Penelitian ini menunjukkan bahwa sebagian besar pengrajin batik Jetis lebih mengedepankan hubungan kekeluargaan dan kekerabatan. Jika ditinjau secara historis, keterampilan membatik didapatkan secara turun temurun dari generasi sebelumnya sehingga wajar jika beberapa diantara pengrajin saling bersaudara dan memiliki minat yang sama sebagai pengrajin batik. Ikatan kekeluargaan dapat membantu ketika kesulitan modal dan memberi dukungan sebagai penyedia tenaga kerja selama proses produksi berlangsung.

Modal sosial *bonding* berperan penting untuk menjadikan setiap individu memiliki kewajiban saling membantu, menolong, dan memberi kontrol yang kuat melalui rasa kepedulian. Sebuah penelitian dari Lian (2008:82) tentang peran modal sosial pada usaha keluarga yang berskala kecil dan menengah di Asia menyebutkan bahwa usaha keluarga berfokus pada ikatan antar anggota keluarga dan memutus pendelegasian kendali, promosi, dan rekrutmen. Usaha keluarga juga dikenal dengan ketidakpercayaan terhadap non anggota keluarga. Manifestasi anggota keluarga dapat memberi kontrol dan menghasilkan kebijakan manajemen yang konservatif.

Keterbatasan di era pandemi Covid-19 membuat para pengrajin batik Jetis untuk memaksimalkan bantuan dan dukungan keluarga dalam mempertahankan usahanya. Seperti meminjam modal usaha dari kerabat, menerima bantuan dari isteri dan saudara dalam melakukan proses produksi, pengembangan pemasaran produk secara online dibantu oleh anak. Kegiatan gotong royong melalui ikatan keluarga ini dapat meringankan biaya produksi dan proses menjadi lebih efektif.

Kondisi Kampoeng Batik Jetis yang semakin sepi pembeli membuat para pengrajin kesulitan modal dan terbatasnya akses pemasaran. Salah satu cara untuk mengatasi permasalahan tersebut dengan menjalin relasi dengan pemasok dan tengkulak. Kepercayaan dapat tumbuh dan berkembang melalui beberapa pertimbangan, di antaranya: *Pertama*, tingkah laku dan tindakan seseorang dilihat dari kehidupan di lingkungan sekitarnya. *Kedua*, sikap yang tidak membedakan suku, ras, agama, budaya, dan status sosial. *Ketiga*, pengalaman dalam menjalin interaksi dan komunikasi dengan rentang waktu yang cukup lama. Selain itu, jika seseorang melakukan suatu tindakan atau tingkah laku yang sesuai dengan ucapannya maka orang lain akan dengan mudah memberi kepercayaan kepadanya

Pemberian kepercayaan dari pengrajin kepada pemasok maupun tengkulak ditinjau berdasarkan sifat jujur, terbuka, dan saling menghargai. Kriteria tersebut menjadi modal penting mencapai sebuah kesepakatan. Kesepakatan terwujud dalam tindakan kerjasama jangka panjang dan bertujuan untuk saling menguntungkan satu

sama lain. Lawang (2004:52) menjelaskan bahwa aturan atau norma bersifat resiprositas yang di dalamnya berisi tentang hak dan kewajiban dalam menjamin keuntungan yang akan diperoleh.

Pengrajin tidak perlu mencari alternatif penjualan sedangkan tengkulak dapat membayar sesuai dengan hasil batik yang sudah terjual. Sikap jujur dan saling terbuka menjadi kunci penting bagi keberlangsungan hubungan tersebut. Hubungan kepercayaan yang antara pemasok bahan baku dengan pengrajin ataupun pengrajin dengan tengkulak disinyalir dapat memberikan kelancaran dan masing-masing memperoleh keuntungan. Hal ini senada dengan Hasbullah (2006:9) yang mengartikan resiprositas lebih mengarah kepada rasa saling bertukar kebaikan baik antar anggota maupun antar kelompok. Tendensi demikian dapat diwujudkan melalui sikap saling tolong menolong, sifat dapat dipercaya (*trustworthiness*), dan sifat adil (*fairness*).

Partisipasi pengrajin batik Jetis dapat diwujudkan melalui keterlibatan secara aktif dalam suatu kelompok atau organisasi. Field (2018:23) menyatakan apabila seseorang menjadi anggota dari suatu kelompok, maka akan memperoleh dukungan modal secara kolektif. Kapasitas modal sosial yang dimiliki anggota bergantung pada kualitas dan kuantitas jaringan yang dapat diciptakan serta jumlah modal ekonomi, budaya dan sosial yang ada dalam sebuah jaringan. Modal sosial memiliki kecenderungan untuk tumbuh pada sebuah kelompok. Hal ini menandakan bahwa modal sosial tidak hanya dibangun oleh individu, melainkan terjalin antar anggota kelompok.

Keaktifan pengrajin batik mutlak diperlukan untuk menunjang keberlangsungan usaha dan kelestarian dari batik Jetis. Hubungan baik yang tercipta antar pengrajin batik Jetis diwujudkan dalam suatu paguyuban batik yaitu PBS. Setiap anggota tentunya memiliki tujuan dan kepentingan masing-masing, tetapi hal itu tidak serta merta mengesampingkan tujuan dan kepentingan bersama dalam PBS. Rizky Nandra Permana Putra dalam penelitiannya tahun 2021 yang judul Modal Sosial dalam Mempertahankan Eksistensi Kelompok Usaha Kecil Menengah (UKM) (Studi di Kelompok UKM Belimbing Kelurahan Karang Sari Blitar) menunjukkan bahwa modal sosial pada UKM Belimbing Karang Sari terbentuk karena adanya keinginan kolektif kelompok. Kepercayaan antar anggota PBS tidak serta merta dapat terjalin. Melainkan terdapat beberapa pertimbangan untuk satu anggota memberikan kepercayaannya kepada anggota lain.

Pernyataan tersebut didukung oleh pernyataan Usman (2018:51) yang menyatakan bahwa kepercayaan dapat berkembang melalui: *Pertama*, kepercayaan antara anggota dengan anggota lain yang terhimpun dalam suatu kelompok. Seorang anggota menaruh kepercayaan

kepada anggota lain apabila mempunyai kesan baik terhadap sikap dan tindakan yang ditampilkan. *Kedua*, kepercayaan terhadap norma positif yang mampu menciptakan perubahan. Norma dipresepsikan sebagai acuan setiap anggota dalam bersikap dan bertindak dalam mencapai tujuan bersama. Norma juga berfungsi sebagai pengikat solidaritas sosial. *Ketiga*, kepercayaan dalam mengekspresikan norma dalam tindakan-tindakan nyata. Hal ini memudahkan seseorang dalam mengidentifikasi pihak yang mampu dipercaya.

Penelitian ini menunjukkan ikatan kelompok PBS mengembangkan jejaring dengan kelompok eksternal. Pada era pandemi Covid-19, PBS sebagai kelompok yang menaungi para pengrajin batik Jetis secara aktif mengembangkan relasi sosial, baik dengan pemerintah daerah ataupun asosiasi batik lainnya. Hal ini dibuktikan dengan adanya peran pemerintah kabupaten Sidoarjo yang membantu promosi produk batik Jetis melalui berbagai kegiatan pemilihan duta wisata guk yuk, putra puteri peduli AIDS, duta anti narkoba, dan duta batik kabupaten Sidoarjo. PBS juga menjalin relasi dengan beberapa lembaga, asosiasi, dan kelompok yang bergerak dalam pelestarian batik. Kerjasama tersebut diimplementasikan melalui keikutsertaan dalam pelatihan-pelatihan *online* yang diselenggarakan.

PENUTUP

Simpulan

UMKM Batik Jetis Sidoarjo menjadi salah satu sentra UMKM yang terdampak pandemi Covid-19. Beberapa dampak diantaranya jumlah permintaan yang semakin menurun, kesulitan permodalan dan terbatasnya akses pemasaran. Situasi ini mengakibatkan banyak aktivitas para pengrajin batik berjalan secara tidak ideal. Keterbatasan di era pandemi Covid-19 menjadikan para pengrajin untuk mengembangkan aspek-aspek modal sosial melalui suatu ikatan kekeluargaan, kekerabatan, menjalin kemitraan dengan pihak eksternal dan ikutserta pada kelompok PBS.

Penguatan modal sosial memberikan keuntungan bagi pengrajin batik dalam mempertahankan usaha dengan saling percaya, tolong menolong, bekerjasama, dan memberi kontrol yang kuat melalui ikatan solidaritas serta rasa kepedulian. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *bonding social capital* yang dimiliki pengrajin batik Jetis terwujud pada kepercayaan dalam ikatan keluarga dan kekerabatan. Sedangkan *bridging social capital* ditandai dengan mengembangkan jaringan pada pemasok, tengkulak, dan PBS.

Temuan tersebut ditinjau berdasarkan kepercayaan, jaringan, dan norma yang berkembang dalam mempertahankan usaha pada proses permodalan, produksi, dan pemasaran. Beberapa upaya yang

dilakukan oleh pengrajin batik Jetis yaitu mengembangkan dan memperluas jaringan pelanggan secara *online*, bekerjasama dengan tengkulak dalam kegiatan pemasaran, kegiatan produksi dibantu oleh keluarga, mengurangi jumlah produksi, melakukan pinjaman kepada pemasok atau PBS dan memanfaatkan bantuan dari pemerintah pusat untuk mengatasi persoalan permodalan.

Saran

Kajian modal sosial Putnam telah menunjukkan bahwa kelompok yang berhasil mengembangkan modal sosial akan berhasil menyelesaikan persoalan dengan solusi yang lebih baik daripada kelompok yang tidak mengembangkannya. Berdasarkan hasil penelitian di atas, dapat diajukan saran sebagai berikut: *Pertama*, pengrajin batik Jetis memberikan kepercayaan dan mendukung setiap kebijakan pemerintah daerah dalam hal peningkatan daya tarik batik khas Sidoarjo. *Kedua*, PBS juga harus menjalin hubungan dengan pemerintah sebagai upaya peningkatan jumlah produksi dan hasil pemasaran. Hubungan antara PBS dengan pemerintah harus didasari rasa percaya, kerjasama, akuntabilitas, dan responsif dalam mencari solusi. *Ketiga*, pengurus dan anggota PBS untuk memperluas jejaring dengan kelompok atau asosiasi lain yang bergerak dalam pelestarian batik. Hal ini ditujukan sebagai upaya untuk mengembangkan kerjasama dan partisipasi antar satu kelompok dengan kelompok lain. *Keempat*, Pengurus PBS perlu mendorong partisipasi setiap anggota untuk mengikuti pelatihan-pelatihan. Kekuatan kelompok diharapkan mampu menghasilkan solidaritas kolektif dan kesadaran individu dalam mempertahankan ciri khas batik Jetis dari masa ke masa.

Ucapan Terima Kasih

Proses penyelesaian artikel skripsi ini tidak terlepas bantuan dari berbagai kalangan. Penulis mengucapkan terima kasih atas segala motivasi, bimbingan, arahan dan bantuan pemikiran yang konstruktif dari berbagai pihak, antara lain: *Pertama*, dosen pembimbing dan penguji yang dengan kedalaman ilmunya mampu menjadikan artikel skripsi ini lebih berkualitas secara keilmuan dan metodologi. *Kedua*, pelaku UMKM batik Jetis yang telah memberi kesempatan dan kemudahan dalam pengambilan data. *Ketiga*, pihak-pihak yang ikut memberikan bantuan konstruktif selama menjalani perkuliahan di Universitas Negeri Surabaya yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

DAFTAR PUSTAKA

- Ciamotti, Massimo & Palazi, F. 2015. Social Capital and SMEs: An Exploratory Case Study. *Journal of International Business and Economics*. 15(2), 53-64
- Creswell, John W. 2019. *Research Design Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Campuran*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kabupaten Sidoarjo. 2021. <https://diskopda.sidoarjokab.go.id/>. Diakses pada 23 November 2021
- Dwiningrum, S. I. A. 2014. *Modal Sosial dalam Pengembangan Pendidikan (Perspektif Teori dan Praktik)*. Yogyakarta: UNY Press
- Fatimah, Dati. dkk. 2020. *Ora Obah, Ora Mamah: Studi Kasus Gender pada Sektor Informal di Masa Pandemi COVID-19*. Yogyakarta: Friedrich-Ebert-Stiftung (FES) Kantor Perwakilan Indonesia
- Field, John. 2018. *Modal Sosial*. Yogyakarta: Kreasi Wacana
- Hasbullah, Jousairi. 2006. *Social Capital: Menuju Keunggulan Budaya Manusia Indonesia*. Jakarta: MR-United Press
- Jamaluddin, N., La Ola, T., dan Limi, M. A. 2019. The Effect of Social Capital on Decision Making for Welfare of Micro Business Women in Korem Kendari Market. *Buletin Penelitian Sosial Ekonomi Pertanian Fakultas Pertanian Universitas Haluoleo*, 21 (1): 1-8. doi: <http://dx.doi.org/10.33772/bpsosekv21i1.5940>.
- Junaidi, M. A. 2020. *Pemberdayaan UMKM Batik Tulis di Kampoeng Batik Jetis oleh Dinas Koperasi Dan Usaha Mikro Kabupaten Sidoarjo*. Doctoral dissertation. Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
- Lawang, R. M. Z. 2004. *Kapital Sosial dalam perspektif Sosiologik*. Jakarta: Fisip UI Press.
- Lian T. W., 2008. *Social Capital and Business Transformation in Asia*. Report of the APO Basic Research XII on Social Capital and Its Impact on Productivity (Phase II).
- Nazir, Moh. 2005. *Metode Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Neuman, W. L. 2019. *Metodologi Penelitian Sosial: Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif*. Jakarta: PT Indeks
- OECD. 2020. *SME Policy Responses*. https://read.oecdilibrary.org/view/?ref=119_119680d6h3qgi4x&title=Covid19_SME_Policy_Responses. Diunduh 18 November 2021
- Pakpahan, A. K. 2020. *Covid-19 dan implikasi bagi usaha mikro, kecil, dan menengah*. *Jurnal Ilmiah Hubungan Internasional*, 59-64.

- Pamungkas, L. S., & Sunaryoto, L. T. 2019. Analysis of The Social Capital Ownership Impact Against the Sustainability of Small Industry in Niswa's Restaurant. *Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian*, 15(1), 71–80.
- Putnam, Robert. 1993. *Making Democracy Work: Civic Traditions in Modern Italy*. Princeton University Press
- Putnam, Robert. 2000. *Bowling Alone: The Collapse and Revival of American Community*. New York: Simon and Schurster
- Putnam, Robert. 2002. *Bowling Together, American Prospect*, 13,2, <http://www.prospect.org/print/V13/3/putnam-r.html>. Diakses pada 20 September 2021
- Ramdlaningrum, H., Armintasari, F., Aidha, C. N., & Ningrum, D. R. 2020. Dampak Covid19 Terhadap UMKM Perempuan. *Majalah*, 26-30
- Redzepagic, D., & Stibb, P. 2006. Rethinking Clusters And Social Capital In Croatia. In *European Association for Comparative Economics Studies (EACES) 9th Bi-Annual Conference: Development Strategies-A Comparative View*.
- Sanjaya, T. A. F. 2021. *Analisis Manajemen Strategi Dan Ketahanan Umkm Di Sidoarjo Dalam Menghadapi Pandemi Covid-19*. Doctoral Dissertation. Upn Veteran Jawa Timur.
- Statistik, B. P. 2020. Analisis Hasil Survei Dampak Covid-19 Terhadap Pelaku Usaha. *BP Indonesia, Analisis Hasil Survei Dampak Covid-19 terhadap Pelaku Usaha*, 5.
- Statistik, B. P. 2020. Hasil survei sosial demografi dampak covid-19. *Badan Pusat Statistik*.
- Syahra, R. 2003. Modal sosial: Konsep dan aplikasi. *Jurnal Masyarakat dan Budaya*, 5(1), 1-22.
- Usman, S. 2018. *Modal Sosial*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.