

Peran Modal Sosial Dalam Pengembangan Usaha Sentra *Kampoeng* Batik Jetis Sidoarjo

Nike Tanzila Hardiyanti¹, Farida Rahmawati²

¹²Universitas Negeri Malang

¹nike.tanzila.1804326@students.um.ac.id, ²farida.rahmawati.fe@um.ac.id

Abstract

In social life, social capital has an important role in our lives. Social capital has a close relationship in daily life. Basicalls social capital grows from a relationship between individuals and groups in the social system. For them, social capital has economic value that if it can help someone in terms of productivity and efficiency of individuals or groups. Therefore, this important role of social capital is needed in business development, including business development in Kampoeng Batik Jetis Sidoarjo. This study used qualitative descriptive method. Primary data obtained through interviews, observation, and documentation. The results of the study indicate that the role of social capital, trust and networks, has an influential role in the development of the batik industri business in Kampoeng Batik Jetis Sidoarjo. However, there are still obstacles for business actors and craftsmen in developing these businesses, one of which is the lack of cooperation and support in the business development process.

Keywords: *Social Capital; Business Development; Batik Industri Center*

Abstrak

Modal sosial memiliki keterikatan yang erat dalam keseharian manusia. Oleh karenanya modal sosial memiliki peranan yang penting dalam kehidupan karena pada dasarnya modal sosial tumbuh dari suatu hubungan antar individu dan kelompok dalam sistem sosial. Bagi individu dan kelompok, modal sosial memiliki nilai ekonomis apabila dapat membantu seseorang dalam hal produktifitas dan efisiensi individu atau kelompok. Oleh karena itu peranan penting yang dimiliki modal sosial ini dibutuhkan dalam pengembangan usaha, tidak terkecuali pada pengembangan usaha di *Kampoeng* Batik Jetis Sidoarjo. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi peran modal sosial dalam pengembangan usaha di sentra *Kampoeng* Batik Jetis Sidoarjo, serta untuk menganalisis hambatan dalam pengembangan usaha industri batik di kampung Jetis. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif, data yang diperoleh dalam penelitian ini merupakan data primer yang didapati dari hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi. Dalam penelitian ini didapatkan hasil bahwa peran modal sosial kepercayaan dan jaringan memiliki peran yang berpengaruh dalam pengembangan usaha industri batik di *Kampoeng* Batik Jetis Sidoarjo. Namun masih ada hambatan bagi para pelaku usaha dan pengrajin dalam mengembangkan usaha tersebut, salah satunya yakni kurangnya kerjasama dan dukungan dalam proses pengembangan usaha.

Kata Kunci: *Modal Sosial; Pengembangan Usaha; Sentra Industri Batik*

Pendahuluan

Indonesia sebagai negara yang dikenal dengan keanekaragaman suku dan budayanya juga dikenal sebagai salah satu negara yang maju di bidang pariwisata. Disisi

lain sektor pariwisata kini menjadi satu sektor yang dapat mendorong pengembangan ekonomi dalam program pembangunan nasional Indonesia (Surwiyanta, 2003). Adanya pembangunan pariwisata pastinya memberikan dampak yang positif, salah satunya yakni mendorong pembangunan daerah serta memperkenalkan nilai dan budaya bangsa. Daya tarik dari suatu daerah tersebut dapat dimanfaatkan dalam mengembangkan sebuah wisata berbasis warisan budaya. Batik telah menjadi salah satu warisan budaya yang diakui oleh UNESCO sebagai warisan kemanusiaan untuk budaya lisan dan nonbendawi (*masterpieces of the oral and the intangible heritage of humanity*) pada 2 oktober 2009 (Setiawan & Wirjodirdjo, 2020). Hingga saat ini batik telah menarik minat dari berbagai kalangan domestik maupun mancanegara, hal ini juga yang telah menjadikan batik sebagai salah satu model *fashion* yang terpopuler di Indonesia.

Di beberapa daerah khususnya di pulau Jawa menjadi daerah penghasil batik terbesar di Indonesia. Namun bagi kebanyakan orang, tidak semua batik dari beberapa daerah khususnya dikenal oleh masyarakat luas. Salah satu contohnya yakni *Kampoeng Batik Jetis* (KBJ) dimana mayoritas penduduknya merupakan pekerja batik di pabrik batik besar yang kemudian membuka usaha rumahan atau *home industri* sebagai penghasil batik tulis tradisional khas Sidoarjo. Disamping itu, *Kampoeng Batik Jetis* ini memiliki potensi besar yang dapat menjadikan *Kampoeng Batik Jetis* (KBJ) sebagai salah satu sentra batik terbesar selain sentra industri kerajinan tas dan koper (INTAKO) di Tanggulangin, sentra industri logam di Waru, sentra industri topi di Porong, sentra industri bandeng di Tanggulangin, dan masih banyak yang lainnya. Di Indonesia beberapa industri batik pada umumnya menjadi mata pencaharian bagi para pelaku usaha kecil mikro (Nurainun, 2008). Menurut Setiawan & Wirjodirdjo (2020), sebagian besar kondisi usaha UKM di *Kampoeng Batik Jetis* ini berkembang. Hal tersebut ditunjukkan dengan adanya desain atau motif yang masih terbatas, proses membatik yang tradisional, pendapatan yang kurang dari 10 juta per-bulan, dan rata-rata *outlet* yang dimiliki pelaku usaha hanya berjumlah satu.

Hampir 90% dari total penduduk di *Kampoeng Batik Jetis* yang khususnya perempuan berprofesi sebagai pengrajin ataupun pengusaha batik. Namun seiring perkembangan zaman yang semakin modern, jumlah pengrajin batik di *Kampoeng Batik Jetis* ini mulai mengalami penurunan hingga hanya tersisa sekitar 10% dari total penduduknya. Salah satu penyebabnya yakni beralihnya profesi para pengrajin batik ke karyawan pabrik atau perusahaan, sehingga banyak yang menutup usahanya. Selain itu kurangnya pengembangan produk batik serta sistem manajerial yang masih tradisional dan belum diterapkannya penggunaan teknologi yang baru juga menjadi hambatan dalam perkembangan usaha sentra *Kampoeng Batik Jetis* dan juga dapat mengakibatkan terancamnya kelestarian budaya batik tulis khas Sidoarjo.

Dalam mengembangkan usaha di sentra *Kampoeng Batik Jetis*, diperlukan upaya dari beberapa pihak baik itu dari pemerintah daerah, pelaku usaha maupun masyarakat setempat itu sendiri. Upaya tersebut juga diperuntukkan dalam mengembangkan jiwa kompetitif bagi para pelaku ekonomi lainnya. Pemerintah daerah sendiri telah melakukan beberapa upaya dalam membantu para pelaku usaha maupun pengrajin yakni diantaranya memberikan pelatihan dan pendampingan kepada pelaku usaha batik, pemberian akses permodalan, dan pemberian fasilitas pemasaran produk melalui pameran. Namun beberapa upaya yang diberikan tersebut masih dirasa kurang optimal dan tidak konsisten dalam pengembangan usaha di *Kampoeng Batik Jetis* Sidoarjo. Disamping peran dan upaya pemerintah dalam pengembangan usaha di *Kampoeng Batik Jetis* ini juga harus didukung oleh masyarakat setempat serta modal sosial yang kuat di dalamnya. Oleh karena itu peran modal sosial dirasa cukup penting dalam meningkatkan kualitas usaha batik tersebut.

Nugraha (2021) melakukan penelitian mengenai peran modal sosial dalam pengembangan desa wisata di Bali, dimana dalam hasil penelitian tersebut menggambarkan bahwa modal sosial norma berperan penting dalam peningkatan kualitas destinasi di desa tersebut, terutama dari segi kebersihan lingkungan. Sedangkan modal sosial jaringan yang ada di desa wisata tersebut dapat memberikan harapan yang besar bagi masyarakat akan perkembangan desa wisata Serangan Bali. Penelitian lain juga dilakukan oleh Rahmadi *et al.*, (2021) tentang peran modal sosial dalam pengembangan usaha tani kopi, hasil penelitian menyebutkan bahwa secara umum peranan modal sosial yang ada dalam pengembangan usaha tani tersebut berkategori baik. Hal ini menunjukkan bahwa peranan modal sosial tersebut penting bagi keberlanjutan kelompok tersebut. Selain itu hasil penelitian juga menunjukkan bahwa terdapat delapan indikator yang berada pada kategori baik diantaranya indikator kepercayaan, indikator partisipasi, indikator proaktif, hubungan timbal balik, indikator kolaborasi, serta indikator norma dan nilai sosial. Sedangkan masih terdapat indikator lain yang menunjukkan kategori cukup yakni pada indikator jaringan.

Apriawan *et al.*, (2020) dalam penelitiannya yang membahas tentang peran modal sosial sebagai strategi dalam pengembangan industri kerajinan tenun di Lombok membuktikan bahwa modal sosial sangatlah berperan dalam proses pengembangan pengembangan industri tersebut. Ketiga unsur modal sosial yakni kepercayaan, nilai dan norma ini membuat pemerintah maupun warga desa mampu dalam membantu proses pengembangan kerajinan tenun di wilayah tersebut. Unsur kepercayaan (*trust*) dalam penelitian tersebut dapat membantu pengrajin dalam meningkatkan kerjasama dengan para pengrajin lain. Selain itu juga dapat membantu para pengrajin untuk bekerjasama dengan *travel agent* setempat. Sedangkan dalam unsur jaringan (*network*) dapat membantu dalam meningkatkan koneksi pemasaran maupun promosi industri tersebut. Unsur modal sosial berupa nilai dan norma juga dapat membantu dalam membuat peraturan atau tata tertib terhadap perilaku pengrajin dalam melakukan berbagai aktivitas serta dapat menjaga perilaku untuk mendapatkan kepercayaan dalam bekerjasama. Dari beberapa penelitian terdahulu yang telah dijabarkan, belum terdapat penelitian yang membahas tentang modal sosial yang ada di *Kampoeng* Batik Jetis Sidoarjo. Modal sosial merupakan salah satu unsur yang penting dalam proses pengembangan usaha di *Kampoeng* Batik Jetis. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Mustofa terkait peran modal sosial pada proses pengembangan usaha pada komunitas pedagang kaki lima, mengatakan bahwa modal sosial memiliki kaitan yang erat dengan perilaku ekonomi. Sehingga modal sosial memiliki keunggulan untuk dapat mendapatkan keuntungan ekonomi (Mustofa, 2013).

Pada dasarnya modal sosial memiliki keterkaitan yang erat dalam kehidupan sosial sehari-hari. Bagi sebagian masyarakat yang belum mengenal istilah modal sosial akan dirasa asing dengan istilah tersebut. Namun dibalik itu sesungguhnya modal sosial telah tumbuh dan berkembang dalam kehidupan bermasyarakat. Selain itu modal sosial juga dapat dipertimbangkan sebagai sumberdaya bersama. Modal sosial (*social capital*) dapat diartikan sebagai suatu kemampuan yang dimiliki seorang individu yakni kerjasama (*cooperation*) dalam suatu kelompok atau organisasi untuk dapat mencapai tujuan yang diinginkan (Coleman, 1988). Dalam mencapai tujuan tersebut, tentu tidak terlepas dari tiga unsur modal sosial yang mana menjadi pilar modal sosial. Coleman dalam jurnalnya yang berjudul *social capital in the creation of human capital* mengidentifikasi tiga unsur modal sosial yakni kepercayaan (*trust*), jaringan (*network*) dan norma (*norm*) (Syahra, 2003). Lain halnya dengan Coleman, menurut (Putnam *et al.*, 1993) dalam (Kimbal, 2015) modal sosial merupakan suatu fenomena yang tumbuh dari individu yang membangun suatu koneksi sosial dan jaringan (*network*) yang berlandaskan prinsip kepercayaan, timbal balik, serta tindakan yang timbul karena adanya kontrak sosial. Teori ini didukung oleh

teori (Fukuyama, 2001) yang mengartikan modal sosial sebagai kumpulan nilai-nilai atau norma informal yang ada pada diri seseorang dalam suatu kelompok sosial yang dapat menjalin kerjasama antar individu. Berdasarkan beberapa pengertian mengenai modal sosial, dapat disimpulkan bahwa konsep modal sosial atau *social capital* pada dasarnya tumbuh dari suatu hubungan dan jaringan antar individu dan kelompok antar sistem sosial. Menurut Ancok (2003) terdapat dua kategori dalam konsep modal sosial.

Dalam kategori pertama modal sosial lebih ditekankan pada jaringan hubungan sosial atau *social network*. Namun pada kategori kedua, modal sosial lebih ditekankan pada karakteristik yang ada pada diri seseorang (individu) dalam menjalin interaksi sosial. Modal sosial sebagai jaringan hubungan sosial memiliki arti bahwa dalam suatu komunitas atau organisasi diperlukan sebuah kerjasama. Modal sosial akan memiliki peran yang semakin kuat apabila jaringan dalam hubungan kerjasama antar komunitas tersebut terjalin, baik itu dari segi internal maupun eksternal. Dimana jaringan inilah yang nantinya akan memberi manfaat bagi kehidupan sosial. Pada kategori yang kedua, yakni modal sosial lebih menekankan pada karakteristik individu. Dalam hal ini, sebuah kerjasama yang baik akan tumbuh apabila antar individu memiliki kepribadian tertentu. (Schwartz, 1994) dalam (Ancok, 2003), mengelompokkan lima aspek nilai dalam modal sosial. Pertama nilai *universalism*, yakni nilai mengenai pemahaman terhadap suatu orang. Nilai tersebut dapat berupa toleransi serta apresiasi terhadap individu. Kedua nilai *benevolence*, yakni nilai mengenai perlindungan dan peningkatan kesejahteraan individu. Ketiga nilai tradisi atau *tradition*, yakni nilai yang mengandung pujian, komitmen dan penerimaan terhadap suatu tradisi dan budaya. Keempat nilai *conformity*, yakni nilai yang terkait dengan pencegahan atas perlakuan yang dapat merugikan orang lain. Kelima nilai *security*, yakni nilai yang mengandung keharmonisan, keamanan, kesejahteraan dan keseimbangan masyarakat dalam menjalin hubungan antar individu.

Salah satu komponen utama dalam modal sosial adalah kepercayaan (*trust*) yakni untuk melihat sejauh mana seseorang percaya bahwa orang lain bertanggung jawab demi kepentingan bersama (Fukuyama, 2001). Kepercayaan menurut (Uslaner, 2002) dalam (Allan & Persson, 2020) adalah keinginan seseorang dalam menerima dan memberi perlakuan yang adil dalam kehidupan sosial. Dalam hal ini, modal sosial diharapkan mampu mendapatkan manfaat yang besar tidak hanya datang dari kepercayaan orang yang dikenal, namun juga datang dari kepercayaan orang lain. Menurut Fukuyama, tingkat kepercayaan dalam suatu masyarakat dapat mempengaruhi pertumbuhan dan stabilitas ekonomi serta dapat menentukan jenis organisasi apa yang mampu berkembang dalam lingkungan masyarakat tersebut. Kepercayaan sejatinya tumbuh dalam diri seseorang akibat adanya perilaku jujur, teratur dan kerjasama yang bersumber pada aturan yang telah disepakati bersama.

Oleh karenanya terdapat lima elemen yang meliputi kepercayaan yakni kejujuran, keadilan, toleran, keramahan dan rasa saling menghormati. Dalam penelitian ini rasa saling percaya ditujukan kepada pengrajin batik dan pelaku usaha, pelaku usaha dan konsumen, serta masyarakat setempat, pengelola *Kampoeng* Batik Jetis dan pemerintah daerah. Jaringan atau *network* yakni sebagai salah satu pilar modal sosial, dalam mencapai tujuannya juga tidak terlepas dari sebuah rasa kepercayaan. Jaringan dapat diartikan sebagai kelompok atau hubungan antar individu yang terikat baik itu secara langsung ataupun tidak langsung. Sebuah hubungan pada dasarnya terbentuk dari adanya interaksi dua orang atau lebih, dimana hubungan ini terjadi dalam setiap kehidupan manusia. Menurut Field (2010) dalam (Utami, 2020) modal sosial dimaknai dengan adanya sebuah hubungan, dimana hubungan yang dimaksud yakni jaringan yang didalamnya memiliki kesamaan nilai. Sepanjang jaringan atau *network* tersebut dapat membuat sumber daya yang diamati sebagai modal. Utami (2020) mendefinisikan jaringan sosial sebagai salah

satu wadah dalam membentuk kepercayaan dan untuk meningkatkan kerjasama antar suatu kelompok yakni melalui hubungan interaksi antar masyarakat. Dapat disimpulkan bahwa jaringan timbul akibat adanya komunikasi dan interaksi yang dapat menumbuhkan rasa kepercayaan dan dapat memperkuat suatu kerjasama yang telah terjalin.

Norma dapat diartikan sebagai kumpulan dari beberapa aturan yang ada dalam hubungan relasional di lingkungan masyarakat maupun lembaga tertentu (Harahap & Agusta, 2018). Aturan-aturan tersebut dibuat secara tertulis dan tidak tertulis, hal ini untuk melihat ada atau tidaknya norma tersebut serta menilai bagaimana sikap tanggung jawab seorang individu yang ada dalam aturan tersebut. Sejatinya suatu norma dapat terbentuk dari sebuah interaksi nilai yang dijalani oleh setiap individu dalam suatu kelompok, dimana harus memberikan manfaat yang positif bagi setiap individu dalam sebuah kelompok. Apabila norma tersebut tidak berguna atau bahkan dapat merugikan bagi individu, maka norma tersebut dianggap hilang dan mati (Leksono, 2009). Oleh karena itu, dalam sebuah norma terkandung semua pengertian, nilai, harapan, serta tujuan dimana semua itu telah diyakini dan dijalankan bersama oleh suatu kelompok. Penelitian yang dilakukan oleh Mustofa (2013) yang membahas mengenai peran modal sosial pada proses pengembangan komunitas PKL. Dari tersebut dapat diketahui bahwa modal sosial yang paling berperan dalam proses pengembangan tersebut yakni jaringan kerabat. Selain itu, norma penguasaan lokasi menjadi norma yang paling berperan selanjutnya dimana lokasi dapat memberikan dampak eksternal dan internal bagi perkembangan komunitas PKL tersebut. Chaniago (2020) dalam penelitiannya tentang peran modal sosial dalam mengembangkan BUMDES, menunjukkan terdapat beberapa unsur modal sosial yang berpengaruh signifikan diantaranya rasa saling percaya, norma atau nilai, dan jaringan. Ketiga unsur tersebut akan berjalan secara optimal dalam pengembangan BUMDES tersebut namun juga harus didukung dengan antusias masyarakat setempat.

Oleh sebab itu peran modal sosial dalam pengembangan usaha ini sangat penting untuk diteliti, tidak terkecuali pada pengembangan usaha di *Kampoeng* Batik Jetis Sidoarjo. Peran modal sosial yang dimiliki oleh para pengrajin batik, pengusaha batik dengan konsumen maupun pemerintah dapat meningkatkan usaha di *Kampoeng* Batik Jetis. Dengan ini juga dapat memberikan respon yang positif terutama bagi kesejahteraan ekonomi masyarakat setempat. Karena pada dasarnya modal sosial akan bernilai ekonomis apabila dapat membantu suatu individu atau kelompok (Tonkiss *et al.*, 2004) dalam (Kimbal, 2015). Menurut Syafar (2017) menyimpulkan konsep modal sosial sebagai sistem sosial yang terdapat suatu interaksi dan norma sosial di dalamnya yang berjalan beriringan, hal ini digunakan untuk mengamati perkembangan dalam sosial tersebut. Berdasarkan latar belakang yang telah dijabarkan, peneliti tertarik untuk mengambil topik mengenai bagaimana peran modal sosial dalam pengembangan usaha sentra *Kampoeng* Batik Jetis Sidoarjo.

Metode

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif, yakni dengan mendeskripsikan hasil data yang diperoleh melalui observasi, wawancara dan dokumentasi. Dengan observasi ini diharapkan dapat membantu peneliti untuk melakukan penelitian secara mendalam mengenai individu, kelompok, organisasi, maupun budaya di *Kampoeng* Batik Jetis Sidoarjo. Metode dan pendekatan tersebut sesuai dengan fokus penelitian ini, yaitu meneliti tentang bagaimana peran modal sosial masyarakat dalam pengembangan usaha di sentra *Kampoeng* Batik Jetis Sidoarjo. Pada dasarnya, penelitian kualitatif bertujuan untuk meneliti sebuah fenomena yang muncul dalam lingkungan serta untuk memahami arti dibalik suatu fenomena maupun peristiwa/aktivitas dalam konteks sosial. Lokasi penelitian ini di *Kampoeng* Batik Jetis lebih tepatnya di jalan P. Diponegoro,

Kelurahan Lemahputro, Kabupaten Sidoarjo. Alasan peneliti memilih *Kampoeng* Batik Jetis yakni karena *Kampoeng* Batik Jetis (KBJ) merupakan salah satu sentra industri batik terbesar di Kabupaten Sidoarjo. Selain itu, Kampung Jetis sendiri menjadi pusat batik tulis tradisional pertama sejak tahun 1675. Fokus dalam penelitian yakni menemukan peran modal sosial yang tercipta melalui hubungan kerja antara pengrajin batik, pengusaha batik, masyarakat setempat serta pemerintah daerah dalam pengembangan usaha di sentra *Kampoeng* Batik Jetis Sidoarjo. Informan dalam penelitian ini ditentukan berdasarkan kriteria berikut.

Tabel 1. Kriteria Informan

Jenis Informan	Kriteria Informan	Nama Informan
Informan Utama	Merupakan seorang pengrajin asli <i>Kampoeng</i> Batik Jetis Sidoarjo	Dwi (Pemilik Usaha Batik Wida)
	Memiliki usaha batik	
	Mengetahui sejarah batik Sidoarjo	Nanang (Pemilik Usaha Batik Eliza)
	Memiliki pengetahuan akan batik Sidoarjo	
Informan Pendukung	Mengetahui latar belakang perkembangan <i>Kampoeng</i> Batik Sidoarjo	1. Ana (Ketua RT.17 RW.04 Lemahputro)
	Merupakan pihak yang terkait dalam keberlangsungan usaha di <i>Kampoeng</i> Batik Jetis	
	Memiliki pengetahuan akan batik Sidoarjo	2. Ashari (Kepala Desa Lemahputro Tahun 2020-2021)
	Mengetahui latar belakang perkembangan <i>Kampoeng</i> Batik Sidoarjo	
Merasakan adanya perkembangan batik Sidoarjo		

Subjek dalam penelitian ini yaitu berjumlah 2 orang informan yakni Dwi dan Nanang, dimana kedua informan tersebut merupakan seorang pengrajin sekaligus pengusaha batik yang telah memiliki usaha batik turun temurun dari keluarga. Selain itu peneliti juga mewawancarai 2 orang lainnya sebagai informan pendukung, dimana kedua informan ini memiliki peran dalam keberlangsungan usaha di *Kampoeng* Batik Jetis Sidoarjo. Adapun objek dalam penelitian ini yakni peran modal sosial yang tercipta sebagai upaya dalam pengembangan usaha batik di *Kampoeng* Batik Jetis Sidoarjo. Teknik yang digunakan oleh peneliti dalam menentukan informan yakni menggunakan *purposive sampling*, dimana peneliti akan menentukan informan berdasarkan pertimbangan tertentu. Informan yang dipilih tentu memiliki kapasitas dan kualifikasi yang pantas dengan kebutuhan data, serta mampu membantu peneliti untuk menjawab pertanyaan dalam menyusun penelitian ini.

Dalam penelitian ini sumber data diperoleh dalam dua jenis yaitu data primer dan data sekunder. Data primer merupakan data yang diperoleh langsung dari lapangan melalui wawancara. Sedangkan data sekunder merupakan data yang diperoleh melalui perpustakaan atau situs website instansi yang berwenang. Teknik pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti yakni menggunakan metode observasi dan wawancara selama 10 hari (5 desember – 14 desember 2021). Metode observasi yang digunakan peneliti yakni dengan melakukan observasi secara langsung terhadap objek yang akan diamati. Metode wawancara yang dilakukan peneliti yakni memberikan pertanyaan terkait rumusan masalah dalam penelitian ini. Sebelum dilakukan wawancara peneliti akan membuat transkrip wawancara terlebih dahulu, dimana transkrip wawancara tersebut akan menjadi

kaidah dalam memperoleh informasi kepada informan. Selanjutnya peneliti akan melakukan proses verifikasi agar data yang diperoleh teruji validitasnya. Proses verifikasi tersebut dilakukan dengan pengecekan kembali data-data dan catatan lapangan yang akan diteliti.

Hasil dan Pembahasan

1. Dinamika usaha sentra industri *Kampoeng Batik Jetis*

Kampoeng Batik Jetis terletak di tengah pusat kota Sidoarjo yang termasuk dalam wilayah RW 03 Kelurahan Lemahputro Sidoarjo. *Kampoeng* Batik Jetis ini menjadi sentra bagi produsen batik tulis tradisional asli Sidoarjo, dimana sejarah batik jetis sendiri sudah ada sejak tahun 1675. Tokoh yang mempelopori batik jetis sendiri bernama Mulyadi atau biasa dipanggil Mbah Mulyadi. Beliau merupakan seorang pendatang yang menyamar menjadi seorang pedagang di Kampung Jetis. Perkembangan usaha batik jetis sendiri baru mulai dikenal di era 1950, yakni terdapat satu usaha batik tertua di *Kampoeng* Batik Jetis yang bernama Batik Wida. Pemilik dari usaha batik Wida sendiri bernama Widiarsih yang pada saat itu memiliki perusahaan batik tulis terbesar di kampung Jetis. Selain itu nama Wida juga sangat dikenal oleh masyarakat Jetis kala itu. Usaha batik wida berdiri sejak tahun 1956 dan dilanjutkan secara turun menurun dari keluarga dan sekarang telah mencapai generasi ke-3 yang dikelola oleh Dwi. Selain usaha batik milik Wida, terdapat pula satu pengrajin asli kampung jetis yakni usaha batik Amri Jaya milik Nanang. Usaha tersebut telah berdiri sejak tahun 1985, dimana batik Amri Jaya memiliki 5 generasi diantaranya batik amri, batik amri jaya, batik azizah, batik eliza, dan batik yasaroh. Sama halnya dengan usaha batik Wida, batik milik Amri Jaya tersebut merupakan usaha turun temurun dari keluarga.

Menurut hasil wawancara dengan Ana selaku ketua RT 17 Kampung Jetis pada tanggal 14 desember 2021, hingga saat ini masih tersisa sekitar 5 pengrajin di RT 17 sendiri, dua diantaranya merupakan pengrajin asli kampung jetis sendiri sedangkan 3 diantaranya merupakan pengrajin pendatang. Namun secara keseluruhan masih terdapat sekitar 18 pengrajin sekaligus pemilik usaha di *Kampoeng* Batik Jetis. Masing-masing pemilik usaha pasti memiliki karyawan atau pekerja, rata-rata para pekerja di *Kampoeng* Batik Jetis merupakan pendatang dari luar daerah Jetis. Kebanyakan para pekerja berasal dari kecamatan Tulangan, Candi, Mojokerto, dan Sidoarjo. Dimana kecamatan Tulangan sendiri merupakan pusat pengrajin batik sedangkan kampung Jetis merupakan sentra kampung batik terbesar di Sidoarjo, oleh karena itu banyak pengrajin yang berasal dari Tulangan untuk bekerja di *Kampoeng* Batik Jetis. Namun seiring perkembangan zaman yang semakin modern, jumlah pengrajin di *Kampoeng* Batik Jetis lambat laun mengalami penurunan. Dalam wawancara yang dilakukan dengan Ana pada tanggal 14 desember 2021, beliau mengatakan bahwa tidak ada pengusaha batik yang tutup, hanya saja mengalami penurunan yang cukup drastis.

Kalau tutup sih engga, cuma lebih berkurang banget. Kalau dulu lima tahun yang lalu itu banyak sekali permintaan lalu lambat laun itu semakin sedikit. Kalau batik tulis asli itu kan mahal ya *mbak*, sedangkan serbuan dari luar itu lebih banyak yang menggunakan batik *print* atau cap dimana itu lebih mudah dan lebih murah, masalahnya ada disitu. Kalau pengrajin disini yaitu tadi, enggak mati hanya berkurang sekali. Umpamanya kalau dulu itu pesanan bisa sampai 30% sekarang hanya bisa sampai 10% saja.

Selain itu kondisi pandemi yang berjalan kurang lebih selama 2 tahun ini menjadi salah satu faktor menurunnya jumlah pengrajin dan permintaan akan batik itu sendiri. Sehingga banyak dari masyarakat yang dulunya merupakan pengrajin batik sekarang beralih profesi menjadi buruh pabrik. Ana juga mengatakan bahwa lima tahun lalu, lebih

tepatnya pada tahun 2016, *Kampoeng* Batik Jetis berada di masa-masa eksisnya. Di tahun tersebut hampir mayoritas pengusaha maupun pengrajin batik mendapatkan banyak sekali permintaan. Permintaan konsumen pun beragam, kebanyakan permintaan berasal dari luar daerah, luar kota bahkan ada permintaan dari luar negeri. Seperti yang diketahui motif batik yang ada di *Kampoeng* Batik Jetis beragam, tidak hanya batik dengan corak batik khas Sidoarjo tapi juga memodifikasi dengan batik dari luar daerah. Selain itu permintaan motif dari konsumen pun juga banyak didapat para pengrajin. Oleh sebab itu harga yang dipatok sendiri juga tergolong mahal. Seperti usaha batik Wida, harga jual batik untuk per kainnya bisa mencapai 600 ribu hingga 1 juta. Menurut Dwi selaku pemilik usaha batik Wida, berani menjual dengan harga tinggi karena kualitas yang dimiliki juga dengan pelanggan tetap.

Batik itu ibarat seperti motor, artinya kalau belum punya nama jangan coba-coba buat karena akan susah, karena nama itu sudah melekat di pelanggan. Karena usaha ini usaha turun temurun sejak tahun 1950an jadi sudah ada pelanggan setia. Selain itu juga karena banyak modal dan waktu yang harus dikeluarkan baik itu dari bahan baku yang bisa dibilang tidak murah dan pekerjanya sendiri karena batik itu kan produksi, jadi banyak sekali yang harus diperhitungkan.

Menurutnya, perkembangan zaman menjadi salah satu pertimbangan bagi seseorang untuk memulai usaha batik. Beberapa pengusaha batik sekarang menggunakan sistem *dropshipper* atau sistem *kulak*. Faktor lainnya juga karena *trend*, dimana generasi sekarang ini masyarakat kurang dikenalkan dengan budaya batik. Walaupun tidak seluruh masyarakat di Indonesia kurang memiliki minat akan kesenian batik, namun masih ada budaya yang masih dilakukan di beberapa daerah seperti Madura salah satunya. Bagi orang-orang Madura, *sewek* merupakan salah satu pakaian yang wajib dikenakan terutama apabila ada hajatan. Memiliki anggapan apabila tidak mengenakan *sewek* dianggap kurang *afdol*. Hal ini sangat berbeda tentunya dengan generasi sekarang, dimana hampir seluruh masyarakat diperkotaan tidak ada yang mengenakan *sewek* kecuali apabila ada acara resmi.

2. Peran Modal Sosial Industri *Kampoeng* Batik Jetis

Modal sosial merupakan suatu energi pembangunan, dimana dapat membantu mendorong masyarakat secara swadaya untuk mencapai tujuan yang maksimal (Mustofa, 2013). Hal ini juga akibat dari adanya tiga pilar modal sosial yakni jaringan, nilai atau norma, dan kepercayaan di dalamnya. Dalam pengembangan usaha diperlukan berbagai macam modal seperti modal tenaga kerja, modal finansial, modal fisik dan tidak terkecuali modal sosial. Peran modal sosial industri *Kampoeng* Batik Jetis sendiri tidak terlepas dari tiga unsur utamanya yakni kepercayaan, jaringan, dan norma. Bentuk kepercayaan yang terbangun dalam masyarakat kampung Jetis baik itu dari para pengrajin, pelaku usaha, maupun warga setempat sangat beragam. Bagi warga setempat misalnya, percaya bahwa para pelaku usaha maupun pengrajin di *Kampoeng* Batik Jetis dapat selalu menjaga nama kampung Jetis yang terkenal dengan batik khas Sidoarjo. Hal ini juga akan berdampak pada perekonomian di wilayah tersebut. Seperti yang dikatakan Fukuyama dalam (Kesuma & Saputri, 2020) kepercayaan merupakan sikap rasa saling percaya yang dapat memberikan kontribusi pada peningkatan modal sosial dari segi ekonomi. Secara tidak langsung modal sosial dapat memberikan dampak positif berupa peningkatan ekonomi di suatu wilayah apabila komunitas atau lingkungan yang ada di wilayah tersebut dapat memanfaatkan modal sosial sebaik-baiknya. Hal ini juga tercermin bagi beberapa elemen masyarakat yang ada di *Kampoeng* Batik Jetis baik itu warga, pengrajin, dan pengusaha sendiri yang nantinya akan bisa saling bekerjasama dalam meningkatkan usaha masing-masing. Nilai kepercayaan juga tercermin bagi para pengrajin sendiri, dimana usaha turun

temurun yang telah dijalankan selama puluhan tahun ini berkembang dari keluarga. Seperti yang disampaikan Dwi selaku pemilik usaha batik Wida, para pekerja berasal dari luar daerah Jetis. Sistem perekrutan para pekerja sendiri melalui keluarga. Jadi walaupun pekerja pun juga turun temurun, setelah orang tuanya yang menjadi pekerja terus turun ke anaknya. Karena juga berasal dari daerah yang sama, kebanyakan dari daerah Jiken Tulangan (pusatnya pengrajin batik).

Selain itu, nilai kepercayaan juga tercermin bagi konsumen. Masing-masing pengusaha batik maupun pengrajin batik di kampung Jetis memiliki pasarnya sendiri-sendiri. Konsumen batik Wida percaya akan batik buatannya dengan harga yang bisa dikatakan cukup mahal. Berbeda dengan beberapa pengusaha batik yang hanya menjual batik kasaran, para konsumen secara konsisten mengambil batik milik Dwi karena mengetahui harga yang ditawarkan juga sesuai dengan kualitas yang didapat. Kurang lebih sebanyak 70% pengrajin di kampung Batik Jetis masih menggunakan proses yang tradisional. Selain karena terkenal dengan batik tulis nya, batik yang menggunakan proses tradisional dapat menghasilkan batik dengan kualitas yang bagus. Tidak hanya dari prosesnya, namun bahan baku yang digunakan pun tidak sembarangan. Dalam usaha produksi batik, pengusaha memerlukan bahan baku dengan jumlah yang banyak karena untuk satu kain batik saja bisa menghabiskan hampir satu drum lilin atau malam belum lagi bahan baku lainnya seperti pewarna, minyak tanah dan lain-lain. Secara tidak langsung kepercayaan juga terjalin antara pengrajin atau pelaku usaha dengan pihak luar seperti pengusaha bahan baku tersebut. Usaha batik milik Dwi sendiri mengaku mengambil bahan baku dari kota Solo. Hal ini dapat memberikan manfaat dan keuntungan sendiri bagi pengrajin ataupun pengusaha batik untuk dapat mempromosikan batik buatan sendiri. Seperti yang dikatakan (Setyanto *et al.*, 2015) dalam penelitiannya, bahwa pentingnya inovasi dalam berproduksi serta selalu menerapkan modal sosial dalam mengembangkan usaha dan kerjasama antar pengusaha lainnya menjadikan sebuah usaha dapat lebih berkembang kedepannya dan tidak menjadikan usaha tersebut pasif.

Peran modal sosial yang kedua yakni jaringan (*network*), dimana masyarakat kampung Batik Jetis sendiri juga menyadari akan pentingnya sebuah hubungan atau jaringan dalam pengembangan usaha. Salah satu contohnya yakni usaha batik milik Amri Jaya, yakni setiap tahunnya selalu dilaksanakan pelatihan pembuatan batik dengan berbagai macam kalangan. Menurutnya kegiatan yang selalu dilakukan yakni pelatihan batik dari sekolah-sekolah, dimana tidak hanya dari sekolah di Kabupaten Sidoarjo, melainkan juga berasal dari luar daerah Sidoarjo bahkan Jawa Timur. Kalau ada pelatihan-pelatihan kadang saya buka, kebanyakan dari sekolah-sekolah kadang setahun sekali tapi ada juga yang tiap tahunnya selalu mengadakan pelatihan di tempat saya. Nah ini juga menjadi salah satu dukungan bagi bapak terutama, untuk bisa lebih mengenalkan budaya batik ke anak-anak generasi muda sekarang.

Pelatihan tersebut dilaksanakan secara rutin dengan dihadiri kurang lebih 40 hingga 70 siswa. Namun karena kondisi pandemi sejak tahun 2020 lalu, membuat pelatihan batik menjadi jarang untuk diadakan. Pemerintah daerah kabupaten Sidoarjo sendiri juga rutin dalam melakukan pembinaan dan pelatihan bagi para pengrajin batik di kampung Jetis. Pelatihan tersebut diantaranya diselenggarakan di Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Sidoarjo dengan sasaran pengurus maupun anggota pengrajin batik.

Selain itu pemerintah juga memfasilitasi para pengrajin atau pengusaha batik melalui pameran dan mendirikan tempat yang bernama *workshop luwesan* untuk menampung hasil produksi pengrajin, terutama bagi pengrajin yang masih belum mempunyai pangsa pasar yang luas. Tamu dari berbagai daerah luar Sidoarjo maupun Jawa Timur di datangkan langsung guna membantu pengrajin dan pengusaha batik untuk dapat mempromosikan batik hasil produksi. Hal ini juga tentunya akan lebih mengenalkan batik

Sidoarjo kepada masyarakat luar daerah tersebut. Masyarakat kampung Jetis berharap bahwa upaya pemerintah tersebut harus dijalankan secara konsisten serta peran modal sosial hubungan dan jaringan yang telah terbentuk diharapkan dapat semakin memperkuat ikatan yang telah dijalin dalam bekerjasama demi mencapai tujuan bersama yang lebih baik. Namun perlu ditekankan kembali bahwa baik itu masyarakat maupun pemerintah diharapkan dapat bekerjasama dalam membawa nama *Kampoeng* Batik Jetis kearah yang semakin maju serta semakin luas lagi. Karena pada dasarnya peran pemerintah tentu akan menjadi sia-sia apabila tidak didukung oleh masyarakat serta modal sosial di dalamnya, begitu pula sebaliknya (Nugraha, 2021).

Peran modal sosial nilai dan norma sangat diperlukan dalam mengembangkan sebuah usaha terutama dalam mengatur setiap individu dalam bermasyarakat. Nilai dan norma sendiri pada dasarnya merupakan sebuah pedoman bagi setiap individu dalam berperilaku (Apriawan *et al.*, 2020). Menurut hasil wawancara dengan Ana pada tanggal 14 desember 2021, tidak ada aturan khusus baik itu aturan secara tertulis maupun verbal. Para pengrajin, pelaku usaha, maupun warga setempat sudah mengetahui dan menyadari batasan-batasan yang harus dijaga karena tidak lain juga ditujukan untuk kebaikan kampung Jetis sendiri.

3. Hambatan Pengembangan Usaha Industri Kampung Batik Jetis

Hambatan dapat diartikan sebagai keadaan yang dapat menimbulkan terganggunya suatu kegiatan atau pelaksanaan sehingga kegiatan tersebut menjadi tidak terlaksana dengan baik. Hambatan sendiri merupakan suatu permasalahan yang dapat membuat masyarakat sulit untuk berkembang. Tidak terkecuali dalam industri di *Kampoeng* Batik Jetis, beberapa hambatan tersebut tentu dapat menjadi salah satu faktor kemunduran industri batik di kampung Jetis. Beberapa hambatan yang timbul diantaranya yakni; pertama, kurangnya keseriusan para pengrajin dan pelaku usaha dalam menekuni usaha. Dalam wawancara dengan pemilik usaha batik Amri Jaya pada tanggal 13 desember 2021, Nanang menyebutkan bahwa kebanyakan para pengrajin dan pelaku usaha disini tidak serius dalam menjalankan usahanya. Mayoritas pelaku usaha tidak menjaga kualitas dari hasil produksinya. Hal ini sejalan dengan pemikiran Dwi selaku *owner* usaha batik Wida, dimana beliau mengatakan bahwa banyak pengrajin dan pelaku usaha disini hanya sekedar berjualan saja yang penting dapat memenuhi kebutuhan sehari-hari.

Mungkin akan berbeda dengan anak *zaman* sekarang, yang kebanyakan sistemnya *dropshipper* tidak memproduksi langsung. Kebanyakan pembatik disini hanya membuat batik kasaran, karena hanya fokus pada menjual barang yang penting laku. Beda dengan pembatik yang benar-benar menjaga kualitas, karena akan memikirkan jangka panjang dari usaha tersebut sampai sampah limbah pun juga dipikirkan.

Kedua, yakni menurunnya jumlah pengrajin yang ada di kampung Batik Jetis. Seiring perkembangan *zaman* yang semakin modern, sangat susah untuk menemukan seseorang yang masih memiliki keinginan atau hobi untuk melestarikan warisan budayanya. Sama halnya dengan pengrajin batik, untuk dapat meneruskan para pengrajin tersebut dibutuhkan seseorang yang mampu dan memiliki minat yang tinggi akan kesenian batik. Banyak dari pengrajin batik di kampung Batik Jetis yang ragu akan masa depan kesenian batik tersebut. Faktanya mayoritas masyarakat di kampung Batik Jetis sekarang lebih memilih pekerjaan yang mudah menghasilkan uang, diantaranya sebagai buruh pabrik. Ketiga, rendahnya SDM dalam hal pemasaran produk. Sekitar 60% pelaku usaha di kampung Batik Jetis tidak dapat mempromosikan dan menjual hasil produksinya secara *online*. Hal ini dikarenakan minimnya perhatian generasi muda dalam membantu para pengrajin maupun pelaku usaha yang mayoritas nya bukan anak muda lagi. Keempat, yakni kurangnya konsistensi dan perhatian pemerintah. Seperti yang diketahui, kampung

Batik Jetis hampir mengalami penurunan yang cukup drastis di tiap tahunnya. Selain karena kondisi pandemi yang sudah berlangsung selama satu tahun ini, para pengrajin maupun pelaku usaha merasa kinerja pemerintah daerah dalam membantu usaha dirasa belum konsisten dan maksimal. Seperti hasil wawancara dengan beberapa informan, kampung Batik Jetis memang sudah ada sejak *zaman* dahulu bahkan sebelum *zaman* belanda. Eksistensi kampung Jetis sebagai sentra industri batik hanya bertahan selama lima tahun, dari tahun 2008 sampai tahun 2013. Namun setelah pergantian jabatan pemerintahan, kampung Batik Jetis secara lambat laun semakin tidak mendapat perhatian akibat dari tidak tanggapnya departemen yang bersangkutan.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian tersebut, terdapat beberapa hal yang dapat disimpulkan. Pertama, peran modal sosial pengrajin dan pelaku usaha yang ada di sentra industri kampung Batik Jetis terdiri dari kepercayaan dan jaringan. Kepercayaan yang timbul berupa kepercayaan antara pengrajin dengan pekerja lainnya, pengrajin dengan pelaku usaha, antar pelaku usaha yakni pengusaha batik dan pengusaha bahan baku, pelaku usaha/pengrajin dan konsumen, dan tidak terlepas dari kepercayaan warga sekitar akan hubungan timbal balik dalam membantu pengembangan usaha di *Kampoeng* Batik Jetis Sidoarjo. Kedua, yakni peran modal sosial jaringan yakni hubungan para pengrajin dan pengusaha dengan pihak-pihak luar seperti pengrajin dari daerah yang berbeda, wisatawan lokal maupun wisatawan asing, serta hubungan dengan Kementrian Pendidikan dan Kebudayaan Kabupaten Sidoarjo. Ketiga, terdapat beberapa hambatan dalam pengembangan usaha di *Kampoeng* Batik Jetis diantaranya kurangnya keseriusan para pengrajin dan pelaku usaha dalam menjalankan usaha, menurunnya jumlah pengrajin yang ada di *Kampoeng* Batik Jetis, rendahnya SDM dalam hal pemasaran produk dan kurangnya konsistensi dan perhatian pemerintah daerah. Kerjasama antara pengrajin, pelaku usaha, masyarakat setempat, dan pemerintah daerah perlu direkatkan lagi. Selain itu kesadaran dalam tiap individu juga lebih di tingkatkan lagi mengingat kampung Jetis yang sudah lama terkenal dengan industri batiknya sejak tahun 1675, supaya warisan budaya yang ada tidak luntur dan tetap dijaga demi kemajuan bersama dan dapat mengangkat perekonomian di wilayah tersebut. Tidak lupa dengan harapan para pengrajin dan pelaku usaha bagi pemerintah daerah agar selalu membantu dan mengayomi masyarakatnya dalam mengembangkan usaha.

Daftar Pustaka

- Allan, J., & Persson, E. (2020). Social Capital and Trust For Inclusion In School and Society. *Education, Citizenship and Social Justice*, 15(2), 151-161.
- Ancok, D. (2003). Modal Sosial dan Kualitas Masyarakat. *Psikologika: jurnal pemikiran dan penelitian psikologi*, 8(15), 4-14.
- Apriawan, L. D., Nurjannah, S., & Inderasari, O. P. (2020). Peran Modal Sosial Sebagai Strategi Dalam Pengembangan Indutri Kerajinan Tenun Di Desa Sukarara Kabupaten Lombok Tengah. *Journal of Urban Sociology*, 3(1), 49-64.
- Chaniago, A. (2020). Analisis Peranan Modal Sosial Dalam Mengembangkan Badan Usaha Milik Desa (BUM Desa) (Studi Kasus Pada BUM Desa Sauyunan di Kabupaten Bogor). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 8(2).
- Coleman, J. S. (1988). Social Capital in The Creation of Human Capital. *American journal of sociology*, 94, S95-S120.
- Field, J. (2010). *Modal Sosial* (Alih bahasa dari bahasa Inggris oleh Nurhadi). Yogyakarta: Kreasi Wacana

- Fukuyama, F. (2001). Social Capital, Civil Society and Development. *Third world quarterly*, 22(1), 7-20.
- Harahap, D. Y., & Agusta, I. (2018). Peran modal sosial terhadap kesejahteraan pengusaha sektor informal (kasus pengusaha sektor informal di Pasar Jl. Dewi Sartika, Bogor). *Jurnal Sains Komunikasi dan Pengembangan Masyarakat [JSKPM]*, 2(2), 207-222.
- Kesuma, P. T. A., & Saputri, L. L. (2020). Modal Sosial Dalam Pengembangan Badan Usaha Milik Desa Dalam Usaha Jasa Pengelolaan Lingkungan. *Indonesian Governance Journal: Kajian Politik-Pemerintahan*, 3(1), 14-23.
- Kimbal, R. W. (2015). *Modal Sosial dan Ekonomi Industri Kecil: Sebuah Studi Kualitatif*. Yogyakarta: Deepublish.
- Leksono, S. (2009). *Runtuhnya Modal Sosial, Pasar Tradisional: Perspektif Emic Kualitatif*. Malang: CV Citra.
- Mustofa, M. F. (2013). Peran Modal Sosial pada Proses Pengembangan Usaha (Studi Kasus: Komunitas PKL SMAN 8 Jalan Veteran Malang). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 1(2).
- Nugraha, I. G. P. (2021). Peran Modal Sosial dalam Pengembangan Desa Wisata Serangan Denpasar Bali. *Media Wisata*, 19(2), 179-185.
- Nurainun, N. (2008). Analisis Industri Batik di Indonesia. *Fokus Ekonomi*, 7(3), 24399.
- Putnam, R. (1993). The Prosperous Community: Social Capital and Public Life. *The american prospect*, 13(Spring), Vol. 4.
- Rahmadi, F., Noor, T. I., & Isyanto, A. Y. (2021). Peran Modal Sosial Dalam Pengembangan Usaha tani Kopi. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Agroinfo Galuh*, 8(1), 9-13.
- Schwartz, S. H. (1994). Are There Universal Aspects In The Structure and Contents of Human Values? *Journal of social issues*, 50(4), 19-45.
- Setiawan, D. T., & Wirjodirdjo, B. (2020, August). The Development Strategy of Batik Small and Medium Enterprises (SME) in Kampung Batik Jetis Sidoarjo. In *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science* (Vol. 562, No. 1).
- Setyanto, A. R., Samudro, B. R., & Pratama, Y. P. (2015). Kajian Pola Pengembangan UMKM di Kampung Batik Laweyan Melalui Modal Sosial dalam Menghadapi Perdagangan Bebas Kawasan ASEAN. *Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Pembangunan*, 15(2).
- Surwiyanta, A. (2003). Dampak Pengembangan Pariwisata Terhadap Kehidupan Sosial Budaya dan Ekonomi. *Media wisata*, 2(1).
- Syafar, M. (2017). Modal Sosial Komunitas Dalam Pembangunan Sosial. *Lembaran Masyarakat: Jurnal Pengembangan Masyarakat Islam*, 3(1), 1-22.
- Syahra, R. (2003). Modal Sosial: Konsep dan Aplikasi. *Jurnal Masyarakat dan Budaya*, 5(1), 1-22.
- Tonkiss, F. (2004). Trust and Social Capital. 17-22.
- Uslaner, E. M. (2002). The Moral Foundations of Trust. Available at SSRN 824504.
- Utami, V. Y. (2020). Dinamika Modal Sosial dalam Pemberdayaan Masyarakat pada Desa Wisata Halal Setanggor: Kepercayaan, Jaringan Sosial dan Norma. *Reformasi*, 10(1), 34-44.