



Modal Sosial pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Rumah Batik Simpeja

Rizka Putri¹, Resdati²

^{1,2}Universitas Riau, Indonesia

E-mail: rizka.putri6610@student.unri.ac.id, resdati@lecturer.unri.ac.id

Article Info	Abstract
Article History Received: 2025-05-13 Revised: 2025-06-23 Published: 2025-07-06	The study aims to determine: 1) Elements of social capital and 2) Efforts to develop social capital of Micro, Small and Medium Enterprises (UMKM) Rumah Batik Simpeja. To achieve these objectives, this study was conducted using a descriptive qualitative method. The informants numbered 7 people consisting of 5 main informants, namely the owner of the UMKM Rumah Batik Simpeja, 3 craftsmen, and 1 customer. As well as 2 key informants, namely the Head of Simpang Perak Jaya Village and the Head of Community Welfare Affairs of Simpang Perak Jaya Village with a subject selection technique using saturated sampling, namely all members of the population were used as research informants. Data collection used interviews and documentation. The theory used is the theory of social capital. The results of this study contain elements of social capital in Rumah Batik Simpeja including networks, trust and social norms. With the existence of social capital, it can create a good working relationship between the owner and the craftsman, the owner and the raw material supplier, the owner and the customer. The existence of a social network can help the cooperation process to be smoother between the owner and the craftsman, the raw material supplier, and the customer. With the existence of trust, it can strengthen the relationship between the owner and the craftsman, the raw material supplier, and the customer. The existence of norms can make the working relationship more orderly. To develop social capital, several efforts have been made by the owner of Rumah Batik Simpeja, including building a sense of kinship, transparency, maintaining trust with various parties and complying with the agreed norms.
Keywords: <i>Social Capital; Micro; Small and Medium Enterprises (UMKM); Batik Craftsmen of Simpeja Batik House.</i>	

Artikel Info	Abstrak
Sejarah Artikel Diterima: 2025-05-13 Direvisi: 2025-06-23 Dipublikasi: 2025-07-06	Penelitian bertujuan untuk mengetahui: 1) Unsur-unsur modal sosial dan 2) Upaya mengembangkan modal sosial Usaha Mikro, kecil dan Menengah (UMKM) Rumah Batik Simpeja. Mencapai tujuan tersebut penelitian ini dilakukan menggunakan metode kualitatif deskriptif. Informan berjumlah 7 orang terdiri dari 5 orang informan utama yaitu pemilik UMKM Rumah Batik Simpeja, 3 orang pengrajin, dan 1 orang pelanggan. Serta informan kunci sebanyak 2 orang yaitu Kepala kampung Simpang Perak Jaya dan Kepala Urusan Kesejahteraan Masyarakat Kampung Simpang Perak Jaya dengan teknik pengambilan subjek penelitian menggunakan sampling jenuh yaitu seluruh anggota populasi dijadikan informan penelitian. Pengumpulan data menggunakan wawancara dan dokumentasi. Teori yang digunakan adalah teori modal sosial. Hasil dari penelitian ini terdapat unsur-unsur modal sosial dalam Rumah Batik Simpeja diantaranya jaringan, kepercayaan dan norma sosial. Dengan adanya modal sosial tersebut dapat menciptakan hubungan kerja sama yang baik antara pemilik dengan pengrajin, pemilik dengan pemasok bahan baku, pemilik dengan pelanggan. Adanya jaringan sosial dapat membantu proses kerjasama menjadi lebih lancar antara pemilik dengan pengrajin, pemasok bahan baku, dan pelanggan. Dengan adanya kepercayaan dapat mempererat hubungan antara pemilik dengan pengrajin, pemasok bahan baku, dan pelanggan. Adanya norma dapat membuat hubungan kerjasama menjadi lebih teratur. Untuk mengembangkan modal sosial, beberapa upaya dilakukan pemilik Rumah Batik Simpeja diantaranya membangun rasa kekeluargaan, transparansi, menjaga kepercayaan dengan berbagai pihak dan mematuhi norma-norma yang disepakati.
Kata kunci: <i>Modal Sosial; Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM); Pengrajin Batik Rumah Batik Simpeja.</i>	

I. PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) adalah unit usaha produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh individu maupun badan usaha di semua sektor ekonomi (Hanim & Noorman, 2018). UMKM adalah badan usaha

yang telah memenuhi kriteria sebagai usaha mikro, kecil dan menengah. UMKM adalah usaha yang dijalankan oleh individu, rumah tangga maupun badan usaha kecil. Menurut Bank Dunia, Usaha kecil dan menengah (UMKM) termasuk dalam 3 (tiga) kategori: Usaha Mikro (memiliki

10 orang karyawan); Usaha Kecil (memiliki 30 orang karyawan); dan Usaha Menengah (memiliki hingga 300 orang karyawan). UMKM terdiri dari 3 (tiga) sektor diantaranya sektor manufaktur, agroindustri dan industri kreatif (Mohamadi, 2024). Salah satu sektor UMKM yang banyak digemari oleh masyarakat khususnya masyarakat pedesaan adalah industri kreatif. Industri kreatif memanfaatkan kreatifitas, keterampilan dan bakat individu. Salah satu sub sektor industri kreatif yang khas adalah industri batik.

Kerajinan batik merupakan sebuah karya seni yang dituangkan ke dalam kain dengan lilin dan diproses menjadi lembaran kain dengan corak khusus (Saputro et al., 2020). Batik dibuat dengan spesifik yaitu penggunaan malam (lilin) sebagai bahan perintang dalam proses pewarnaannya. Batik telah menjadi bagian keseharian masyarakat Indonesia yang sangat berarti. Batik telah menjadi aset kekayaan Nusantara. Batik menjadi sangat penting bagi perkembangan perekonomian Indonesia. Karena proses pembuatannya banyak dilakukan dengan keterampilan tangan atau bersifat padat karya, pembatikan memiliki prospek ekonomi sebagai industri kreatif yang dapat menghasilkan banyak tenaga kerja. Industri batik di Nusantara telah menampung jutaan tenaga kerja, terutama perempuan dengan industri-industri batik yang tersebar di seluruh pelosok negeri. Namun, industri batik sering menghadapi berbagai tantangan, seperti persaingan yang ketat yang diakibatkan dari banyaknya industri batik, juga kesulitan membangun merek yang kuat, bahan baku yang mahal, dan perubahan selera pelanggan.

Tidak hanya terkenal di kalangan orang Jawa, batik juga sudah akrab dengan semua orang Nusantara. Salah satunya adalah masyarakat Siak. Siak tidak hanya terkenal dari bangunan bersejarah dan tenunnya, Siak kini memiliki batik yang patut diapresiasi. Di Kabupaten Siak sudah terdapat beberapa UMKM batik, walaupun jumlahnya masih sangat sedikit dibandingkan pulau Jawa, mengingat pulau Jawa merupakan sentral batik di Indonesia. Daftar UMKM batik di Kabupaten Siak dapat dilihat pada tabel 1.1:

Tabel 1. Daftar UMKM Batik di Kabupaten Siak

No	Nama Usaha	Nama Pemilik	Alamat
1	DEKRANASDA Kabupaten Siak	Hj. Rasidah	Jl. Raja Kecil No. 2, Kelurahan Kampung Rempak,

			Kecamatan Siak, Kabupaten Siak, Provinsi Riau
2	Rumah Batik Seruni	Khumaezah	Jl. Lintas Dayun, Kecamatan Dayun, Kabupaten Siak, Provinsi Riau
3	Rumah Batik Enam Sembilan	Mujiyati	Jl. Setia Raja RT.03 RW.01 KM.69 Kampung Dayun
4	Riyadh Jaya Batik	Minatun	Kampung Simpang Perak Jaya, RT.021 RW.007, Kecamatan Kerinci Kanan

Sumber: Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Siak, 2024

Riyadh Jaya Batik atau sekarang dikenal dengan Rumah Batik Simpeja adalah salah satu UMKM yang terdapat di Kabupaten Siak. Rumah Batik Simpeja merupakan usaha mikro yang memproduksi kain batik. Rumah Batik Simpeja berdiri sejak tahun 2019. Rumah Batik Simpeja didirikan oleh Minatun bersama suaminya pada saat pandemi Covid-19 menyerang Indonesia. Memiliki hobi membatik dan krisis ekonomi kala pandemi Covid-19 menjadi alasan Minatun selaku pendiri untuk mendirikan UMKM batik yang diberi nama Rumah Batik Simpeja. Rumah Batik Simpeja memproduksi batik dengan teknik semi tulis, batiknya di buat dengan menggunakan cap kemudian mengisi area-area kain yang kosong dengan menggunakan canting. Motif dan warna yang disediakanpun beragam, semuanya bisa disesuaikan dengan permintaan pelanggan. Motif yang dapat menjadi pilihan diantaranya adalah motif sampan, pucuk rebung, daun-daun hutan sumatera, wallet, sawit, nanas dan motif terbaru durian. Batik ini dibuat menggunakan katun primis berukuran 115 x 220 yang dibandrol dengan harga Rp 250.000 sampai dengan Rp 300.000- tergantung jenis kain yang dipilih.



Gambar1. Produk Rumah Batik Simpeja
Sumber: Oalahan Peneliti, 2025

Salah satu aspek yang dapat mempengaruhi keberhasilan UMKM batik adalah modal sosial. Menurut Putnam, modal sosial adalah komponen kehidupan sosial-jaringan, norma, dan kepercayaan yang mendorong anggota untuk bertindak bersama untuk mencapai tujuan bersama (Field, 2003). Modal tidak hanya berasal dari sisi ekonomi melainkan juga dari sisi sosial yang dinamakan modal sosial (Handayani et al., 2022). Menggunakan modal sosial, UMKM batik dapat bertahan dalam industri kerajinan batik dengan menggunakan kepercayaan, jaringan, dan norma. Modal sosial dalam konteks UMKM batik mencakup hubungannya dengan pemasok bahan baku, pelanggan, pengrajin dan dukungan dari lembaga pemerintah serta lembaga non-pemerintah. Modal sosial berasal dari hubungan-hubungan atau relasi sosial yang pastinya harus ada koneksi dengan orang lain, artinya harus memiliki hubungan antar satu sama lain (Resdati et al., 2022). Hubungan yang kuat dapat meningkatkan akses ke sumber daya, pengetahuan dan peluang. Secara nyata usaha ini hidup di masyarakat, jadi keberadaannya tidak lepas dari peranan modal sosial sebagai suatu jaringan kelompok yang bekerjasama secara terorganisasi yang bekerja dalam suatu cara yang relatif teratur menurut seperangkat aturan dan nilai yang dianut oleh masyarakat tersebut (Kimbal, 2015). Suatu usaha tidak dapat berhasil hanya dengan modal keuangan, ia juga memerlukan dukungan dari sumber daya manusia, dan modal sosial adalah salah satu komponen dari sumber daya manusia tersebut (Hartiyusma & Resdati, 2024).

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana modal sosial pada UMKM batik, khususnya Rumah Batik Simpeja. Penelitian mengenai UMKM batik, khususnya di Rumah Batik Simpeja masih terbatas. Penelitian ini dianggap relevan untuk mengisi kesenjangan pengetahuan ini. Dengan pemahaman yang lebih tentang modal sosial UMKM batik, diharapkan UMKM batik dapat diberdayakan untuk tumbuh dan berkembang lebih baik. Penelitian mengenai

modal sosial pada UMKM batik, terutama Rumah Batik Simpeja, diharapkan dapat memberikan wawasan yang berharga untuk mendukung pertumbuhan sektor UMKM batik di Indonesia.

II. METODE PENELITIAN

Penelitian ini memiliki tujuan mendeskripsikan modal sosial Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) Rumah Batik Simpeja. Mencapai tujuan tersebut metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif dengan jenis deskriptif. Menurut Bogdan dan Taylor 1975, penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang menghasilkan data dari kata-kata tertulis atau lisan orang dan perilaku mereka yang dapat diamati (Moleong, 2017). Pengumpulan data menggunakan wawancara dan dokumentasi dengan informan berjumlah 7 orang. Informan terdiri dari 5 orang informan utama di antaranya pemilik UMKM Rumah Batik Simpeja, 3 orang pengrajin, dan 1 orang pelanggan. Serta 2 informan kunci (*Key Informant*) yaitu Kepala Kampung Simpang Perak Jaya dan Kepala Urusan Kesejahteraan Masyarakat (KAUR KESRA) Kampung Simpang Perak Jaya. Pengambilan informan menggunakan teknik sampling jenuh. Jumlah populasi kurang dari 30 orang, setiap anggota populasi diambil sebagai sampel jenuh (Sugiyono, 2017). Studi ini dilakukan di Kampung Simpang Perak Jaya, yang terletak di Kecamatan Kerinci kanan, Kabupaten Siak, Provinsi Riau.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Modal Sosial pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Rumah Batik Simpeja

Modal sosial merupakan sebuah alat yang digunakan oleh pemilik UMKM Rumah Batik Simpeja untuk mempertahankan dan mengembangkan usahanya. Bagian berikut ini, penulis akan menjelaskan modal sosial pada UMKM Rumah Batik Simpeja yang terdiri dari jaringan sosial, kepercayaan dan norma sosial. Jaringan sosial pemilik UMKM Rumah Batik Simpeja meliputi jaringan pemilik dengan pemasok bahan baku, jaringan pemilik dengan pengrajin, dan jaringan pemilik dengan pelanggan. Selanjutnya unsur modal sosial yaitu kepercayaan meliputi kepercayaan antara pemilik dengan pemasok bahan baku, kepercayaan pemilik dengan pengrajin dan kepercayaan pemilik dengan pelanggan. Untuk norma sosial atau aturan meliputi norma pemilik dengan pemasok, norma pemilik dengan pengrajin dan norma pemilik dengan pelanggan.

a) Jaringan Sosial

Jaringan sosial dalam UMKM mengacu pada hubungan dan interaksi yang dibangun oleh pemilik UMKM dengan berbagai pihak, baik didalam maupun diluar lingkungan usaha. Ini mencakup koneksi dengan pelanggan, pemasok, sesama UMKM, pemerintah dan berbagai pemangku kepentingan lainnya. Jaringan sosial yang kuat dapat memberikan keuntungan pada pertumbuhan dan keberlangsungan usaha. Jaringan sosial yang terbentuk pada Rumah Batik Simpeja terjalin antara pemilik dengan pemasok, pemilik dengan para pengrajin dan pemilik dengan pelanggan.

b) Jaringan Pemilik dengan Pengrajin

Jaringan sosial di Rumah Batik Simpeja terbentuk karena sikap dan perilaku baik yang diberikan pemilik kepada setiap pengrajinnya, meskipun tidak memiliki hubungan kerabat satu sama lain. Pemilik Rumah Batik Simpeja membimbing para pengrajin dengan baik, jika ada kesalahan akan diberitahu dengan baik, pengrajin pun juga menganggap hubungannya dengan Minatun pemilik Rumah Batik Simpeja seperti hubungan antara guru dengan murid. Hal tersebut pula yang menjadikan para pengrajin merasa diperlakukan baik oleh pemilik dan dapat meyalurkan seluruh kemampuan yang dimiliki untuk mengembangkan UMKM ini menjadi lebih baik lagi.

c) Jaringan Pemilik dengan Pemasok

Pemilik Rumah Batik Simpeja tidak memiliki hubungan keluarga dengan pemasoknya saat ini, hubungan yang mereka bangun murni berdasarkan kepentingan kolektif saja. Pemasok merupakan orang China sedangkan Minatun adalah orang Jawa tulen. Selama berhubungan dengan pemasok Ibu Minatun hanya mengalami kendala pada pengiriman saja.

d) Jaringan Pemilik dengan Pelanggan

Jaringan antara pemilik Rumah Batik Simpeja dengan pelanggan terbentuk karena Minatun pernah ditunjuk untuk menjadi pembimbing saat diadakannya pelatihan membatik oleh Pemerintah Kampung Simpang Perak Jaya kepada Ibu-Ibu setempat. Jaringan dengan pelanggan terjalin dengan baik karena ia memperlakukan setiap pelanggan dengan sangat baik seperti memberikan pelayanan

yang baik dan terbuka saat ada yang ingin belajar membatik dengannya.

e) Kepercayaan

Unsur kepercayaan juga berlaku pada Rumah Batik Simpeja. Setiap pihak yang tergabung di dalamnya seperti pemilik, pengrajin, pemasok dan pelanggan saling membangun kepercayaan antara satu dengan yang lainnya. Kepercayaan memberikan kemajuan pada Rumah Batik Simpeja, kepercayaan dapat mempengaruhi aspek operasional dan keberhasilan usaha. Kepercayaan dalam Rumah Batik Simpeja terjalin antara pemilik dengan pengrajin, pemilik dengan pemasok, dan pemilik dengan pelanggan.

f) Kepercayaan Pemilik dengan Pengrajin

Kepercayaan antara pemilik dengan pengrajin di Rumah Batik Simpeja berdasarkan pada kemampuan dan keterampilan pengrajin, karena menurut Minatun pengrajin memiliki kemampuan dan keterampilan yang berbeda-beda sehingga pengawasannya pun berbeda pula. Para pengrajin juga turut membangun dan menjaga kepercayaan yang diberikan oleh pemilik kepada mereka dengan cara mengerjakan setiap pekerjaan dengan hati-hati, teliti dan bertanggung jawab.

g) Kepercayaan Pemilik dengan Pemasok

Kepercayaan antara pemilik dengan pemasok bermula ketika pemilik Rumah Batik Simpeja mencoba untuk memesan bahan baku dalam jumlah sedikit, dan datang sesuai dengan apa yang dipesan. Kepercayaan semakin kuat karena Minatun sempat bertemu langsung dengan pemasok dan datang langsung ke toko tersebut. Dengan mengirimkan barang sesuai dengan apa yang Ibu Minatun pesan, artinya pemasok sudah memberikan pelayanan dan tanggung jawab penuh terhadap pengiriman produk kepada setiap pelanggannya.

h) Kepercayaan Pemilik dengan Pelanggan

Cara pemilik Rumah Batik Simpeja untuk membangun kepercayaan dengan pelanggan dengan cara mempertahankan kualitas baik dari segi bahan kain, warna dan motif yang dibuat. Pemilik Rumah Batik Simpeja juga mempercayai pelanggannya dengan berani memberi hutang kepada pelanggan yang nantinya akan dibayar jika pelanggan tersebut sudah gajiannya. Namun dalam hal ini ada kriteria

pelanggan yang diperbolehkan hutang oleh pemilik Rumah Batik Simpeja, seperti pelanggan yang sudah kenal dekat dengan pemilik Rumah Batik Simpeja. Sedangkan, pelanggan yang diketahui memiliki latar belakang susah untuk membayar hutang tidak diperbolehkan berhutang atau jika ingin memesan diharuskan membayar uang muka terlebih dahulu. Begitupun bagi pelanggan yang berbeda kecamatan.

i) Norma Sosial

Norma dapat berlaku dimana saja dan bagi siapa saja, termasuk UMKM Rumah Batik Simpeja dengan pihak-pihak yang ada didalamnya serta pihak-pihak diluar lingkungan UMKM Rumah Batik simpeja. Sebagai sebuah unit usaha, Rumah Batik Simpeja memiliki aturan tidak tertulis yang berlaku didalamnya. Norma yang dijalankan dengan baik akan mempengaruhi keberhasilan UMKM tersebut. Adapun norma-norma dalam penelitian ini meliputi norma pemilik Rumah Batik Simpeja dengan pengrajin, norma pemilik dengan pemasok serta norma pemilik dengan pelanggan.

j) Norma Pemilik dengan Pengrajin

Norma atau aturan yang berlaku di Rumah Batik Simpeja merupakan aturan yang tidak tertulis dan disepakati bersama antara pemilik dengan pengrajin. Aturan tersebut antara lain memberi tanda inisial nama saat mengerjakan kain batik, hal ini dilakukan untuk mengetahui siapa yang harus bertanggung jawab memperbaiki kerusakan pada kain. Mengenai peraturan jam kerja tidak ada jam kerja khusus. Para pengrajin boleh datang dan mulai bekerja jika sudah selesai mengerjakan pekerjaan rumah masing-masing. Norma yang ditetapkan oleh pemilik dijalankan dengan baik oleh para pengrajin. Setiap pengrajin bertanggung jawab penuh terhadap pekerjaannya. Meskipun aturan yang ada di Rumah Batik Simpeja merupakan aturan yang tidak tertulis, tapi para pengrajin tetap menjalankan aturan-aturan tersebut.

k) Norma Pemilik dengan Pemasok

Norma antara pemilik Rumah Batik Simpeja dengan pemasok bersifat tidak tertulis dan tidak terikat satu sama lain. Aturan yang terdapat antara pemilik dengan pemasok adalah pemasok menetapkan batas waktu untuk mengkonfirmasi pembelian. Setiap pembelian diberi waktu selama 3 hari untuk

memutuskan jadi membeli atau tidak, serta batas waktu melakukan pembayaran. Jika melebihi batas waktu yang pemasok tentukan maka pesanan akan dikatakan batal. Pemasok juga bertanggung jawab dalam pengiriman barang, mereka bersedia untuk membantu melacak lokasi barang dan memberitahukan kepada pembeli. Ibu Minatun selaku pembeli juga akan merekam proses pembukaan paket untuk menjadi barang bukti jika ada barang yang tidak sesuai atau rusak.

l) Norma Pemilik dengan Pelanggan

Aturan yang diterapkan bukan merupakan aturan tertulis dan tidak juga bersifat mengikat. Aturan-aturan yang dibuat lebih banyak dari pelanggan seperti permintaan motif dan warna serta kapan pengambilan pesanan batik. Pihak Rumah Batik Simpeja tidak merasa keberatan dengan permintaan motif dan warna yang bermacam-macam, karena kepuasan pelanggan merupakan prioritas bagi mereka.

2. Upaya Mengembangkan Modal Sosial pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Rumah Batik Simpeja

Setiap pemilik usaha pasti memiliki upaya yang berbeda dalam menerapkan bahkan mengembangkan modal sosialnya, pemilik usaha harus mampu berinovasi dalam rangka mengembangkan dan memperluas jangkauan modal sosial untuk kelangsungan usaha yang dimiliki. Sama halnya dengan Rumah Batik Simpeja, modal sosial yang sebelumnya mereka bangun perlu dikembangkan agar semakin berkembang pula usahanya. Bagian ini akan menjelaskan bagaimana upaya yang dilakukan oleh pemilik Rumah Batik Simpeja dalam membangun dan memperkuat jaringan, meningkatkan kepercayaan, serta mengelola norma-norma yang berlaku dalam lingkungan usahanya.

a) Upaya Mengembangkan Jaringan Sosial

Cara pemilik Rumah Batik Simpeja dalam mengembangkan jaringan sosialnya dengan para pengrajin adalah dengan membangun rasa kekeluargaan dengan para pengrajin, saling mendukung satu sama lain. Selanjutnya, upaya pemilik Rumah Batik Simpeja mempertahankan jaringan sosial dengan pemasok yaitu dengan selalu membeli bahan baku ditempat tersebut, tidak berpindah-pindah tempat membeli bahan baku. Cara pemilik

Rumah Batik Simpeja dalam mengembangkan jaringan sosialnya dengan pelanggan adalah dengan cara melayani dengan baik pelanggan yang ada saat ini, selain itu untuk memperluas jaringan sosialnya Rumah Batik Simpeja juga kerap mempromosikan produknya melalui media sosial Facebook dan juga mengikuti bazaar-bazaar guna memperkenalkan produk Rumah Batik Simpeja.

b) Upaya Mengembangkan Kepercayaan

Cara pemilik Rumah Batik Simpeja dalam mengembangkan kepercayaan dengan para pengrajin adalah dengan tetap menganut sistem keterbukaan dengan para pengrajinnya, saling membantu dan mendukung satu sama lain. Selain dengan pengrajin, pemilik Rumah Batik Simpeja juga mengembangkan kepercayaan dengan pemasok. Cara pemilik Rumah Batik Simpeja dalam mengembangkan kepercayaan dengan pemasok yaitu dengan cara mempercayakan semua pembelian bahan baku pada 1 tempat, tidak bertukar-tukar pemasok. Menyediakan uang sebelum memesan barang juga salah satu cara yang dilakukan Ibu Minatun untuk mengembangkan kepercayaan dengan pemasok bahan baku. Selain pengrajin dan pemasok bahan baku, mengembangkan kepercayaan pelanggan juga tidak kalah penting. Cara pemilik Rumah Batik Simpeja mengembangkan kepercayaan dengan pelanggan yaitu dengan mengerjakan produk sesuai dengan pesanan, kesesuaian motif dan warna menjadi hal yang harus diperhatikan oleh pemilik Rumah Batik Simpeja serta pengrajinnya.

c) Upaya Mengembangkan Norma Sosial

Cara pemilik Rumah Batik Simpeja dalam mempertahankan norma yaitu dengan terus menerapkannya. Seperti yang dijelaskan sebelumnya bahwa adapun aturan yang mereka sepakati yaitu nominal upah berdasarkan apa saja tahapan membuat yang pengrajin kerjakan dan setiap pengrajin harus bertanggung jawab jika ada kerusakan yang terjadi. Perihal jam kerja, Ibu Minatun tidak menentukan jam berapa para pengrajin harus datang ke lokasi. Hal ini mengingat para pengrajin adalah ibu rumah tangga, jadi para pengrajin biasanya datang jika sudah selesai melakukan pekerjaan rumah. Cara mengembangkan norma sosial dengan pemasok yakni melakukan semua aturan

yang telah pemasok buat. Seperti cepat mengkonfirmasi pembelian, melakukan proses pembayaran serta membuat video saat proses membuka paket. Dengan melakukan hal tersebut proses penyediaan bahan baku menjadi lancar, hal ini juga memperlancar proses produksi kain batik di Rumah Batik Simpeja. Selanjutnya, cara pemilik Rumah Batik Simpeja mengembangkan norma dengan pelanggan yaitu dengan mengerjakan sesuai dengan permintaan pelanggan. Baik itu motif, warna maupun target yang ditentukan oleh pelanggan. Kepuasan pelanggan menjadi prioritas bagi Rumah Batik Simpeja. Dengan menjalankan norma dengan baik akan meningkatkan loyalitas pelanggan terhadap UMKM Rumah Batik Simpeja sehingga ada kemungkinan pelanggan akan datang kembali untuk membeli.

IV. SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan

Penelitian ini menunjukkan bahwa modal sosial memegang peranan penting dalam keberlangsungan dan pengembangan UMKM Rumah Batik Simpeja. Modal sosial yang dimaksud mencakup tiga elemen utama yakni jaringan sosial, kepercayaan, dan norma. Jaringan sosial tercipta dari hubungan baik antara pemilik usaha dengan pengrajin, pemasok, dan pelanggan, yang memperlancar komunikasi dan kolaborasi. Kepercayaan dibangun melalui keterbukaan, tanggung jawab, dan pelayanan yang konsisten yang memperkuat relasi bisnis. Sementara itu, norma sosial, meskipun tidak tertulis, dipatuhi secara kolektif dan menciptakan keteraturan dalam aktivitas usaha. Upaya pengembangan modal sosial dilakukan melalui pendekatan keluarga, transparansi, konsistensi pelayanan, serta kepatuhan terhadap aturan dan komitmen bersama. Hal ini menjadikan modal sosial sebagai pondasi penting bagi pertumbuhan UMKM Rumah Batik Simpeja.

B. Saran

Melalui penelitian disarankan agar pemilik UMKM terus memperkuat modal sosial melalui hubungan yang baik, transparansi, dan konsistensi dalam menerapkan norma norma yang disepakati. Pengrajin dan pelanggan juga diharapkan menjaga kepercayaan serta membangun komunikasi yang harmonis. Pemerintah dan lembaga

terakit sebaiknya memberikan dukungan berupa pelatihan, promosi, dan penguatan jaringan usaha. Penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas kajian pada UMKM batik lain guna memperkaya pemahaman tentang peran modal sosial dalam pengembangan UMKM. Selain itu, harapan penelitian ini dapat menjadi referensi dalam pengembangan ilmu sosiologi ekonomi, khususnya dalam memahami peran hubungan sosial dalam keberhasilan usaha mikro dan industri keratif lokal.

DAFTAR RUJUKAN

- Field, J. (2003). *Modal Sosial*. Kreasi Wacana.
- Handayani, S. T., Marnelly, T. R., & Resdati, R. (2022). Modal Sosial Pelaku Usaha Ikan Bakar kapiék Ndak Batulang di Desa Pulau Jambu kecamatan Kuok Kabupaten kampar. *Jurnal Pendidikan Sosiologi Dan Humaniora*, 13(2), 666. <https://doi.org/10.26418/j-psh.v13i2.57491>
- Hanim, L., & Noorman. (2018). *UMKM (Usaha Mikro, Kecil, & Menengah) & Bentuk-Bentuk Usaha*. Unissulla Press.
- Hartiyusma, F., & Resdati. (2024). Modal Sosial Pedagang Usaha Kerupuk Sai di Desa Pulau Godang Kari Kecamatan Kuantan Tengah Kabupaten Kuantan Singingi. *Nusantara: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*, 11(10), 3950-3959. <https://doi.org/10.31604/jips.v11i10.2024.3950-3959>
- Kimbal, R. W. (2015). *Modal Sosial dan Ekonomi Industri Kecil*. Deepublish.
- Mohamadi, R. F. (2024). *Pengetian, Jenis dan Perkembangan UMKM di Indonesia*. Mekari Jurnal. <https://www.jurnal.id/id/blog/apa-itu-arti-yang-dimaksud-pengetian-umkm-artinya-adalah/>
- Moleong, L. J. (2017). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. PT Remaja Rosdakarya.
- Resdati, Syafrizal, Hidir, A., & Marnelly, T. R. (2022). Penguatan Ketangguhan Modal Sosial Kelompok Nenas Berduri Akibat Pandemi Covid-19 di Desa Rimbo Panjang kecamatan Tambang Kabupaten Kampar. *Institute of Computer Science (IOCS)*, 5(1), 80-88.
- Saputro, N. A., Suharso, P., & Hartanto, W. (2020). Modal Sosial pada Industri Kreatif Berbasis Potensi Lokal pada Kerajinan Batik Jember. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 14(2). <https://doi.org/10.19184/jpe.v14i2.16378>
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D*. Alfabeta.