

## Peran Inovasi, Sumberdaya Dan Modal Sosial Terhadap Ketahanan UMKM Batik Di Kabupaten Jember

Ahmad Izzuddin<sup>1\*</sup>, Moh. Halim<sup>2</sup>, Yohanes Gunawan Wibowo<sup>3</sup>

Universitas Muhammadiyah Jember

Email: <sup>1</sup>[izzuddin@unmuhjember.ac.id](mailto:izzuddin@unmuhjember.ac.id), <sup>2</sup>[halim@unmuhjember.ac.id](mailto:halim@unmuhjember.ac.id),

<sup>3</sup>[gunawanwibowo@unmuhjember.ac.id](mailto:gunawanwibowo@unmuhjember.ac.id)

Diterima: 6 Mei 2024 | Disetujui: 15 Juni 2024 | Dipublikasikan: 29 Juni 2024

### Abstrak

Penelitian ini bertujuan Menganalisis kinerja UMKM Batik Jember saat masa pandemik covid 19 dan setelah masa pandemik covid 19. Mengidentifikasi faktor-faktor yang paling berpengaruh untuk mempertahankan usaha batik pada saat pandemik dan pada saat banyaknya batik impor. Menganalisis peran inovasi produk, sumber daya, dan modal social dalam menjaga kinerja UMKM Batik Jember. Metode penelitian ini yaitu kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Pupulasi dalam penelitian ini adalah pemilik UMKM/ pengrajin Batik di Kabupaten Jember, dengan jumlah sampel sebanyak 20 yang dipilih menggunakan Teknik *purposive sampling*. Hasil penelitian ini mendiskripsikan bahwa kinerja UMKM batik saat pandemik bisa dikatakan bagus, karena mampu bertahan saat perekonomian sedang buruk. Fakta dilapangan juga menyebutkan bahwa kinerja UMKM Batik saat ini sangat bagus, karena pendapatan yang diperoleh berkisar 10 sampai dengan 25 juta perbulan dan ada juga yang pendapatannya kurang dari 10 juta melihat skala produksi. Faktor-faktor yang berpengaruh dalam mempertahankan usaha batik dan saat banyaknya batik printing sangat bervariasi, kebanyakan pemilik UMKM yang berhasil bertahan, karena ingin membantu masyarakat sekitar dan karena ingin mempertahankan budaya asli jember. inovasi produk, sumber daya dan modal sosial sangat berperan dalam menjaga kinerja UMKM batik, sehingga kinerja UMKM batik menjadi baik, kinerja UMKM batik yang baik berdampak pada ketahanan UMKM.

**Kata kunci : Inovasi Produk; Sumberdaya; Modal Social; Kinerja; Ketahanan UMKM**

### Abstract

*This research aims to analyze the performance of Jember Batik MSMEs during the Covid-19 pandemic and after the Covid-19 pandemic. Identify the most influential factors in maintaining batik businesses during the pandemic and when there is a large number of imported batik. Analyzing the role of product innovation, resources and social capital in maintaining the performance of Jember Batik MSMEs. This research method is descriptive qualitative with a case study approach. The population in this research were MSME owners/Batik craftsmen in Jember district, with a total sample of 20 selected using purposive sampling technique. The results of this research describe that the performance of batik MSMEs during the pandemic can be said to be good, because they were able to survive when the economy was bad. Facts in the field also state that the current performance of Batik MSMEs is very good, because the income they earn is around 10 to 25 million per month and there are also those whose income is less than 10 million considering the production scale. The factors that influence maintaining a batik business and while the number of printed batik varies greatly, most MSME owners who*

*succeed are because they want to help the local community and because they want to maintain the original culture of Jember. Product innovation, resources and social capital play an important role in maintaining the performance of batik MSMEs, so that the performance of batik MSMEs is good. Good performance of batik MSMEs has an impact on the resilience of MSMEs.*

**Keywords: Product Innovation; Resources; Social Capital; Performance; Resilience Of MSMEs**

## PENDAHULUAN

Sektor usaha kecil dan menengah (selanjutnya ditulis UMKM) adalah pelaku utama pada pertumbuhan ekonomi suatu negara. Usaha kecil dan menengah di Indonesia telah ada sejak lama dan menghidupi banyak pelaku didalamnya. Selama ini, usaha kecil dan menengah batik masih sangat terbatas dalam hal inovasi. Usaha menengah dan kecil batik kerap dianggap sebagai produk yang memegang erat tradisi setempat dan manajemen kekeluargaan. Peluang inovasi batik dengan teknologi ICT (*Information and Communication Technology*) masih terbuka luas (Abdullah, Wardoyo, & Adnan, 2021).

Adanya pandemik covid 19 yang pernah melanda Indonesia juga mengakibatkan para pengrajin batik kehilangan banyak modal. Wabah COVID-19 yang dimulai pada tahun 2019 memberikan dampak negatif terhadap perekonomian global, termasuk Indonesia. Pandemi COVID-19 mengurangi aktivitas perekonomian dan menurunkan kinerja dunia usaha, seperti yang didokumentasikan oleh (Sulastris dkk., 2021). Dampak ini tidak hanya terbatas pada perusahaan besar saja juga mencakup usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Pandemi ini berdampak pada sisi permintaan dan penawaran di Indonesia, sehingga menimbulkan masalah arus kas yang menyebabkan banyak UMKM kesulitan membayar gaji karyawannya atau bahkan menutup usahanya, seperti yang dicatat oleh Organisasi Perburuhan Internasional (ILO).

Kondisi ini menarik peneliti untuk melihat lebih dalam bagaimana para pengrajin batik di Indonesia khususnya di daerah Jember dalam mempertahankan usahanya. Menurut Ketua Asosiasi Batik Jember (2019), UMKM produsen Batik yang terdaftar di Dinas Koperasi dan UKM Jember, setidaknya ada 80 persen dari 31 Kecamatan di Jember UMKM produsen kain batik yang tersebar di tiap-tiap kecamatan, seperti kecamatan Patrang, Wirolegi, Sumberjambe, Jombang, Ambulu, dan Mayang. Para pengrajin batik di Jember, menghadapi tantangan serupa yaitu banyaknya batik printing yang beredar di Jember serta harga yang lebih murah dari pada batik tradisional, kemudian masih minimnya inovasi produk yang dihasilkan yang terlihat pada motif dan hasil jadinya yang kebanyakan masih berupa pakaian. Dalam mempertahankan usaha produksi batik, terdapat beberapa variabel yang akan digunakan, yaitu modal sosial, inovasi produk, sumberdaya yang dimiliki sekaligus kinerja UMKM.

Studi tentang ketahanan menunjukkan bahwa ketahanan bukan hanya merupakan sifat bawaan tetapi juga merupakan konstruksi yang berkembang seiring berjalannya waktu (Bonanno, 2004; Orr et al., 2013; Eicher et al., 2015; Corner, Singh dan Pavlovich, 2017). Model Connor Davidson Resilience Scale (CDRISC) selama ini sering digunakan untuk mengukur tingkat ketahanan seseorang. Fisher, Maritz, dan Lobo (2016) berpendapat bahwa model ini cocok digunakan dalam penelitian

kewirausahaan dan telah digunakan pada beberapa penelitian sebelumnya, seperti Ayala dan Manzano (2014) dan Fisher et al., (2016).

Modal sosial bernilai karena memberikan kontribusi untuk melindungi manfaat material dan simbolis yang dikumpulkan dari keanggotaan dalam suatu kelompok (Yukl, 2008). Modal ini terletak dalam hubungan kenalan dan pengakuan (Nahapiet & Ghoshal, 1998). Nilai modal sosial sendiri ditentukan oleh kuantitas dan kualitas variasi sumber daya dalam hubungan dalam hubungan tersebut (Bourdieu, 1986). Modal dapat diklasifikasikan menjadi empat jenis yaitu: modal finansial, modal manusia, modal fisik dan modal sosial (Usman, 2005). Peran modal menjadi sangat penting karena tanpa adanya modal dalam suatu usaha maka akan mempersulit jalannya suatu usaha untuk berkembang. Modal dalam usaha bukan hanya terkait biaya dalam sistem produksi namun menjalin hubungan baik antara pekerja ataupun konsumen sehingga tercipta jaringan sosial sehingga menciptakan kepercayaan antara satu sama lain. Sekumpulan koneksi sejajar di antara masyarakat yang berpengaruh terhadap produktivitas dari masyarakat setempat disebut modal sosial (Putnam, 1993). Adanya jaringan sosial menjadi suatu komponen yang dapat menumbuhkan kepercayaan, memperkuat kerjasama. Terbentuknya ikatan yang kuat akan menumbuhkan sikap bertanggungjawab sehingga partisipasi dalam kerjasama yang terjalin memberikan manfaat (Hasbullah, 2006).

Inovasi secara mendasar dapat dianggap sebagai inti kehidupan suatu usaha dan menciptakan pertumbuhan perusahaan (Zahra & Covin, 1994). Inovasi adalah elemen penting untuk keberhasilan organisasi dan mempertahankan keunggulan kompetitif. Inovasi tidak boleh dianggap sebagai kemewahan tetapi harus menjadi bagian inti dari suatu organisasi (Damanpour & Gopalakrishnan, 2001; Nuryakin, 2022). Hal ini ditekankan bahwa inovasi harus mengakar kuat dalam organisasi untuk menjamin keberhasilannya dan didasarkan pada perencanaan yang matang (Reddy & Reddy, 2014). Hal ini penting karena inovasi telah terbukti mengarah pada pertumbuhan ekonomi dan meningkatkan kapasitas perusahaan untuk menjadi tangguh, dengan organisasi-organisasi yang tangguh dan inovatif memiliki karakteristik serupa.

kinerja adalah “evaluasi konstituen yang mencoba menilai kapabilitas dan kesanggupan suatu perusahaan dalam mencapai tingkat aspirasi konstituen dengan menggunakan kriteria efisiensi, efektivitas, atau rujukan sosial” (Jenatabadi, 2015). Perusahaan dengan kinerja pasar yang baik belum tentu mampu bertahan di masa sulit. Namun patut diduga bahwa perusahaan yang kinerjanya baik akan lebih mampu bertahan dibandingkan perusahaan yang kinerjanya buruk. Dari beberapa artikel yang membahas tentang batik, kebanyakan variabel yang diteliti adalah peran inovasi terhadap kinerja batik, disisilain masih sedikit yang membahas peran modal sosial dan sumberdaya. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif, berbeda dengan peneliti lain yang kebanyakan menggunakan metode kuantitatif.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field research*) dengan menggunakan pendekatan kualitatif dengan pendekatan studi kasus tentang bagaimana UMKM Batik di kabupaten Jember dapat bertahan meskipun banyak tantangan yang dihadapi. Lokasi penelitian ini dilakukan di kabupaten Jember, Jawa Timur. Jumlah UMKM Batik yang ada di jember fluktuatif, hal ini karena adanya pandemik selama 2 tahun, dan mulai giat lagi setelah bupati jember yang baru membuat kebijakan yang mendukung kemajuan UMKM, termasuk UMKM batik yang erat kaitanya dengan budaya jember. Jumlah UMKM Batik di Jember cukup banyak dibandingkan dengan kabupaten se eks karisedanan besuki. Penulis adalah orang yang dilahirkan di kabupaten Jember dan pernah berinteraksi dengan beberapa pengrajin batik. Adapun teknik teknik penentuan informan yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*. Pengertian dari *purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel dengan penentuan kriteria. Adapun kriteria sampel dalam penelitian ini adalah, Informan Merupakan pengrajin batik atau pemilik UMKM Batik asal Jember, Informan menjadi pengrajin batik sejak sebelum pandemik covid 19, dan masih aktif sampai tahun 2023, Umur informan 20-50 tahun, Informan berdomisili di Jember, Jumlah informan sebanyak 20, jumlah ini sudah cukup untuk dijadikan sumber data. pengumpulan data dilakukan melalui proses Pengamatan terlibat, wawancara mendalam. Dokumentasi dan kepustakaan. Teknis Analisis data dengan cara mengumpulkan data yang berasal dari observasi, wawancara mendalam, Selanjutnya data dikelompokkan dan dikategorikan, agar dapat terlihat hubungan suatu gejala dengan gejala yang lain, kemudian diinterpretasikan melalui teori-teori yang relevan agar dapat dianalisis. Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan uji triangulasi data.

## HASIL

### 1. Deskripsi Identitas Informan

Informan dalam penelitian ini jumlahnya 20 informan, mereka merupakan para pemilik UMKM Batik dan juga pengrajin Batik. Keputusan menggunakan Jumlah informan yang banyak, dikarenakan untuk mendapatkan informasi yang lengkap mengenai fenomena yang sedang di teliti yaitu tentang bagaimana ketahanan para pemilik UMKM batik Jember saat masa pandemik sehingga bisa tetap bertahan sampai sekarang.

Tabel 1 Identitas Informan

Nama	Alamat perkecamatan	Tahun Berdiri	Omset perbulan	Nama UMKM	Jenis batik
Kukuh H	Balung	2018	8.500.000	Batik Bedadung	Tulis
Lestari K	Ambulu	2013	10.000.000	Reztis Batik	cap, tulis kombinasi
Wanitari A	Wuluhan	2018	10.000.000	Rubung Kuning	Tulis, cap, kombinasi
Diyah P	Sidomulyo	2018	25.000.000	Bhatik Sidomulyo	Tulis & cap
Misbahuddin	Kaliwates	2020	1.000.000	Batik kertabumi	Tulis dan cap
Sulastri	Tempurejo	2003	5.000.000	Rudi Batik	Tulis

Anisatur R	Kaliwates	2020	20.000.000	Shema Batik	Tulis
Kanti R	Puger	2019	15.000.000	Aminy Batik	Tulis
Yudiartik	Sumbersari	2021	6.000.000	Batik Karimata	Tulis & Cap
Bram S	Kaliwates	2017	4 jt sd 5jt	Sangnara Batik	Tulis & Cap
Enno H	Arjasa	2020	25.000.000	Silabango batik	Tulis
Yuniar W	Jember Lor	2016	700 rb sd 1,5 juta	Yuniar Batik	Tulis
Jandiek W	Balung	2011	20.000.000	Gangsar ngaidin	Tulis
M. Khotib	Ledokombo	2017	10.000.000	Mizyan Batik	Tulis
Eko Diah P	Kaliwates	2012	5.000.000	Suket Teki Batik	Tulis
Siti Hariyani	Ambulu	2017	20.000.000	Hariyani Batik	Tulis, Cap & Eco print
Vivin R	Mayang	2018	-	Sekar Waru Batik	Tulis
Siswanto	Ambulu	2017	4.000.000	Pradinda Batik	Tulis
Sukarti	Umbulsari	2015	16.000.000	Ngaidin Batik	Tulis
Miftahul A	Kalisat	2016	20.000.000	Batik Daun Mas	Tulis

Sumber: Data diolah tahun 2024

Berdasarkan data pada tabel 1 dapat diketahui bahwa 75 % pengrajin batik yang menjadi informan sudah mulai memulai usahanya sejak sebelum pandemik covid 19, dan 25 % nya, saat terjadi pandemik dan setelah pandemik 19. Berdasarkan hasil survey dilapangan ternyata banyak juga usaha batik di jember yang sudah gulung tikar, baik usaha batik yang terdaftar maupun usaha batik yang tidak terdaftar. Berdasarkan data pada tabel. 1 dapat diketahui bahwa pengrajin batik di kabupaten Jember yang menjadi informan, tersebar dibeberapa kecamatan dan yang paling banyak berada di kecamatan Ambulu. Dikecamatan Ambulu juga ada koperasi produsen batik yang diberi nama “Koperasi Labako Jaya Makmur”, koperasi ini didirikan karena Jumlah pengrajin batik di kecamatan Ambulu cukup banyak, dan mereka menginginkan adanya sinergi antar pengrajin batik. Berdasarkan tabel 1 dapat diketahui bahwa 30 % pengrajin batik yang menjadi informan kami, memiliki omset pendapatan perbulan sebesar 20 juta sd 25 juta. 25 %nya omsetnya 10 juta sampai 16 juta, sisanya 45% omsetnya dibawah 10 juta. Berdasarkan tabel 1 dapat diketahui bahwa pengrajin batik di kabupaten Jember yang menjadi informan, 65% jenis batiknya merupakan batik tulis, dan 35% kombinasi antara batik tulis dan cap, ada juga yang menggunakan teknologi printing, sehingga bisa membuat kain bermotif batik.

## 2. Distribusi Frekuensi Jawaban Informan

Tabel 2. Distribusi Frekuensi Jawaban Informan Tentang Ketahanan UMKM Batik

Pernyataan	Ya	Tidak
Pemilik UMKM tetap mempertahankan bisnisnya meski keadaan ekonomi sedang sulit karena covid 19	16	4
pemilik UMKM memiliki mitra bisnis yang membantu untuk mempertahankan bisnis	14	6
Pemilik UMKM tetap bisa mengendalikan bisnisnya saat masa covid	15	5
Pemilik UMKM pernah mengalami keadaan sulid dalam bisnisnya (sebelum terjadi covid 19), dan tetap bisa bertahan	14	6

Apakah cara tersebut digunakan juga saat menghadapi covid 19?	9	11
---	---	----

Sumber: Data diolah tahun 2024

Tabel 3. Distribusi Frekuensi Jawaban Informan Tentang Ketahanan UMKM Batik

Pernyataan	Ya	Tidak
Saat masa covid 19 UMKM menggunakan media sosial sebagai saluran promosi	15	5
Saat masa covid 19 UMKM mendistribusikan produk yang sudah dibeli konsumen menggunakan jasa pengiriman	14	6
Saat masa covid 19 UMKM menggunakan corak / gambar/ motif baru dalam membuat batik	16	4
Saat masa covid 19 Selain menjual kain batik, UMKM juga mencoba membuat produk lain, yang berbahan batik, misalnya sepatu atau produk lain	12	8
Saat masa covid 19 UMKM menggunakan peralatan baru dalam melakukan produksi	5	15
Saat masa covid 19, UMKM mencoba bahan-bahan baru untuk membuat batik	8	12

Sumber: Data diolah tahun 2024

Tabel 4. Distribusi Frekuensi Jawaban Informan Tentang Kemampuan Sumberdaya UMKM Batik

Pernyataan	Ya	Tidak
Pegawai UMKM memiliki pengetahuan yang cukup luas tentang batik (missal sejarah, jenis-jenis corak, nama peralatan yang digunakan) termasuk teknologi	9	11
Pegawai UMKM memiliki keterampilan yang mumpuni/handal dalam membuat batik	16	4
Pegawai UMKM mampu membuat batik sesuai dengan pesanan dan sesuai target	14	6

Sumber: Data diolah tahun 2024

Tabel 5 Distribusi Frekuensi Jawaban Informan Tentang Modal Sosial UMKM Batik

Pernyataan	Ya	Tidak
Saat pandemik covid 19, UMKM memiliki modal finansial yang cukup besar	6	14
UMKM sudah menggunakan manajemen keuangan yang baik	13	7
Saat pandemik covid 19, UMKM memiliki SDM yang profesional	14	6
Saat pandemik covid 19, UMKM memiliki bahan dan peralatan yang memadai	14	6
Saat pandemik covid 19, UMKM juga memiliki tempat produksi yang memadai	12	8
Saat pandemik covid 19, UMKM menerapkan protocol kesehatan, agar mengurangi penularan covid 19.	15	5
Saat pandemik covid 19, UMKM tetap menjaga hubungan baik dengan masyarakat sekitar	16	4
Saat pandemik covid 19, UMKM tetap menjaga hubungan baik dengan supliyer bahan dan konsumen	15	5

Sumber: Data diolah tahun 2024

Tabel 6. Distribusi Frekuensi Jawaban Informan Tentang Kinerja UMKM Batik

Saat pandemik covid 19, UMKM tetap menghasilkan laba	16	4
Dari laba yang didapatkan sebagian menjadi tambahan modal	11	9
Saat pandemik covid 19, Tenaga pemasar tetap menjangkau target konsumen	7	13
Saat pandemik covid 19, Pegawai tetap melaksanakan tugasnya dan sesuai dengan target yang ditetapkan	11	9

Sumber: Data diolah tahun 2024

### 3. Hasil Wawancara Dengan Informan

#### 1. Ketahanan UMKM Batik Jember

Berikut ini merupakan hasil wawancara peneliti dengan informan mengenai bagaimana cara UMKM mempertahankan bisnis batiknya, terutama pada saat pandemi covid, atau pun keadaan sulit lain yang dihadapi oleh pengusaha batik.

Hasil wawancara dengan pak kukuh

“UMKM yang ada ini sebagai penopang kebutuhan ekonomi keluarga. Oleh karena itu tetap saya usahakan berjalan. Kami memiliki mitra, tugas dari mitra kami yaitu sebagai

support dana dan pemasaran. Kami tetap bisa mengendalikan diri dengan cara mengubah metode pemasarannya, yaitu melakukan upaya jemput bola”. Bisnisnya Pak kukuh juga pernah mengalami hal sulit, beliau mengatasi masalah tersebut dengan membangun dan memperkuat relasi. Membangun jaringan pemasaran sampai keluar daerah, salah satunya di Kalimantan timur. Pada saat pandemik covid, pak kukuh memanfaatkan sosial media dan relasi yang ada untuk tetap bertahan. Motivasi terbesar dalam mempertahankan usaha selain karena faktor keluarga, yaitu karena batik adalah warisan budaya Indonesia.

Hasil wawancara dengan mas bram safeo

Saat masa pandemik covid pemilik tetap mempertahankan bisnisnya karena berharap bisnisnya bertahan dan berjalan, beliau memiliki mitra yang bertugas untuk memasarkan batik. saat pandemik covid 19, beliau membuat inovasi baru seperti membuat sepatu dan tas batik. motivasi terbesar saat mempertahankan usaha batiknya adalah berharap usahanya bisa menjadi besar, dan bisa menjadi industri yang dapat diwariskan ke anak turun.

Hasil wawancara dengan mbak wanitari, vivin, lestari andrian

Beliau berempat menyatakan bahwa pada masa covid usaha mereka diambang kematian, ada transaksi tapi sedikit, dan mereka tidak banyak melakukan produksi, karena sedikitnya permintaan. Karena minimnya pengetahuan tentang media sosial, maka mereka tidak menggunakan media sosial untuk membantu dalam mengenalkan produk-produk batiknya. Tapi setelah masa pandemik covid 19 mereka menghidupkan kembali bisnisnya, dan bisa hidup dan beroperasi sampai sekarang. Keadaan yang dialami oleh 4 UMKM batik diatas seperti orang mati suri.

## 2. Inovasi UMKM

Berikut ini merupakan hasil wawancara peneliti dengan informan mengenai inovasi UMKM untuk meningkatkan / mempertahankan kinerja bisnis batik.

Hasil wawancara dengan pak kukuh

Pak kukuh berupaya untuk tetap mempertahankan bisnis batiknya dengan cara promosi melalui media sosial. Media sosial yang digunakan adalah facebook, Instagram dan WA bisnis. Media social yang lebih efektif dan efisien dalam menjangkau target konsumennya adalah WA Bisnis dan Instagram. Upaya distribusi barang yang paling efektif saat masa pandemik sampai sekarang yaitu menggunakan jasa J&T, JNE dan POS. dalam membuat corak batik, Pak kukuh dan karyawan mengikuti tren terbaru. Corak yang dibuat seperti corak bunga, daun, binatang atau berdasarkan budaya lokal. Selain membuat kain batik, pak kukuh juga membuat produk jadinya yang berupa syal batik. upaya pak kukuh dalam melayani konsumen yaitu dengan melayani konsumen saat konsumen datang. Pak kukuh juga mencoba menggunakan peralatan baru untuk produksi yaitu menggunakan kompor listrik untuk melakukan canting.

Hasil wawancara dengan ibu hariyani

Ibu siti menggunakan media social untuk mempromosikan batiknya, media sosial yang digunakan adalah facebook, Instagram dan WA. Media sosial yang paling efektif untuk menjangkau konsumen adalah WA. Ibu siti menggunakan jasa JNE untuk mendistribusikan batiknya. Ada corak unik yang dibuat oleh ibu siti yaitu motif gambar corona. Selain menjual kain batik, bu siti juga membuat produk jadinya seperti masker dan tas batik. bu siti seperti UMKM batik lain, yang kebanyakan masih menggunakan

bahan-bahan dan peralatan lama, dan tidak mencoba menggunakan bahan atau peralatan baru, karena masih bisa dipakai, dan harus hemat uang.

### **3. Kemampuan Sumberdaya UMKM**

Berikut ini merupakan hasil wawancara peneliti dengan informan mengenai kemampuan sumberdaya UMKM untuk meningkatkan kinerja/ mempertahankan bisnis batik.

Hasil wawancara dengan bapak eko dan diah

Pegawai pak eko cukup banyak mengetahui tentang batik, terutama jenis-jenis corak batik, juga paham tentang corak batik khas jember dan beberapa corak daerah lain. Kemampuan yang paling mendukung ibu hariyani dalam mempertahankan bisnisnya adalah pegawainya menguasai Teknik membatik yang bagus sehingga hasilnya selalu memuaskan pelanggan.

Hasil wawancara dengan pak kukuh

Pegawai pak kukuh memiliki pengetahuan yang cukup tentang batik, sejarah batik, teknologi desain batik, Teknik-teknik membatik. Kemampuan pegawai yang paling mendukung dalam mempertahankan bisnis batiknya adalah kemampuan dalam mencanting dan mendesain sesuai keinginan dari pelanggan. Kemampuan yang baik tersebut berpengaruh pada tercapai target produksi yang ditetapkan oleh pak kukuh. Hasil wawancara dengan pak khotip juga sama.

Hal yang berbeda dialami oleh ibu rofiqoh dan ibu hariyani, pengetahuan pegawainya tentang batik, masih minim hanya terbatas pada Teknik mencanting saja, tapi kemampuan mencanting tersebut cukup membantu dalam mempertahankan bisnis batiknya. Para pegawai juga sukses dalam mencapai target yang ditetapkan oleh pemilik. Menurut penuturan ibu jandiek, untuk tetap bertahan pada masa sulit, seperti masa pandemik covid 19 ini, adalah dengan memperkuat mental para pengrajin batik, supaya bisa tetap berkreasi dan tetap semangat dalam mempertahankan budaya batik.

Hasil wawancara dengan ibu vivin dan ibu sulastri.

Pegawai yang dimiliki oleh ibu vivin dan ibu sulastri tidak memiliki pengetahuan yang banyak tentang batik, tapi mereka cukup mempunyai / handal dalam membuat batik khas jember. keterampilan yang dimiliki oleh pegawai tidaklah cukup untuk membantu UMKM untuk bertahan, karena pada saat covid butuh keterampilan lain untuk membuat produk turunan. Dengan terbatasnya kemampuan SDM, membuat pegawai lambat dalam memenuhi keinginan konsumen, yang terkadang meminta membuat batik dengan corak daerah lain.

### **4. Modal Social UMKM Batik**

Berikut ini merupakan hasil wawancara peneliti dengan informan mengenai modal sosial UMKM untuk meningkatkan kinerja/ mempertahankan bisnis batik.

Hasil wawancara dengan bu Jandiek dan bu eko

Hasil wawancara dengan mereka hampir sama yaitu, modal yang dimiliki tidak cukup besar. Modal tersebut berasal dari dana pribadi. Pencatatan keuangan masih manual, dan tidak menggunakan aplikasi. Beliau memiliki 10 karyawan yang profesional, dan tetap bekerja meski pandemik covid. mereka memiliki tempat produksi, peralatan dan

bahan baku yang memadahi untuk bertahan di masa covid. Beliau juga tetap menjaga hubungan baik dengan masyarakat dan supplier serta pelanggan dengan cara tetap menjalin komunikasi via chat online.

Hasil wawancara dengan bapak Misbahuddin

Modal yang dimiliki oleh bapak misbah cukup besar dan modal itu berasal dari modal pribadi, pak misbah menuturkan bahwa selama ini pencatatan transaksi keuangan secara manual dan belum menggunakan aplikasi atau teknologi sistem informasi. Pak misbah memiliki 4 karyawan profesional, saat masa pandemik covid, pak misbah mengisi waktu dengan memberi pelatihan kepada karyawan tentang corak-corak batik selain jember, dan Teknik-teknik mencanting. Pak misbah memiliki tempat produksi yang memadahi, bahan dan peralatan. Saat berkegiatan pak misbah menggunakan protocol covid 19 agar sama-sama aman dari penyakit. Saat pandemik covid, pak misbah tetap menjaga hubungan baik dengan masyarakat dengan cara tetap bersilaturahmi dengan Batasan aman. Pak misbah juga menjaga hubungan baik dengan supplier dan konsumen melalui media sosial.

#### **4. Kinerja UMKM Batik**

Berikut ini merupakan hasil wawancara peneliti dengan informan mengenai kinerja UMKM untuk meningkatkan kinerja/ mempertahankan bisnis batik.

Hasil wawancara dengan bu yuniar dan bu siti hariyani

Kinerja UMKM Batik pada saat pandemik UMKM masih bisa menghasilkan laba, rata-rata 2 jt (bu yuniar) dan 5 jt (bu siti hariyani) perbulan . Dari laba yang didapatkan bu yuniar dan bu siti masih bisa menyisihkan labanya untuk kas. Saat pandemik bu yuniar dan siti kesulitan untuk memperluas pangsa pasarnya, sehingga beliau hanya berusaha mempertahankan pelanggan yang ada. Saat pandemik covid, bu yuniar dan bu siti, tetap mempekerjakan karyawannya, tapi tidak setiap hari, melainkan jika ada pesanan saja.

Hasil wawancara dengan bu Anisatur

Bu Anisatur menuturkan bahwa UMKM yang dipimpinnya kinerja cukup baik karena masih masih bisa mendapatkan laba yang cukup besar meski kondisi pandemik covid. Rata-rata laba yang didapatkan sebesar 10 juta/bulan. Dari laba yang didapatkan, sebagian dimasukan kembali kedalam kas, untuk menambah modal usaha. Tenaga pemasar bu anisatur juga masih bisa menjangkau target konsumen, meskipun dilapangan daya belinya menurun. Untuk mengatur kestabilan keuangan, karyawan masuknya tidak setiap hari, tapi menunggu orderan/pesanan.

Hasil wawancara dengan bu Yudiartik

Kinerja UMKM Batik pada saat pandemik UMKM cukup baik, karena masih bisa menghasilkan laba, rata-rata 2,5 juta/bulan. Dari laba yang didapatkan, bu yudiartik masih bisa menyisihkan labanya untuk ditabung. Saat pandemik bu yudiartik kesulitan untuk memperluas pangsa pasarnya, sehingga beliau hanya berusaha mempertahankan pelanggan yang ada. Saat pandemik covid, bu yudiartik, tetap mempekerjakan karyawannya, tapi tidak setiap hari, melainkan jika ada pesanan saja, jika pesanan lebih banyak dari biasanya, bu yudiartik juga turun tangan untuk menyelesaikan pesanan.

## Uji Validitas

Uji validitas dalam penelitian ini, menggunakan uji triangulasi data. Data yang didapat saat wawancara dengan informan dibandingkan dengan hasil observasi. Hasil observasi meliputi dokumen keuangan, dokumentasi peralatan dan data-data lain, guna memastikan hasil wawancara merupakan data yang benar.

## PEMBAHASAN

### 1. Kinerja UMKM Batik Jember saat pandemik covid 19 dan setelah masa pandemik covid 19

kinerja adalah “evaluasi konstituen yang mencoba menilai kapabilitas dan kesanggupan suatu perusahaan dalam mencapai tingkat aspirasi konstituen dengan menggunakan kriteria efisiensi, efektivitas, atau rujukan sosial” (Jenatabadi, 2015). Berdasarkan tabel distribusi frekuensi jawaban informan 6 tentang kinerja UMKM Batik di Jember saat masa pandemik covid dapat diketahui, saat pandemik covid 19, 80% UMKM Batik tetap menghasilkan laba. Jumlah laba yang dihasilkan bervariasi ada yang rata-rata 2 juta, 5 juta, dan lain-lain. 20% UMKM batik tidak mendapatkan laba, karena sedikitnya permintaan, bahkan ada yang tidak mendapatkan laba karena sengaja berhenti sejenak dari kegiatan bisnis batik. dari laba bersih yang didapatkan, 55% pemilik UMKM Batik bisa menyisihkan untuk tambahan modal, sedangkan 25% nya, pemilik UMKM Batik menggunakan labanya untuk memenuhi kebutuhan operasional saja, ada yang menggunakan labanya untuk memenuhi kebutuhan keluarga saja. Saat masa pandemik covid, hanya 35% tenaga pemasar yang bisa menjangkau target konsumennya, salah satu cara yang dipakai adalah gemar promosi dimedia sosial dan ada juga yang menjual di *e-commerce*. UMKM Batik lain tidak berusaha melebarkan pangsa pasar, karena pesimis dengan keadaan covid, sehingga mereka berusaha mempertahankan para pelanggannya saja.

Saat masa pandemi covid, 55% pegawai UMKM Batik bisa melaksanakan tugasnya sesuai dengan target yang ditetapkan. Para pemilik UMKM batik kebanyakan mempekerjakan pegawainya hanya jika ada pesanan. Tapi ada juga pemilik UMKM batik yang tetap mempekerjakan tenaga kerjanya tidak menunggu pesanan, karena banyaknya permintaan. Saat masa pandemik covid, para pemilik juga terkadang turun tangan membantu proses produksi untuk menambah pemasukan keluarga, dan mencapai target pesanan konsumen.

Kinerja UMKM Batik Jember menjadi lebih baik setelah pandemik covid 19, salah satu faktor pendorongnya karena membaiknya kondisi perekonomian yang ada di Indonesia, termasuk yang ada di Jember. Dengan membaiknya kondisi perekonomian masyarakat secara umum, maka daya beli konsumen juga meningkat, sehingga berpengaruh pada kenaikan penjualan batik. Pasca pandemik covid, para pemilik juga mulai berani berinovasi dengan membuat produk turunan dari covid, seperti, selendang, sepatu, sandal, baju batik, masker batik, penutup kepala dari batik dll yang mencirikan daerah jember. Berdasarkan tabel 1. dapat diketahui bahwa 30 % pengrajin batik yang menjadi informan kami, memiliki omset pendapatan perbulan sebesar 20 juta sd 25 juta. 25 %nya omsetnya 10 juta sampai 16 juta, sisanya 45% omsetnya dibawah 10 juta.

berdasarkan tabel 1. kinerja UMKM batik menjadi lebih baik lagi dilihat dari kenaikan pendapatan.

## **2. Factor yang paling berpengaruh untuk mempertahankan usaha batik pada saat pandemik dan pada saat banyaknya batik impor**

Factor-faktor yang mendorong para pemilik UMKM batik Jember dalam mempertahankan usahanya bervariasi ada yang bertahan karena merupakan usaha/bisnis utama yang menghidupi keluarga, ada juga yang ingin membantu masyarakat sekitar sehingga masyarakatnya tetap sejahtera (sebagian besar alasannya ini), ada juga yang bertahan karena masih banyak permintaan pasar. Salah satu faktor yang juga ikut mendorong pemilik UMKM Batik tetap bertahan, karena motivasi mempertahankan budaya bangsa, khususnya daerah Jember.

Berdasarkan tabel distribusi frekuensi 2 tentang ketahanan UMKM Batik di Jember, dapat diketahui bahwa 80 % pemilik UMKM batik tetap bisa mempertahankan bisnisnya meski keadaan ekonomi sedang sulit karena covid. Alasan pemilik UMKM tetap mempertahankan usahanya bermacam-macam, ada yang bertahan karena bisnis batik merupakan penopang hidup keluarganya, ada pula yang bertahan karena berharap keadaan bisa berubah menjadi normal lagi, ada juga yang masih bertahan karena ada permintaan pasar yang harus dipenuhi. Berdasarkan wawancara, para pemilik UMKM Batik yang tetap memiliki permintaan dalam jumlah besar meski kondisi pandemik covid, karena mereka bisa memanfaatkan informasi diinternet sehingga mereka bisa menjangkau pasar lebih luas, dan ada juga yang memenangkan tender membuat seragam batik pegawai pemerintah kota yang ada di Kalimantan. 20 % UMKM batik memilih untuk menghentikan usahanya karena sedikitnya permintaan kemudian mulai berbisnis batik setelah masa covid selesai.

UMKM Batik yang masih bertahan saat pandemik covid, 70% memiliki mitra yang membantu dalam memasok bahan baku, memasarkan produk batiknya dan ada juga yang membantu memberi pinjaman dana/modal. 75% pemilik UMKM yang masih bertahan tetap bisa mengendalikan bisnisnya dengan cara mengubah strategi pemasarannya, yang awalnya “menunggu bola, menjadi menjemput bola” yang artinya pemilik UMKM yang awalnya hanya menunggu pembeli datang, menjadi menawarkan barang kepada target konsumennya. Pemilik UMKM Batik juga ada yang membuat produk jadi seperti masker, tas, sepatu, syal dari kain batik.

70% pemilik UMKM Batik yang masih bertahan pernah mengalami masa-masa sulit, kebanyakan masa itu merupakan masa saat mereka memulai bisnis batik. saat mengalami masa pandemik covid, ada yang menerapkan cara yang sama, ada juga yang tidak. motivasi terbesar para pemilik UMKM untuk mempertahankan bisnis batiknya bermacam-macam, ada yang bertahan karena batik merupakan budaya yang harus dipertahankan sampai kapanpun karena merupakan identitas suatu negara. Ada juga yang bertahan karena ingin membantu warga sekitar sehingga warganya tetap memiliki pekerjaan.

Ketahanan kewirausahaan tidak hanya bergantung pada karakteristik seseorang tetapi juga pada faktor eksternal dan struktural (Hedner *et al.*, 2011). Lebih lanjut mereka menjelaskan tujuh aspek ketahanan yang dikembangkan oleh (Ungar *et al.*, 2007), termasuk aspek ketahanan internal (seperti pengalaman kekuasaan dan kendali) dan aspek ketahanan eksternal secara umum (seperti akses terhadap hubungan yang mendukung).

### 3. Peran Inovasi Produk, Sumber Daya, Dan Modal Social Dalam Menjaga Kinerja UMKM Batik Jember

Berdasarkan tabel 3 tentang inovasi UMKM Batik diketahui bahwa Saat masa covid 19 75% UMKM batik menggunakan media sosial sebagai saluran promosi. Saluran promosi yang banyak digunakan yaitu whatsapp, Instagram dan facebook. Berdasarkan penuturan pemilik UMKM saluran tersebut tetap digunakan sampai saat ini (pasca covid 19). Saluran promosi yang paling efektif dan efisien dalam menjangkau target konsumennya adalah WA Bisnis dan Instagram. Saat masa covid 19 70 % UMKM mendistribusikan produk yang sudah dibeli konsumen menggunakan jasa pengiriman. Jasa pengiriman yang sering dipakai adalah JNT, JNE dan POS. ada beberapa pemilik UMKM yang memilih mengirimnya sendiri, karena permintaan konsumen untuk dibayar ditempat (COD). Saat masa covid 19, 80% UMKM menggunakan corak / gambar/ motif baru dalam membuat batik. Para pemilik UMKM Batik tidak menggunakan motif / corak batik asal Jember karena mengikuti permintaan dari pemesan / pembeli. Beberapa motif/corak yang pernah dipesan seperti corak bunga, daun, binatang, daun pasadeng, bahkan ada yang meminta corak covid 19. Saat masa covid 19, 60% UMKM juga mencoba membuat produk lain, yang berbahan batik, seperti membuat sepatu motif batik, masker, syal, tas dan lain-lain.

Saat masa covid 19, 75% UMKM menggunakan peralatan lama dalam melakukan produksi, hanya ada 25% yang menggunakan alat baru, seperti pak khotip, beliau membeli mesin jahit sehingga bisa membuat produk seperti tas dan syal dari kain batik. kebanyakan pemilik UMKM tidak membeli peralatan baru, karena masih bisa memanfaatkan peralatan yang ada. saat masa covid hanya 40% UMKM batik yang mencoba menggunakan bahan-bahan baru untuk membuat batik. bahan-bahan baru yang dicoba dipakai adalah pewarna alami dari daun dan buah, berdasarkan hasil wawancara, ada pemilik UMKM yang bisa membuat pewarna alami, tapi hasilnya kurang bagus, karena saat kering warnanya tidak secerah pewarna kimia.

Diskripsi fenomena peran inovasi terhadap kinerja UMKM batik, dikuatkan teori yang disampaikan oleh (Zahra & Covin, 1994), Inovasi secara mendasar dapat dianggap sebagai inti kehidupan suatu usaha dan menciptakan pertumbuhan perusahaan Inovasi adalah elemen penting untuk keberhasilan organisasi dan mempertahankan keunggulan kompetitif. Inovasi tidak boleh dianggap sebagai kemewahan tetapi harus menjadi bagian inti dari suatu organisasi (Damanpour & Gopalakrishnan, 2001; Nuryakin, 2022).

Berdasarkan tabel 4 tentang kemampuan sumberdaya manusia UMKM Batik diketahui bahwa 70% Pegawai UMKM tidak memiliki pengetahuan yang cukup luas tentang batik (misal sejarah, jenis-jenis corak, nama peralatan yang digunakan) termasuk teknologi, hanya 30% pegawai yang tahu variasi corak batik diberbagai daerah, termasuk makna batik khas jember. meskipun pengetahuan umum tentang batik tidak dikuasai oleh pegawai UMKM Batik di Jember, tapi kemampuan / keterampilan mencanting pegawai UMKM bisa diandalkan, terbukti 80% pegawai UMKM Batik bisa diandalkan untuk memenuhi pesanan dari pelanggan. Faktor penting ini yang mendukung kepuasan konsumen karena batik yang dipesan sesuai dengan harapan. 60% pegawai UMKM

mampu membuat batik sesuai dengan pesanan dan sesuai target. menurut ibu jandiek salah satu faktor yang tidak kalah penting yaitu memperkuat mental para pengrajin batik supaya tetap bisa berkreasi dan tetap semangat dalam mempertahankan budaya batik.

Keberhasilan didalam suatu organisasi atau perusahaan, sangat ditentukan oleh kualitas atau kemampuan sumber daya manusianya. Oleh karena itu dibutuhkan kompetensi sumber daya manusia yang unggul. Kompetensi menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (2015, versi 1.4) adalah kewenangan (kekuasaan) untuk menentukan (memutuskan sesuatu); kemampuan menguasai gramatika secara abstrak maupun batiniah. Pendapat lain mengenai Kompetensi menurut Spencer and Spencer, (1993:9) ; *“an underlying characteristic's of an individual which is causally related to criterion-referenced effective and or superior performance in a job or situation”*(Akhmad Syarifudin 2014). Berdasarkan pengertian tersebut, penulis menerjemahkan bahwa kompetensi merupakan hal yang mendasari kepribadian seseorang yang menyebabkan saling berkaitan antara kriteria berperilaku efektif dan atau kinerja yang unggul dalam pekerjaan atau situasi tertentu.

Berdasarkan tabel 5 tentang modal sosial UMKM Batik diketahui bahwa Saat pandemik covid 19, 30% UMKM batik tidak memiliki modal finansial yang cukup besar. Berdasarkan hasil wawancara, modal yang mereka miliki merupakan modal pribadi, dan jumlahnya tidak banyak. Mereka memilih tidak berhutang dibank untuk usaha batiknya, karena takut tidak sanggup membayar bunga bank. Dari sekian banyak pengrajin, ada juga pemilik UMKM batik yang berhutang dibank karena butuh tambahan modal untuk operasional bisnis batik. untuk memenuhi kewajiban jangka pendeknya dia selalu menyisihkan minimal 20% dari laba bersih yang didapatkan. Strategi ini terbukti berhasil sampai saat ini usaha batiknya tetap jalan, dan pak kukuh tidak kesulitan dalam memenuhi kewajibannya. 65% UMKM batik sudah menggunakan manajemen keuangan yang baik, ini ditandai dengan tercatatnya laporan laba rugi perbulan, ada juga yang sudah bisa membuat neraca, sehingga paham betul tentang posisi keuangan UMKM. Untuk setiap transaksi, pemilik UMKM batik ada yang sudah menggunakan aplikasi excel, sebagian ada yang masih manual. Dengan adanya catatan transaksi keuangan akan mempermudah pemilik dalam mengetahui pengeluaran dan pemasukan UMKM. Saat pandemik covid 19, 70% UMKM memiliki SDM yang profesional sehingga menunjang kinerja UMKM, jumlah pegawai profesional UMKM batik bervariasi, ada yang 5 ada juga yang 4. Sebagian besar pemilik UMKM batik menggunakan sistem kerja sewaktu-waktu yang artinya mereka mempekerjakan pegawainya hanya saat ada pesanan saja, untuk mengurangi biaya operasional UMKM batik.

Saat pandemik covid 19, sebagian besar UMKM batik memiliki bahan dan peralatan yang memadai, memiliki tempat produksi yang memadai juga sehingga mendukung kinerja UMKM saat masa pandemik covid 19. Berdasarkan data, 75% UMKM Batik menerapkan protokol kesehatan saat proses produksi untuk mengurangi penyebaran virus covid 19. Saat masa pandemik covid 19, Sebagian besar UMKM batik juga tetap menjaga hubungan baik dengan masyarakat sekitar lokasi UMKM dengan cara tetap bersilaturahmi menggunakan masker, ada juga yang tetap berkomunikasi menggunakan aplikasi whatsapp. Pemilik UMKM juga tetap menjalin hubungan baik dengan para supplier bahan baku dengan cara tetap memesan bahan baku meski jumlahnya tidak

banyak. Para pemilik UMKM juga menjalin hubungan baik dengan pelanggan dengan cara sering berkomunikasi melalui aplikasi whatsapp.

Diskripsi fenomena peran modal sosial terhadap kinerja UMKM batik, dikuatkan teori yang disampaikan oleh (Putnam, 1993) yang menyatakan Sekumpulan koneksi sejajar di antara masyarakat yang berpengaruh terhadap produktivitas dari masyarakat setempat disebut modal sosial. Adanya jaringan sosial menjadi suatu komponen yang dapat menumbuhkan kepercayaan, memperkuat kerjasama. Terbentuknya ikatan yang kuat akan menumbuhkan sikap bertanggungjawab sehingga partisipasi dalam kerjasama yang terjalin memberikan manfaat (Hasbullah, 2006).

### KESIMPULAN

1. kinerja UMKM Batik Jember saat pandemik covid 19 dan setelah masa pandemik covid 19.

Berdasarkan tabel distribusi frekuensi jawaban informan 6 tentang kinerja UMKM Batik di Jember saat masa pandemik covid lumayan baik, hal ini kaena saat pandemik covid 19, 80% UMKM Batik tetap menghasilkan laba. Jumlah laba yang dihasilkan bervariasi ada yang rata-rata 2 juta, 5 juta, dan ada jumlah lainnya. Meskipun keadaan perekonomian sedang sulit, mereka tetap beroperasi. 20% pemilik UMKM batik yang saya teliti, memilih berhenti sejenak, untuk menghindari kerugian, tapi kembali aktif di bisnis batiknya setelah pandemik covid 19 selesai. Kinerja UMKM Batik Jember menjadi lebih baik setelah pandemik covid 19, salah satu faktor pendorongnya karena membaiknya kondisi perekonomian yang ada di Indonesia, termasuk yang ada di Jember. Dengan membaiknya kondisi perekonomian masyarakat secara umum, maka daya beli konsumen juga meningkat, sehingga berpengaruh pada kenaikan penjualan batik. Berdasarkan table 1 dapat diketahui bahwa 30% pengrajin batik yang menjadi informan kami, memiliki omset pendapatan perbulan sebesar 20 juta sd 25 juta. 25% nya omsetnya 10 juta sampai 16 juta, sisanya 45% omsetnya dibawah 10 juta. Berdasarkan tabel 1 kinerja UMKM batik menjadi lebih baik lagi dilihat dari kenaikan pendapatan.

2. Faktor - faktor yang paling berpengaruh untuk mempertahankan usaha batik pada saat pandemik dan pada saat banyaknya batik impor.

Faktor-faktor yang mendorong para pemilik UMKM batik Jember dalam mempertahankan usahanya bervariasi ada yang bertahan karena merupakan usaha/bisnis utama yang menghidupi keluarga, ada juga yang ingin membantu masyarakat sekitar sehingga masyarakatnya tetap sejahtera (sebagian besar alasannya ini), ada juga yang bertahan karena masih banyak permintaan pasar. Salah satu faktor yang juga ikut mendorong pemilik UMKM Batik tetap bertahan, karena motivasi mempertahankan budaya bangsa, khususnya daerah Jember.

3. Peran inovasi produk, sumber daya, dan modal social dalam menjaga kinerja UMKM Batik Jember.

Peran inovasi saat masa pandemik covid 19 maupun saat menghadapi persaingan sangat penting, sebagian besar UMKM yang kinerja lumayan bagus, karena mereka mau mencoba memanfaatkan sosial media untuk membantu promosi, mereka juga mau membuat produk olahan kain batik, seperti membuat tas, syal, masker (yang merupakan alat wajib dipakai saat keluar rumah), sepatu dan lain-lain. Metode pengiriman juga menggunakan jasa pengiriman, seperti JNE, JNT, POS dan lain-lain.

Peran sumberdaya UMKM batik terutama sumberdaya manusia, juga penting, karena melalui merekalah UMKM bisa memproduksi batik yang berkualitas, dan bisa memuaskan pelanggan yang memesan batik. UMKM Batik sangat terbantu, karena SDM yang dimiliki memiliki keandalan dalam mencanting dan menggambar corak.

Peran modal sosial juga sangat penting. Modal sosial memiliki beberapa elemen yang dibutuhkan oleh UMKM, pertama, keuangan, setiap UMKM batik sangat membutuhkan dana untuk operasional, meskipun dana yang dimiliki tidak banyak, tapi UMKM Batik Jember tetap bisa mengoptimalkan, sehingga bisa menghasilkan laba. Pemilik UMKM yang kinerja bagus juga karena mereka tertib dalam membuat laporan keuangan. Kedua, tenaga kerja yang profesional, dengan adanya tenaga profesional maka UMKM dapat bekerja dengan baik, meskipun jumlah tenaga kerja profesionalnya tidak banyak. Ketiga, bahan baku, peralatan dan tempat produksi yang memadai. Tersedianya ketiga elemen tersebut membuat UMKM lebih mudah dalam memproduksi batik. Keempat, hubungan baik dengan masyarakat, pelanggan dan supplier. Pemilik UMKM Batik yang kinerjanya baik selalu memperhatikan hubungan baik dengan stake holder, meskipun hanya melalui media online saat berkomunikasi.

### UCAPAN TERIMAKASIH

Kami ucapkan terimakasih banyak kepada LPPM Universitas Muhammadiyah Jember atas pendanaan yang telah diberikan, kami ucapkan terimakasih juga kepada staff dinas koperasi Jawa Timur yang telah berkenan mendampingi saat pengumpulan data dan wawancara. Kami ucapkan terimakasih kepada tim peneliti sehingga penelitian ini bisa terlaksana sesuai dengan target waktu.

### DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, F., Wardoyo, B. T., & Adnan, A. M. (2021). Innovation in Batik Tulis with ICT Technology for Sustainability Design. In et al Sayono (Ed.), *Community Empowerment through Research, Innovation and Open Access* (pp. 81–86).
- Ayala, J.-C., & Manzano, G. (2014). The resilience of the entrepreneur. Influence on the success of the business. *A longitudinal analysis. Journal of Economic Psychology*, 42, 126–135.
- Bonanno, G. A. (2004). Loss, Trauma, and Human Resilience: Have We Underestimated the Human Capacity to Thrive After Extremely Aversive Events? *American Psychologist*.
- Bourdieu, P. (1986). The Forms of Capital. *Readings in Economic Sociology*, 280–291.
- Damanpour, F., & Gopalakrishnan, S. (2001). The Dynamics of the Adoption of Product and Process Innovations in Organizations. *Journal of Management Studies*, 38(1), 45–65.
- Duchek, S. (2019). Organizational resilience: a capability-based conceptualization. *Business Research*, 13(1), 215–246.

- Ettlie, J. E., & Rosenthal, S. R. (2011). Service versus Manufacturing Innovation\*. *Journal of Product Innovation Management*, 28(2), 285–299.
- Fatoki, O. (2018). The Impact of Entrepreneurial Resilience on the Success of Small and Medium Enterprises in South Africa. *Sustainability*, 10(7), 2527.
- Fisher, R., Maritz, A., & Lobo, A. (2016). Does individual resilience influence entrepreneurial success. Swinburne Research Bank. Retrieved from
- Gartner, W. B. (1985). [Review of *Competitive Strategy; Competitive Advantage*, by M. E. Porter & M. E. Porter]. *The Academy of Management Review*, 10(4), 873–875.
- Handoyo, & Wikanto, A. (2015). Impor Batik Tak Lagi Bebas. *Kontan*. Retrieved from <https://nasional.kontan.co.id/news/impor-batik-tak-lagi-bebas>
- Hedner, T., Abouzeedan, A., & Klofsten, M. (2011). Entrepreneurial resilience. *Annals of Innovation & Entrepreneurship*, 2(1), 7986.
- Hogan, S. J., & Coote, L. V. (2014). Organizational culture, innovation, and performance: A test of Schein's model. *Journal of Business Research*, 67(8), 1609-1621.
- Jenatabadi, H. S. (2015). An Overview of Organizational Performance Index: Definitions and Measurements. *SSRN Electronic Journal*.
- Kussudyarsana, Maulana, Maimun, Santoso & Nugroho (2023). The Role of Social Capital, Innovation, and Capabilities on MSMEs' Resilience in Economic Hard Times. *Jurnal manajemen Bisnis*, 14 (1), 72-89
- Lv, W.-D., Tian, D., Wei, Y., & Xi, R.-X. (2018). Innovation Resilience: A New Approach for Managing Uncertainties Concerned with Sustainable Innovation. *Sustainability*, 10(10), 3641
- Nahapiet, J., & Ghoshal, S. (1998). Social Capital, Intellectual Capital, and the Organizational Advantage. *The Academy of Management Review*, 23(2), 242.
- Nuryakin, N. (2022). Green Product Innovation, Green Process Innovation, and its Impact on Green Performance of Batik SMEs. *Benefit: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 7(1), 1-8.
- Putnam, R. D. (2001). Social capital: Measurement and consequences. *Canadian Journal of Policy Research*, 2, 41-51.
- Reddy, G. , & Reddy.S., V. (2014). Significance of Innovation in Business Process of Value Chain. *Journal of Behavioural Economics, Finance, Entrepreneurship, Accounting and Transport*, 2(1), 18-25.
- Reddy, G. , & Reddy.S., V. (2014). Significance of Innovation in Business Process of Value Chain. *Journal of Behavioural Economics, Finance, Entrepreneurship, Accounting and Transport*, 2(1), 18-25.
- Rodríguez-Sánchez, A., Guinot, J., Chiva, R., & López-Cabrales, Á. (2019). How to emerge stronger: Antecedents and consequences of organizational resilience. *Journal of Management & Organization*, 27(3), 442–459
- Siregar, A. P., Raya, A. B., Nugroho, A. D., Indana, F., Prasada, I. M. Y., Andiani, R., Kinasih, A. T. (2020). Upaya Pengembangan Industri Batik di Indonesia. *Dinamika Kerajinan Dan Batik: Majalah Ilmiah*, 37(1), 79–82.
- Sulastris, S., Mulyadi, H., Disman, D., & Hendrayati, H. (2021). SMEs Resilience During the Covid-19 Pandemic: A Case Study in Indonesia. *Proceedings of the 5th Global Conference on Business, Management and Entrepreneurship (GCBME 2020)*.
- Ungar, M., Brown, M., Liebenberg, L., Othman, R., Kwong, W. M., Armstrong, M., & Gilgun, J. (2007). Unique pathways to resilience across cultures. *Adolescence*, 42(166), 287–310.
- Yukl, G. (2008). How leaders influence organizational effectiveness. *The Leadership Quarterly*, 19(6), 708–722
- Zahra, S. A., & Covin, J. G. (1994). The Financial Implications of Fit Between Competitive Strategy and Innovation Types and Sources. *The Journal of High Technology Management Research*, 5(2), 183–211.
- Zautra, A.J., Hall, J.S., & Murray, K.E. (2010). Resilience: A new definition of health for people and communities. In J.R. Reich, A.J. Zautra, & J.S. Hall (Eds). *Handbook of Adult Resilience* (3-30). New York: Guilford.