

## Islam dan Kewirausahaan: Dinamika Sosial Ekonomi Komunitas Pengrajin Batik di Karangkajen Yogyakarta (1950-1975)

Eka Yudha Wibowo

Dosen Prodi Sejarah Peradaban Islam IAIN Surakarta

[yudha.uterlijk@gmail.com](mailto:yudha.uterlijk@gmail.com)

### Abstract

The history of Kampung Karangkajen, Yogyakarta is strongly related to batik and Muhammadiyah activity. This research is conducted to examine the socio-economy dynamics of Karangkajen's batik industry. The major research question is why Karangkajen developed into one of the batik centers in Yogyakarta and why it showed such a high dynamic and fluctuation throughout the researched period. As seen on the previous description, the relevant research questions are; (1) who were the figures behind Karangkajen batik industry and why did they interested to engage in this business? (2) what kind of strategies were developed by the Karangkajen batik artisans and how did their religious belief affects it. Since its initial stage, Karangkajen batik industry was initiated by *santri* who bring their religious spirit to social, economy and politic activities. On its outgrowth, Karangkajen batik industrial went through the unstable situation. In 1950s Karangkajen batik industry revived due to Program Benteng, after its long regression since 1930 from Malaise, the turmoil period of Japanese Occupation and independence revolution. However, it doesn't last long because the New Order's regime withdrew the batik monopoly over GKBI in 1970s. Overall, from this business, Karangkajen batik entrepreneurs - who were affiliated to Muhammadiyah mostly - managed to improve their wealth. In the meantime, they also managed to allocate some of their income for religious activity. Therefore, it is justified to say that the religious spirit implanted by Muhamaddiyah influences the economy progression of Karangkajen batik industrial.

**Keywords:** Karangkajen, Santri Community, Muhammadiyah, Batik Artisans

### Abstrak

*Sejarah Kampung Karangkajen di Kota Yogyakarta identik dengan kerajinan batik dan aktivitas Muhammadiyah. Studi ini mengkaji dinamika sosial ekonomi pengusaha batik di Karangkajen pada tahun 1950-1975. Adapun permasalahan utama yang ingin dijawab adalah mengapa Karangkajen menjadi salah satu sentra batik penting di Yogyakarta dan mengapa pada periode tersebut industri batik di sana menunjukkan dinamika yang tinggi. Dari permasalahan utama tersebut dirumuskan pertanyaan penelitian sebagai berikut, yaitu; (1) siapa saja tokoh penggerak industri batik di Karangkajen dan mengapa dan bagaimana mereka bisa tertarik terjun ke industri batik. (2) strategi usaha seperti apa yang dikembangkan oleh para pengrajin batik di Karangkajen dan sejauh mana aktivitas keagamaan mereka mempengaruhi strategi usaha mereka. Industri batik di Karangkajen sejak awal dimotori oleh para santri yang menerapkan semangat keagamaan dalam aktivitas sosial, ekonomi dan politik. Dalam perkembangannya kewirausahaan batik Karangkajen mengalami pasang-surut. Pada tahun 1950an batik di Karangkajen menggeliat kembali berkat adanya Program Benteng, setelah sebelumnya mengalami kemunduran akibat Malaise 1930, masa pendudukan*

*Jepang dan masa revolusi kemerdekaan. Namun demikian hal itu tidak berlangsung lama karena tahun 1970an harus berakhir akibat kebijakan rezim Orde Baru yang mencabut monopoli khusus batik oleh GKBI. Dari aktivitas mereka –yang sebagian besar berafiliasi pada organisasi Muhammadiyah- berhasil memperbaiki kesejahteraannya. Mereka juga mampu menyisihkan sebagian pendapatannya untuk membiayai aktivitas keagamaan. Dalam hal ini semangat keagamaan yang ditanamkan Muhammadiyah berpengaruh terhadap kemajuan ekonomi dan kewirausahaan batik masyarakat Karangajen.*

**Kata Kunci:** Karangajen, Komunitas Santri, Muhammadiyah, Pengrajin Batik.

## **Pendahuluan**

Jaringan ekonomi komunitas Islam sudah ada sejak abad-abad pertama perkembangan agama ini di Nusantara. Keberadaan jaringan ini semakin menguat seiring perubahan zaman dan perkembangan kota-kota di Jawa. Sejak kemunculan pusat-pusat perekonomian baru di wilayah kerajaan-kerajaan lokal yang bercirikan keislaman yang kuat, jaringan ekonomi mulai terbentuk seiring meluasnya aktivitas perdagangan yang bersinggungan dengan jaringan sosial-keagamaan.<sup>1</sup> Awal abad ke-20, ada perkembangan penting dalam perjalanan sejarah masyarakat Indonesia, ketika komunitas daerah pedesaan sebagai tempat berlangsungnya perubahan sosial mulai digeser peranannya oleh daerah perkotaan.<sup>2</sup>

Sebagian besar daerah perkotaan di Nusantara seperti halnya kota-kota di Jawa banyak dihuni oleh komunitas muslim yang dikenal sebagai kelompok santri. Kelompok tersebut sampai sekarang menguasai sumber dan aktivitas ekonomi di dalam masyarakat Indonesia yang terkonsentrasi di sekitar pelabuhan, pasar, sentra-sentra industri kecil (kerajinan) dan pusat pemerintahan di daerah perkotaan. Selanjutnya keberadaan kelompok pengusaha dan pedagang muslim pada masyarakat kota dikategorikan sebagai golongan menengah perkotaan selain

---

<sup>1</sup> Bambang Purwanto, "Merajut Jaringan di Tengah Perubahan: Komunitas Ekonomi Muslim di Indonesia pada Masa Kolonial", dalam *Lembaran Sejarah* (Yogyakarta: Jurusan Ilmu Sejarah Fakultas Sastra UGM, 2000), hlm. 49.

<sup>2</sup> Kuntowijoyo, *Paradigma Islam* (Bandung: Mizan, 1991), hlm. 78.

kaum cendekiawan. Van Der Kroef menyatakan bahwa kemunculan kedua golongan tersebut (golongan pengusaha dan cendekiawan) pada awal abad ke-20 hampir bersamaan waktunya. Beberapa pedagang tersebut berkecimpung dalam industri kecil dan memiliki toko-toko yang mereka jadikan tempat usaha. Sejak awal kemunculannya mereka mempunyai kepentingan ekonomi yang mencoba mengimbangi pedagang Cina dan Eropa.<sup>3</sup>

Para pengusaha dan pedagang muslim dalam tingkatannya menempati posisi penting dalam perluasan peran ekonomi. Secara ekonomi mereka berada pada posisi tengah di antara elit dan masyarakat biasa. Kelompok ini sebagian besar berasal dari lingkungan tradisi santri yang kuat.<sup>4</sup> Mereka tidak hanya terlibat dalam perdagangan, melainkan juga dalam produksi berbagai jenis barang industri yang dibutuhkan pasar dalam skala yang cukup besar untuk saat itu. Para pengusaha dan pedagang muslim ini dalam kegiatan usaha perdagangan dan industri selanjutnya mampu menguasai cakrawala kehidupan daerah perkotaan, termasuk wilayah Yogyakarta.<sup>5</sup>

Keberadaan kota Yogyakarta pada jaringan ekonomi komunitas Islam Nusantara dianggap cukup berpengaruh pada awal abad ke-20. Beberapa wilayah yang dihuni para komunitas muslim di kota ini menjadi pusat perdagangan dan sentra-sentra industri kerajinan seperti Kotagede, Kauman dan Karangajen. Kotagede di Yogyakarta pada mulanya hanya merupakan sebuah kota satelit yang cukup banyak dihuni oleh wirausahawan muslim. Pada tahun 1926, H.J Van Mook melaporkan bahwa Kotagede bertumbuh menjadi kota pusat komunitas pedagang pribumi di Yogyakarta.<sup>6</sup> Menurutnya, salah satu faktor pendukung yang turut memajukan Kotagede adalah peran serta dari para haji dan kelompok santri dalam

---

<sup>3</sup> J. M. Van Der Kroef, *Indonesia in the Modern World part I* (Bandung: Masa Baru), hlm. 151.

<sup>4</sup> Bambang Purwanto, *op.cit.* hlm. 64.

<sup>5</sup> Kuntowijoyo, "Muslim Kelas Menengah Indonesia dalam Mencari Identitas, 1910-1950", *Prisma*, November 1985 (Jakarta: LP3ES, 1985) hlm. 35.

<sup>6</sup> H.J. Van Mook, *Kuta Gede* (Jakarta: Bhratara, 1972), hlm. 19-21.

aktivitas perdagangan. Mereka mempunyai semangat ekonomi dan etika kerja yang cocok dengan iklim perkotaan dan pemikiran rasional. Para haji tersebut membentuk jaringan atau hubungan dagang dengan sesama pedagang muslim lainnya di kota besar di Jawa seperti halnya Betawi, Cirebon, Purwokerto, Pekalongan, Semarang, Surakarta, Madiun, Tulungagung dan Surabaya.<sup>7</sup>

Komunitas muslim lain yang bermukim di Yogyakarta selain Kotagede adalah Kauman dan Karangajen. Dua tempat tersebut merupakan kantong santri yang cukup banyak dihuni oleh para pengusaha yang berkecimpung dalam industri batik. Para kaum santri ini termasuk golongan kelas menengah yang menggeluti bidang perniagaan. Menurut Kuntowijoyo beberapa kota santri di Jawa mempunyai daerah-daerah pusat perdagangan dan industri yang dikenal dengan istilah Kauman.<sup>8</sup>

Kauman bisa diartikan sebagai tempat para penegak agama atau para ulama haji dan para santri, mereka bertempat tinggal di sekitar Masjid Gede (besar) seperti halnya di Yogyakarta. Masyarakat Kauman Yogyakarta sebagian besar berprofesi sebagai pedagang yang sekaligus menjadi *abdi dalem* urusan keagamaan. Mereka kebanyakan bergelar haji, di samping bergelar *raden* atau *mas*.<sup>9</sup>

Batik yang dahulu hanya berkembang di Kauman dan kraton Yogyakarta menjadi industri setelah mulai merambah ke daerah di luar kraton seiring berkembangnya organisasi Muhammadiyah di Kauman.<sup>10</sup> Kesuksesan Kauman dalam perdagangan batik menyebabkan Yogyakarta dikenal sebagai pusat kerajinan batik yang mencapai puncaknya pada tahun 1922.<sup>11</sup>

---

<sup>7</sup> Kuntowijoyo, *Muslim Kelas Menengah...*, hlm. 40.

<sup>8</sup> *Ibid.*, hlm. 37.

<sup>9</sup> Mitsuo Nakamura, *Bulan Sabit Muncul dari Balik Pohon Beringin: Studi tentang Pergerakan Muhammadiyah di Kotagede, Yogyakarta* (Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 1983), hlm. 59.

<sup>10</sup> Ahmad Adaby Darban, *Sejarah Kauman: Menguak Identitas Kampung Muhammadiyah* (Yogyakarta: Tarawang Kauman, 2000), hlm. 90.

<sup>11</sup> Mitsuo Nakamura, *op.cit.* hlm. 62.

Memasuki tahun 1930-an sampai akhir tahun 1940-an industri batik di Yogyakarta termasuk di Kauman dan Karangakjen mengalami penurunan dikarenakan berbagai rangkaian peristiwa. Krisis ekonomi yang melanda Hindia Belanda pada tahun 1930 turut melemahkan aktivitas perdagangan batik di Yogyakarta. Industri batik sempat bangkit sedikit setelah mengalami krisis ekonomi namun tidak berlangsung lama karena datangnya Jepang. Selanjutnya sekitar tahun 1945 hingga 1949, situasi perang kemerdekaan tidak memberikan suasana yang kondusif bagi perkembangan batik. Bahkan terdapat beberapa kampung batik menjadi korban pengeboman Belanda.

Pengusaha batik Karangakjen mempunyai ikatan kekerabatan (keluarga) yang cukup kuat dengan Kauman. Hal ini salah satunya dikarenakan banyak pengusaha batik di Kauman yang berasal dari Karangakjen. Kampung ini pada tahun 1950-1975 merupakan sentra batik yang cukup terkenal di Yogyakarta. Sebagai salah satu kantong organisasi Muhammadiyah selain Kauman, Karangakjen mempunyai iklim keagamaan yang cukup kuat dalam beberapa bidang sosial. Sebagian besar pengusaha batik di tempat ini memahami Islam tidak hanya dilihat sebagai refleksi tingkah laku, tetapi memberikan pengaruh kesadaran terhadap kegiatan ekonomi.

Kajian literatur terdahulu menyebutkan penelitian mengenai hubungan antara agama dan etos kerja telah banyak dilakukan. Sejumlah besar studi telah dilakukan untuk meneliti tema tersebut. Beberapa di antaranya adalah tulisan Clifford Geertz, Lance Castle, Kuntowijoyo dan Taufik Abdullah.

Tulisan Clifford Geertz yang berjudul *Peddlers and Princes* yang diterjemahkan ke dalam bahasa Indonesia dengan judul *Penjaja dan Raja*, menyatakan bahwa di Jawa santri reformis mempunyai profesi sebagai pedagang atau wirausahawan dengan etos *enterpreunership* yang tinggi.<sup>12</sup> Terdapat hubungan

---

<sup>12</sup> Clifford Geertz, *Penjaja dan Raja* (Jakarta: Gramedia, 1977).

historis dan fungsional antara Islam dengan perdagangan. Dalam kaitannya dengan etos kerja pedagang Jawa, Geertz dalam karyanya ini menggeneralisasi adanya hubungan yang harmonis, historis dan fungsional antara Islam dan perdagangan. Kesalehan digunakan untuk mengatasi ketegangan moral dengan masyarakat sekitar menggunakan etika untuk membenarkan kegiatan ekonomi yang bersifat sekular.

Sementara itu, Lance Castle juga turut menyumbangkan pemikirannya yang dituangkan ke dalam buku yang berjudul *Religion, Politics and Economic Behavior in Java* yang diterjemahkan ke dalam bahasa Indonesia dengan judul *Tingkah Laku Agama, Politik dan Ekonomi di Jawa: Industri Rokok Kudus*.<sup>13</sup> Karya Lance Castle ini menjelaskan mengenai keberadaan kelompok santri dalam kegiatan ekonomi dari zaman kolonial hingga kemerdekaan di Kudus, Jawa Tengah. Konsep kelas menengah yang ditawarkan oleh Castle menarik untuk melihat korelasi antara ajaran Islam dengan kegiatan perdagangan. Kelas pedagang menemukan jalan bagi mereka untuk setara dengan kelas atas dengan memilih agama Islam yang bersifat egaliter.

Selanjutnya tulisan Kuntowijoyo yang berjudul, "Economic and Religious Attitudes of Entrepreneurs in a Village Industry: Notes of the Community of Batur". Dalam penelitiannya ia menyatakan adanya hubungan yang erat antara kehidupan keagamaan para santri dan perilaku kewirausahaan para pengusaha kerajinan besi di Batur (Klaten).<sup>14</sup> Puritanisme Islam, di samping menganut sikap hidup asketisme, juga memiliki doktrin mewajibkan para pengikutnya untuk lebih bersemangat dan bersungguh-sungguh dalam usaha ekonomi.

Tulisan selanjutnya yang membahas mengenai hubungan agama dan etos kerja adalah buku yang berjudul *Etos Kerja dan Perkembangan Ekonomi*, yang diedit

---

<sup>13</sup> Lance Castle, *Tingkah Laku Agama, Politik dan Ekonomi di Jawa: Industri Rokok Kudus* (Jakarta: Sinar Harapan, 1982).

<sup>14</sup> Kuntowijoyo, "Economic and Religious Attitudes of Entrepreneurs in a Village Industry: Notes of the Community of Batur" (Jakarta: Indonesia, 1971).

oleh Taufik Abdullah.<sup>15</sup> Buku ini berisi bunga rampai yang membahas tesis Max Weber tentang pengaruh ajaran agama terhadap kegiatan ekonomi Islam di Indonesia secara umum. Taufik Abdullah menyatakan bahwa ajaran agama dapat mempengaruhi seseorang untuk melakukan sesuatu, misalnya dalam kegiatan ekonomi meskipun, tentunya, perlu ditambah dengan beberapa catatan. Tesis Weber tentang apa yang disebutnya 'Etika Protestan' (*Protestant Ethic, die Protestantische Ethik*) dan hubungannya dengan semangat kapitalisme mengkaitkan adanya hubungan antara ajaran agama dengan perilaku ekonomi.

Peneliti menemukan banyak hal tentang hubungan antara etos kerja dengan agama, namun studi yang memfokuskan mengenai satu wilayah di Yogyakarta yaitu kampung Karangajen belum ada. Melalui studi ini peneliti ingin memberikan kontribusi melalui studi kasus baru dengan menggunakan perspektif sejarah ekonomi untuk mengkaji dinamika komunitas santri pengusaha batik di Karangajen pada periode pasca kemerdekaan. Oleh karena itu penelitian ini diharapkan memiliki kekhususan dibandingkan dari penelitian sebelumnya.

## **Pembahasan**

### **A. Sejarah Berkembangnya Kewirausahaan Batik di Karangajen**

Secara umum pembuatan batik di Yogyakarta pada awalnya oleh para pegawai kraton di Yogyakarta. Mereka atau keluarganya membuat batik sebagai pekerjaan tambahan di samping pekerjaan utama mereka, yaitu sebagai pegawai istana, seperti *abdi dalem*, juru kunci makam dan sebagainya. Lama-kelamaan kemudian mereka meningkatkan pembuatan batik dari sekedar pekerjaan sampingan ke mata pencaharian utamanya dan kemudian muncul para pengusaha batik di antara mereka.<sup>16</sup>

---

<sup>15</sup> Taufik Abdullah, *Etos Kerja dan Perkembangan Ekonomi* (Jakarta: LP3ES, 1978).

<sup>16</sup> Abdurrachman Surjomihardjo, *Sejarah Perkembangan Sosial Kota Yogyakarta 1880-1930* (Yogyakarta: Yayasan Untuk Indonesia, 2000), hlm. 37-40.

Karangkajen jika ditilik dalam lingkaran konsentris dalam sudut pandang sosiologis kekuasaan Jawa termasuk kampung atau desa yang berada di wilayah *negara agung*. Wilayah Karangkajen dahulu merupakan sebuah hutan yang berada di sebelah selatan Kraton Yogyakarta. Haji Hasan (1766-1853) dikenal sebagai pendiri kampung Karangkajen. Haji Hasan adalah orang pertama yang membatasi alas, membuka hutan di wilayah *negara agung* menjadi sebuah pemukiman. Pada perkembangannya pemukiman tersebut dikenal dengan nama Karangkajen. Etimologi nama Karangkajen diambil dari kata *karang* dan *kajen*. *Karang* dalam bahasa Jawa diartikan sebagai pekarangan atau perkampungan, sedangkan kata *kajen* artinya *aji* atau dihormati.<sup>17</sup> Bisa diartikan bahwa Karangkajen adalah sebuah perkampungan yang dihormati/disegani, hal ini dikarekanan banyak orang luar kampung tersebut yang menyatakan bahwa di sana terdapat banyak santri dan haji.

Haji Hasan mempunyai beberapa keturunan, namun keturunan yang bisa dilacak silsilahnya hanyalah sampai kepada Haji Idris (1792-1875). Selanjutnya, Haji Idris mempunyai keturunan yang bernama Haji Ja'far (1822-1899). Haji Ja'far mempunyai istri yang bernama *ndara* Masayu dan mempunyai delapan anak, empat laki-laki dan empat perempuan, yaitu:<sup>18</sup>

1. Haji Abu Bakar (1849-1922), tinggal di Karangkajen
2. Nyai haji Nur (1853-1920), tinggal di Kauman
3. Haji Saleh (1855-1917), tinggal di Karangkajen
4. Haji Ketib Wetan (1858-1927), tinggal di Kauman
5. Haji Abdul Majid (1862-1931), tinggal di Kauman
6. Nyai haji Umar (1865-1939), tinggal di Karangkajen
7. Nyai haji Ajeng (1869-1943), tinggal di Kauman
8. Nyai haji Abdul Hadi (1874-1949), tinggal di Karangkajen.

---

<sup>17</sup> Kajian Utama, "Kesalehan Masyarakat Karangkajen", dalam *Buletin SUAKA*, Edisi Desember 2003, hlm. 2-3.

<sup>18</sup> *Ibid.*, hlm. 3.



Dengan melihat data di atas jelas bahwa sejak awal berdirinya antara Karangakjen dengan Kauman memiliki ikatan kekerabatan yang kuat. Selain sebagai basis utama Muhammadiyah, Kauman juga turut menumbuhkan perdagangan batik yang kemudian diikuti dengan meluasnya pusat-pusat pembuatan batik di beberapa wilayah Yogyakarta seperti Prawirotaman, Kotagede, Kudus Kulon dan juga Karangakjen, sedangkan wilayah di luar kota meliputi Pekajangan dan Kudus Kulon.<sup>19</sup>

Sampai saat ini terdapat beberapa versi mengenai sejarah awal mula munculnya kegiatan membatik di Karangakjen. Beberapa tokoh masyarakat menyatakan bahwa batik di Karangakjen ada sejak Haji Hasan membuka lahan di wilayah Karangakjen. Namun ada satu versi lainnya yaitu batik masuk ke Karangakjen kemungkinan ketika Haji Ja'far (1822-1899) menikah dengan Ngoro Masayu. Menurut pernyataan salah seorang keturunannya, Ngoro Masayu termasuk kerabat kraton Yogyakarta. Tidak dipungkiri, bahwa batik bisa berkembang di luar kraton karena dibawa oleh orang yang berhubungan erat dengan kraton, salah satunya adalah kerabat kraton.<sup>20</sup> Kegiatan membatik di Karangakjen juga bertumbuh menjadi industri seiring dengan pesatnya kegiatan keagamaan di tempat itu.

Menurut penelitian yang diadakan P. De Kat Angelino mengenai industri batik pada tahun 1927, kegiatan perusahaan batik yang berkembang di Yogyakarta dan sekitarnya turut meramaikan kehidupan kota tersebut. Di stasiun, di jalan-jalan, di dalam bus ataupun kereta api banyak wanita yang membawa batik, baik yang sudah jadi ataupun yang belum selesai.<sup>21</sup>

Beberapa tukang cap dari Kotagede dan Mlangi setiap pagi dan sore selalu bersepeda atau berjalan kaki menuju atau pulang dari tempat kerjanya di

---

<sup>19</sup> Bambang Purwanto, *op.cit.* hlm. 65.

<sup>20</sup> Wawancara dengan Bapak Jahdan pada tanggal 27 November 2014.

<sup>21</sup> Abdurrachman Surjomihardjo, *op.cit.* hlm. 38.

perusahaan-perusahaan batik di Karangakajen.<sup>22</sup> Karangakajen termasuk salah satu kampung yang mempunyai perusahaan batik cukup banyak yakni terdapat 14 perusahaan batik pada tahun 1927. Ketika terjadi peristiwa Malaise pada 1930, banyak perusahaan batik yang ikut mengalami gulung tikar dan beralih ke perdagangan beras, kacang kedelai, dan lain sebagainya. Salah satu pengusaha batik di Karangakajen yang turut mengalami gulung tikar adalah Sangidu yang menjadi pengusaha batik sejak tahun 1914. Ia mengalami kerugian dalam bisnis batik, banyak batik miliknya yang tidak laku dan tidak bisa dipasarkan ketika terjadi krisis tahun 1930. Dari uang tabungannya, ia kemudian membeli beberapa kuda dan juga *andong*. Dari seorang juragan batik ia kemudian menjadi seorang *kusir andong*.<sup>23</sup>

## **B. Strategi Dagang dalam Kewirausahaan Batik di Karangakajen**

Banyak cara yang ditempuh oleh para pengusaha batik di Karangakajen agar bisnis mereka tetap berjalan sebagaimana mestinya. Strategi dagang tidak hanya berkuat dengan cara-cara pemasaran dan penjualan melainkan juga strategi dalam mengelola kewirausahaan batik. Ada beberapa strategi dagang yang dilakukan oleh para pengusaha batik Karangakajen pada tahun 1950-an-1970-an yang meliputi, menjaga kualitas/mutu kain batik, berbisnis dengan menjual bahan mentah, perdagangan antar kota, iklan pada majalah Muhammadiyah, bergabung dengan Koperasi Batik Karang Tunggal dan meniru motif kain batik yang sedang laku di pasaran (*nembak*).

### **1. Menjaga kualitas / mutu produk batik.**

Bagi para pengusaha batik di Karangakajen menjaga kualitas/mutu kain batik merupakan sebuah amanah. Mereka mengaku bahwa semua pembeli selalu menginginkan barang yang kualitasnya baik, oleh karena itu bagi sebagian

---

<sup>22</sup> *Ibid.*, hlm. 39.

<sup>23</sup> Wawancara dengan Bapak Zamharir tanggal 6 November 2014.

pengusaha batik di Karangakjen hal itu seperti halnya sebuah amanah.<sup>24</sup> Resiko utama dalam kewirausahaan batik bersifat teknis, yaitu dalam proses produksi. Sobek ataupun cacat dalam proses produksi, hilang waktu dikerjakan oleh pekerja paruh waktu di luar perusahaan sudah menjadi hal yang biasa.<sup>25</sup> Apabila kualitas kain yang mereka hasilkan dirasa kurang baik mutunya, maka mereka akan menggantinya dengan kain lain yang lebih baik. Dari sudut pandang Islam, mereka berlaku seperti itu juga dikarenakan Islam selalu mengajarkan untuk jujur dalam setiap perilaku.<sup>26</sup>

Sikap jujur ini juga diaplikasikan salah satunya dengan menjaga kualitas/mutu kain batik yang mereka hasilkan. Selain itu, bagi para pembeli atau langganan yang membeli dagangan mereka, kualitas bagus akan mempertahankan hubungan bisnis antara pembeli dan penjual. Batik yang berkualitas dihasilkan melalui tangan terampil dan bahan yang bagus. Di Karangakjen hampir sebagian besar para pengusaha batik mempunyai tenaga ahli cap profesional. Mereka mempekerjakan para buruh cap yang berpengalaman. Para juragan batik tidak mau sembarangan menerima buruh cap yang belum diketahui *track record*-nya.<sup>27</sup> Bagi pengusaha batik, hasil tangan dari cara buruh men-cap kain tentu akan mempengaruhi mutu batik yang dihasilkan dan mendukung kelancaran penjualan batik untuk juragannya. Selain itu mempekerjakan tenaga profesional juga berdampak dalam besarnya produksi batik yang dihasilkan perharinya. Semakin profesional maka mutu semakin tinggi dan juga semakin banyak kain yang bisa diproduksi.<sup>28</sup>

## 2. Berbisnis dengan menjual bahan mentah.

---

<sup>24</sup> Wawancara dengan Bapak Subandi tanggal 4 November 2014, di Karangakjen.

<sup>25</sup> Bintarto Hardjosuwignyo, "Laporan Penyelidikan Tentang Industri batik di Djawa Tengah" dalam *Ekonomi dan Keuangan Indonesia*, Mei-Djuni 1958, hlm. 260.

<sup>26</sup> Wawancara dengan Ibu Warifah tanggal 9 April 2015, di Karangakjen.

<sup>27</sup> Wawancara dengan Bapak Zamharir tanggal 12 November 2014, di Karangakjen

<sup>28</sup> Wawancara dengan Bapak Jahdan tanggal 6 April 2015, di Karangakjen.

Banyak pengusaha batik yang memperoleh keuntungan besar hanya dengan menjual kain mori pembagian dari koperasi, ke pasar-pasar bebas dengan tanpa bersusah payah untuk mengerjakannya sendiri.<sup>29</sup> Kondisi ini dimulai di tahun 1950an ketika pemerintah menerapkan kebijakan Benteng. Mereka mendapatkan laba dari harga spesial yang diberikan koperasi, kemudian menjual kembali dengan harga normal. Dari situ mereka memperoleh laba yang cukup besar. Beberapa pengusaha batik di Karangakajen juga melakukan hal seperti itu. Mereka memang memproduksi kain batik, tetapi terkadang mereka mensiasati lesunya perdagangan dengan cara menjual kain mori pembagian kepada para penjual lain melalui pedagang perantara.<sup>30</sup>

Di lain pihak, ada pula beberapa pengusaha batik Karangakajen yang menolak cara seperti itu, karena dianggap tidak sesuai dengan mental sejati pebisnis batik dan dikategorikan sebagai perbuatan *aji mumpung* (kesempatan dalam kesempatan).<sup>31</sup> Hanya pengusaha batik yang bermental wirausaha rendah yang tidak mau mengolah bahan itu sendiri. Sikap *aji mumpung* / pragmatis inilah yang dianggap sebagai penyebab sebagian pengusaha batik di Karangakajen tidak bisa bertahan lama dalam perdagangan batik. Ketika pasokan dari koperasi batik kurang, mereka yang terbiasa mengandalkan bantuan kain mori akan bingung dalam menghadapinya karena mental mereka adalah mental pencari untung dadakan.<sup>32</sup> Sebagian lagi menyatakan hal ini biasa, karena inti dari berbisnis adalah mencari untung atau laba, tidak ada yang salah dengan menjual jatah mori mereka.

### 3. Perdagangan antar kota

---

<sup>29</sup> "Masalah Dibalik Senjuman Pedagang Batik", Kompas, 28 April 1969.

<sup>30</sup> Wawancara dengan Bapak Jahdan tanggal 6 April 2015, di Karangakajen.

<sup>31</sup> Wawancara dengan Bapak Zamharir tanggal 12 November 2014, di Karangakajen.

<sup>32</sup> Wawancara dengan Ibu Warifah tanggal 9 April 2015, di Karangakajen

Bagi seorang pengusaha batik, tempat-tempat strategis menjadi lokasi tujuan mereka untuk mendistribusikan produk kain batik mereka. Mereka menganggap bahwa lokasi di luar Yogyakarta masih menjanjikan untuk dijadikan persebaran batik. Hampir semua pengusaha di Karangakajen berupaya untuk menjual di luar kota. Sejak tahun 1920-an wilayah Purwokerto termasuk ke dalam satu kota yang mereka anggap bagus dan mempunyai pasaran yang baik dalam penjualan batik.<sup>33</sup> Para relasi bisnis mereka yang sebagian merupakan orang Cina, mampu membina hubungan yang baik dengan para pengusaha muslim sehingga mereka dipercaya sebagai rekan bisnisnya.

Setiap pengusaha batik yang mempunyai kerabat yang juga bergerak dalam produksi batik selalu berembuk atau bermusyawarah dimana nantinya mereka akan menyetorkan kain batik yang mereka produksi. Hal ini bertujuan agar nanti produk batik dengan merek tertentu yang ternyata masih satu keluarga pengusaha jangan sampai berada di kota yang sama. Mereka berusaha agar distribusinya bisa rata tanpa merugikan bisnis anggota keluarga lainnya.<sup>34</sup>

#### 4. Iklan di majalah Muhammadiyah

Strategi lain perdagangan batik di Karangakajen yang cukup sukses di era akhir 1950an hingga 1960an adalah memanfaatkan keberadaan majalah Suara Muhammadiyah dan juga Suara Aisyah untuk promosi batik.<sup>35</sup> Sering kali ditemui di dalam majalah Suara Muhammadiyah di dalamnya terdapat salah satu *brand* ataupun merk dari seorang pengusaha batik di Karangakajen. Model promosi tersebut misalnya, ucapan selamat atas suksesnya Muktamar Muhammadiyah di daerah tertentu dan kemudian di bawahnya ucapan tersebut ada tulisan mengenai sebuah label atau merk batik yang komplit dengan alamat perusahaannya. Selain di kedua majalah tersebut, beberapa pengusaha batik ini juga beriklan di majalah

---

<sup>33</sup> Wawancara dengan Ibu Waridah tanggal 8 April 2015, di Karangakajen.

<sup>34</sup> Wawancara dengan Ibu Warifah tanggal 9 April 2015, di Karangakajen.

<sup>35</sup> Wawancara dengan Bapak Jahdan tanggal 6 April 2015, di Karangakajen.

terbitan resmi edisi Mukhtamar Muhammadiyah dan juga publikasi almanak Muhammadiyah.<sup>36</sup>

#### 5. Meniru motif kain batik yang sedang laku di pasaran (*nembak*)

Banyak tindakan yang dilakukan para beberapa pengusaha batik di Karangakjen terkait dengan produksi kain batik yang mereka kerjakan. Strategi yang mereka lakukan yaitu dengan membuat motif kain batik yang sedang laku dipasaran tetapi masih berada pada pakem batik “islami” yang anti motif benda hidup atau binatang. Dalam hal ini beberapa pengusaha batik di Karangakjen melakukan pengamatan terhadap situasi dan kondisi pasar terlebih dahulu, sebelum mereka memutuskan untuk meniru salah satu model motif kain batik tertentu. Peniruan produk ini dikenal dengan istilah *nembak*. Kegiatan seperti ini mulai marak di Karangakjen sekitar tahun 1950an.<sup>37</sup>

Bagi pengusaha meniru atau memproduksi suatu produk yang sedang laku merupakan tindakan yang biasa, meski mereka merasa jengkel bila motif mereka juga *ditembak* oleh pengusaha batik lainnya. Semua itu dilakukan untuk tetap bisa menjaga kelangsungan usaha batiknya. Biasanya beberapa pengusaha batik Karangakjen yang melakukan *nembak* terhadap motif kain batik yang sedang laku masih bersifat kerabat, tetangga ataupun orang yang mempunyai hubungan keluarga dengan pemilik kain batik yang *ditembak* motifnya.<sup>38</sup>

Perilaku *nembak* atau meniru produk yang sedang laku dipasaran meskipun pelakunya masih keluarga, namun hal ini mencerminkan rendahnya

---

<sup>36</sup> Ahmad Adabi Darban, *Sejarah Kauman: Mengungkap Identitas Kampung Muhammadiyah* (Yogyakarta: Tarawang Kauman, 2000), hlm. hlm. 90.

<sup>37</sup> Wawancara dengan Bapak Yanto tanggal 6 November 2014, di Karangakjen.

<sup>38</sup> Wawancara dengan Ibu Waridah tanggal 8 April 2015, di Karangakjen.

kreativitas pengusaha. Perilaku ini agaknya dipaksakan karena dengan cara seperti itu produk mereka ikut terangkat dan mampu diterima pasar.<sup>39</sup>

### C. Faktor Pendukung Berkembangnya Kewirausahaan Batik di Karangkajen

Kewirausahaan batik di Karangkajen pada tahun 1950an mengalami kemajuan yang cukup signifikan karena dipengaruhi oleh beberapa faktor pendukung yaitu faktor ekonomi, faktor sosial dan faktor politik.

#### 1. Faktor Ekonomi

Faktor penting yang menjadi dasar kemajuan dalam usaha bisnis batik di Karangkajen adalah faktor ekonomi, yang meliputi modal, relasi dan distribusi. Beberapa unsur pendukung faktor ekonomi adalah motivasi tinggi dan juga jaringan kekerabatan / keluarga. Kewirausahaan batik merupakan bisnis yang memerlukan ketekunan dan juga modal usaha yang tidak sedikit. Modal yang cukup besar mampu membuat para pengusaha batik bisa bertahan lebih dari 20 tahun menggeluti usahanya.

Sebagian pengusaha batik di Karangkajen era 1950an mendapatkan modal usaha dari orang tua sejak mereka menikah. Alasan mereka diberikan modal usaha agar melanjutkan bisnis batik yang sudah dirintis oleh orang tua mereka sejak lama, salah satunya adalah Ibu Warifah. Ibu Warifah sejak menikah diberikan modal dari ayahnya yang cukup besar untuk membuka usaha bisnis batiknya sendiri. Ia memulai usaha batik bersama suaminya pada tahun 1951.<sup>40</sup> Dalam tahun-tahun pertama menjalankan bisnis batik, orang tua mereka tetap mengawasi dan membantunya. Misalnya dalam hal penjualan hasil produksi, mencarikan buruh-buruh yang berpengalaman dan dapat dipercaya untuk diperjakan dalam perusahaan milik anaknya.<sup>41</sup>

---

<sup>39</sup> Destha T Raharjana, "Siasat Usaha Kaum Santri (Ekonomi Moral dan Rasional dalam Usaha Konfeksi di Mlangi Yogyakarta)", dalam Heddy Shri Ahimsya (ed.), *Ekonomi Moral, Rasional dan Politik dalam Industri Kecil di Jawa* (Yogyakarta: Kepel Press, 2003), hlm. 132.

<sup>40</sup> Wawancara dengan Ibu Warifah pada tanggal 9 April 2015, di Karangkajen.

<sup>41</sup> Bintarto Hardjosuwignyo, *op.cit.* hlm. 239.

Hampir tidak ada pengusaha batik Karangkajen yang memulai usaha dengan meminjam uang di bank. Paham Muhammadiyah yang mereka anut cukup membuat mereka enggan untuk meminjam uang di bank dikarenakan adanya riba. Bagi mereka riba adalah suatu hal yang harus mereka hindari. Hal ini bisa kita pahami salah satunya karena pada waktu itu juga belum ada bank dengan basis *syariah*. Selain itu beberapa calon pengusaha batik yang memang belum mencukupi modal untuk membuka usaha ini tidak jarang pula memilih untuk meminjam uang kepada sanak familinya yang dinilai lebih mampu dan sudah lebih dahulu berkecimpung dalam usaha batik ini. Mereka merasa lebih nyaman ketika meminjam uang di tempat saudara dibandingkan harus meminjam uang ke bank konvensional.<sup>42</sup>

Unsur pendukung selanjutnya yang cukup penting selain modal dalam kegiatan ekonomi adalah relasi. Semakin banyak relasi dalam dunia bisnis maka semakin lancar pula suatu produk bisa dikembangkan. Relasi mempunyai banyak makna dan pengertiannya, dalam kasus ini relasi peneliti artikan sebagai orang ataupun mitra kerja dan semua instansi yang terlibat dalam operasional bisnis (kewirausahaan) batik yang dijalankan. Pengusaha batik Karangkajen rata-rata mempunyai mitra kerja diberbagai lokasi perdagangan (pasar) di seluruh wilayah Jawa. Daerah Magelang, Purwokerto, Cirebon, Jakarta dan Bandung termasuk daerah favorit para pengusaha batik tempat memasarkan produk mereka.

Mereka menjalin hubungan baik dengan para pedagang dan juga pengecer produk mereka. Relasi yang mereka bangun tidak hanya berdasarkan kesamaan keyakinan agama (Islam), namun lebih condong ke arah pengembangan bisnis. Mereka tidak segan-segan menjalin hubungan bisnis dengan orang Cina yang notabene banyak beragama Nasrani dan aliran kepercayaan. Intinya, para

---

<sup>42</sup> Wawancara dengan Bapak Jarfan pada tanggal 19 Juni 2015, di Karangkajen. Bapak Jarfan adalah seorang anak juragan batik di Karangkajen. Di dalam kepengurusan Koperasi Batik Karangtunggal sejak tahun 1980an ia menjabat sebagai BP (Badan Pengawas) hingga saat ini.



pengusaha ini selalu mengutamakan kejujuran dalam kerja sama yang mereka jalin.<sup>43</sup> Asalkan sama-sama menguntungkan, kerjasama yang mereka jalin akan terus dipertahankan. Cara yang mereka awali untuk menjalin hubungan bisnis ini biasanya dimulai dengan pedagang (mitra bisnis) yang datang langsung ke tempat usaha batik. Selanjutnya, setelah rekan bisnis ini melihat tempat usaha hingga melihat proses pembuatan batik kemudian mereka bernegosiasi dan sepakat untuk mengadakan kerjasama.<sup>44</sup>

Selain itu adapula fenomena yang cukup menarik mengenai kehidupan warga Karangjajen dalam hal “memperkuat” bisnis batik mereka yaitu melalui perkawinan *Endogami*<sup>45</sup>. Sudah menjadi kodrat alam, apabila seseorang atau sekelompok manusia memiliki sifat / hal-hal tertentu yang dianggap bernilai oleh masyarakat (kekayaan, keturunan, kedudukan) mereka berhasrat untuk mempertahankan keadaan tersebut. Mereka berusaha dengan segala upaya untuk menjaga agar hal yang dianggap bernilai itu tetap berada dalam lingkungan mereka.<sup>46</sup> Di awal 1900an, mereka banyak yang menikahkan anaknya dengan anak tetangganya. Di era selanjutnya pada tahun 1950an ikatan bisnis diantara mereka semakin kuat salah satunya dikarenakan adanya ikatan pernikahan antara anak juragan batik.<sup>47</sup> Hal ini cukup masuk akal ketika mereka mempunyai hubungan erat, mereka akan semakin mudah dalam bekerja sama dalam penyediaan kain mori ataupun pengadaan alat cap serta *bumbu batik*<sup>48</sup> dalam industri batik. Adanya pertalian darah sama artinya dengan makin berkembangnya usaha batik di

---

<sup>43</sup> Wawancara dengan Ibu Waridah pada tanggal 8 April, di Karangjajen.

<sup>44</sup> Wawancara dengan Bapak Subandi pada tanggal 6 November 2014, di Karangjajen.

<sup>45</sup> Perkawinan Endogami adalah perkawinan antara etnis, klan, suku, atau kekerabatan dalam lingkungan yang sama. Dalam sistem perkawinan ini seseorang diharuskan untuk mencari jodoh di lingkungan kelas sosialnya sendiri atau yang mempunyai hubungan kekerabatan.

<sup>46</sup> Bintarto Hardjosuwignyo, *op.cit.* hlm. 238.

<sup>47</sup> Wawancara dengan Ibu Warifah pada tanggal 9 April 2015, di Karangjajen.

<sup>48</sup> Bumbu batik adalah semacam bahan pewarna untuk mewarnai kain batik yang telah selesai di cap. Bahan bumbu batik bisa berupa kulit pohon mengkudu (*pace*), *soga*, *pacar banyu*, *tingi*, *indigo*, *secang* dan lain sebagainya. Wawancara dengan Bapak Jahdan pada tanggal 6 April 2015, di Karangjajen.

wilayah tersebut demi memperluas jaringan usaha batik mereka. Terkadang ikatan perkawinan ini bertujuan untuk mempertahankan status sosial dan harta kekayaannya tidak jatuh ke tangan orang lain.<sup>49</sup>

Pada tahapan ketiga unsur penyokong faktor ekonomi yang penting adalah kemampuan mereka untuk mendistribusikan batik yang mereka produksi. Setelah mempunyai modal yang kuat, relasi bisnis yang baik, mereka juga dituntut untuk lancar dalam pendistribusian produk batik mereka. Di atas juga sudah disinggung bahwa mereka mempunyai relasi bisnis diberbagai daerah khususnya di Pulau Jawa. Para rekanan bisnis ini sudah siap menerima barang pesanan yang mereka pesan dari para pengusaha batik di Karangakajen.

Sebagian besar pengusaha batik ini terkadang dalam mengirimkan barang lebih sering memanfaatkan jasa kurir yang mereka pekerjakan. Adapula sesekali dikirim tanpa melalui kurir, yakni melalui anak, istri atau suami dari pengusaha tersebut yang melakukan pengiriman. Tujuan yang kedua ini agar mereka tetap menjalin hubungan yang baik antara para pengusaha dengan rekan bisnis.<sup>50</sup> Sedangkan untuk pendistribusian di pasar lokal sepertihalnya pasar Beringharjo, kebanyakan para pengusaha ini langsung mengantarkan sendiri produk mereka ke pedagang langganan yang biasa mengambil produk batik milik mereka.<sup>51</sup>

Para pengusaha batik yang menyetorkan kain ini biasanya lebih memilih waktu di sore hari. Alasan mereka yaitu banyak orang yang berbelanja di pasar menjelang sore atau ketika cuaca teduh. Beberapa pengusaha batik ini selalu meminta pembayaran tunai (tidak dibayar kredit) ketika terjadi transaksi jual beli. Namun lama kelamaan, banyak pula rekanan bisnis yang biasanya membayar dalam 2 kali pembayaran, dengan waktu yang telah mereka sepakati.<sup>52</sup> Para pedagang perantara juga turut andil dalam mendistribusikan kain batik di

---

<sup>49</sup> Wawancara dengan Ibu Waridah pada tanggal 8 April 2015, di Karangakajen.

<sup>50</sup> Wawancara dengan Bapak Zamharir pada tanggal 12 November 2014, di Karangakajen

<sup>51</sup> Wawancara dengan Bapak Jahdan pada tanggal 30 Oktober 2014, di Karangakajen.

<sup>52</sup> Wawancara dengan Ibu Waridah pada tanggal 8 April 2015, di Karangakajen.

Karangkajen. Pedagang perantara ini biasanya hanya menjualkan tanpa harus membayar dahulu semua kain batik yang mereka bawa. Tentunya para pengusaha batik di Karangkajen juga tidak memberikan kain batik mereka kepada semua orang yang ingin membantu menjualkan kain batik, hanya kepada mereka yang bisa dipercaya. Para pedagang perantara ini biasanya adalah orang Arab dan orang Cina.<sup>53</sup>

## 2. Faktor Sosial dan Teknologi

Keyakinan dalam hal keagamaan juga turut mempengaruhi cara kerja mereka dalam mengelola bisnis batik. Mereka meyakini bahwa Islam dalam ajarannya memberikan semangat untuk giat berusaha, pantang menyerah, dan beramal shaleh. Beberapa pengusaha batik di Karangkajen menyatakan bahwa Islam sangat mendukung umatnya untuk menjadi orang yang sukses dunia akhirat seperti yang terkandung dalam *Quran Surat Al-Qashas* ayat 77<sup>54</sup>. Mereka juga berpedoman sesuai *hadits* nabi (Muhammad) tentang semangat kerja yaitu “carilah bekal untuk kehidupan dunia seakan manusia akan hidup selamanya dan carilah bekal untuk akhiratmu (kehidupan setelah kematian) seakan-akan mati besok”.<sup>55</sup>

Selanjutnya kemajuan teknologi juga merupakan salah satu hal yang cukup dominan dalam mendukung tercapainya kelancaran bisnis batik. Pengaruh teknologi dalam hal ini antara lain adanya penemuan teknik cap. Sejak ditemukan teknik cap di akhir abad 19 kewirausahaan batik di Jawa mengalami kemajuan. Keberadaan teknik cap ini berdampak dalam hal penghematan waktu dalam pembuatan batik. Sebelum teknik cap ditemukan satu lembar kain batik bisa

---

<sup>53</sup> Bintarto Hardjosuwignyo, *op.cit.* hlm. 256.

<sup>54</sup> Dalam isi *Quran Surat Al-Qashas* ayat 77, dijelaskan bahwa manusia haruslah mencari apa yang sudah dianugerahkan Allah kepadanya yaitu kebahagiaan negeri akhirat. Akan tetapi manusia juga jangan sampai lupa untuk menikmati kebahagiaan duniawi yang telah disediakan. Manusia juga diperintahkan untuk berbuat baik terhadap sesama dan jangan sampai berbuat kerusakan di bumi.

<sup>55</sup> Wawancara dengan Bapak Subandi pada tanggal 6 November 2014, di Karangkajen.

dikerjakan selama satu bulan bahkan ada yang lebih. Dengan teknik cap biaya produksi batik bisa ditekan, dan kain batik bisa diproduksi secara massal dengan harga yang murah dan waktu yang lebih cepat.<sup>56</sup> Ketika harga batik semakin murah maka permintaan akan kain batik mengalami peningkatan. Akibat dari munculnya banyak pengusaha batik di Karangajen maka para juragan ini kemudian banyak memperkerjakan orang kampung sekitarnya untuk membantu kegiatan produksi batik di Karangajen.

### 3. Faktor Politik di Indonesia

Pada sekitar tahun 1945 hingga 1949 perkembangan kewirausahaan batik di Yogyakarta tidak kondusif. Baru setelah masa revolusi berakhir, batik kembali menggeliat. Dengan didirikannya Gabungan Koperasi Batik Indonesia (GKBI) pada tahun 1949 perkembangan kewirausahaan batik sedikit demi sedikit mengalami pertumbuhan. GKBI merupakan gabungan dari lima koperasi batik yang besar di Pekalongan, Solo, Yogyakarta, Bandung, dan Jakarta.<sup>57</sup>

Di bawah pemerintahan Presiden Soekarno, GKBI mempunyai kedudukan yang kuat sebagai pemegang lisensi untuk mengimpor kain mori. Pada waktu itu GKBI mencakup sekitar 40 koperasi yang mewakili sekitar 8.000 usaha keluarga atau bengkel batik kecil-kecilan. GKBI juga membuat kain mori sendiri dari tiga pabrik yang dimiliki yaitu: PT Medari yang sepenuhnya milik GKBI yang berlokasi di Medari, PT Prima-Texco yang merupakan usaha patungan dengan sebuah perusahaan Jepang dan dengan anak perusahaan Bank Dunia, serta PT. Primissima yang dimiliki bersama dengan Pemerintah Indonesia sebagai hibah dari Pemerintah Belanda.<sup>58</sup> Bantuan subsidi bahan seperti mori biru, prima, dan primissima juga turut diberikan pemerintah kepada para pengusaha batik di Karangajen.

---

<sup>56</sup> Bintarto Hardjosuwignyo, *op.cit.* hlm. 235-236.

<sup>57</sup> Yahya A. Muhaimin, *Bisnis dan politik: Kebijakan Ekonomi Indonesia 1950-1980* (Jakarta: LP3ES, 1990), hlm. 234.

<sup>58</sup> *Ibid.*, hlm. 236.

Perkembangan koperasi batik, terutama GKBI sebagai gabungan koperasi tidak terlepas dari pengaruh perundang-undangan dan peraturan yang berlaku serta campur tangan pemerintah baik langsung maupun tidak langsung, terutama pada dekade 1960an.<sup>59</sup> Dekade 1950 sampai pertengahan 1960an, pemerintahan dan situasi sosial ekonomi diwarnai dengan kuat oleh pengaruh partai komunis, sehingga peranan negara dalam perekonomian sangat besar, keadaan itu juga memberikan keuntungan bagi para pengusaha batik.

Harga batik setelah pengakuan kedaulatan (1950) hingga permulaan masa pemerintahan kabinet Ali Wongso Arifin (1953) pada umumnya tinggi. Selanjutnya di masa Kabinet Burhanuddin Harahap (akhir 1955) batik agak jatuh harganya dikarenakan merosotnya harga ekspor bahan-bahan mentah.<sup>60</sup> Menjelang awal tahun 1956 hingga Oktober 1957 harga kain batik mengalami kenaikan, hal ini dikarenakan naiknya harga kain *cambric* dan bahan impor lainnya. Jika dibandingkan dengan harga pangan / sembako (sembilan bahan pokok) seperti halnya beras, harga batik saat itu termasuk mahal. Harga rata-rata 1 kg beras pada tahun 1957 di pasar Beringharjo adalah 3,83 rupiah, sedangkan harga rata-rata 1 helai kain batik paling murah (kualitas kasar) yaitu 47,71 rupiah.<sup>61</sup>

Politik ekonomi saat itu diwarnai dengan kebijaksanaan Semangat Berdikari, akibatnya import tekstil jadi dari luar negeri hampir tidak ada. Keadaan ini sangat melenakan para pengusaha tekstil termasuk pengusaha batik, karena semua hasil produksinya dengan cepat terserap di pasar. Untuk mendapatkan jatah bahan baku yang lebih banyak, maka bermunculan pengusaha batik baru

---

<sup>59</sup> Tim Penyusun, *20 Tahun GKBI 1940-1968...*, hlm. 90-95.

<sup>60</sup> Bintarto Hardjosuwignyo, *op.cit.* hlm. 282.

<sup>61</sup> Ahmad Adaby Darban, *Kebangkitan Orde baru di Yogyakarta* (Yogyakarta: Balai Kajian Sejarah dan Nilai Tradisional di Yogyakarta, 1993), hlm. 19.

dan mendaftar menjadi anggota koperasi.<sup>62</sup> Kebanyakan pengusaha baru tersebut hanya memanfaatkan situasi dan bukan wirausahawan sejati, karena dengan menjual jatah mori maka mereka sudah mendapatkan untung.

Untuk mengembangkan kewirausahaan pribumi Indonesia dan meletakkan kegiatan ekonomi yang penting dibawah kontrol nasional, pada tahun 1950 pemerintah memperkenalkan Program Benteng yang memberikan izin - izin dan kredit impor kepada importir pribumi. Hal ini, membuahkan hasil pada pertengahan tahun 1950-an. Sekitar 70% perdagangan impor Indonesia ditangani oleh para pengusaha Indonesia. Program benteng memfokuskan agendanya pada pengamanan kontrol nasional atas perdagangan impor.<sup>63</sup>

## **Kesimpulan**

Pengusaha batik di Karangajen yang mulai menjalankan bisnisnya di tahun-tahun 1950an umumnya merupakan kelompok pengusaha yang meneruskan bisnis batik milik orang tua mereka. Para penguasaha tersebut dalam menjalankan bisnisnya mempunyai beberapa strategi usaha, diantaranya yaitu menjaga kualitas produk batik, berbisnis dengan menjual bahan mentah, perdagangan antar kota, iklan di majalah Muhammadiyah dan meng-copy motif batik yang sedang laku dipasaran. Semua strategi tersebut mereka kembangkan untuk mempertahankan eksistensi mereka sebagai pengusaha batik yang mempunyai kehidupan ekonomi yang baik dan kuat. Akibat pengaruh dari kepercayaan agama yang mereka anut, mereka dalam hal menjalankan bisnis selalu mempertimbangkannya dengan ajaran agama. Mereka selalu menghindari bentuk-bentuk pengelolaan bisnis yang tidak sesuai dengan keyakinan agama, seperti halnya berbuat curang dan merugikan orang lain. Meski demikian mereka

---

<sup>62</sup> Bintarto Hardjosuwignyo, *op.cit.* hlm. 90.

<sup>63</sup> Thee Kian Wie, "Kebijakan Ekonomi Indonesia Selama Periode 1950-1956, Khususnya terhadap Penanaman Modal Asing", dalam Thomas Lindblad (ed.), *Fondasi Historis Ekonomi Indonesia* (Yogyakarta: Pusat Studi Sosial Asia Tenggara UGM, 2002), hlm. 377.

juga bersikap rasional dalam berbisnis sehingga tidak segan-segan menjalin hubungan bisnis dengan orang-orang yang berbeda keyakinan, misalnya orang Cina yang beragama Nasrani dan aliran kepercayaan. Asalkan sama-sama menguntungkan, kerjasama yang mereka jalin akan terus dipertahankan.

Dalam mengelola industri batik mereka selalu bersemangat dan pantang menyerah dalam bekerja, karena mereka meyakini bahwa dalam Islam bekerja adalah bagian dari ibadah. Strategi bisnis yang mereka kembangkan seperti halnya menjual bahan mentah tanpa bersusah payah harus mengolahnya sendiri dan meng-copy (nembak) motif batik milik orang lain bukanlah bentuk strategi yang mereka anggap bertentangan dengan agama dan juga tidak merugikan orang lain. Perilaku meng-copy ataupun me-nembak motif tidak dianggap merugikan karena yang mereka copy motifnya masih dalam satu keluarga besar. Selanjutnya, para pengusaha batik Karangakajen ini termasuk ke dalam kelompok pengusaha yang enggan berhubungan dengan bank. Mereka menganggap praktek penyimpanan uang di bank konvensional saat itu bertentangan dengan ajaran agama Islam. Islam dengan keras melarang umatnya untuk memakan uang hasil riba. Mereka memandang bunga bank termasuk ke dalam riba. Para pengusaha batik ini ketika kekurangan modal maka mereka akan meminjamnya kepada sanak famili, sedangkan ketika mereka mendapatkan untung besar dari perdagangan batik hampir tidak ada yang menyimpannya di bank. Mereka lebih banyak mengalihkan hasil keuntungan mereka untuk membeli berbagai macam bentuk investasi seperti tanah, emas dan berlian. Adapula yang menggunakan uang hasil keuntungannya untuk memperbaiki atau memperkuat industri batik yang mereka kelola.

### Daftar Pustaka

#### Buku dan artikel:

- Abdurrachman Surjomihardjo, *Sejarah Perkembangan Sosial Kota Yogyakarta 1880-1930*, Yogyakarta: Yayasan Untuk Indonesia, 2000.
- Ahmad Adaby Darban, *Sejarah Kauman: Menguak Identitas Kampung Muhammadiyah*, Yogyakarta: Tarawang Kauman, 2000.
- Ahmad Adaby Darban dan Marhaban Faqih, "Kebangkitan Orde Baru di Yogyakarta", Laporan Penelitian, Yogyakarta: Balai Kajian Sejarah dan Nilai Tradisional di Yogyakarta, 1993.
- Bambang Purwanto, "Merajut Jaringan di Tengah Perubahan: Komunitas Ekonomi Muslim di Indonesia pada Masa Kolonial", *Lembaran Sejarah*, Yogyakarta: Jurusan Ilmu Sejarah Fakultas Sastra UGM, 2000.
- Bintarto Hardjosuwignyo, "Laporan Penyelidikan Tentang Industri batik di Djawa Tengah" dalam *Ekonomi dan Keuangan Indonesia*, Mei-Djuni 1958.
- Destha T. Raharjana, "Siasat Usaha Kaum Santri (Ekonomi Moral dan Rasional dalam Usaha Konfeksi di Mlangi Yogyakarta)", dalam Heddy Shri Ahimsya (ed.), *Ekonomi Moral, Rasional dan Politik dalam Industri Kecil di Jawa*, Yogyakarta: Kepel Press, 2003.
- Geertz, Clifford, *Abangan, Santri, dan Priyayi dalam Masyarakat Jawa*, Jakarta: PT Midas Surya Grafindo, 1987.
- Kajian Utama, "Kesalehan Masyarakat Karangakjen", dalam *Buletin SUAKA*, Edisi Desember 2003.
- Kroef, J.M. Van Der, *Indonesia in The Modern World part I*, Bandung: Masa Baru, 1954.
- Kuntowijoyo, *Paradigma Islam*, Bandung: Mizan, 1991.
- \_\_\_\_\_, "Muslim Kelas Menengah Indonesia dalam Mencari Identitas, 1910-1950", *Prisma*, November 1985, Jakarta: LP3ES, 1985.
- Nakamura, Mitsuo, *Bulan Sabit Muncul dari Balik Pohon Beringin: Studi tentang Pergerakan Muhammadiyah di Kotagede*, Yogyakarta, Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 1983.
- Taufik Abdullah, *Islam dan Masyarakat*, Jakarta: LP3ES, 1987.



\_\_\_\_\_ (ed.), *Agama Etos Kerja dan Perkembangan Ekonomi*, Jakarta: LP3ES, 1988.

Thee Kian Wie, "Kebijakan Ekonomi Indonesia Selama Periode 1950-1956, Khususnya terhadap Modal Asing", dalam Thomas Lindblad (ed.), *Fondasi Historis Ekonomi Indonesia*. Yogyakarta: Pusat Studi Sosial Asia Tenggara UGM, 2002.

Van Mook, H.J, *Kuta Gede*, Jakarta: Bhratara, 1972.

Webber, Max, *The Protestant Ethic and The Spirit of Capitalism* yang diterjemahkan ke dalam bahasa Indonesia dengan judul *Etika Protestan dan Semangat Kapitalisme*, terj. Yusup Priyasudiardja, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2006.

Yahya A. Muhaimin, *Bisnis dan Politik: Kebijaksanaan Ekonomi Indonesia 1950 -1980*, Jakarta: LP3ES, 1990.

#### **Laporan:**

Tim Penyusun, *20 Tahun GKBI 1948-1968*, Jakarta: Koperasi Pusat GKBI, 1969.

#### **Koran:**

"Masalah Di balik Senjuman Pedagang Batik", Kompas, 28 April 1969.

**Daftar Informan / Pelisan**

<b>No</b>	<b>Nama</b>	<b>Usia</b>	<b>Pekerjaan</b>	<b>Alamat</b>
1	Subandi	75 tahun	Pensiunan	Karangkajen MG III Yogyakarta
2	H. Zamharir	79 tahun	Wiraswasta	Karangkajen MG III Yogyakarta
3	Yanto	57 tahun	Wiraswasta	Karangkajen MG III Yogyakarta
4	H. Jarfan	63 tahun	Pensiunan	Karangkajen MG III Yogyakarta
5	H. Jahdan Ibnu	58 tahun	Dosen	Karangkajen MG III Yogyakarta
6	H. Darwin Harsono	73 tahun	Dosen	Krapyak Yogyakarta
7	Hj. Warifah Bisri	83 tahun	Wiraswasta	Karangkajen MG III Yogyakarta
8	Hj. Waridah	82 tahun	Wiraswasta	Karangkajen MG III Yogyakarta
9	Darni	73 tahun	Tidak Bekerja	Karangkajen MG III Yogyakarta