

## KEPEMIMPINAN BERBASIS ASTA BRATA DAN SIFAT SIDDIQ PADA PENGELOLA USAHA MIKRO KELUARGA: STUDI ETNO-RELIGIUS DI SENTRA INDUSTRI BATIK

Syahrul Syarifudin

Universitas Kuningan (UNIKU), Jawa Barat, Indonesia

\*Email corresponding author: syahrul.syarifudin@gmail.com

---

### Abstract

This study aims to explore and develop a hybrid leadership model that integrates Javanese local wisdom (Asta Brata) with Islamic business ethics (Sifat Siddiq) in family-based Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs). Amidst global economic dynamics, family-based MSMEs often face succession and professionalism challenges rooted in a crisis of trust. This study uses a qualitative approach with a phenomenological case study method in the batik industry center in Central Java. Data were collected through in-depth interviews, participant observation, and documentation studies of 15 hereditary batik business owners. The results show that the internalization of Asta Brata values—particularly the elements of the Sun (Surya) and Earth (Bantala)—which are synergized with the nature of Siddiq (honesty/integrity) form a "Resi-Saudagar" leadership pattern. This pattern not only increases internal trust among family members but also revitalizes the culture of Gotong Royong (mutual cooperation) within the industrial cluster. These findings contribute to the business ethics literature by offering a values-based leadership framework that ensures business sustainability through strong social capital.

**Keywords:** Trust, *Asta Brata*, *Sifat Siddiq*, Islamic Business Ethics, MSMEs Sustainability, Mutual Cooperation

Classification:

History:

Submitted:

August 19, 2025

Revised:

October 28, 2025

Accepted:

December 13, 2025

## PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan tulang punggung perekonomian nasional Indonesia, menyumbang lebih dari 60% Produk Domestik Bruto (PDB). Namun, statistik menunjukkan bahwa tingkat mortalitas UMKM keluarga cukup tinggi pada transisi antargenerasi. Salah satu faktor fundamental yang menyebabkan kegagalan ini adalah krisis kepemimpinan dan erosi nilai etika dalam pengelolaan bisnis ([Tambunan, 2019](#)). Dalam konteks persaingan global, kepemimpinan yang hanya berorientasi pada profitabilitas finansial terbukti rapuh. Diperlukan paradigma kepemimpinan yang mengakar pada nilai kultural dan spiritual untuk menjamin keberlanjutan (*sustainability*).

Secara spesifik, industri batik di Jawa tidak hanya sekadar entitas ekonomi, melainkan juga entitas budaya. Pengelolaannya sangat dipengaruhi oleh nilai-nilai luhur Jawa dan Islam yang berkembang di masyarakat pesisir maupun pedalaman (*mataraman*). Namun, terdapat *research gap* yang signifikan dalam literatur manajemen strategis saat ini. Sebagian besar studi tentang kepemimpinan UMKM cenderung mengadopsi teori barat yang transaksional ([Northouse, 2025](#)), sementara studi tentang etika bisnis Islam seringkali terpisah dari diskursus kearifan lokal. Padahal, integrasi antara nilai Asta Brata (delapan perilaku alamiah kepemimpinan Jawa) dan sifat Siddiq (kejujuran profetik) berpotensi menciptakan fondasi etika yang kokoh.

Urgensi penelitian ini terletak pada revitalisasi nilai Gotong Royong yang mulai memudar di klaster industri akibat persaingan yang tidak sehat. Kepemimpinan yang berlandaskan Siddiq menjamin transparansi, sementara Asta Brata menyediakan panduan perilaku adaptif. Penelitian ini bertujuan untuk: (1) Menganalisis bagaimana pengelola UMKM keluarga menginterpretasikan dan menerapkan nilai Asta Brata dan Siddiq; (2) Menginvestigasi peran kepemimpinan ini dalam memperkuat modal sosial dan semangat gotong royong; dan (3) Merumuskan implikasi teoretis bagi pengembangan model kepemimpinan etno-religius.

## TINJAUAN PUSTAKA DAN PERUMUSAN HIPOTESIS

### Etika Bisnis Islam dan Sifat Siddiq

Etika bisnis Islam menekankan kesatuan (*tauhid*), keseimbangan (*adl*), kehendak bebas (*ikhhtiyar*), dan tanggung jawab (*fardh*). Dalam konteks kepemimpinan, sifat *Siddiq* (jujur/benar) adalah fundamental. Menurut [Beekun dan Badawi \(1999\)](#), integritas dalam Islam bukan sekadar tidak berbohong, tetapi kesesuaian antara niat, ucapan, dan perbuatan. Dalam konteks bisnis, *Siddiq* bermanifestasi pada transparansi laporan keuangan, kejujuran kualitas produk, dan penepatan janji kepada mitra usaha ([Antonio, 2007](#)).

### Kepemimpinan Berbasis Kearifan Lokal: Asta Brata

*Asta Brata* adalah filosofi kepemimpinan Jawa yang diadopsi dari epos Ramayana dan dikembangkan dalam literatur Jawa Baru. Konsep ini mengajarkan bahwa pemimpin harus meniru sifat delapan unsur alam ([Endraswara, 2013](#)):

1. *Surya* (Matahari): Memberi energi dan kehidupan secara merata.
2. *Candra* (Bulan): Memberi penerangan dalam kegelapan (*kesejukan*).
3. *Kartika* (Bintang): Menjadi pedoman arah dan memiliki cita-cita tinggi.
4. *Angin* (Udara): Masuk ke segala tempat (*dekat dengan rakyat/bawahan*).
5. *Mendung* (Awan/Hujan): Berwibawa dan memberi kesejahteraan.
6. *Agni* (Api): Tegas dalam menegakkan hukum/aturan.
7. *Samudra* (Laut): Berwawasan luas dan pemaaf.
8. *Bantala* (Bumi): Sabar, kokoh, dan menjadi landasan pijak.

## Modal Sosial dan Gotong Royong dalam Klaster Industri

Modal sosial, yang terdiri dari kepercayaan (*trust*), norma, dan jaringan, adalah aset intangible bagi UMKM ([Fukuyama, 1995](#)). Dalam konteks Indonesia, modal sosial ini terkristalisasi dalam budaya *Gotong Royong*. Namun, keberlanjutan klaster industri sering terancam oleh perilaku *free-rider* dan ketidakjujuran. Kepemimpinan yang etis (Siddiq) dan mengayomi (Asta Brata) diprediksi dapat mereduksi biaya transaksi dan meningkatkan kohesivitas kelompok ([Putnam, 1994](#)).

Berdasarkan tinjauan literatur di atas, penelitian ini mengajukan dua proposisi, diantaranya:

- a. *P1: Integrasi sifat Siddiq memperkuat elemen 'Agni' (ketegasan hukum) dan 'Surya' (transparansi) dalam Asta Brata, menciptakan kepercayaan absolut di antara anggota keluarga pengelola.*
- b. *P2: Penerapan kepemimpinan berbasis Asta Brata memfasilitasi terciptanya budaya Gotong Royong yang berkelanjutan dalam klaster industri batik.*

## METODE PENELITIAN

### Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain studi kasus (*case study*). Pendekatan ini dipilih untuk memahami fenomena kepemimpinan secara holistik dalam konteks kehidupan nyata ([Yin, 2009](#)). Paradigma yang digunakan adalah interpretivisme, yang memandang realitas sosial sebagai hasil konstruksi makna oleh para pelaku usaha.

### Lokasi dan Subjek Penelitian

Penelitian dilakukan di dua sentra industri batik utama di Jawa Tengah, yaitu Kampung Batik Laweyan (Surakarta) dan Kampung Batik Kauman (Pekalongan). Lokasi ini dipilih karena memiliki sejarah panjang akulturasi budaya Jawa dan Islam serta struktur bisnis keluarga yang kuat. Informan kunci terdiri dari 15 pemilik UMKM batik (generasi ke-2 hingga ke-4) yang dipilih menggunakan teknik *purposive sampling* dengan kriteria: (1) Usaha telah berjalan minimal 10 tahun, (2) Melibatkan anggota keluarga dalam manajemen, (3) Dikenal memiliki reputasi etis di komunitas.

### Teknik Pengumpulan Data

1. Wawancara Mendalam: Menggunakan pedoman semi-terstruktur untuk menggali pemahaman informan tentang nilai-nilai kepemimpinan.
2. Observasi Non-Partisipan: Mengamati interaksi pemimpin dengan karyawan, proses produksi, dan transaksi dagang.
3. Focus Group Discussion (FGD): Melibatkan tokoh masyarakat dan pengelola usaha untuk memvalidasi temuan awal.

### Teknik Analisis Data

Analisis data dilakukan menggunakan model interaktif [Miles et al. \(2014\)](#), yang meliputi: (1) Kondensasi data, (2) Penyajian data, dan (3) Penarikan kesimpulan/verifikasi. Keabsahan data diuji melalui triangulasi sumber dan triangulasi metode.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Manifestasi Sifat Siddiq dalam Elemen Asta Brata

Temuan lapangan menunjukkan bahwa pengelola UMKM batik tidak memisahkan nilai agama dan budaya secara dikotomis. Sebaliknya, terjadi proses sinkretisme positif di mana sifat

*Siddiq* menjadi "ruh" atau nyawa bagi pelaksanaan *Asta Brata*.

### **Sinergi Surya (Matahari) dan Kejujuran Transaksional**

Pemimpin yang mengadopsi elemen *Surya* memberikan energi kehidupan. Dalam praktik bisnis, hal ini diterjemahkan sebagai transparansi aliran kas (*cashflow*). Salah satu informan menyatakan:

"Menjadi matahari itu bukan hanya memberi panas, tapi memberi terang. Dalam bisnis keluarga, 'terang' itu adalah *Siddiq* dalam pembukuan. Tidak ada yang disembunyikan antara kakak dan adik." (Informan 3, Solo). Temuan ini sejalan dengan teori *Stewardship*, di mana pemimpin bertindak sebagai pelayan bagi kepentingan bersama, bukan kepentingan pribadi (Davis et al., 1997). Sifat *Siddiq* menghilangkan asimetri informasi yang sering menjadi pemicu konflik agensi dalam bisnis keluarga.

### **Sinergi Bantala (Bumi) dan Konsistensi Kualitas**

Elemen *Bantala* atau bumi menggambarkan sifat sabar dan pemurah. Dalam konteks produksi, sifat ini berkolaborasi dengan *Siddiq* dalam bentuk kejujuran bahan baku. Penggunaan lilin malam dan pewarna yang sesuai standar, tanpa mengurangi takaran demi profit sesaat, adalah wujud *Siddiq* terhadap konsumen. Kepercayaan pelanggan terbangun karena pemimpin "seperti bumi" yang konsisten menopang kualitas.

### **Revitalisasi Gotong Royong melalui Kepemimpinan "Angin"**

Elemen *Angin* (masuk ke sela-sela tanpa batas) merepresentasikan pemimpin yang egaliter dan dekat dengan karyawan serta sesama pengrajin. Penelitian ini menemukan bahwa pemimpin dengan gaya ini mampu menghidupkan kembali *Gotong Royong* dalam tiga aspek:

1. Tolong-Menolong dalam Produksi (Sub-contracting): Ketika satu usaha menerima pesanan berlebih, pemimpin yang memiliki sifat *Siddiq* (tidak serakah) akan membagi pesanan tersebut ke tetangga (kompetitor) dengan sistem bagi hasil yang adil. Ini adalah manifestasi *Ukhuwah Islamiyah* yang dibalut budaya *Gotong Royong*.
2. Keadilan dalam Pengupahan: Sifat *Siddiq* menuntut pembayaran upah yang tepat waktu dan sesuai kesepakatan (*akad*). Hal ini menciptakan loyalitas karyawan yang tinggi.
3. Keberlanjutan Usaha (Sustainability): Dalam klaster industri, keberlanjutan individu bergantung pada keberlanjutan komunitas. Pemimpin yang menerapkan *Asta Brata* (khususnya elemen *Samudra* yang luas hati) lebih cenderung berbagi pengetahuan teknik membuat batik baru daripada mematenkannya secara eksklusif.

### **Integrasi Nilai Islam dan Budaya Lokal sebagai Modal Sosial**

Hasil analisis menunjukkan bahwa integrasi *Asta Brata* dan *Siddiq* membentuk apa yang disebut dalam penelitian ini sebagai "Ethno-Religious Social Capital". Berbeda dengan modal sosial Barat yang transaksional, modal sosial ini bersifat transendental. Pelaku usaha melakukan kejujuran dan gotong royong bukan semata karena ekspektasi timbal balik ekonomi, tetapi sebagai bentuk ibadah (*Amal Saleh*). Temuan ini menguatkan pendapat (Tasmara, 2002) mengenai etos kerja Muslim, namun menambahkan nuansa kultural Jawa yang membuat nilai-nilai tersebut lebih mudah diterima dan dipraktikkan dalam struktur sosial masyarakat batik.

## **KESIMPULAN**

Penelitian ini menyimpulkan bahwa kepemimpinan pada UMKM keluarga di sentra industri batik tidak berjalan dalam ruang hampa nilai. Model kepemimpinan yang efektif adalah model hibrida yang mengawinkan filosofi *Asta Brata* dengan sifat *Siddiq*. Sifat *Siddiq* berfungsi sebagai penjamin integritas moral yang mencegah korupsi internal dan penipuan kualitas. Filosofi *Asta*

*Brata* menyediakan kerangka perilaku manajerial yang adaptif, humanis, dan berbasis alam. Sedangkan, kombinasi keduanya merevitalisasi budaya gotong royong, mengubah kompetisi yang mematikan menjadi "ko-opetisi" (kerjasama dalam kompetisi) yang menjamin keberlanjutan klaster industri.

### **Implikasi Manajerial**

#### Implikasi Teoretis

Studi ini berkontribusi pada pengembangan teori *Indigenous Management* dengan membuktikan bahwa kearifan lokal (*Local Wisdom*) bukan merupakan penghambat modernitas, melainkan aset strategis jika dipadukan dengan etika universal (Agama).

#### Implikasi Praktis

Bagi praktisi UMKM, disarankan untuk tidak hanya mewariskan aset fisik kepada generasi penerus, tetapi juga melakukan transfer pengetahuan mengenai nilai-nilai luhur ini melalui *mentoring* dan keteladanan (*Ing Ngarso Sung Tulodo*).

#### Implikasi Kebijakan

Pemerintah daerah dan Dinas Koperasi disarankan untuk memasukkan materi etika bisnis berbasis budaya lokal dalam kurikulum pelatihan UMKM, guna membangun karakter wirausaha yang tangguh dan berintegritas.

### **DAFTAR PUSTAKA**

- Antonio, M. S. (2007). *Muhammad SAW: The Super Leader Super Manager*. Tazkia Multimedia.
- Beekun, R. I., & Badawi, J. A. (1999). *Leadership: an Islamic Perspective*. Amana.
- Davis, J. H., Schoorman, F. D., & Donaldson, L. (1997). Toward a Stewardship Theory of Management. *Academy of Management Review*, 22(1), 20–47.
- Endraswara, S. (2013). *Falsafah Kepemimpinan Jawa: Soeharto, Sri Sultan HB IX & Jokowi*. Narasi.
- Fukuyama, F. (1995). *Trust: The Social Virtues and the Creation of Prosperity*. Free Press.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2014). *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook*. Sage Publications.
- Northouse, P. G. (2025). *Leadership: Theory and Practice*. Sage Publications.
- Putnam, R. D. (1994). *Making Democracy Work: Civic Traditions in Modern Italy*. Princeton University Press.
- Tambunan, T. (2019). Recent Evidence of The Development of Micro, Small and Medium Enterprises in Indonesia. *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 9(1), 18.
- Tasmara, T. (2002). *Membudayakan Etos Kerja Islami*. Gema Insani Press.
- Yin, R. K. (2009). *Case Study Research: Design and Methods (Vol. 5)*. SAGE.