

# PERILAKU *NGEMPLANG* DAN POLA PENYELESAIANNYA DALAM REALITAS PENGUSAHA BATIK MUSLIM KOTA PEKALONGAN

*Triana Sofiani*  
*Rita Rahmawati*  
*Asmuni Hayat*  
STAIN Pekalongan

**Abstract:** *Ngemplang* (javanese term to call nonpayment deed of obligation) has been frightening many Batik industrialists in Pekalongan. In short, it harmed Batik industrial badly. They should get some profits for their work, just because of partner who broke the agreement by not settle his obligation, it would be gone and away. Unfortunately, the cheating practice has looked a like to be an habit in Pekalongan Batik industrials. So, I intended to study closer this phenomena and brought the facts to you. Therefore, I gathered the primary data (field research) purposively in order to show the details of *Ngemplang* deed in Pekalongan Batik industrials, ins and outs. I did so to the dispute resolution of it. The data were analyzed by using symbolic interactions theory and market-firm one. The result show us that *ngemplang* might occurred in every single chains of industry: from supplying phase, in the beginning, up to marketing one. To arrange the *ngemplang* dispute, the victims (owner) has performed all the way in which they can draw their credits back. Somehow, they collected the claim from *ngemplang* doer by hook or by crook, by using mediation; hiring some debt collectors; and/or seizing the debtor's assets/properties, activa and passiva.

**Kata Kunci:** *Ngemplang*, Pengusaha Batik, Bisnis Batik dan Sengketa

## PENDAHULUAN

Kota Pekalongan yang selama ini dikenal dengan sebutan Kota Santri sekaligus sebagai Kota Batik, telah melahirkan keunikan dan kekhasan tersendiri yang tidak ditemukan di daerah lain. Menarik untuk dikaji bahwa, pengusaha batik Kota Pekalongan didominasi oleh orang

Islam, baik pengusaha laki-laki (muslim) maupun pengusaha perempuan (muslimah). Hal tersebut dipertegas oleh Kepala Disperindagkop dan UKM Kota Pekalongan bahwa, jumlah pengusaha batik yang terdaftar di Disperindagkop dan UKM Kota Pekalongan sebanyak 3402 orang, dengan skala usaha kecil menengah, menengah maupun besar, sedangkan yang belum terdaftar masih sangat banyak karena belum memiliki izin usaha, terutama untuk skala kecil dan kecil menengah. Selain itu dari data yang ada, sejumlah 3402 orang pengusaha batik tersebut, 95% beragama Islam (muslim/muslimah). (Wawancara tanggal 12 Januari 2011; lihat juga dalam: Triana Sofiani, 2010, 69).

Berdasarkan hasil observasi awal di lapangan, para Pengusaha batik Kota Pekalongan dalam memasarkan produksi batiknya melalui berbagai cara yakni: (1) dengan menjual secara langsung kepada konsumen; (2) dikirim langsung ataupun melalui jasa pengiriman barang ke toko-toko atau ke pasar baik lokal maupun ke luar daerah-pulau bahkan ke luar negeri dan juga; (3) melalui pihak ke tiga (loper/perantara) untuk kemudian dijual langsung kepada konsumen ataupun dikirim kepada pihak pedagang lain. Cara pembayarannya juga dilakukan dengan beragam mulai dari tunai/kontan, tempo atau menggunakan cek-giro dengan tempo tertentu. Kesepakatan pemenuhan prestasi atas pembayaran oleh pihak kedua atau pihak ke tiga, tidak selamanya berjalan lancar bahkan macet. Akibatnya pengusaha batik menjadi rugi. Fakta menunjukkan ada kisah sukses dan tidak sedikit juga kisah sedih pengusaha batik baik produsen maupun loper yang bangkrut karena pihak kedua atau ke tiga melakukan wanprestasi atau *ngemplang*.

Modus yang dilakukan oleh pelaku "*ngemplang*" ini, biasanya mereka datang kepada pengusaha membeli barang dengan cara kontan hingga tiga kali atau setidaknya hingga ada kepercayaan dari pengusaha untuk mengambil barang tanpa harus membayar terlebih dahulu, bahkan bisa memesan untuk model-motif batik tertentu. Ketika pelaku membawa barang dalam jumlah yang banyak dan nilainya cukup besar, lama-lama pembayaran dilakukan dengan cek-giro tempo tertentu yang terkadang pada saat jatuh tempo ternyata cek kosong, kemudian hanya dibayar 10% hingga 25% dari hutangnya dan pada akhirnya pelaku tidak kembali lagi untuk membayar (lari dari tanggung jawab/wanprestasi) alias macet. Kejadian semacam ini sudah biasa terjadi di lingkungan para pengusaha batik Pekalongan, terutama bagi para pengusaha menengah dan besar, dengan nilai transaksi puluhan juta, ratusan juta hingga mencapai milyaran rupiah.

Model penyelesaian dengan rekan bisnis yang *ngemplang* tersebut, juga beragam dan unik. Ada yang menyelesaikan dengan cara menyita barang-barang berharga dari si *pengemplang*; ada yang hanya menagih dengan datang berkali-kali setiap saat, setiap waktu dan; ada juga yang hanya menagih 2 atau tiga kali datang dengan “menekan” si *pengemplang* untuk membayar kalau sudah punya uang. Di sisi lain, si *pengemplang* ini, juga melakukan berbagai model tindakan untuk “*endo*”, dari pembayaran hutangnya. Misalnya dengan mengatakan barangnya masih di-“*puter*”, barangnya masih dibawa oleh si A, si B atau rekan bisnisnya dan belum dibayar dan ada juga yang mengatakan barangnya masih belum laku.

Strategi akhir yang biasanya digunakan oleh sang *pengemplang*, setelah strategi “*endo*” tidak berhasil juga beragam, misalnya: (1). ada yang merelakan semua harta benda sampai rumahnya di sita termasuk barang modal yang masih ada (*mori*, kain batik, produk batik jadi yang belum terjual); (2). ada yang menjual sendiri rumah dan barang-barang berharganya untuk kemudian digunakan sebagai pelunasan dan; (3). yang sering terjadi adalah lari (*minggat*) dan tidak diketahui ke mana rimbanya. Lebih menarik lagi si pengutang yang *ngemplang* ini dalam waktu yang tidak ditentukan (bisa 3 bulan, 6 bulan atau paling lama 1 tahun), tiba-tiba kembali lagi ke rumah dan menjadi kaya lagi (membeli mobil, membangun rumah dan lain lain), juga melunasi hutangnya ke rekan bisnisnya, bahkan mengambil kembali dagangan batik ke rekan pengusaha yang tadinya di-*kemplang* atau ke rekan pengusaha lainya dan hubungan bisnis terjadi lagi sebagaimana semula.

Realitas tersebut, alih-alih telah menjadi atmosfir bahkan *habitus* di lingkungan pengusaha batik muslim kota Pekalongan, sehingga “*kemplang-mengemplang*” menjadi hal yang biasa bahkan menjadi perilaku yang terpola dalam realitas kehidupan bisnis mereka. Inilah yang menarik untuk dikaji lebih dalam dan yang menjadi fokus penelitian ini adalah: a). Mengapa perilaku *ngemplang* terjadi dalam realitas pengusaha batik muslim Kota Pekalongan? b). Pola penyelesaian seperti apa yang selama ini dijalankan dalam menyelesaikan sengketa *ngemplang*?

Teori yang digunakan untuk menganalisis permasalahan ini adalah teori interaksionisme simbolik. Asumsinya adalah, untuk mempelajari atau memahami tingkah laku manusia harus memperhatikan sistem makna yang diacu oleh manusia sebagai pelaku, sehingga tanpa memperhatikan sistem makna, maka tidak akan bisa memahami fenomena sosial, budaya dan tingkah laku manusia secara benar dan

utuh. Interaksi simbolik bertumpu pada tiga premis: *pertama*, manusia bertindak berdasarkan makna ; *kedua*, makna tersebut berasal dari interaksi sosial seseorang dengan orang lain; *ketiga*, makna tersebut disempurnakan pada saat proses interaksi sosial berlangsung. Selain itu, teori firma dan teori pasar juga dijadikan sebagai pisau analisis dalam kajian ini. Asumsinya, dengan menggunakan kedua teori ini akan semakin memperjelas karakter dari model bisnis yang dijalankan oleh para pengusaha batik muslim di kota Pekalongan, sehingga bisa diketahui dalam kategori bisnis model firma atau pasar perilaku *ngemplang* tersebut marak terjadi. Kebekuan kajian tentang kedua kategori ini sebagai sesuatu yang niscaya ketika para pengamat ekonomi pasar mengasumsikan bahwa bisnis model firma lebih condong melakukan pengemplangan ketimbang model pasar, akan terjawab dalam kajian ini secara mendalam. Teori-teori tersebut dielaborasi dengan konsep etika bisnis, perjanjian/kontrak bisnis serta konsep wanprestasi.

Penelitian dengan pendekatan kualitatif ini, dilakukan di kota Pekalongan, dengan alasan untuk menjawab pertanyaan mengapa di kota yang terkenal sebagai Kota Batik sekaligus Kota Santri tersebut tumbuh kultur menyimpang seperti *ngemplang*. Padahal kultur tersebut sudah pasti bertentangan dengan ajaran agama yang teguh mereka anut (yang terkenal religius). Untuk memperoleh informasi lebih dalam peneliti menjadikan pengusaha batik muslim yang pernah menjadi korban pengemplangan sebagai informan kuncinya, dengan didukung data yang didapatkan dari orang-orang yang berada di sekeliling usahanya seperti para buruh yang pernah bekerja di tempat pengusaha tersebut dan juga dengan para rekan bisnis, *congok*, kolega atau loper yang mengetahui peristiwa yang menimpa informan kunci. Penentuan informan dilakukan dengan *purposive*, dikembangkan dengan metode *snowball* dengan alur yang bersifat zig-zag.

Instrumen penelitian adalah peneliti itu sendiri yang berupaya *to explore* dan *to understand* terhadap fenomena sosial yang ditelitinya. Teknik pengumpulan informasi dan data menggunakan wawancara, pengamatan terlibat dan studi literatur. Untuk memperoleh keabsahan informasi dan data menggunakan teknik triangulasi, baik sumber maupun metode. Sesuai dengan karakteristik pendekatan kualitatif yang digunakan, maka proses analisis menggunakan model interaktif dari Huberman (1992: 20).

## HASIL

Menurut para pakar, perilaku adalah tindakan atau sikap manusia yang dapat diukur atau diamati (Sopiah, 2008: 3-4). Oleh karena itu, berbicara perilaku dalam konteks apapun adalah berbicara realitas tindakan atau sikap manusia dalam kehidupan sehari-hari baik terkait dengan diri sendiri maupun dengan orang lain dan masyarakat. Secara khusus dapat dikemukakan bahwa, perilaku bisnis adalah tindakan atau sikap seseorang atau sekelompok orang (dalam hal ini yang mengelola suatu perusahaan) yang tentunya berpengaruh terhadap orang lain atau masyarakat dalam menjalankan suatu usaha. “Orang lain” dalam konteks bisnis ini bisa saja rekan pengusaha, konsumen, maupun buruh.

Dalam masyarakat Kota Pekalongan yang religius, ukuran perilaku dan sikap seharusnya adalah nilai, norma, moral dan etika agama yang dianut oleh masyarakat, bahkan ketika mereka menjalankan usaha atau bisnisnya. Akan tetapi, para pengusaha muslim, ketika mereka menjalankan kegiatan usahanya, ukuran yang dipakai bukan lagi nilai-nilai agama yang dianut, karena apabila mereka konsisten dengan nilai-nilai agama yang dianut, maka realitas *ngemplang* tidak akan terjadi dalam menjalankan usahanya.

Pengusaha muslim Kota Pekalongan sebenarnya sangat paham, bahwa perilaku dan sikap dalam menjalankan usaha seharusnya berlandaskan nilai-nilai yang Islami. Akan tetapi, dalam konteks relasi dengan mitra bisnisnya, ternyata tidak paralel dengan pemahaman keagamaan mereka. Ukuran yang dipakai oleh para pengusaha muslim dalam konteks ini bukan lagi merujuk pada nilai-nilai Islam. Hal ini sejalan dengan pemikiran Dawam Rahardjo (1995: 23) bahwa, realitasnya para pelaku bisnis atau orang yang menjalankan suatu usaha sering tidak mengindahkan etika, karena yang ada dalam pola pikir mereka hanyalah materi atau profit.

Orientasi “profit” dan perilaku konsumtif yang menyelubungi pola pikir pengusaha muslim ketika menjalankan usahanya, menjadikan mereka tidak pernah tahu atau bahkan pura-pura tidak tahu, kalau yang dilakukan terhadap mitra bisnisnya tidak sesuai dengan koridor agama yang dianutnya, sehingga *ngemplang* menjadi hal yang dianggap biasa. Contoh kasus. Fahmi Fuza (37 tahun) salah seorang pengusaha muslim yang bisa dibilang sukses dalam menjalankan usaha batiknya, telah beberapa kali melakukan pengemplangan terhadap mitra bisnisnya. Korban Fuza, adalah para pengusaha besar seperti H. Rozak (Pemilik Batik Puteri Aida), H. Gufron (pemilik batik Vitta), H. Gofur (pemilik

batik Batik Gofur) dan masih banyak lagi. Modus operandi yang dilakukan oleh Fuza, adalah mengambil Mori, kain Batik atau bahkan baju batik dalam jumlah yang banyak dengan cara pembayaran jatuh tempo, cek tiga bulan. Bahkan sebelum jatuh tempo, biasanya Fuza akan mengambil barang lagi 2 sampai 3 kali ke para pengusaha yang menjadi mitranya. Dengan memanfaatkan kebaikan para mitranya yang dijalin melalui para *congok* (istilah lokal untuk makelar dunia perbatikan), Fuza menancapkan strategi bisnisnya.

Setelah barang-barang diambil, Fuza melempar barang tersebut dengan harga murah ke pasaran. Misalnya, harga standar *mori* untuk 1 yard (90 cm) adalah Rp.6000, apabila dibayar jatuh tempo menjadi Rp. 7000, dan Fuza melempar *mori* ke pasaran dengan kontan hanya seharga Rp.5000. Uang hasil penjualan tersebut tidak digunakan untuk membayar hutang ke para rekan bisnisnya, akan tetapi digunakan untuk membangun rumah mewah, membeli mobil bagus, perabotan mewah dan perhiasan. Tujuan Fuza melakukan itu semua hanya untuk mendapatkan “*wah*, status“ dari masyarakat bahwa dia telah berhasil menjalankan usahanya. Bahkan menurut keterangan Usama (37) dan Aulya Rahman (35), *congok* yang pernah menjadi korban Fuza ketika menjadi perantara Fuza dengan H. Rozak, juga antara Fuza dan H. Gufron, uang hasil “*ngemplang*” tersebut juga untuk mendaftar Haji ke tanah Suci Mekah, dan tahun 2013 Fuza akan berangkat ke tanah suci Mekah bersama isterinya. Ironis memang, akan tetapi inilah realitas dalam dunia pengusaha batik muslim kota Pekalongan.

Lain dengan Fuza, Musa (37 tahun) juga terkenal sebagai pengusaha muda yang sukses karena perilaku *ngemplangnya*. Akan tetapi, hasil dari *ngemplang* Musa, digunakan untuk memperluas usaha di bidang lainnya. Latar belakang Musa yang dibesarkan dari keluarga ekonomi pas-pasan (orang tua Musa membuka warung kelontong kecil di rumahnya), mengharuskan Musa berfikir lain untuk membuat keluarganya menjadi kaya dengan menghalalkan segala cara. *Ngemplang*, adalah salah satu upaya Musa dalam meningkatkan status ekonomi keluarganya setelah orang tuanya meninggal.

Kasus-kasus tersebut hanya merupakan pojok gambaran realitas kecil yang terjadi di lingkungan pengusaha batik muslim Pekalongan, karena masih banyak kasus-kasus lain yang dilakukan oleh para pengusaha batik muslim, misalnya oleh Inayah (Pemilik batik Birru) yang sampai sekarang juga tidak diketahui ke mana rimbanya, setelah melakukan *pengemplangan* ke berbagai rekan bisnisnya dan masih banyak

lagi kasus-kasus yang lain. Berangkat dari kasus di atas, dapat dikemukakan bahwa perilaku pengusaha batik Muslim Kota Pekalongan dalam hubungan bisnis tidak konsisten dengan etika bisnis yang bermoral (Islam), sebagaimana yang telah mereka pahami dan mengejawantah dalam diri mereka sebagai seorang muslim.

Untuk menganalisis lebih dalam mengenai perilaku *ngemplang* dalam realitas bisnis pengusaha batik muslim Pekalongan dan faktor-faktor yang menyebabkannya, serta untuk mengetahui dan memahami apakah realitas tersebut terjadi dalam kategori bisnis model firma atau pasar, dapat diuraikan dalam pemaparan di bawah ini, di mana pengemplangan dapat terjadi baik dari mata rantai produksi perbatikan, hingga pemasarannya.

### **Alur Pengemplangan dalam Mata Rantai Produksi Batik**

Dalam mata rantai produksi batik, pengemplangan dapat terjadi mulai dari sejak pengadaan bahan baku batik maupun proses produksinya. Pengemplang tidak hanya dilakukan pengusaha batik, namun juga *congoknya*. Dalam proses pengadaan bahan baku batik seperti *mori* (kain) dan benang, merupakan lahan yang rentan akan praktik pengemplangan. Ada 2 (dua) cara pengusaha dalam mendapatkan bahan baku tersebut: (1) pembelian tunai tanpa perantara; dan (2) pembelian kredit dengan melalui *congok* (perantara). Pada cara pertama lazimnya dilakukan oleh pengusaha kecil, namun cara ini relatif aman dari praktik pengemplangan, karena transaksi dilakukan secara tunai dan tanpa perantara. Praktik pengemplangan sebenarnya menghantui proses pembelian bahan baku secara kredit ini (cara kedua), di mana pelaku melakukan pembelian dengan cara non-tunai dan mengelabui penyedia bahan baku dengan janji pelunasan pembayaran dan melalui *congok*. *Congok* dalam model (cara) ini mempunyai peran yang sangat besar. Hal ini dikarenakan *congok* lah yang mengetahui informasi berkaitan dengan bahan baku batik yang murah. Bahan baku batik seperti *mori* dan benang bisa didapat dalam partai besar dan dengan harga murah, jika pemiliknya butuh *liquid capital* (uang cair) dengan segera untuk modal dan percepatan usahanya, padahal ia hanya punya *mori*, benang dan bahan baku batik lainnya. Untuk itu sang pemilik melakukan aksi jual murah atas bahan baku batiknya tersebut. Harga yang tak wajar (murah) atas suatu produk, oleh masyarakat lokal dikenal dengan istilah harga "bantingan".

Modus yang digunakan dalam model ini adalah, si pengusaha A yang mau *ngemplang*, mencari sasaran 1, 2 atau lebih teman pengusaha B, C, atau D yang mempunyai persediaan *mori* atau benang untuk dibeli dengan cara jatuh tempo dengan jangka waktu sesuai dengan perjanjian (bisa 3 bulan atau lebih) dan ada juga dengan menggunakan cek kosong. *Mori* (kain) tersebut kemudian di tawarkan dan dijual dengan bantingan ke rekan pengusaha E atau F, dengan tunai, baik melalui perantara (*congok*) maupun datang sendiri langsung ke rumah rekan pengusaha yang dianggap bisa memberikan uang tunai untuk membeli *mori* tersebut. Setelah transaksi terjadi dan uang dibayar, maka barang tersebut dikirim ke rekan pengusaha yang membelinya. Akan tetapi, ketika jatuh tempo, pengusaha A, tidak membayar hutang ke pengusaha B, C atau D, dan cek yang dikeluarkan ternyata cek kosong, Ketika didatangi ke rumahnya biasanya pengusaha A yang *ngemplang* ini melakukan strategi “*endo*”, dengan alasan morinya masih belum dibayar, sehingga pembayaran tidak sesuai dengan kesepakatan atau ingkar janji (*wanprestasi*). Bahkan ingkar janji yang dilakukan oleh pengusaha A, akan terus berlanjut dengan waktu yang tidak ditentukan, karena memang tidak ada etiket baik dari pengusaha A dalam hal ini.

Masih dalam wacana di atas, ada lagi yang lebih tragis. Pengusaha yang bermaksud *ngemplang* tadi bisa saja datang mengambil *mori* ke pengusaha lain dengan tidak hanya satu kali, sebelum jatuh tempo. Sebagaimana yang dituturkan oleh Usamah (*congok*), dia pernah mengambil *mori* dari H. Rizqon (juragan *mori*-batik) dengan pembayaran secara tempo (3 bulan) karena ada juragan batik yakni Fahmi Fuza (37 tahun) yang membutuhkan *mori* tersebut dan berani membeli dengan harga tinggi secara tempo pula. Sebagai *congok* hasil transaksi ini akan memberi keuntungan yang sangat besar, karena jumlah *mori* yang dibutuhkan cukup banyak. Begitu pula yang dilakukan oleh Aulia Rahman (*congok*-pedagang batik) yang secara terpisah juga mengambil *mori* dari bapak H. Rozaq (pemilik batik Puteri Aida) dan memasoknya ke Fahmi Fuza dengan transaksi yang sama sebagaimana yang dilakukannya terhadap bapak Usamah. Bahkan 10 hari setelah mengambil *mori* dari H. Rozak (sebelum jatuh tempo), Fahmi Fuza meminta kepada Usamah dan Ulya untuk ambikan kain *mori* lagi ke H. Rozak dengan pembayaran secara jatuh tempo (3 bulan) lagi. Hal tersebut terjadi lagi dalam waktu 1 minggu setelah pengambilan ke dua. Namun setelah jatuh tempo (3 bulan) untuk pengambilan *mori* yang pertama, ternyata Fahmi Fuza tidak bisa membayar, sementara di

rumahnya sudah tidak ada selebar *mori* maupun batik, bahkan Fahmi Fuza pun kabur entah ke mana. Istri dan anak-anaknya, ketika didatangi oleh Usamah dan Ulya, mengatakan tidak mengetahui ke mana perginya Fahmi Fuza ini.

Hasil keuntungan yang akan diperoleh oleh Usamah dan Ulya pun musnah sudah, padahal mereka harus segera membayar *mori* itu kepada H. Rozaq. Sementara H. Rozaq tidak mau tahu dengan apa yang dialami oleh Usamah dan Ulya, yang terpenting bagi H. Rozaq transaksi jual-beli tersebut dilakukan dengan Usamah dan Ulya, sehingga Usamah dan Ulya, mau-tidak mau harus membayar sesuai dengan akad yang telah disepakati.

Selain dengan model di atas, pengemplangan dapat dilakukan dengan menggunakan model lain, di mana pengusaha membeli bahan baku ke pabrik penyedia bahan baku. Bisnis ini cukup menggiurkan mengingat mengingat bahan baku yang dibeli tidak hanya digunakan untuk memproduksi sendiri menjadi produk batik, akan tetapi juga dijual lagi dengan sesama rekan pengusaha. Bahan baku yang dibeli tidak hanya digunakan untuk memproduksi sendiri menjadi produk batik, akan tetapi juga dijual lagi dengan sesama rekan pengusaha. Transaksi model umumnya dilakukan dengan pembayaran jatuh tempo, jarang yang kontan dan hanya dapat dilakukan oleh para pengusaha menengah dan besar (berdasarkan kekuatan permodalan mereka).

Bagi pengusaha besar, dalam pengadaan bahan baku ini biasanya menjalin kerja sama dengan para penyedia-pemasok bahan baku yang langsung mendatangkan dari pabrik. Dalam hal inipun ternyata transaksi yang dilakukan kebanyakan melalui perantara (*congok*). Seperti yang dituturkan oleh Hj. Nanik Rum (pemilik Albatex) yang bergerak dalam usaha *mori* dan benang. Beliau tergiur oleh tawaran *mori* dari *congok* dengan harga yang sangat murah, kualitas bagus serta dalam jumlah yang sangat besar. Pada akhirnya setelah sang *Congok* menerima uang persekot separoh dari nilai barang (Rp. 180 juta dari total harga Rp.360 juta), ditunggu dan ditunggu hingga sekarang barangpun tidak pernah ada. Pada awalnya *congok* beralasan bahwa barangnya belum keluar dari pabrik, karena ini langsung berhubungan dengan pabrik sehingga harganya bisa murah. Ketika ditanya lagi *congok* beralasan dengan alasan yang lain lagi “*barang sudah keluar bu... tapi masih perlu disortir dulu agar dapat kualitas yang bagus.....*” Kata Hj. Nanik menirukan kata-kata *congok* yang *ngemplang* dia waktu itu. Setiap kali ditanyakan sang *congok* senantiasa

beralasan ini-itu dan sebagainya, hingga akhirnya tidak bisa dihubungi lagi.

Praktik pengemplangan selain dalam proses mendapatkan bahan baku, juga dapat terjadi dalam proses produksi batik. Dalam proses produksi, pengusaha biasanya hanya melibatkan buruh atau pekerja dan jarang melibatkan *congok*. Pelibatan *congok* dalam proses ini hanya untuk mencarikan tenaga kerja yang murah dan handal saja. Item kerja buruh dalam industri batik meliputi: sebagai pemotong kain, penjahit, pengobras, pelobang dan pemasang kancing, pembersih kain, pelipat dan pengemas batik (pasang label dan *packing*). Buruh-buruh tersebut ada yang bekerja dengan datang ke tempat juragan bos (juragan pemilik modal), ada juga yang membawa *sanggan* tersebut ke rumah buruh untuk dikerjakan di rumahnya, baik membawa *sanggan* dari juragan bos ataupun juga dari *makloon*. Dalam hal ini mereka biasanya hanya mengerjakan salah satu jenis pekerjaan saja dari proses pembatikan.

Dalam fase produksi ini, yang menjadi pelaku pada umumnya adalah pengusaha, dan menjadikan buruh sebagai korbannya. Modus yang dipakai adalah, penundaan pembayaran upah dengan menggunakan cek kosong (untuk kasus ini jatuh tempo hampir semuanya 3 bulan). Biasanya ketika di konfirmasi untuk ditagih pembayaran upah oleh para buruh, para juragan “*endo*” atau mengelak kalau barangnya (produk batiknya) belum laku atau belum dibayar oleh pembeli. Tujuan *ngemplang* terhadap para buruh, dilakukan oleh para juragan dalam hal ini hanya untuk memupuk modal. Untuk kasus ini, hampir semua pengusaha batik melakukan hal tersebut terhadap buruhnya.

### **Pengemplangan di Bidang Pemasaran Batik**

Sebagaimana dalam realitas pengadaan barang, dalam mata rantai pemasaran ini, juga rentan terhadap pengemplangan yang dilakukan oleh para *congok* maupun rekan pengusaha. Pengemplangan yang dilakukan oleh sesama rekan pengusaha adalah mengambil produk batik dengan jatuh tempo. Alasan yang digunakan biasanya, ada pemesanan di luar kota atau di luar negeri dan tidak ada stok banyak di rumahnya, atau stok batik di rumahnya belum jadi dan masih dikerjakan oleh para *makloony*. Alasan tersebut dimaksudkan agar produk batik bisa dijual dengan cara bantingan untuk mendapatkan uang secara cepat ke berbagai pedagang yang membutuhkannya. Hj Mahmudah (Batik Hugo), yang pernah dikemplang oleh Inayah (Batik Birru), dengan mengambil berbagai produk batik dan sarung pelekat sebanyak, 200 kodi,

mengamukakan, “*waktu itu kesepakatannya jatuh tempo (3 bulan) dan kata Inayah mau mengirim barang tersebut ke Tanah Abang (Jakarta).... tapi sampai sekarang uang tidak pernah ada dan Inayah pergi entah ke mana... “*”.

Amat Kleyem dan Nur Khasanah, juga mengalami hal yang sama. Kedua Pengusaha yang masih dalam kategori pengusaha kecil ini, juga di kemplang oleh Inayah. Amat Kleyem dirugikan sampai Rp. 70 Juta, harga yang sangat tinggi bagi pengusaha sekelas dia. Sedangkan Nur Khasanah sebanyak Rp. 50 juta. Menurut penuturan Aulya (*congok*), barang-barang yang dibawa oleh Inayah tersebut ternyata tidak di bawa ke Jakarta, akan tetapi dilempar oleh Inayah ke pedagang Solo dengan harga “*bantingan*” (harga murah di bawah standar).

### **Pola Penyelesaian Sengketa *Ngemplang* dalam Realitas Pengusaha Batik Muslim Pekalongan**

*Ngemplang* yang dalam bahasa hukum disebut dengan wanprestasi, adalah kelalaian, kealpaan, cidera janji, tidak menepati kewajibannya dalam perjanjian. Dalam konteks etika sosial dan keagamaan, wanprestasi atau dalam istilah lokal disebut *ngemplang* merupakan merupakan pelanggaran terhadap etika sosial dan keagamaan yang mengajarkan nilai-nilai kejujuran dan amanah atas segala perbuatan yang dilakukannya, termasuk ketika melaksanakan kontrak dalam bisnis.

Nilai-nilai lokal yang dibangun dalam realitas pengusaha batik muslim Pekalongan yang berbasis nilai agama (Islam), ternyata tidak mengejawantah dalam diri para pengusaha ketika berhadapan dengan realitas bisnisnya. Orientasi profit yang menyeruak dalam pribadi mereka ketika menjalankan bisnis ternyata telah menggerus seluruh pemahaman dan pemaknaan akan nilai-nilai agama yang dianut dan telah dijalankan dalam kehidupan sehari-hari di luar bisnis. Pergi ke Tanah Suci Mekah, sebagai upaya menjalankan rukun Islam dan menjadi kewajiban bagi setiap muslim yang telah mampu, hanya digunakan sebagai “kedok” yang menutupi kebusukan hati penipu-pengemplang. Ironisnya, Haji hanya sebagai label untuk mengambil kepercayaan terhadap sesama rekan bisnis dalam upaya melakukan tindakan *ngemplang*. “*mosok wis kaji kok pak ngapusi konco yo rak mungkin ra...*” (masak sudah haji, kok mau menipu tema, ya tidak mungkin lah), ungkap H. Rum (Albatek), menirukan ucapan isterinya ketika mereka menjadi korban *ngemplang*.

Di sisi lain, *ngemplang* yang umum terjadi di lingkungan pengusaha batik muslim Pekalongan, alih-alih tidak pernah diselesaikan lewat pengadilan. Padahal semua orang (pengusaha, *congok*) mengetahui bahwa

*ngemplang* merupakan tindakan melanggar hukum. Akan tetapi *ngemplang* yang terjadi sepanjang sejarah perbatikan, ibaratnya “selama bisnis batik eksis, *ngemplang* akan terus terjadi”, diselesaikan dengan cara tersendiri oleh para pengusaha yang sedang bermasalah atau menjadi korban *ngemplang*.

Pola penyelesaian tersebut, antara lain: *Pertama*, melakukan penagihan secara terus menerus kepada pelaku. Bila dalam penagihan kedua dan ketiga tidak mendapatkan respon yang berarti, korban atau lewat perantara melakukan aksi bentakan hingga ancaman saja (tidak ada kekerasan fisik). Ancaman yang dilakukan adalah dengan membawa polisi, atau mau memperkarakan kasus tersebut ke pengadilan meskipun dalam realitasnya kasus tersebut selama sejarah perbatikan Pekalongan tidak ada yang pernah masuk ke pengadilan. *Kedua*, melakukan penagihan kepada keluarganya (suami/istrinya atau bahkan orang tuanya). Cara ini dilakukan mengingat si pengemplang telah pergi menghilang. Tak jarang cara pertama di atas diterapkan pada keluarganya. Bila cara pertama dan kedua tidak berhasil, biasanya korban menggunakan cara yang *ketiga*, yakni dengan menyita barang-barang (seperti mobil, sepeda motor dan barang-barang berharga lainnya) atau bahkan aset tanah, atau rumah yang dimiliki pelaku. Cara-cara di atas dilakukan juga kepada *congok* yang menjadi pelaku pengemplangan. Hal tersebut pernah terjadi dalam kasus antara H. Rozak-USamah dengan Fuza dan kasus antara H. Gufron-Aulya dengan Fuza.

Menghadapi reaksi keras dari korban, pelaku pengemplangan biasanya telah menyiapkan jurus jitu ketika korban menagih pembayaran, di antaranya: (1) ”*endo*” (menghindar) dengan cara sembunyi, menutup pintu rumah, tidak mengaktifkan nomor HP atau bahkan kabur, bersama keluarganya atau sendirian; (2) menggunakan ilmu *ghaib*, untuk melunakkan hati pengusaha yang menagihnya; (3) merelakan barang-barang/aset keluarganya disita penagih; dan (4) mengembalikan semua hutang setelah jangka waktu yang tidak ditentukan dan setelah si pengemplang mempunyai uang untuk membayarnya.

Meskipun pengemplangan sangat merugikan masyarakat dan dilindungi oleh hukum, namun dalam menyelesaikan permasalahan ini mereka tidak pernah dibawa ke pengadilan. Hal ini dikarenakan beberapa faktor, di antaranya: (1) *mindset* sosial kemasyarakatan yang masih kuat seperti kecenderungan mengalah, menjaga hubungan baik dan lain sebagainya. *Mindset* seperti ini menghalangi secara intrinsik dari diri korban untuk menuntut penyelesaian masalah tersebut secara

hukum; dan (2) anggapan bahwa pengemplangan adalah hal biasa dan menjadi resiko alami dalam usaha perbatikan di Pekalongan. Bagi yang menjadi korban, maka hal itu dianggap sebagai surat nasib saja.

## PEMBAHASAN

Untuk menganalisis praktik pengemplangan di atas, penulis menggunakan teori interaksionisme simbolik. Teori tersebut digunakan untuk menganalisis perilaku bisnis usaha perbatikan dan pengemplangan. Sedangkan untuk melihat kerentanan pola usaha dari perilaku pengemplangan, penulis menggunakan teori firma dan teori pasar.

Berdasarkan skala usaha dan permodalannya, bisnis usaha batik dapat dikelompokkan menjadi tiga: kecil, menengah dan besar. Pengusaha menengah dan besar, dalam memproduksi batiknya selain dikerjakan di pabrik/bengkelnya sendiri, juga tidak sedikit yang *dibabarkan* (digarap) oleh pengrajin-pengrajin dengan cara membawa pekerjaan/garapan (*sanggan*) ke rumah mereka untuk digarap hingga jadi/setengah jadi sedang proses *finishing*-nya dilaksanakan di bengkel-pabrik. Dalam hal ini posisi pengusaha hanya sebagai koordinator semata. Sementara untuk pengusaha kecil biasanya dari proses awal (bahan baku-mori) hingga selesai proses dilaksanakan sendiri di rumahnya bersama beberapa tenaga yang bekerja padanya, dengan demikian pemiliknya juga terjun dalam proses produksi-pembatikan ini.

Para pengusaha batik muslim Pekalongan, hampir 85% adalah pengusaha batik yang tergolong menengah dan besar. Pengusaha kecil dan kecil menengah, hanya ada dalam realitas pengusaha pemula, meski demikian banyak juga pengusaha pemula yang termasuk dalam kategori menengah dan besar. Hal ini disebabkan, mereka melanjutkan usaha orang tuanya, atau mereka sudah terbiasa dididik dan diberi modal besar oleh orang tua mereka yang juga pengusaha batik.

Dari dua kategori tersebut apabila dianalisis dengan memakai teori pasar dan teori firma, maka perusahaan kecil dan kecil menengah adalah masuk kategori pasar dan pengusaha menengah dan besar masuk dalam kategori firma, dengan karakteristik, bahwa model firma dijalankan dengan cara persekutuan, *partner*. Yang dimaksud dengan *partner* di sini adalah melibatkan banyak orang (rekan sesama pengusaha, *congok*, *makloon* (buruh) dan loper) dalam menjalankan usaha. Mata rantai proses usaha dalam model firma ini, tidak sesederhana model pasar, di mana dalam model pasar proses mata rantai bisnis hanya berhenti pada

transaksi yang bersifat sederhana, sesuai dengan konsep yang dibangun yaitu bertemunya penjual (pengusaha) dan pembeli (pengusaha, pedagang, *congok*, buruh) dalam tempat tertentu.

Oleh karena itu, perilaku pengusaha *ngemplang* lebih mudah dilakukan dalam model firma daripada model pasar. Karena sebagaimana yang terjadi dalam realitas, pengemplangan yang dilakukan oleh para pengusaha batik muslim, tidak semudah yang dibayangkan, karena menurut keterangan para *congok* dan pengusaha sendiri, untuk menjadi pengemplang dibutuhkan antara lain: modal, kepercayaan, usaha yang besar dan sudah berkembang. Kepercayaan yang dibangun oleh para pengusaha yang *ngemplang* menjadi modal utama dalam hal ini. Dengan kata lain, kalau usaha yang digelutinya kecil dan tidak bisa berkembang, maka kepercayaan orang lain juga tidak akan ada.

## **SIMPULAN**

Perilaku pengemplangan merupakan momok yang menghantui para pelaku industri batik di Pekalongan yang bahkan menghancurkan usahanya. Banyak kasus yang terjadi, namun tidak ada satu pun yang ditindaklanjuti untuk diproses melalui jalur hukum (peradilan). Dengan menggunakan pendekatan interaksi simbolik, penulis berhasil mengidentifikasi perilaku kejahatan ini dapat terjadi di seluruh mata rantai bisnis perbatikan, mulai dari sejak pengadaan bahan baku, proses produksi hingga pemasaran. Sedang pelakunya adalah selain antar sesama pengusaha batik, juga dilakukan oleh *congok* (perantara) terhadap pengusaha atau sebaliknya oleh pengusaha terhadap *congok* sebagai perantara yang terkena imbas dari pengemplangan.

Setelah didalami menggunakan teori firma dan pasar, diketahui bahwa perilaku ini lebih banyak terjadi dalam model bisnis yang berkategori firma daripada pasar. Hal ini terjadi karena model bisnis kategori firma membutuhkan mata rantai bisnis yang panjang dengan melibatkan berbagai pihak. Bisnis “hantu”, merupakan modus pengemplangan yang marak terjadi di lingkungan pengusaha muslim Pekalongan. Bisnis model ini merupakan salah satu strategi *ngemplang* yang paling jitu di kalangan pengusaha batik muslim kota Pekalongan.

Sebagai efek domino adanya kerugian dari perilaku pengemplangan tersebut, para pengusaha (korban) melakukan segala upaya untuk mengatasinya. Penulis mengidentifikasi pola-pola penyelesaian masalah yang digunakan para korban adalah upaya-upaya *extra judicial*, yakni dengan cara penyelesaian *bipartit* (secara langsung

antara kedua belah pihak), pengusaha yang menjadi korban dengan pengusaha yang *ngemplang*, atau melalui *congok* yang telah menjadi perantaranya. Pola penagihan yang dilakukan korban maupun *congok*-nya ini dilakukan dengan cara halus, hingga kasar (mengancam) maupun dengan cara menyita asset pribadi maupun perusahaan yang dimiliki oleh pengemplang.

## DAFTAR PUSTAKA

- Bandura. 1986 dalam <http://dmutoif.blogspot.com/2009/05/teori-sosial-kognitif.html>
- Metzger, Barnes Donnel. 1997. *Law for Business*. Illinois, Irwin, Homewood.
- Berger, Peter C. 1985. *Invition of Sociology a Humanistic Prespektive*, alih bahasa Daniel Dhakidae. Jakarta: Inti Sarana Aksara.
- Damsar. 1997. *Sosiologi Ekonomi*. Jakarta: Radja Grafindo Persada.
- Rahardjo, Dawan. 1995. Etika Bisnis Menghadapi Globalisasi dalam PJP II, *Prisma*, 2 Februari.
- Wuryan, Hadi. 2001. *Pengunaan Mediasi dalam Penyelesaian Sengketa Bisnis*.
- Moleong, Lexy. 2000. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Huberman & Matthew B. Miles. 1992. *Analisis Data Kualitatif*. Jakarta: UI Press.
- Yusron, Muhammad. 2005. *Etika Bisnis*. Bandung: Refika Aditama.
- Asyrof, Mukshin. 2003. *Membedah Perbuatan Melawan Hukum dan Wanprestasi*. Jakarta: Gunung Agung.
- Rahmawati, Rita, dkk. 2004. Profil Pengusaha Muslimah dan Kontribusinya Bagi Peningkatan Ekonomi Keluarga (Kajian Sosiologis Tentang Kapabilitas Perempuan Di Sektor Ekonomi Publik dan Persepsinya Terhadap Kesadaran Gender), *Jurnal Penelitian*, Volume 1, Nomor 1, November. P3M STAIN Pekalongan.
- Rismawati, Shinta Dewi. 2002. *Budaya Hukum Pengusaha Batik Kota Pekalongan Dalam Mendaftarkan Hak Atas Untuk Peningkatan Ekonomi*. Tesis UNDIP, Semarang.
- Sofiani, Triana, dkk. 2010. *Kapitalisme Religius Pengusaha Muslimah Kota Pekalongan (Representasi Identitas Keagamaan dalam Relasi Juragan-Buruh)*, Hasil Penelitian Diktis (belum dipublikasi).
- Sopiah. 2008. *Perilaku Organisasional*. Yogyakarta: Andi.

Surayya, Ita. 2005. *Budaya Hukum Pengusaha Batik Dalam Rangka Menanggulangi Limbah Batik Di Kota Pekalongan (Study Kasus Sosio Legal Dan Aspek Ekonomi Di Kota Pekalongan)*. Tesis, UNDIP Semarang.