

Nilai-Nilai Kearifan Lokal Sarung Tenun Samarinda: Studi Potensi Ekonomi Kreatif Perempuan Samarinda dalam Perspektif Ekonomi Islam

Darmawati

Universitas Islam Negeri Sultan Aji Muhammad Idris Samarinda
Jl. H. A. M. Rifaddin, Harapan Baru, Kota Samarinda, Kalimantan Timur
Email: darma@uinsi.ac.id

Abstrak,

Kebudayaan tenun Samarinda memberikan pelajaran tentang nilai-nilai budaya dan potensi peningkatan kesejahteraan wilayah/kota. Sarung tenun Samarinda memiliki potensi wisata yang menarik dan berkontribusi positif terhadap perekonomian dan kesejahteraan Samarinda. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan melakukan wawancara langsung kepada beberapa perempuan pemberdaya sarung tenun Samarinda di Kampung Tenun Samarinda, yang terletak di Jalan Pangeran Bendahara, Kecamatan Samarinda Seberang. Sampel penelitian dipilih melalui purposive sampling, dengan melibatkan 4 orang penenun sarung Samarinda yang tinggal di Kampung Pertenunan Kota Samarinda. Hasil penelitian menunjukkan dua aspek penting dalam proses sarung tenun Samarinda: nilai kearifan lokal dan potensi ekonomi kreatif. Nilai kearifan lokal terletak pada peningkatan nilai jual kain tenun Samarinda melalui optimalisasi fungsi-fungsi sosial budaya. Potensi ekonomi kreatif sarung tenun ini dapat memajukan perekonomian perempuan dengan penghasilan tambahan. Selain digunakan sebagai sarung, sarung tenun dapat diolah menjadi barang lain seperti jas, tas, atau cinderamata di event-event Samarinda. Hal ini berdampak positif pada perekonomian wilayah/kota Samarinda.

Kata Kunci: Nilai Kearifan Lokal, Sarung Tenun Samarinda, Ekonomi Kreatif, Ekonomi Islam

Abstract,

Samarinda's weaving culture provides lessons about cultural values and the potential for increasing regional/city welfare. Samarinda woven sarongs have attractive tourism potential and contribute positively to Samarinda's economy and prosperity. This study used a qualitative method by conducting direct interviews with several women who empowered Samarinda woven sarongs in Samarinda Weaving Village, which is located on Jalan Pangeran Bendahara, Samarinda Seberang District. The research sample was selected through purposive sampling, involving 4 Samarinda sarong weavers who live in the Weaving Village of Samarinda City. The results of the research show two important aspects in the Samarinda woven sarong process: the value of local wisdom and creative economic potential. The value of local wisdom lies in increasing the selling value of Samarinda woven fabrics through optimizing socio-cultural functions. The creative economic potential of this woven sarong can advance the women's economy with additional income. Apart from being used as sarongs, woven sarongs can be processed into other items such as coats, bags or souvenirs at Samarinda events. This has had a positive impact on the economy of the Samarinda region/city.

Keywords: Value of local wisdom, Samarinda weaving gloves, Creative economy, Islamic economy

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan kumpulan wilayah kepulauan yang beragam, dimana setiap pulau memiliki ciri dan karakteristiknya sendiri yang dapat ditemukan melalui keberagaman budaya dan berbagai macam cinderamata khas yang tersedia di wilayah-wilayah tertentu seperti Jawa, Kalimantan, dan Sulawesi. Budaya-budaya tersebut menawarkan keunikan masing-masing, yang mendorong masyarakat di wilayah tersebut untuk mengoptimalkan potensi ini sebagai sumber pendapatan, baik untuk keperluan individu maupun untuk perkembangan ekonomi kota yang berkontribusi pada pendapatan wilayah tersebut. Untuk meningkatkan perekonomian suatu negara atau wilayah, terdapat beberapa indikator yang dapat digunakan sebagai pengukurannya. Indikator tersebut bertujuan untuk mengetahui apakah perekonomian suatu negara atau wilayah mengalami peningkatan atau penurunan. Indikator-indikator tersebut meliputi pendapatan per kapita yang diukur melalui rumus GNP (*Growth National Product*) dan PDB (Produk Domestik Bruto), atau PDRB (Produk Domestik Regional Bruto) yang digunakan untuk mengukur pertumbuhan ekonomi suatu wilayah; struktur perekonomian; tingkat urbanisasi; angka tabungan; indeks kualitas hidup; dan terakhir, indeks pembangunan manusia (Farida et al., 2021; Pajooan, 2019).

Saat ini, perekonomian suatu negara sedang mengalami penurunan yang diakibatkan oleh Pandemi Covid-19 yang telah berlangsung selama dua dekade ini. Dampak dari pandemi tersebut telah membuat perekonomian mengalami resesi yang berupa lapangan usaha yang semakin berkurang, pemutusan hubungan kerja (PHK), dan lain sebagainya. Kejadian ini dikategorikan menjadi ketidakpastian global, yang menyebabkan penurunan angka ekonomi. Industri usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) merupakan industri yang paling berdampak terhadap Pandemi Covid-19. Dikarenakan potensi dari UMKM yang membutuhkan tenaga kerja paling tinggi dan berpotensi dalam mengurangi angka pengangguran (Bank Indonesia, 2021).

Adanya ketidakpastian global tersebut membuat peran UMKM sangat rentan terhadap perubahan tersebut. Di antara lapangan kerja pada unit UMKM, terdapat salah satu unit usaha yang mengolah produk ekonomi kreatif yaitu berupa sarung tenun, yang dikenal sebagai sarung tenun Samarinda (As'ad dkk., 2022). Produk sarung tenun Samarinda merupakan salah satu produk yang dikategorikan sebagai ciri khas dari Kota Samarinda (Indriastuti dkk., 2020; Ngo & Anh, 2021). (Alexandri dkk., 2020; Purnamawati dkk., 2019) mengungkapkan bahwa industri kreatif lainnya adalah seperti tas manik, gelang, kalung batu-batuan khas Kaltim, makanan tradisional seperti salah satunya gula gaet, amplang, serta gabin. Lebih lanjut, sarung tenun bukan merupakan salah satu barang yang asing bagi masyarakat Samarinda, namun sarung tenun khas Samarinda ini memiliki daya tarik

tersendiri yang tidak dimiliki oleh sarung seperti pada umumnya. Motif yang ditawarkan dari sarung tenun ini sangatlah cantik dan menarik. Corak yang melekat pada sarung Samarinda tersebut juga sangat memukau dan menyegarkan setiap pasang mata yang memandangnya.

Hal istimewa dari sarung ini selain warnanya yang memikat, kualitas yang dimiliki oleh sarung ini pun turut menjamin dan walaupun sarung ini dibuat oleh para perempuan yang bersuku Bugis yang berdomisili di Samarinda namun motif kain tidaklah sama dengan sarung Bugis asli dari Sulawesi (Rifayanti dkk., 2019). Motif sarung tenun Samarinda sudah dimodifikasi dengan khas kalimantan, bunga-bunga besar dengan warna-warna mencolok, namun ada juga motif kotak-kotak biasa. Sarung Belang Hatta merupakan sarung yang dipopulerkan oleh Bung Hatta dan hingga saat ini masih terus dilestarikan. Berbagai macam sarung tenun dengan pilihan warna yang beranekaragam. Bahkan, ada beberapa motif yang pembuatannya melalui perenungan dan konsentrasi khusus, karena motif-motifnya mengandung nilai filosofis, penggunaannya diperuntukan bagi hal-hal yang berkaitan dengan adat dan budaya, serta menjadikannya sebagai tradisi yang terwaris sampai saat ini. Selain sebagai perwujudan sebuah budaya tenun saat ini juga dapat dibawa kearah pengembangan ekonomi lokal daerah, karena hasil karya ini memiliki nilai ekonomi yang baik bagi warga sekitar. Dengan proses pembuatannya yang cukup lama dan membutuhkan keahlian khusus, sehingga nilai jual yang dimiliki oleh sarung tenun ini memiliki nilai jual yang baik. Hal ini juga dimanfaatkan oleh warga sekitar untuk mengelola hasil tenunnya kedalam sebuah usaha-usaha kecil masyarakat. Industri kecil memiliki peranan penting dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat (Khatimah, 2020) .

Pada dasarnya industri kecil harus lebih berorientasi ke masa depan dengan sikap yang proaktif dan inovatif, sehingga ia akan lebih tangguh dan mandiri dalam menghadapi kesulitan dan tantangan di lingkungannya. Motif berprestasi yang tinggi, sikap dan moral kerja merupakan variabel yang turut mempengaruhi dan memberikan sumbangan yang berarti terhadap tampilannya yang bersifat produktif (Mayasari, 2021). Sarung Tenun tradisional ini dibuat masih secara tradisional dengan menggunakan alat tenun tradisional atau alat tenun bukan mesin (ATBM). Selain itu sarung tenun Samarinda ini dibuat dengan tenaga kerja manusia, sehingga membutuhkan kesabaran dalam proses pembuatannya. Selain kesabaran dalam membuat tenun ini dibutuhkan juga keahlian khusus dan kreativitas yang tinggi. Sehingga tenun ikat ini selain menjadi salah satu warisan budaya yang harus dipertahankan tetapi juga dapat dikembangkan sebagai salah satu peningkatan ekonomi daerah. Terpilihnya penelitian mengenai sarung tenun Samarinda ini, karena sejak tahun 2011, pemerintah Kota Samarinda memfokuskan pengembangan kawasan di daerah Kampung Tenun Samarinda ini menjadi kawasan berbasis pariwisata yang dapat meningkatkan jumlah pengunjung ke Kota Samarinda, yaitu dengan dicanangkannya Kampung Tenun Samarinda oleh Ketua Harian

Dewan Kerajinan Nasional (Dekranas) pusat dan didukung oleh Gubernur Kalimantan Timur pada saat itu (Hayuni & Syahbana, 2014). Selain itu, kain tenun Samarinda memiliki nilai budaya ekonomis karena hasil penjualannya dapat menopang kebutuhan hidup sehari-hari, dan memiliki nilai estetika yang tinggi dari beberapa motif yang telah dihasilkan (Samsir & Nurwati, 2018).

Eksistensi produk tenun di Kota Samarinda juga termasuk ke dalam salah satu dari kategori Komoditas/Produk/Jasa Usaha (KPJU) Unggulan UMKM di Kalimantan Timur dalam bidang industri pengolahan (Bank Indonesia, 2021). Alasan mengapa penelitian ini membahas mengenai kain tenun Samarinda adalah karena kain tenun memiliki potensi untuk dapat menampung banyak tenaga kerja, menopang perekonomian serta kesejahteraan masyarakat. Walaupun memiliki titik kelemahan berupa terbatasnya sentra pemasaran dan kurangnya minat dari SDM dari para generasi muda tetapi jika didukung oleh program pelatihan berupa pengetahuan dan keterampilan terhadap kerajinan tenun, di satu sisi peluang pangsa pasar yang besar baik dalam maupun luar negeri yang dijadikan sebagai buah tangan khas daerah maka akan semakin meningkat pula penjualannya.

Beberapa penelitian terdahulu juga pernah dilakukan terhadap kain tenun Samarinda ini seperti yang penelitian yang dilakukan oleh (Rizky, 2021) misalnya, menyimpulkan bahwa faktor-faktor yang menghambat dalam pelestarian kerajinan sarung tenun ialah kurangnya minat dari para generasi millennial sebab proses pengolahan tersebut memakan waktu dan tenaga yang sangat banyak sedangkan keuntungan yang diperoleh tidak sebanding dengan hasil jerih usahanya. Oleh karena itu, solusi yang dilakukan dalam penelitian tersebut adalah dengan menerapkan 2 konsep yaitu *cultural experience* (melakukan upaya pelestarian dengan terjun langsung ke dalam kebudayaan tersebut) dan *cultural knowledge* (memberikan edukasi atau wawasan betapa pentingnya kebudayaan tersebut). Kedua konsep tersebut dilakukan secara bersamaan sehingga kebudayaan tersebut tidak akan hilang (Putra dkk., 2021). Penelitian yang dilakukan oleh (Novita Indriani dkk., 2019), mengemukakan bahwa strategi promosi yang dilakukan oleh pengusaha sarung tenun samarinda masih sangat kurang, media promosi yang digunakan adalah *mouth-to-mouth*, dan kurang memanfaatkan perkembangan teknologi informasi saat ini (Indriani dkk., 2019).

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka tujuan yang menjadi capaian dalam penelitian ini adalah (1) untuk mengetahui produksi sarung tenun Samarinda. (2) Untuk mengetahui strategi penenun dapat mempertahankan nilai nilai kearifan lokal yang terdapat pada motif sarung tenun Samarinda dalam perspektif ekonomi Islam.

TINJAUAN TEORITIK

Nilai-nilai Kearifan Lokal

Kearifan lokal merupakan identitas atau kepribadian budaya sebuah bangsa yang menyebabkan bangsa tersebut mampu menyerap, bahkan mengolah kebudayaan yang berasal dari luar/bangsa lain menjadi watak dan kemampuan sendiri. Identitas dan kepribadian tersebut tentunya menyesuaikan dengan pandangan hidup masyarakat sekitar agar tidak terjadi pergeseran nilai-nilai. Dengan begitu fungsi dari kearifan lokal adalah sebagai salah satu sarana dalam mengolah kebudayaan dan mempertahankan diri dari kebudayaan asing yang tidak baik (Rois & Salahuddin, 2022).

Secara visulisasi, kearifan lokal ini terdiri dari berbagai bentuk yaitu kerukunan dalam wujud praktik sosial yang dilandasi suatu kearifan dalam budaya. Hal tersebut dapat berupa nilai, norma, etika, kepercayaan, adat istiadat, hokum adat, atau aturan-aturan khusus. Secara garis besar, ini merupakan tata aturan tak tertulis yang menjadi acuan masyarakat di seluruh aspek kehidupan.

Potensi Ekonomi Kreatif

Ekonomi kreatif merupakan sebuah konsep ekonomi baru yang memadukan antara informasi dan kreatifitas yang mengandalkan pada ide, gagasan, pengetahuan yang berasal dari sumber daya manusia (SDM) sebagai faktor produksi. Berdasarkan definisi dari Kementerian Perdagangan Indonesia (Reniaty, 2013), mengemukakan bahwa jenis ekonomi ini sebagai wujud dari upaya mencari pembangunan yang berkelanjutan melalui kreatifitas, yang mana pembangunan berkelanjutan ini merupakan suatu iklim perekonomian yang berdaya saing dan memiliki cadangan sumber daya terbarukan. Sementara menurut United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD) (Restrepo & Marquez, 2015), mendefinisikan sebagai siklus produksi barang dan jasa yang menggunakan kreatifitas serta modal intelektual sebagai bahan baku utamanya.

Adapun jenisnya terdiri dari beberapa macam seperti periklanan misalnya, lalu arsitektur, desain, pasar barang seni, kerajinan, musik, fashion, permainan interaktif, video/film dan fotografi, komputer dan perangkat lunak, riset dan pengembangan, penerbitan/percetakan, seni pertunjukkan (theatre), televisi dan radio, industri kuliner, serta aplikasi dan game developer (Mulyono, 2010).

Industri ini sangat berperan penting dalam kemajuan ekonomi nasional serta global, karena memberikan kontribusi terhadap seluruh aspek kehidupan baik ekonomi maupun non-ekonomi. Secara ekonomi, ini dapat berdampak pada penciptaan iklim bisnis, tercapainya lapangan pekerjaan, menumbuhkan inovasi dan kreatifitas, menciptakan sumber

daya energi terbarukan, serta berkontribusi secara positif terhadap pendapatan nasional bruto (gross national product / GNP). Sedangkan non-ekonomi, hal tersebut akan berdampak pada perubahan aspek sosial, pelestarian budaya, serta tingkat pendidikan. Hartono & Cahyadin, 2013)

Ekonomi kreatif ini memiliki potensi yang sangat beragam, contohnya dalam kategori pembangunan nasional dapat menjadi peran sentral dalam mewujudkan lima misi utama pembangunan jangka panjang seperti yang tertuang dalam (Undang-undang nomor 17 tahun 2007), di antaranya yaitu (1) Mewujudkan karakter bangsa yang beriman, bertaqwa, berbudi luhur, bertoleran, bergotong royong, berjiwa patriotik, serta berorientasi ilmu pengetahuan dan teknologi, memantapkan budaya bangsa, meningkatkan peradaban, harkat, martabat manusia, serta menguatkan jati diri atau berkepribadian bangsa. (2) Terwujudnya bangsa yang berdaya saing untuk mencapai masyarakat yang lebih makmur dan sejahtera. Ekonomi kreatif dapat berkontribusi dalam: (a) meningkatkan pertumbuhan ekonomi yang berkualitas dan berkesinambungan yang ditunjukkan dari peningkatan pendapatan perkapita, penurunan tingkat pengangguran terbuka dan jumlah penduduk miskin; (b) meningkatkan kualitas sumber daya manusia, termasuk peran perempuan dalam pembangunan. yang ditunjukkan dari peningkatan Indeks Pembangunan Manusia (IPM) dan Indeks Pembangunan Gender (IPG), serta pertumbuhan penduduk yang seimbang; (c) membangun struktur perekonomian yang kokoh berlandaskan keunggulan kompetitif meliputi sektor pertanian, pertambangan, industri manufaktur, serta jasa; dan (d) meningkatkan profesionalisme aparatur negara (pusat dan daerah). (3) Terwujudnya pemerataan pembangunan dan berkeadilan. Ekonomi kreatif dapat berkontribusi dalam: (a) meningkatkan pembangunan yang makin merata ke seluruh wilayah yang dapat ditunjukkan dengan meningkatnya kualitas hidup dan kesejahteraan, serta menurunnya kesenjangan; (b) mewujudkan lingkungan perkotaan dan perdesaan yang sesuai dengan kehidupan yang baik, berkelanjutan, serta mampu memberikan nilai tambah bagi masyarakat. (4) Terwujudnya negara yang asri dan lestari. Ekonomi kreatif dapat berkontribusi dalam: (a) meningkatkan kualitas pengelolaan dan pendayagunaan sumber daya alam dan pelestarian fungsi lingkungan hidup yang dicerminkan oleh tetap terjaganya fungsi, daya dukung, dan kemampuan pemulihannya dalam mendukung kualitas kehidupan; (b) memelihara kekayaan keragaman jenis dan kekhasan sumber daya alam untuk mewujudkan nilai tambah, daya saing bangsa, serta modal pembangunan nasional; dan (c) meningkatkan kesadaran, sikap mental, dan perilaku masyarakat dalam pengelolaan sumber daya alam dan pelestarian fungsi lingkungan hidup. (5) Terwujudnya peranan Indonesia yang meningkat dalam pergaulan dunia internasional. Ekonomi kreatif dapat berkontribusi dalam: (a) memperkuat dan mempromosikan identitas nasional sebagai negara demokratis dalam tatanan masyarakat

internasional; (b) memulihkan posisi penting Indonesia sebagai negara demokratis besar (keberhasilan diplomasi di fora internasional); (c) meningkatkan kepemimpinan dan kontribusi Indonesia dalam berbagai kerja sama internasional; (d) mewujudkan kemandirian nasional dalam konstelasi global; (e) meningkatkan investasi perusahaan Indonesia di luar negeri.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Penelitian kualitatif merupakan proses eksplorasi dan memahami makna perilaku individu atau kelompok, yang menggambarkan masalah sosial atau masalah kemanusiaan (Sugiyono, 2015; Wahyu Eko Pujiyanto et al., 2022). Sedangkan pendekatan deskriptif merupakan penelitian yang dimaksudkan untuk mengumpulkan informasi mengenai status suatu gejala atau peristiwa yang ada. Penelitian dengan metode ini bukan bagian dari eksperimen, karena tidak diperlukan alat untuk menguji hipotesis tertentu tetapi hanya menggambarkan kondisi saat ini maupun masa lalu mengenai suatu kejadian/gejala/keadaan (Hikmawati, 2017). Tujuan dari dilakukannya penelitian ini adalah untuk menemukan dan memahami fenomena sentral (Sugiyono, 2015). Sebuah fenomena yang terjadi mengenai usaha sarung tenun Samarinda sebagai produk kearifan lokal, dengan melihat melalui sisi kearifan lokal dan nilai-nilai ekonomi Islam.

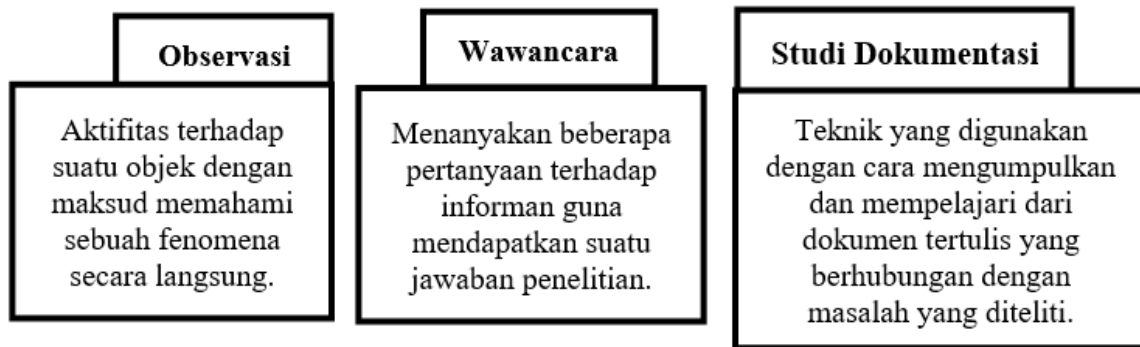
Subjek penelitian adalah para penenun sarung Samarinda yang seluruhnya adalah perempuan. Objek penelitiannya adalah nilai-nilai kearifan lokal sarung tenun Samarinda dalam perspektif ekonomi Islam. Pengambilan sampel dilakukan dengan cara purposive sampling dan yang berjumlah 4 (orang) orang responden dari penenun sarung Samarinda yang berdomisili di kampung Petenunan Kota samarinda. Purposive sampling merupakan teknik pengambilan dengan pertimbangan tertentu berupa kriteria yang digunakan adalah perempuan dengan rentang usia 30 hingga 60 tahun, memiliki mesin ATBM sendiri dan memiliki toko dengan omzet belasan juta rupiah perbulan, yakni : Ibu Suryani (40 tahun), Ibu Maryam, (58 tahun), Ibu Intan (47 tahun), ibu Diana (45 tahun).

Lokasi yang diteliti adalah Kampung Tenun Samarinda yang terletak di Jalan Pangeran Bendahara kecamatan Samarinda Seberang. Alasan pengambilan lokasi penelitian di daerah Samarinda Seberang adalah karena Kampung Tenun Samarinda ini menyimpan sejuta pesona Samarinda dan merupakan salah satu destinasi wisata bagi para pelancong/wisatawan dari berbagai daerah dan negara untuk memperoleh buah tangan khas Samarinda Kalimantan Timur. Selain itu, hampir seluruh penduduk di daerah yang menghuni Kampung Tenun tersebut berprofesi sebagai penenun Sarung Samarinda yang saat ini dikenal

sebagai ikon kota Samarinda di mata masyarakat Indonesia. Di kampung tersebut juga dapat dilihat proses pembuatan kain tenun, mulai dari pemintalan benang sampai pada akhir proses penenunan kain Sarung Samarinda tersebut.

Teknik pengumpulan data yang digunakan melalui 3 (tiga) kategori yaitu melalui Observasi, Wawancara, dan Dokumentasi.

Gambar 2. Alur Pengumpulan Data



Sumber: Siyoto & Sodik (2015)

Di kampung tersebut juga dapat dilihat proses pembuatan kain tenun, mulai dari pemintalan benang sampai pada akhir proses penenunan kain Sarung Samarinda tersebut. (Samsir & Nurwati, 2018; Ansori, 2016). Teknik analisis yang digunakan adalah dengan memadukan antara metode analisis data Miles dan Huberman. Teknik analisis metode Miles dan Huberman melalui 4 tahapan yaitu dimulai dari pengumpulan data, setelah itu data tersebut di reduksi, kemudian menghasilkan data yang dapat ditarik suatu kesimpulannya, dan yang terakhir menyajikan hasil dari penarikan kesimpulan tersebut menjadi sebuah narasi dalam penelitian (Afrizal, 2016).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sejarah Sarung Tenun Samarinda

Sejak dahulu kala, pangan dan pakaian menjadi prioritas kebutuhan manusia karena pakaian berperan dalam menjaga kelangsungan hidup. Pakaian dapat memberikan kehangatan saat cuaca dingin serta mencerminkan kepribadian dan kesopansantunan seseorang. Tenun adalah jenis kain yang dibuat melalui proses menenun dengan teknik persilangan benang lusing dan benang pakan, serta menggunakan pewarna alami. Benang yang digunakan dalam menenun disebut lusing dan dicelupkan ke dalam pewarna sebelum digunakan. Selain benang lusing, kain tenun juga dapat dibuat dengan menggunakan benang kapas. (Samsir & Nurwati, 2018).

Kain tenun adalah benda seni rupa fungsional yang memiliki manfaat praktis dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari. Keindahan corak dan polanya membuatnya dinikmati

secara estetis. Kerajinan ini penting untuk dilestarikan. (Rifayanti dkk., 2017). Adapun corak-corak yang dimiliki oleh sarung tenun samarinda adalah corak Hatta, Pengantin, Merica, Soeharto, Pulu, Bolong Cokka Manipi, Burairah, Billa Takkajo, Ayam Palopo (Sirat-sirat bamboo), Garanso, Catur, dan corak Mammario (Indriani dkk., 2019). Hasil tenun yang diperoleh dari kota Samarinda, Kalimantan Timur, dikenal sebagai Sarung Samarinda atau Tajong Samarinda. Keberadaan sarung tenun Samarinda telah menjadi simbol yang penting bagi kota Samarinda dan diakui secara nasional. Sarung Samarinda memiliki pola yang unik dan berbeda, serta warna yang beragam dan cerah (Ansori, 2016). Sarung tersebut ditenun menggunakan alat tenun bukan mesin atau disingkat ATBM yang disebut sebagai Gedokan. Bahan baku yang digunakan dari kain tenun ini merupakan jenis kain sutra. Sebelum ditenun, bahan baku tersebut masih harus menjalani beberapa proses terlebih dahulu agar menghasilkan kain yang optimal dan kuat saat dipintal menggunakan Gedokan.

Secara historis, kerajinan Sarung Tenun Samarinda ini pada mulanya dibawa oleh pendatang suku Bugis (suku Wajo) dari Sulawesi Selatan, yang kemudian berdiam di kawasan tanah rendah (yang sekarang dikenal sebagai Samarinda Seberang) pada tahun 1668. Alasan mengapa kerajinan tersebut dibawa ke Kalimantan Timur yang saat ini menjadi ibukota dari Samarinda adalah karena kebudayaan tersebut pada mulanya dibawa oleh suku tersebut untuk mencari suaka terhadap kerajaan Kutai Kartanegara akibat perjanjian Bungaja antara kerajaan Gowa dan Belanda sekitar abad ke-16. Masyarakat Bugis pendatang inilah yang mengembangkan corak asli tenun Bugis menjadi tenun Samarinda (Ahmad, 2021).

Sedangkan dalam literatur lain disebutkan bahwa kerajinan sarung tenun ini dibawa oleh seorang bangsawan bugis dari kerajaan Wajo Sengkang Sulawesi Selatan yang bernama La-Mohang Daeng Mangkona pada tahun 1607, akibat kekalahan yang diderita pasca peperangan kerajaan Wajo melawan kerajaan Bone. Tujuan utama para bangsawan tersebut sebenarnya adalah Kutai Kartanegara, tetapi karena kehabisan perbekalan maka kapal mereka berlabuh di pasir. Karena semakin banyaknya pengikut yang melarikan diri dari Kerajaan Wajo karena perang dan sempitnya lahan yang tersedia, salah seorang bangsawan yang bernama La Madukelleng mengutus La-Mohang Daeng Mangkona untuk meneruskan perjalanan menuju Kutai yang pada saat itu diperintah oleh Adji Panegeran Mojo Kusuma. Oleh raja Kutai, La-Mohang diberi amanat untuk tinggal di pesisir Sungai Mahakam yang saat ini dikenal dengan nama Samarinda Seberang. Dan pada tahun 1710, raja Kutai Adji Pangeran Dipati Anom Panji menikahi seorang putri dari Kerajaan Wajo bernama Putri Penoki. Dari pernikahan mereka lahirlah seorang putra yang kemudian diangkat menjadi raja dengan gelar Sultan Adji Muhammad Idris. Sejak saat itulah Kerajaan Kutai menjadi ramai dikunjungi oleh pedagang-pedagang dari negeri China yang memperkenalkan benang sutra untuk dijadikan bahan baku sarung dan pakaian (Purwadi, 2015). Perempuan di Samarinda memiliki peran

yang sangat penting dalam tradisi menenun. Menenun merupakan warisan budaya yang telah diwariskan secara turun temurun dari generasi ke generasi. Hingga sekarang, masyarakat di daerah tersebut masih melestarikan kerajinan tersebut berupa menenun kain Samarinda, dan kawasan di daerah tersebut kini dikenal sebagai Kampung Tenun Samarinda.

Gambar 2. Dokumentasi Kampung Tenun



Kampung tersebut menarik wisatawan karena selain sebagai tempat untuk mendapatkan sarung tenun Samarinda sebagai cinderamata, juga memungkinkan siapa pun untuk menyaksikan proses pembuatan kain tenun Samarinda (Ansori, 2016). Kerajinan tenun sarung Samarinda awalnya dibawa oleh pendatang Bugis dari Sulawesi Selatan yang dipimpin oleh La Mohan Daeng Mangkona. Mereka menetap di kawasan Tanah Rendah (sekarang Samarinda Seberang) sekitar tahun 1668, yang menjadi awal berdirinya Kota Samarinda. Sarung Samarinda merupakan hasil budaya suku Bugis yang dibawa dari tanah asalnya dan dikembangkan sebagai usaha keluarga atau home industry seiring dengan berdirinya kota Samarinda. Sarung Samarinda berhasil menggabungkan motif Bugis dengan Dayak Asli, dan pangsa pasarnya meluas tidak hanya di sekitar Samarinda atau Indonesia, tetapi juga hingga mancanegara. Sejarah sarung ini dimulai dari kampung Pamanah di Gang Pertenunan Samarinda Seberang, tempat tinggal para perantau Bugis. Meskipun jauh dari tanah leluhur, perempuan Bugis yang tinggal di Samarinda tetap mempertahankan tradisi. Sambil menunggu suami pulang bekerja dan mengasuh anak, mereka menenun sarung untuk dipakai sendiri. Namun, sarung dengan motif kotak-kotak yang menarik ini mulai diminati oleh orang lain yang ingin membelinya. Karena mereka masih tinggal di kota yang sama, meskipun terpisah oleh Sungai Mahakam, sarung ini kemudian dikenal sebagai sarung Samarinda.

Kini, sudah ada belasan kampung penenun, berada di gang-gang yang berdekatan. Namanya pun beragam. Ada kampung Wajo, Senglang, Sidrap, sesuai nama kampung asal mereka di Sulawesi. Sementara di sepanjang jalan raya Samarinda Seberang, bermunculan galeri, toko, dan koperasi yang menjajakan hasil kerajinan satu ini.

Beberapa tahun belakangan ini, Walikota Samarinda berupaya menciptakan pasar lokal dan meningkatkan popularitas sarung Samarinda. Selain digunakan sebagai pakaian

shalat dan sarungan, sarung Samarinda juga diubah menjadi baju dengan motif yang sama. Walikota mengimbau para pejabat di lingkungan pemerintah kota untuk mengenakan baju sarung Samarinda, dan secara alami para pegawai mengikutinya. Sebuah imbauan pun dibuat untuk memperkenalkan pakaian ini pada hari Kamis. Pakaian khas resmi sarung Samarinda juga diperkenalkan dan digunakan oleh pejabat eselon II pada acara peringatan hari jadi kota Samarinda dan acara resmi lainnya. Peluncuran pakaian khas resmi ini dilakukan pada perayaan hari jadi kota Samarinda yang ke-345 dan HUT Pemkot ke-53 pada tanggal 21 Januari 2013. Peluncuran ini dihadiri oleh Gubernur Dr. H Awang Faraok Ishak, Wakil Gubernur Farij Wadjidy, serta dua mantan wali kota, Alm. H Waris Husein dan Alm. DR. H Ahmad Amien MM.

Awalnya, desain baju bermotif Sarung Samarinda hampir 100% mengikuti motif sarung, tetapi kemudian mengalami perkembangan dengan penggabungan motif yang menarik, bahkan dalam industri fashion. Tanggal 14 Maret 2012 menjadi titik balik sejarah bagi kampung tenun di Kelurahan Masjid dan Baqa Samarinda Seberang, serta para perajin yang terdampak oleh perkembangan zaman. Saat ini, kampung tenun telah diubah menjadi kawasan wisata yang dikenal secara nasional, dan para perajin tenun telah merasakan keberkahannya (Hayuni & Syahbana, 2014)

Terjadi kebangkitan kampung tenun sebagai tujuan wisata nasional melalui program Gerakan Dewan Kerajinan Nasional Bersih Sehat Ramah Lingkungan, Rapi dan Indah (Dekranas Berserri). Pencanaan dilakukan oleh Ketua Umum Dekranas, Hj Herawati Boediono, yang diwakili oleh Ketua Harian Dekranas, Hj Okke Hatta Prajasa, di Lamin Etam, Samarinda. Upaya terus dilakukan dalam penataan kampung tenun, termasuk kerjasama antara Dekranasda kota Samarinda dengan SKPD terkait. Dinas Cipta Karya dan Tata Kota telah melakukan pemugaran terhadap Rumah Tua di Kampung Tenun sebagai Cagar Budaya, perbaikan rumah di lingkungan Kampung Tenun, penambahan akses jalan/jembatan, dan perbaikan penerangan. Kerjasama dengan Kementerian Lingkungan Hidup dan Badan Lingkungan Hidup Samarinda juga terbentuk untuk membangun Instalasi Pengolahan Air Limbah (IPAL) guna mengolah limbah rumah tangga dan industri sebelum dibuang ke Sungai Mahakam. Limbah kering atau sampah dijadikan produk seperti tas, keranjang, dan tutup meja, yang dapat meningkatkan ekonomi warga setempat (Gunawijaya, 2017)

Kepemimpinan dalam pandangan Islam, merupakan amanah dan tanggung jawab yang tidak hanya dipertanggungjawabkan kepada angota-anggota yang dipimpinnya, tetapi juga akan dipertanggungjawabkan dihadapan Allah swt. Jadi, pertanggungjawaban kepemimpinan dalam Islam tidak hanya bersifat horizontal-formal sesama manusia, tetapi bersifat vertical-moral, yakni tanggungjawab kepada Allah swt, di akhirat nanti.

Peran Perempuan terhadap Nilai-Nilai Kearifan Lokal Sarung Tenun Samarinda Fungsi Sosial Budaya

Menenun sudah menjadi ‘falsafah’ hidup bagi kaum perempuan di kampung Tenun Samarinda. Tidak sedikit hasil tenunan dari karya tangan mereka yang dengan tekun mengikat benang, sabar merangkai motif, serta terampil dalam menenun. Sesungguhnya, ibu-ibu penenun ini, tidak hanya menenun selebar kain dengan nilai jual secara ekonomis, tetapi mereka juga merangkai dan menenun motif sejarah, budaya, nilai-nilai hidup, identitas kampung, pesan moral dan sosial, serta kekhasan mereka sebagai perempuan; kelembutan, kesabaran, rasa memiliki dan berbagi. Menenun “warisan” leluhur, agar generasi sekarang dan yang akan datang tidak lupa dengan warna budaya sendiri. Menggambarkan kekhasan budaya setempat, menjadi bahan seremoni (dalam upacara kebudayaan) misalnya adat pernikahan dan penyerahan mahar. Hal ini dilakukannya dengan berkreasi agar sarung Samarinda tidak hanya dipakai untuk shalat dan sarungan saja, namun juga dibuat baju dengan motif sarung samarinda. Pemerintah Kota samarinda menghimbau para pejabat di lingkungan pemerintah untuk memakai baju sarung Samarinda dan akhirnya secara ‘hukum alam’ diikutinya para pegawai, sehingga dibuatlah imbauan untuk mengenalkan pakaian ini di hari Kamis.

Termasuk juga pembuatan pakaian khas resmi sarung Samarinda yang dipakai pejabat eselon II tiap hari jadi kota Samarinda dan agenda resmi lainnya. Penggunaan pakaian khas resmi ini sendiri dilaunching di hari jadi kota ke 345 dan HUT Pemkot ke 53 21 Januari 2013. Launching ini juga dihadiri gubernur Dr. H. Awang Faraok Ishak dan Wagub Farij Wadjidy serta 2 mantan wali kota Alm. H. Waris Husein dan alm. Dr. H. Ahmad Amien, MM. Pada mulanya desain baju bermotif Sarung Samarinda sedikit motif dengan hampir 100 persen seperti sarung dibikin baju, namun terus berkembang dengan terus di lakukan perpaduan motif hingga sekarang sudah sangat menarik, bahkan untuk dunia fashion.

Kain tenun juga berfungsi untuk pemberian berupa bingkisan untuk kenang-kenangan (*souvernir*). Untuk kenangan dan pemenuhan kebutuhan promotif. Kain tenun ini digunakan juga untuk memperkenalkan Kota samarinda sebagai kota penyanggah Ibu Kota Negara (IKN) Nusantara ke berbagai penjuru dunia, sehingga tidak lagi hanya digunakan sebagai pemenuhan sandang, tetapi menjadi pemenuhan promosi diri atau promosi daerah.

Fungsi Ekonomi Kreatif

Berkaitan dengan fungsi sosial budaya tersebut di atas. Kain tenun Samarinda pun dapat diolah menjadi jas, jaket, tas, dan inovasi pakaian dari kaum perempuan. Misalnya dijadikan gaun panjang, rok, celana panjang dan sebagainya. Nilai jual kain tenun Samarinda menjadi bertambah ketika fungsi-fungsi sosial budaya dioptimalkan. Sarung tenun

Samarinda ini tidak sekedar pakaian adat atau pakaian sehari-hari, tetapi dapat digunakan untuk berbagai kebutuhan lain. Kaum perempuan Samarinda dalam membuat kain tenun adalah untuk dijual. Dalam wawancara ditemukan ada juga kaum perempuan tidak mempunyai pekerjaan lain, akan tetapi mampu menyekolahkan anaknya sampai sarjana dengan menekuni pekerjaan sebagai penenun. Nilai ekonomi kreatif yang ada di kampung Tenun Samarinda ini sebenarnya memiliki nilai yang sangat baik dan nilai jual yang tinggi, namun banyak penenun rumahan yang tidak memiliki wadah atau model penjualan yang sesuai dengan proses pembuatan. Yang terlihat disini ada beberapa rumah sendiri yang didirikan untuk mengakomodir dan menerima para wisatawan hadir untuk mengetahui proses menenun dan menjual tenunnya, namun lebih banyak dimiliki oleh pribadi.

Nilai-Nilai Kearifan Lokal Sarung Tenun Samarinda dalam Perspektif Ekonomi Islam

Ekonomi Islam merupakan ilmu yang mempelajari mengenai usaha manusia dalam mengelola dan mengalokasikan sumber dayanya demi mendapatkan keridhaan Allah Swt semata, dengan upaya yang halal dan berdasarkan ketentuan yang tertuang dalam Al-Qur'an dan Hadits (Arfianti, 2020). Berdasarkan hasil penelitian ini diketahui bahwa para penenun dalam memproduksi kain tenun selalu menerapkan nilai-nilai Islami. Memproduksi sesuai dengan kualitas. Jika ada hasil produksi yang cacat maka para penenun memberitahu konsumen agar tidak kecewa. Limbah produksipun dibuang ke aliran Sungai Mahakam yang jauh dari kegiatan masyarakat di sungai tersebut. Dalam aspek perspektif Ekonomi Islam, suatu produk haruslah memiliki mutu atau kualitas yang terbaik, bukan sebaliknya demi mendapatkan keuntungan yang sebanyak-banyaknya untuk laku menurunkan kualitas suatu produk (Asnawi & Fanani, 2017; (Melania & Ridlwan, 2022)). Sebagaimana firman Allah SWT dalam surah Al-Ahzab ayat 23 yang berbunyi:

مِنَ الْمُؤْمِنِينَ رِجَالٌ صَدَقُوا مَا عَاهَدُوا اللَّهَ عَلَيْهِ فَمِنْهُمْ مَّنْ قَضَىٰ نَحْبَهُ وَمِنْهُمْ مَّنْ يَنْتَظِرُ وَمَا بَدَّلُوا تَبْدِيلًا ۚ ۲۳

Terjemahnya:

“Di antara orang-orang mukmin itu ada orang-orang yang menepati apa yang telah mereka janjikan kepada Allah. Di antara mereka ada yang gugur dan di antara mereka ada (pula) yang menunggu-nunggu.(614) Mereka sedikit pun tidak mengubah (janjinya)” QS. Al-Ahzab: 23 (Suara Agung, 2019).

Para penenun tetap memiliki sikap saling toleransi kepada sesama produsen maupun konsumen, memiliki akhlak yang baik ketika kedatangan konsumen dan dalam memberikan harga masih sesuai dengan kualitas barangnya jadi penentuan harga sesuai dengan kualitas kain. Dalam Al-Quran surah Ali Imran menunjukkan bahwa di dalam melakukan transaksi ekonomi tidak dibenarkan untuk mematok harga yang berlipat ganda sebagai wujud

keuntungan pribadi atau perusahaan. Sebagaimana firman Allah SWT dalam surah Ali Imran ayat 130, yang berbunyi:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا الرِّبَا أَضْعَافًا مُضَاعَفَةً وَاتَّقُوا اللَّهَ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ ۝١٣٠

Terjemahnya:

“Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan riba dengan berlipat ganda dan bertakwalah kepada Allah agar kamu beruntung.” QS. Ali Imran: 130 (Suara Agung, 2019).

Berdasarkan hasil observasi penulis bahwa setiap rumah/toko yang menjadi tempat menjual kain tenun ada tempat berupa musholla untuk melakukan ibadah bagi umat Islam. Ini bisa menjadi salah satu daya tarik sendiri karena bagi pengunjung tidak kesulitan untuk melaksanakan ibadah sholat. Hal ini sudah sesuai dengan ajaran Islam bahwa, sholat merupakan tiang agama jadi tetap harus dilaksanakan dimanapun dan kapanpun. Mengenai promosi, dari hasil penelitian bahwa promosi yang dilakukan yaitu menggunakan cara promosi secara langsung atau melalui media sosial dan bisa melalui pameran dan memberikan informasi sesuai dengan kondisi barang dan menerapkan kejujuran kepada pembeli. Dalam mempromosikan barang menerapkan kejujuran, keadilan tidak mengada-ngada apalagi yang menjurus kepada kebohongan. Ini sesuai dengan nilai-nilai Islami yang mengutamakan kejujuran dalam berdagang. Sesuai dalam aturan promosi produk menurut Islam adalah tidak dibenarkan melakukan penipuan, baik dalam bentuk perilaku maupun perkataan.

KESIMPULAN

Nilai ekonomi kreatif yang ada di kampung Tenun Samarinda sebenarnya memiliki nilai yang sangat baik serta nilai jualnya yang sangat tinggi, namun banyak penenun rumahan yang tidak memiliki wadah atau modal penjualan yang sesuai dengan proses pembuatan. Berdasarkan observasi peneliti terlihat bahwa ada beberapa rumah sendiri yang didirikan untuk mengakomodir dan menerima para wisatawan hadir untuk mengetahui proses menenun dan menjual tenunnya, namun kebanyakan dimiliki oleh pribadi. Dari sisi produk, produk sarung tenun sangat memperhatikan aspek kualitasnya dan ini sesuai dengan aspek perspektif Ekonomi Islam, suatu produk haruslah memiliki mutu atau kualitas yang terbaik. Terkait sisi harga. Para penenun tetap memiliki sikap saling toleransi kepada sesama produsen maupun konsumen dan menghargai kualitas kain yang ditenun. Dan aspek Promosinya, promosi yang dilakukan yaitu menggunakan cara promosi secara langsung atau melalui media sosial dan bisa melalui pameran dan memberikan informasi sesuai dengan kondisi barang dan menerapkan kejujuran kepada pembeli.

DAFTAR PUSTAKA

- Alexandri, M. B., Sam', N. A., & Raharja, un J. (2020). Development strategy of Bandung creative city through the performance improvement of creative industries. *International Journal of Business and Globalisation*, 24(4), 560. <https://doi.org/10.1504/IJBG.2020.106962>
- Agustus 2016: <https://uin-malang.ac.id/r/160801/seharusnya-agama-menjadi-solusi-problem-kehidupan.html> (diakses, 14 Juni 2022).
- As'ad, I., Alwi, M., Anitasari, B., Sinlae, A. A. J., Nugroho, F., & Anwar, K. (2022). *The Implementation of E-Commerce for Micro, Small and Medium Enterprises (MSMES) in Covid 19 Pandemic Era*. <https://doi.org/10.2991/aebmr.k.220107.009>
- Bank Indonesia. (2021). *Laporan Penelitian Pengembangan Komoditas/Produk/Jenis Usaha (KPJU) Unggulan UMKM di Provinsi Kalimantan Timur Tahun 2021*. Bank Indonesia.
- Farida, N., Suman, A., & Kresna Sakti, R. (2021). Fiscal Decentralization, Economic Growth and Regional Development Inequality in Eastern Indonesia. *Journal of Indonesian Applied Economics*, 9(2), 1–9. <https://doi.org/10.21776/ub.jiae.009.02.1>
- Indriastuti, H., Kasuma, J., Zainurrosalamia, S., Darma, D. C., & Sawangchai, A. (2020). Achieving Marketing Performance through Acculturative Product Advantages: The Case of Sarong Samarinda. *Asian Journal of Business and Accounting*, 13(1), 241–262. <https://doi.org/10.22452/ajba.vol13no1.9>
- Melania, F. A., & Ridlwan, A. A. (2022). Pengaruh Penerapan Etika Pemasaran Islami Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Pelanggan Produk Chiztikk Surabaya). *Jurnal Iqtisaduna*, 8(1), 43–56. <https://doi.org/10.24252/iqtisaduna.v8i1.29069>
- Ngo, L.-M., & Anh, T. D. (2021). A New Development Model for Traditional Craft Villages in Urban Fringes: A Case Study in Ho Chi Minh City, Vietnam. *Journal of Regional and City Planning*, 32(2), 99–109. <https://doi.org/10.5614/jpwk.2021.32.2.1>
- Pajooan, M. (2019). Regional Development or Regional Policies? A Review of 60 Years of Regional Planning and Development in Pre and Post Islamic Revolution Iran. *Journal of Regional and City Planning*, 30(2), 102. <https://doi.org/10.5614/jpwk.2019.30.2.2>
- Purnamawati, I. G. A., Herliyani, E., & Eka Agustini, D. A. (2019). Creative Industry And Opportunity In Export Market. *International Journal of Social Science and Business*, 3(2), 169. <https://doi.org/10.23887/ijssb.v3i2.18397>
- Rifayanti, R., Kristina, G., Doni, S. R., Setiani, R., & Welha, T. P. (2019). Filosofi Sarung Tenun Samarinda Sebagai Simbol dan Identitas Ibu Kota Kalimantan Timur. *Psikostudia : Jurnal Psikologi*, 6(2), 21. <https://doi.org/10.30872/psikostudia.v6i2.2373>
- Rois, I., & Salahuddin, Muh. (2022). Islamic Microfinance Institutions, Indonesian Economic Democracy, and Development (A Maqashid Approach System Perspective). *Jurnal Iqtisaduna*, 8(1), 1–15. <https://doi.org/10.24252/iqtisaduna.v8i1.26821>
- Suprayogo, Imam. *Seharusnya Agama Menjadi Solusi Problem Kehidupan*. UIN Malang,
- Suprayogo, Imam. *Revormulasi Visi Pendidikan Islam*. Cet. I; Malang: Stain Press, 1999.
- Sutrisno, Edy. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Kencana, 2017.
- Syariah, Republika. SKKNI Perbankan Syariah. Juni 2022.
- Tampubolon, Manahan P. *Prilaku Keorganisasian*. Jakarta: Ghalia Indonesia, 2012.

- Trimulato. "Manajemen Sumber Daya Manusia Islam Bagi SDM di Bank Syariah". *Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, Vol. 5 No. 2 , 250. (Desember 2018).
- Umiarso dan Baharuddin. *Kepemimpinan Pendidikan Islam; Antara Teori dan Praktek*. Yogyakarta: Ar Ruzz Media, 2012.
- Wahjono, Sentot Imam. *Prilaku Organisasi*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010.
- Wahyu Eko Pujiyanto, Musyaffaah, L., Al Haromainy, M. M., & Angga Lisdiyanto. (2022). *Integrated, Marketing Integrated Marketing Communication Pada Daya Tarik Embrio Destinasi Wisata Bahari Melalui Brand Building*. *Jurnal Iqtisaduna*, 8(1), 57–61. <https://doi.org/10.24252/iqtisaduna.v8i1.29593>
- Wahyudi, Imam. *Pengembangan Pendidikan Strategi Inovatif & Kreatif dalam Mengelola Pendidikan Secara Komprehensif*. Jakarta: PT. Prestasi Pustakarya, 2012.
- Wibawa, Dwi Ari. 2012. "Kepemimpinan Transaksional dan Kepemimpinan Transformasional". www.kppnrantauprapat.net:http://kppnrantauprapat.net/files/artikel/Kepemimpinan_Transaksional_dan_Transformasional.pdf (diakses, 19 Juni 2022).
- Wibowo. *Sistem Manajemen Kinerja*. Jakarta: Gramedia, 2007.
- Wibowo. *Manajemen Kinerja*. Jakarta: Rajawali Pers, 2010.
- Wibowo. *Manajemen Kinerja-Edisi Ketiga*. Jakarta: Rajawali Pers, 2013.
- Yunita Widia, Andri Brawijaya. "Perbandingan Penerapan Kode Etik Syariah Di Lembaga Keuangan Syariah (Studi Pada Bank BNI Syariah dan BTN Syariah)". *Jurnal Nisbah*, Vol. 5, No. 1, (2019): h. 30-44.
- Yusuf, Burhanuddin. *Manajemen Sumber Daya Manusia di Lembaga Keuangan Syariah*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2015.