



STRATEGI KOMUNIKASI PENGUSAHA ROTAN DALAM RANGKA MEMBANGKITKAN INDUSTRI ROTAN DI DAERAH TRANGSAN

Gabriel Rizka Candra¹, Rini Darmastuti²

^{1,2}Program Studi Hubungan Masyarakat, Universitas Kristen Satya Wacana
email: rizkagabriel@gmail.com¹, rini.darmastuti@uksw.edu²

Abstrak

Desa Trangsan Kabupaten Sukoharjo merupakan salah satu daerah yang penduduknya hampir sebagian besar berprofesi sebagai pengusaha Rotan. Pada tahun 1990-an, industri rotan di daerah Trangsan ini mengalami perkembangan yang luar biasa. Hal ini bisa dipahami karena industri rotan merupakan komoditas terbesar di tanah air pada masa itu. Pada saat ini industri rotan di desa ini mengalami penurunan yang luar biasa. Berdasarkan kondisi tersebut, penelitian ini bertujuan mengkaji strategi komunikasi untuk membangkitkan kembali industri rotan di desa Trangsan kabupaten Sukoharjo dalam menciptakan pemahaman mengenai beraneka ragam kerajinan rotan. Tulisan ini didasarkan dari hasil penelitian dengan menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Metode pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam dengan Bapak Mujiman selaku kepala desa Trangsan dan ketua cluster, bapak Parno selaku pengrajin rotan, bapak Heru selaku pengusaha rotan serta bapak Gatot wadoyo selaku pekerja industri rotan dan pembuat kerajinan tameng; dan observasi. Teknik wawancara yang dilakukan adalah dengan menyusun tujuan penelitian, menyusun berapa banyak narasumber yang akan diwawancarai, melakukan wawancara dengan narasumber, dan yang terakhir adalah mengambil kesimpulan hasil wawancara yang sudah dicatat dan direkam. Strategi komunikasi untuk industri rotan di desa Trangsan, hasil dari penelitian ini adalah pertama, strategi komunikasi melalui grebeg penjalin. Kedua, desa wisata rotan Trangsan. Ketiga, pelatihan-pelatihan pembuatan kerajinan rotan. Keempat, media yang menjadi perantara publikasi untuk mempermudah pengenalan industri rotan dan pemasaran produk rotan.

Kata Kunci: Strategi Komunikasi; Pengusaha Rotan; Masyarakat local; Desa Trangsan

Abstract

Trangsan Village in Sukoharjo Regency is one of the areas where most of the population as rattan entrepreneurs. In the 1990s, the rattan industry in the Trangsan area experienced tremendous development. This is naturally happened, because the rattan industry is the largest commodity in the country at that time. Now rattan industry in this village decreasing a lot. Based on these conditions, this study aims to examine the communication strategy to revive the rattan industry in the village of Trangsan, Sukoharjo district in creating an understanding of a variety of rattan handicrafts. This paper based on the results of research using a descriptive qualitative approach. The method of collected the data was done through in-depth interviews with Mr. Mujiman as the head of the Trangsan village and the head of the cluster, Mr. Parno as a rattan craftsman, Mr. Heru as a rattan businessman and Mr. Gatot wardoyo as a rattan industry worker and a shield craft maker; and observation. The technique of the interview using compiling the objectives of the study, combine the speakers will be interviewed, matching the statements of interviews with the resources, and finally make the conclusions from the interviews that have been recorded. Communication strategy

for the rattan industry in Trangsan village, the results of this research are; first, the communication strategy through grebeg penjalin. Second, Trangsan rattan tourism village. Third, training how to crafting rattan. Fourth, be a media of publications to share the introduction of the rattan industry and the marketing of rattan products.

Keywords: *Communication strategy; Rattan Entrepreneurs; Local Communities; Trangsan Village*

Pendahuluan

Daerah Trangsan merupakan salah satu daerah industri yang besar di Kabupaten Sukoharjo. Setiap harinya, kerajinan industri rotan di daerah ini mampu mendatangkan sejumlah masyarakat luar daerah dan luar negeri yang tertarik dengan hasil kerajinan rotan. Pada tahun 1990-an, industri rotan di daerah Trangsan berada pada posisi yang jaya, karena sebagian besar penduduk di daerah ini dikatakan sebagai pengusaha yang sukses berkat hasil kerajinan industri tersebut. Namun perlahan daerah ini kehilangan *buyer* dari dalam ataupun luar negeri karena sebagian besar permintaan tidak tercukupi sebab sulitnya bahan baku dan mahalnya bahan baku yang tersedia pada saat itu. Hal ini menyebabkan para pengrajin beralih ke daerah lain untuk mencari pekerjaan lain.

Sebelum tahun 1986, Indonesia merupakan pengekspor bahan baku rotan terbesar di dunia. Bahan baku rotan ini di dapat dari luar Pulau Jawa. Menurut release Biro umum dan Humas Departemen perindustrian, sejak dikeluarkannya SK Menteri Perdagangan No. 274/KP/X/1986 tentang larangan ekspor bahan baku rotan, industri pengolahan rotan nasional mengalami perkembangan yang sangat pesat yaitu meningkat dari 20 perusahaan menjadi 300 perusahaan. Sementara itu, industri pengolahan rotan di luar negeri (Taiwan

dan Eropa) yang bahan bakunya mengandalkan pasokan dari Indonesia banyak yang mengalami kebangkrutan dan mengalihkan usahanya ke Indonesia, khususnya di daerah Cirebon. (Sumber : <http://www.kemenperin.go.id/artikel/471/Pengembangan-Industri-Pengolahan-Rotan-Indonesia>, Akses 22 Februari 2019).

Industri Rotan menjadi salah satu komoditas besar di Indonesia untuk ekspor-impor yang bernilai tinggi dibandingkan dengan kayu. Hal ini disebabkan karena rotan lebih ringan, kuat, lentur, dan murah. Hal ini menyebabkan permintaan produk dari rotan, baik itu di dalam maupun di luar negeri mengalami lonjakan yang sangat tinggi. Alasan lain yang menjadikan industri rotan banyak diminati oleh masyarakat di dalam dan di luar negeri yaitu karena rotan dapat dibuat dalam bentuk anyaman yang menarik dan mampu menarik minat konsumen.

Industri rotan di Indonesia mengalami penurunan pada periode 2003-2006. Hal ini bisa dilihat dari pertumbuhan rata-rata sebesar 0,38% pertahun. Pada periode itu hanya terjadi peningkatan dari 545.405 ton/tahun menjadi 551.585 ton/tahun. Dari sisi produksi, realisasi produksinya menurun dari 381.784 ton pada tahun 2003, menjadi 372.761 ton pada tahun 2006. Pada tahun 2007, industri rotan di

Indonesia terus mengalami penurunan. Hal ini bisa dilihat dari data industri rotan di Cirebon. Pada tahun itu, Cirebon yang terkenal sebagai pusat industri rotan, mengalami penurunan produksi dari kondisi semula yang dapat mengekspor 120 kontainer per bulan, pada tahun itu hanya mampu mengekspor 15–20 kontainer, bahkan sudah ada yang tidak berproduksi lagi. Hal ini disebabkan oleh sulitnya memperoleh bahan baku rotan yang berkualitas. Di sisi yang lain, di negara pesaing bahan baku justru lebih mudah didapatkan. Akibatnya banyak pengusaha rotan kecil yang semula sebagai sub kontraktor tidak memperoleh pekerjaan lagi, sehingga menimbulkan banyak pengangguran (Sumber data dari Biro umum dan Humas Departemen perindustrian (sumber: <http://www.kemenperin.go.id/Pengembangan-Industri-Pengolahan-Rotan-Indonesia>, Akses 22 Februari 2019).

Kondisi penurunan industri rotan ini juga dialami oleh pengrajin rotan yang ada di desa Trangsan. Menurut sejarah, sebelum menjadi daerah industri rotan, penduduk daerah Trangsan mayoritas hanya sebagai petani. Pada tahun 1986 pemerintah datang untuk memberikan pelatihan pada pengrajin. Dalam perkembangannya, produksi rotan di daerah Trangsan ini mengalami perkembangan dalam ekspor-impor. Banyak permintaan barang rotan dari luar negeri, baik itu dalam bentuk bahan mentah, produk rotan setengah jadi sampai produk kerajinan rotan yang sudah jadi. Pertumbuhan industri rotan ini membawa dampak pada perekonomian di daerah itu. Perekonomian desa terangkat begitu pesat. Ada banyak pembeli yang berasal dari luar negeri, datang ke desa

Trangsan untuk membeli produk rotan yang dihasilkan oleh pengrajin di daerah itu, atau hanya sekedar melihat proses pembuatan rotan.

Puncak ekspor dan impor industri rotan di daerah Trangsan terjadi pada tahun 1900-an sampai dengan tahun 2005. Pada tahun 2006, industri rotan di daerah ini mengalami penurunan produksi. Pada tahun 2009, merupakan puncak penurunan industri rotan di desa Trangsan. Turunnya komoditas pada tahun 2006-2009 membuat pengrajin rotan memilih pindah ke daerah lain dan mencari pekerjaan yang lebih menjanjikan. Dalam pemikiran pengrajin rotan pada saat itu, mencari pekerjaan lain dianggap lebih menjanjikan dibandingkan dengan hanya menunggu kepastian bahan baku rotan yang susah didapat.

Untuk memperkaya tulisan ini, penulis merujuk pada beberapa penelitian terdahulu dengan fokus kajian yang sama dengan penelitian yang penulis lakukan. Tujuannya adalah untuk memperkaya wawasan penulis. Pada penelitian P Rahayu yang berjudul “Strategi Kelangsungan Usaha Industri Kerajinan Rotan di Sentra Industri Rotan di Desa Trangsan Kecamatan Gatak Kabupaten Sukoharjo” disimpulkan bahwa hal produksi dan pemasaran menjadi komponen yang penting dalam keberlangsungan Industri Rotan di daerah Trangsan ini. Produksi meliputi beberapa aspek pokok, diantaranya; Tenaga kerja yang terbagi kedalam 3 golongan yakni tenaga kerja harian, tenaga kerja borongan, dan tenaga kerja sementara; upah kerja yang terbagi dalam upah harian dan upah borongan; alat produksi yang terdiri dari compressor, tembak paku, bor, gergaji, gunting, dan amplas; dan

komponen terakhir yang penting adalah ketersediaan bahan baku. Disini pengrajin bertindak sebagai aktor yang melakukan tindakan-tindakan pembuatan rotan yang akan dipasarkan.

Kesimpulan yang kedua adalah pemasaran produk. Dalam pemasaran produk ini, diharapkan menggunakan elemen-elemen strategi pemasaran guna keberlangsungan rotan yang lebih baik dari sebelumnya. Elemen-elemen tersebut adalah memilih konsumen yang dituju, mengidentifikasi keinginan konsumen, dan memenuhi keinginan yang sesuai yang dipadukan dengan keseimbangan harga yang ditetapkan.

Pada penelitian R Rustanto yang berjudul “Studi Komunikasi Pemasaran Kerajinan Rotan Klaster Trangsan (Studi Deskriptif Kualitatif Mengenai Strategi Komunikasi Pemasaran Klaster Rotan Desa Trangsan, Kecamatan Gatak, Kabupaten Sukoharjo)” disimpulkan bahwa ada beberapa Negara yang merebut pasar ekspor Industri Rotan di Daerah Trangsan akibat pemerintah yang membuka ekspor bahan baku rotan dengan alasan membludaknya bahan baku rotan yang tidak bisa diserap oleh pasar nasional. Dengan adanya kebijakan tersebut, pengrajin di Daerah Trangsan kewalahan dengan kurangnya bahan baku mentah yang tersisa di Negara sendiri. Disini peran pemerintah dianggap kurang mendukung perkembangan industri rotan dalam negeri. Hal menarik yang diangkat dalam penelitian ini adalah bagaimana teknik pemasaran yang masih terus dilakukan oleh pengrajin Rotan di Daerah Trangsan yang saat ini masih bisa bertahan meskipun jika dijumlah tidak sebanyak dengan beberapa tahun silam. Teknik Pemasaran dari hasil penelitian Rustanto tersebut adalah penentuan

produk, penentuan harga, pemilihan saluran distribusi, dan juga pemilihan promosi seperti beriklan, promosi penjualan, penjualan personal, dan publisitas.

Menurutnya Roni sebagai narasumber, para *buyer* dari luar negeri itu memberikan tawaran pembayaran yang lebih tinggi kepada pengrajin maupun tenaga kerja yang biasanya mengerjakan rotan, untuk memberikan pelatihan membuat kerajinan rotan di Negara asal *buyer* tersebut. Akibatnya, Negara-negara tersebut bisa memproduksi kerajinan-kerajinan rotan sendiri, tanpa harus melakukan ekspor berbagai macam bentuk rotan dari Indonesia. Selama ini strategi komunikasi yang dilakukan hanyalah sekedar memperkenalkan industri rotan melalui promosi-promosi lewat facebook, promosi dari mulut ke mulut dan kerjasama dengan *tenant* yang ada di pusat perbelanjaan jika sedang ada event. Pemerintah kurang banyak memperhatikan dan mendukung serta memfasilitasi rotan untuk bangkit kembali karena mengingat biaya yang juga akan dikeluarkan demi tercapainya keinginan industri rotan agar kembali bangkit. Pemerintah sudah memberikan pelatihan-pelatihan kepada pengrajin, namun kegiatan ini tidak cukup untuk membangkitkan industri rotan yang sudah besar namanya di dunia bisnis industri ekspor impor. Yang menjadi pertanyaan kemudian adalah *bagaimana strategi komunikasi yang bisa dilakukan untuk membangkitkan kembali industri rotan yang ada di daerah Trangsan ini?* Adapun yang menjadi rumusan masalahnya, yaitu: (1) Bagaimana peluang industri rotan menurut pengrajin rotan di daerah Trangsan? (2) Bagaimana pendapat

konsumen tentang industri dan kerajinan rotan? (3) Bagaimana strategi komunikasi yang bisa dilakukan untuk membangkitkan industri rotan?

Tinjauan Pustaka **Strategi komunikasi**

Menurut Onong Uchjana Effendy (2003:301), strategi komunikasi merupakan panduan dari perencanaan komunikasi (*communication planning*) dan manajemen (*communications management*) untuk mencapai suatu tujuan. Untuk mencapai tujuan tersebut strategi komunikasi harus dapat menunjukkan bagaimana operasionalnya secara teknis, dengan pendekatan (*approach*) yang berbeda tergantung dari situasi dan kondisi. Pada saat berkomunikasi dengan lawan bicara yang ditargetkan, seorang komunikator dituntut membuat strategi komunikasi yang tepat dalam rangka mencapai target sasaran komunikasi yang diharapkan. Pemilihan strategi merupakan langkah krusial yang memerlukan penanganan secara hati-hati dalam perencanaan komunikasi, sebab jika pemilihan strategi salah satu keliru maka hasil yang diperoleh bisa fatal, terutama kerugian dari segi waktu, materi, dan tenaga.

Menurut Peterson dan Burnett (dalam Ruslan, 2005: 37) menyatakan bahwa strategi komunikasi memiliki 4 (empat) tujuan, yaitu : *pertama, To secure understanding*. Tujuan ini adalah untuk memastikan bahwa komunikasi telah mengerti apa pesan yang telah diterimanya. *Kedua, To establish acceptance*. Tujuan yang kedua ini menjelaskan bahwa ketika komunikasi telah mengerti dan menerima, komunikasi tersebut harus dibina. *Ketiga, To motivate*

action. Pada tujuan ini, pada akhirnya kegiatan komunikasi dimotivasi agar seluruh aspek komunikasi tersampaikan dengan baik. *Keempat, The goals which the communicator sough to achieve*. Tujuan keempat ini menjelaskan bagaimana mencapai tujuan yang hendak dicapai oleh pihak komunikator dari proses komunikasi tersebut.

Minat masyarakat

Menurut Hurlock (dalam Suharyat, 2009: 9) minat merupakan sumber motivasi yang mendorong untuk melakukan apa yang mereka inginkan bila mereka bebas memilih. Bila mereka melihat bahwa sesuatu akan menguntungkan, mereka merasa berminat, bila kepuasan berkurang minat juga akan berkurang. Minat akan menambah kegembiraan pada setiap kegiatan yang ditekuni seseorang.

Masyarakat, dalam pemahaman Koentjaraningrat (Koentjaraningrat, 1961 : 100).

“merupakan satu kesatuan hidup manusia yang berinteraksi sesuai dengan sistem adat-istiadat tertentu yang sifatnya berkesinambungan dan terikat oleh suatu rasa identitas bersama”.

Jadi minat masyarakat adalah satu keinginan yang timbul dari kesatuan hidup manusia yang menurut mereka keinginan itu akan menguntungkan dan menjadikan kepuasan. Minat masyarakat terhadap kerajinan rotan sekarang ini sudah cukup tinggi sebab kerajinan rotan dapat dibuat ke dalam beberapa bentuk kerajinan seperti meja, kursi dengan bentuk yang beraneka macam, bingkai lukisan/ bingkai foto, keranjang, dan masih banyak lagi. Sebagian besar bahan baku rotan berasal

dari hutan di Indonesia, seperti Sumatra, Jawa, Borneo, Sulawesi, dan Nusa Tenggara. Pada saat ini, memikirkan pengembangan industri rotan di daerah Trangsang untuk masyarakat sebagai konsumen dan calon konsumen merupakan satu hal yang penting.

Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif kualitatif karena penelitian ini bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian seperti perilaku, persepsi, motivasi, tindakan dan lainnya secara holistic. Cara penyajian adalah dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah (Moleong, 2010 : 6).

Tulisan ini didasarkan dari hasil penelitian yang dilakukan dengan teknik pengumpulan data menggunakan wawancara mendalam kepada Bapak Mujiman selaku kepala desa Trangsang dan ketua cluster; Bapak Heru selaku pengusaha rotan; Bapak Parno selaku pengrajin rotan; dan Bapak Gatot Wardoyo selaku pengrajin rotan yang khusus membuat anyaman tameng dan pekerja di pabrik rotan serta observasi terhadap lingkungan sekitar di desa Trangsang. Teknik penentuan informan dilakukan dengan *snowball sampling* untuk mendapatkan *key person* sebagai narasumber yang berpengalaman di industri rotan. Key person tersebut didasarkan pada pengalaman dan lamanya mereka terjun di industri rotan. Analisis data dilakukan secara kualitatif dari Miles dan Huberman, yaitu melalui beberapa tahapan yaitu (1) reduksi data, (2)

penyajian data, (3) penarikan kesimpulan dan verifikasi (dalam Sugiyono 2015 : 369 – 374). Informan kunci dalam penelitian ini memiliki latar belakang yang berbeda-beda yaitu pengrajin industri rotan, ketua Cluster yang sekaligus sebagai kepala desa / lurah.

Sajian Data

Sajian data ini ditampilkan ke dalam 3 bagian, yaitu peluang industri rotan; pendapat masyarakat; dan strategi komunikasi yang masing-masing sajian data didasarkan pada hasil wawancara dengan narasumber.

Peluang Industri Rotan

Narasumber	Grebeg Penjalin	Relasi	Pengembangan Desa	Study Banding	Sarana Pelatihan	Perkembangan	Asset Daerah	Bahan Baku Alternatif
Mujiman	Grebeg Penjalin diadakan setahun sekali. Grebeg penjalin memaerkan kerajinan industri rotan.	Menciptakan relasi yang baik dengan sesama pengrajin rotan dan antar Cluster yang terbentuk	Menjadi Desa Wisata yang mendukung wisatawan. Perencanaan penggunaan tanah sekitar untuk dibuat icon yang menjadi ciri khas desa wisata industri rotan.	Rotan menjadi satu topic bahasan guna study banding dari Cirebon.	Pelatihan kerajinan rotan untuk pemerintah dan pengrajin	Lonjakan permintaan produksi rotan setiap tahunnya.		
Heru Supono							Penjualan ekspor yang lebih menjanjikan	
Parno	Grebeg Penjalin menjanjikan kemajuan industri rotan agar bangkit kembali.	Industri rotan semakin berkembang dengan cluster	Desa wisata mampu mengenalkan rotan ke masyarakat luar dan mendukung masyarakat mancanegara			Tambahnya minat masyarakat akan kerajinan rotan	Naiknya eksistensi rotan di taraf ekspor	Bahan baku yang kemungkinan sukar dicari bisa digantikan dengan bahan baku rotan plastic.
Gatot Wardoyo	Grebeg Penjalin banyak diminati oleh pengepul.	Relasi yang baik dengan tengkulak dan pengepul.		Desa Wisata menjadi sarana mengenalkan rotan lewat kesenian Penyebaran rotan semakin luas.	Pelatihan turun-temurun	Satu usaha yang menjanjikan.	Frekuensi Masyarakat lokal lebih peminatnya dan lebih menjanjikan hasilnya.	

Pendapat Masyarakat

Narasumber	Kemajuan Prospek	Cluster yang menjadi perantara para pengrajin	Asset Daerah	Pekerjaan yang menjanjikan	Inovasi-inovasi yang membangun	Ketidaksetujuan akan keputusan pemerintah
Mujiman	Industri Rotan adalah satu kerajinan yang akan menjadi lebih maju lagi dengan	Dengan dibentuknya Cluster, diharapkan rotan bisa bangkit kembali	Industri rotan dijadikan study banding. Industri rotan masuk dalam visi dan misi			

	adanya grebeg penjalin		yang akan menjadikan desa wisata yang berkelanjutan yang memamerkan wisata edukasi.			
Heru Supono						Kurangnya bahan baku produksi akibat kegiatan ekspor bahan baku ke luar negeri
Parno	Industri rotan tidak ada matinya sebab pasaran rotan semakin melonjak.	Industri rotan mampu lebih berkembang dengan adanya Cluster yang memfokuskan pemberdayaan rotan.		Penghasilan dari industri rotan tidak banyak tetapi selalu mencukupi kebutuhan	Industri rotan lebih baik dan bagus pada tahun 1987 dibandingkan sekarang	
Gatot Wardoyo	Kerajinan Tameng bagus prospeknya untuk kedepan		Industri rotan turun-temurun yang dapat selalu bangkit lagi.	Penghasilan rotan yang diproduksi sendiri lebih banyak jika dibandingkan dengan penghasilan rotan di perusahaan	Inovasi rotan tidak banyak, bentuk-bentuk industri rotan hanya itu-itu saja.	

Strategi Komunikasi

Narasumber	Promosi & Publikasi	Pengembangan Cluster & Pelatihan Rutin	Pengembangan Desa	Membuat strategi-strategi pemasaran	Perluasan Distribusi Penjualan
Mujiman	Promosi besar-besaran dalam acara Grebeg Penjalin serta publikasi yang secara langsung tersebar luas karena banyaknya media yang datang walau tidak diundang.	Mengembangkan Cluster yang mengadakan pelatihan rutin sebulan sekali.	Membentuk desa wisata yang mengedukasi	Melakukan inovasi-inovasi	
Heru Supono					Melakukan penjualan bahan mentah ke perusahaan-perusahaan sekitar.
Parno	Promosi produk-produk melalui Grebeg Penjalin.			Edukasi desa wisata mempermudah pemasaran	Meningkatkan kegiatan ekspor

				produk rotan sebab kunjungan datang dari berbagai daerah.	
Gatot Wardoyo	Promosi secara tidak langsung melalui kesenian tari yang dipamerkan menggunakan kerajinan tameng yang berbahan rotan.	Pelatihan rotan yang turun-temurun			Menjual produk-produk kerajinan tameng ke beberapa tengkulak dan pengepul.

Hasil Penelitian dan Pembahasan

Dalam rangka menghidupkan kembali industri rotan di daerah Trangsan dengan sasaran konsumen yang tersebar dari berbagai daerah, pemerintah menjadikan daerah Trangsan sebagai desa dilakukan sebagai cara untuk memberikan informasi kepada penduduk bahwa rotan dapat dibuat kedalam bentuk kerajinan yang unik dan menarik sehingga mampu menjadi ciri khas masyarakat Trangsan, sebagai simbol identitas yang membanggakan. Tujuan lain diadakannya kegiatan ini, adalah sebagai usaha untuk membangkitkan semangat pengusaha rotan di daerah Trangsan untuk bangkit kembali. Hal ini dilakukan sebagai respon terhadap kondisi industri rotan di daerah Trangsan yang terpuruk.

Di tengah keterpurukan industri rotan, ada banyak usahayang dilakukan pemerintah, baik itu pemerintah daerah maupun pemerintah pusat untuk menciptakan peluang bagi industri rotan. Salah satu peluang industri rotan yang ada di desa Trangsan ini adalah Grebeg Penjalin. Grebeg Penjalin yang diadakan setiap tahun pada bulan April, ternyata mampu menyedot ribuan wisatawan. Wisatawan yang hadir pada acara Grebeg penjalin ini adalah wisatawan yang berasal dari masyarakat lokal, masyarakat dari daerah lain, bahkan dari mancanegara. Grebeg penjalin yang diadakan di desa Trangsan ini merupakan acara grebeg penjalin yang dilakukan pertama di Jawa Tengah. Kegiatan tahunan ini merupakan acara arak-arakan atau dalam bahasa orang. Solo sering disebut dengan kirab industry rota. Kirab ini dilakukan seperti layaknya kirab untuk kerbau putih di Keraton Surakarta. Hal ini seperti yang disampaikan oleh Bapak Mujiman, kepala

wisata rotan dengan membuat beberapa kegiatan yang menarik. Salah satunya adalah dengan mengadakan pawai dan melakukan arak-arakan yang membawa kerajinan dan produk rotan berjalan keliling desa. Upaya ini desa Trangsan dan sekaligus sebagai ketua cluster;

“Dengan adanya Grebeg Penjalin yang rutin diadakan setahun sekali pada bulan April diharapkan Rotan lebih maju lagi karena selaku pemerintah daerah melakukan promosi besar-besaran”.

Kirab kerajinan rotan ini diikuti oleh ratusan peserta yang membawa kerajinan hasil karya mereka. Pada acara ini, ada ribuan penonton yang menyaksikan, sekalipun hanya dilaksanakan dalam beberapa jam. Berdasarkan liputan dari Assep Abdullah yang dimuat dalam surat kabar harian Suara Merdeka tanggal 17 Oktober 2018, Suparji sebagai salah satu penggagas Industri rotan menuturkan bahwa para pengrajin berinovasi demi masa depan melalui grebeg penjalin. Grebeg Penjalin ini memberikan dampak yang besar, termasuk membawa dampak pada perekonomian warga. Melalui kegiatan ini, perekonomian di daerah Trangsan mulai bangkit kembali dan mampu meningkatkan pendapatan warga yang tidak hanya terdiri dari pengrajin, namun juga pelaku UMKM. Dampak ini juga dirasakan oleh masyarakat kecil yang dapat berjualan makanan ringan dan minuman pada saat acara Grebeg Penjalin berlangsung.

Selain acara grebeg penjalin, peluang lainnya untuk pengembangan industri rotan di daerah Trangsan ini adalah pengembangan industri rotan melalui desa wisata. Desa wisata rotan di desa Trangsan ini merupakan salah satu program pemerintah untuk mengenalkan kembali industri rotan yang ada di desa Trangsan kepada masyarakat yang ada di luar daerah ini. Tujuannya adalah untuk mendukung bangkitnya industri rotan.

Pak Parno, salah satu pengrajin rotan yang ada di desa Trangsan, dalam wawancara mendalam yang dilakukan pada tanggal 5 Januari 2019 mengatakan,

“Diharapkan rotan lebih rame lagi dan Trangsan dijadikan desa wisata yang terkenal karna kunjungan dari masyarakat mancanegara makin meyakinkan bahwa rotan tidak akan ada matinya sebab minat dari masyarakat lokal maupun masyarakat mancanegara selalu bertambah”.

Pak Parno merupakan salah satu salah satu narasumber dalam penelitian yang dilakukan oleh penulis. Menurut pak Parno, industri rotan di daerah Trangsan akan rame lagi, ketika desa Trangsan dijadikan sebagai desa wisata. Sebagai desa wisata, akan banyak wisatawan yang berkunjung di desa ini dan, dapat menyaksikan keindahan karya seni yang terbuat dari rotan dan dapat membelinya. Yang lebih menarik lagi, wisatawan yang berkunjung ke daerah ini, dapat belajar bagaimana membuat kerajinan yang berasal dari rotan.

Desa Trangsan dijadikan sebagai desa wisata karena desa ini sebagian besar penduduknya sudah menjadi pengrajin

rotan sejak tahun 1986 sampai saat ini. Artinya, setiap pengrajin sudah mempunyai pengalaman yang luar biasa dalam industri rotan ini, serta sudah banyak makan asam garam dalam dunia industri rotan ketika melalui tahap kemunduran prospek rotan pada tahun 2006.

Peluang industri rotan yang ketiga adalah terciptanya relasi antar pengrajin rotan. Relasi ini terbentuk sebagai akibat dari studi banding yang dilakukan oleh pengrajin dari beberapa daerah lain. Akibatnya, terbentuk relasi antar masyarakat pengrajin rotan dari daerah yang satu dengan daerah lainnya. Industri rotan mampu menciptakan relasi yang luas sebab jangkauan industri rotan ini yang sudah mendunia sejak tahun 1995 yang dikenal dengan gudang industri kreatif rumahan berbahan dasar rotan. Relasi yang luas ini juga tercipta karena adanya sistem ekspor-impor bahan baku dan kerajinan rotan yang sudah jadi dan siap untuk dipasarkan. Kegiatan yang terjadi sebagai akibat dari relasi yang terbentuk ini mampu mengangkat nama desa Trangsan. Informasi yang disampaikan dari mulut ke mulut, membuat orang lain tertarik untuk –datang ke desa Trangsan. Informasi yang disampaikan dari mulut ke mulut merupakan salah satu bentuk publikasi yang terjadi pada industri rotan ini. Publikasi merupakan satu hal yang sangat penting dalam strategi komunikasi supaya masyarakat luas mengenal desa Trangsan.

Ketiga peluang ini, akan membawa dampak pada perkembangan industri rotan yang ada di desa Trangsan. Setelah industri rotan berkembang, maka akan memberikan peluang lain untuk mengembangkan desa Trangsan, yaitu

menjadikan industri rotan sebagai asset daerah, dan dapat menciptakan lapangan kerja untuk masyarakat di desa Trangsan.

Pendapat Masyarakat

Untuk memahami peluang industri rotan di desa Trangsan, kita bisa menggali dari pendapat masyarakat yang ada di sekitar desa Trangsan. Menurut Koentjaraningrat (Koentjaraningrat, 1961 : 100), masyarakat merupakan satu kesatuan hidup manusia yang berinteraksi sesuai dengan system adat-istiadat tertentu yang sifatnya berkesinambungan dan terikat oleh suatu rasa identitas bersama.

Berdasarkan hasil wawancara dengan beberapa narasumber dalam penelitian ini, terkait dengan industri rotan di desa Trangsan, beberapa narasumber menyatakan tentang prospek industri rotan di desa ini, cluster merupakan salah satu cara untuk memajukan industri rotan, industri rotan mempunyai peluang sebagai asset daerah, peluang pekerjaan yang menjanjikan dari industri rotan, inovasi-inovasi yang membangun industri rotan serta ketidaksetujuan masyarakat terkait dengan keputusan pemerintah dalam industri rotan.

Pak Parno selaku pengrajin rotan dan merupakan salah satu narasumber dalam penelitian ini berpendapat bahwa industro rotan di daerah Trangsan memiliki prospek untuk maju, menjadi industri rotan yang maju. Dalam wawancara mendalam yang dilakukan oleh peneliti, Pak Parno mengatakan,

“Rotan makin lama makin berkembang dan tidak bisa mati, dan bahan rotan dipermudah digantikan dengan bahan plastik namun

konsumen tetap banyak mencari industri rotan dari bahan baku asli rotan”.

Bapak Mujiman selaku ketua cluster rotan di Trangsan, narasumber lainnya dalam penelitian ini mengatakan bahwa kemajuan rotan di masa yang akan datang sangat ditentukan oleh cluster yang dibentuk pada tahun 2011. Cluster ini diketuai oleh Bapak Mujiman yang juga menjadi narasumber dalam penelitian ini. Potensi industri di Trangsan sangat besar. Produksi mebel dan kerajinan lainnya akan semakin berkembang dengan diwadahi dalam bentuk cluster untuk mengekspor hasilnya ke beberapa daerah diluar negeri.

Industri rotan di desa Trangsan akan berkembang ketika ada inovasi-inovasi baru untuk produk rotan. Inovasi produk rotan ini akan memotivasi pengrajin untuk meningkatkan kualitas produksinya sehingga layak jual. Tujuannya adalah supaya industri rotan yang dihasilkan semakin diminati banyak orang. Hal ini seperti yang dikatakan oleh Mujiman dalam wawancara mendalam yang dilakukan penulis pada tanggal 5 Januari 2019,

“Untuk menarik minat pembeli, pengrajin rotan di Trangsan selalu menampilkan produk-produk yang baru, dengan inovasi yang baru setiap ada event maupun ketika terlaksananya Grebeg Penjalin yang didatangi banyak masyarakat dari luar daerah”.

Inovasi industri rotan di daerah Trangsan ini juga didukung oleh bantuan

alat-alat produksi dari pemerintah. Selama ini, pengrajin di desa Trangsas sudah 2 kali mendapatkan alat-alat produksi. Alat-alat produksi dari pemerintah itu sebanyak 85 paket yang dapat digunakan untuk mempercepat proses produksi.

Di sisi yang lain, masyarakat di desa Trangsas juga memiliki pendapat yang berbeda dengan pemerintah. Bapak Heru Supono, salah satu narasumber dalam penelitian ini menyampaikan ketidaksetujuan tentang kebijakan pemerintah dalam mendistribusikan bahan baku rotan mentah. Dalam wawancara mendalam yang dilakukan oleh penulis, pak Heru mengatakan,

“Melihat situasi seperti itu, rotan kedepannya masih terkendala bahan baku karena bahan baku sulit dan harga semakin mahal. Hasil alam semakin dicari semakin habis dan dapat dilihat semakin lama rotan akan menurun. Apabila pemerintah tidak menjual bahan baku mentah keluar, bahan baku mampu menutupi permintaan dari masyarakat daerah diluar ekspor”.

Pendapat bapak Heru selaku pengusaha rotan ini disebabkan karena sebagian besar bahan baku rotan yang berasal dari hutan di Indonesia, seperti Sumatra, Jawa, Borneo, Sulawesi, dan Nusa Tenggara di jual ke luar negeri. Indonesia memasok 70% kebutuhan rotan dunia, tetapi di Indonesia sendiri sebagai negara penghasil bahan baku rotan masih kekurangan bahan baku.

Mengatasi kekurangan

permasalahan pengrajin rotan terkait bahan baku, pemerintah mengambil tindakan dengan membuat kebijakan baru. Kebijakan ini disampaikan oleh menteri perdagangan pada saat melakukan kunjungan di desa Trangsas pada tanggal 8 Januari 2019. Hal ini seperti yang ditulis oleh Arie Sunaryo dalam liputan di Merdeka.com bahwa Mendag tidak akan mengizinkan masyarakat melakukan ekspor rotan mentah. Rotan boleh kembali di ekspor dalam bentuk minimal semi atau setengah jadi.

Pendapat lain yang disampaikan oleh masyarakat terkait dengan industri rotan adalah peluang desa Trangsas sebagai desa wisata. Hal ini seperti yang dikatakan oleh bapak Mujiman, -

“Desa Wisata akan berkelanjutan dengan memamerkan wisata edukasi putra-putri lokal namun juga tidak jarang dari Jakarta datang untuk berlatih membuat kerajinan lokal”.

Pengembangan industri rotan melalui cluster dan pengembangan desa Trangsas sebagai desa wisata akan membuka peluang kerja bagi masyarakat desa Trangsas dan sekitarnya. Lapangan kerja yang baru, dengan pekerjaan yang menjanjikan, akan meningkatkan penghasilan masyarakat melalui industri rotan. Selain itu, pengembangan industri rotan melalui cluster dan desa wisata, akan memicu geliat industri rotan untuk meningkat dan berkembang sehingga rotan dari desa Trangsas bisa diekspor kembali. Hal ini perlu menjadi pertimbangan karena rata-rata menghasilkan yang bisa didapat pengrajin untuk tiap produk yang dijual ke luar

negeri bisa ratusan juta, akan tetapi sangat jauh berbeda ketika produk tersebut dijual di masyarakat local. Hal ini seperti yang disampaikan oleh pak Parno,

“Jika rotan hanya dipasarkan di masyarakat lokal maka harga yang didapat hanyalah harga pas sebab tidak berani menaikkan harga di taraf lokal, sedangkan jika di taraf ekspor akan dihargai dengan nominal yang lebih tinggi. Jikalau dipasarkan di masyarakat lokal, bahan yang digunakan berasal dari Pekalongan namun Rotan yang diekspor bahan bakunya berasal dari Sulawesi. Harga lokal yang berani dipatok hanya sampai dengan Rp. 800.000,-“.

Apabila melihat pendapat masyarakat ini, yang diperlukan pada saat ini adalah perubahan cara pandang dari masyarakat. Masyarakat harus memiliki cara pandang yang berbeda terhadap pasar lokal. Apabila pengrajin di desa Trangsan mulai memfokuskan pada pasar lokal dan mengembangkan pasar lokal, pada akan dapat menarik minat masyarakat untuk datang ke desa wisata rotan. Ketika desa wisata ini semakin berkembang, maka akan ada kemungkinan peningkatan industri rotan untuk diekspor.

Strategi Komunikasi

Pengembangan industri rotan yang ada di desa Trangsan juga perlu di dukung dengan strategi komunikasi yang tepat. Strategi komunikasi merupakan panduan dari perencanaan komunikasi (*communication planning*) dan manajemen (*communications*

management) untuk mencapai suatu tujuan. Untuk mencapai tujuan tersebut strategi komunikasi harus dapat menunjukkan bagaimana operasionalnya secara teknis harus dilakukan, dalam arti kata bahwa pendekatan (*approach*) bisa berbeda sewaktu-waktu tergantung dari situasi dan kondisi” (Effendy, 2003:301).

Untuk pengembangan industri rotan di daerah Trangsan ini dibutuhkan beberapa strategi komunikasi yang terdiri dari perencanaan awal dan manajemen yang sesuai supaya tujuan industri rotan ini mampu menarik minat masyarakat. Oleh sebab itu strategi komunikasi diperlukan untuk mengatur pelaksanaan operasi industri rotan di desa ini.

Mengacu dari pendapat R. Wayne Pace, Brent D. Peterson, dan M. Dallas Burnett (dalam Ruslan, 2005 : 37) tujuan strategi komunikasi adalah *To secure understanding, To establish acceptance, To motivate action* dan *The goals which the communicator sough to achieve. To secure understanding* adalah memastikan bahwa komunikan telah mengerti apa pesan yang telah diterimanya. *To establish acceptance* adalah ketika komunikan telah mengerti dan menerima, komunikan tersebut harus dibina. *To motivate action* menyatakan pada akhirnya kegiatan komunikasi dimotivasi agar seluruh aspek komunikasi tersampaikan dengan baik. *The goals which the communicator sough to achieve* menjelaskan bagaimana mencapai tujuan yang hendak dicapai oleh pihak komunikator dari proses komunikasi tersebut.

Tujuan strategi komunikasi pertama yaitu *to secure understanding* yang memastikan bahwa komunikan telah mengerti apa pesan yang telah diterimanya. Dalam kaitan dengan strategi

mengembangkan industri rotan di desa Trangsas, tujuan pertama ini dicapai melalui gelaran grebeg penjalin. Gelaran ini menyedot ribuan wisatawan untuk datang dan menikmati suguhan acara yang telah dipersiapkan oleh pemerintah yang dilakukan setiap bulan April. *Grebeg Penjalin* adalah satu bentuk kirab yang memamerkan industri rotan. Tujuannya adalah untuk menunjukkan inovasi agar penonton yang datang tidak merasa bosan. Untuk mendapatkan minat masyarakat dibutuhkan pemilihan produk berkualitas tinggi dan harga yang pas untuk masyarakat lokal, bahkan sampai mancanegara. Oleh karena itu dibutuhkan sarana promosi dengan menggunakan media yang sesuai dengan khalayak sehingga menimbulkan pemahaman kepada masyarakat selaku konsumen.

Tujuan strategi komunikasi yang kedua adalah *to establish acceptance*, ketika komunikasi telah mengerti dan menerima, komunikasi tersebut harus dibina. Tujuan ini diharapkan dapat tercapai setelah adanya grebeg penjalin. Grebeg penjalin diharapkan dapat digunakan sebagai media untuk menciptakan relasi. Melalui acara ini, pengrajin di desa Trangsas diharapkan bisa mengetahui pernyataan atau keluhan konsumen mengenai industri rotan. Masukan ini kemudian bisa digunakan untuk membangun pemahaman, sehingga pengrajin bisa mengerti, menerima dan kemudian memperbaiki.

Untuk mencapai tujuan strategi komunikasi ini, diperlukan usaha untuk menjalin relasi antara konsumen dengan pengrajin rotan, atau antara konsumen dengan instansi yang berkepentingan. Tujuannya adalah untuk meningkatkan

kemajuan industri rotan. Hal ini seperti yang disampaikan oleh Mujiman,

“Pas Grebeg Penjalin 2018 kemarin itu, Pemerintah dari Daerah Cirebon datang untuk melakukan study banding di daerah ini”.

Study banding yang sudah terlaksana ini membuka peluang terbangunnya relasi dan kerjasama antar pengrajin, antar sesama Cluster, dan antar pemerintah. Studi banding ini membuktikan bahwa industri rotan di desa Trangsas digunakan sebagai acuan pengrajin di Cirebon. Kondisi ini menjadi peluang bagi pengrajin di desa Trangsas untuk meningkatkan jumlah produksi untuk dipasarkan ke berbagai daerah, untuk meningkatkan industri rotan di desa Trangsas.

Strategi komunikasi berikutnya adalah dengan pengembangan desa wisata. Desa wisata ini menjadi salah satu promosi setelah wisatawan secara langsung mengetahui produk-produk menarik yang dipamerkan dalam Grebeg Penjalin. Desa wisata dan pertunjukan di Trangsas merupakan kegiatan wisata industri rotan satu-satunya di Jawa Tengah. Hal ini seperti yang diungkapkan oleh Bapak Sutarmo, Kepala Dinas Perdagangan, Koperasi, dan usaha kecil menengah (UKM) Sukoharjo. Hasil kolaborasi antara pemerintah dan pengrajin tidak hanya mengangkat perekonomian, tetapi juga memberi peluang kepada masyarakat untuk belajar tentang industri rotan. Peluang belajar ini disediakan melalui paket kunjungan wisata untuk belajar tentang kerajinan seperti yang disampaikan oleh Mujiman,

“Desa Wisata akan berkelanjutan dengan memamerkan wisata edukasi putra-putri lokal namun juga tidak jarang dari Jakarta dan mancanegara datang untuk berlatih membuat kerajinan lokal”.

Desa wisata yang menyajikan paket edukasi ini merupakan cara untuk mencapai tujuan strategi komunikasi yang ketiga yaitu *To motivate action*. Melalui kegiatan ini, pada akhirnya kegiatan komunikasi dimotivasi agar seluruh aspek komunikasi tersampaikan dengan baik. Setelah terciptanya strategi-strategi komunikasi diatas, diharapkan tumbuh minat masyarakat untuk mengkonsumsi produk dari industri rotan di desa Trangsan. Hal ini dilakukan untuk mencapai tujuan strategi komunikasi yang keempat yaitu *The goals which the communicator sough to achieve* yang berarti bagaimana mencapai tujuan yang hendak dicapai oleh pihak komunikator dari proses komunikasi tersebut.

Berdasarkan analisa diatas, maka beberapa strategi komunikasi yang dapat digunakan untuk kelangsungan industri rotan di desa Trangsan adalah pertama, strategi komunikasi dengan grebeg penjalin. Melalui grebeg penjalin dan kegiatan kirab produk-produk rotan, masyarakat akan menjadi tahu dan paham dengan industri rotan yang ada di desa Trangsan. Masyarakat di sekitar desa Trangsan akan menjadi paham bahwa kerajinan industri rotan di desa Trangsan masih ada dan bangkit lagi.

Grebeg penjalin ini bertujuan *to secure understanding* kepada masyarakat melalui sajian arak-arakan kerajinan yang

diikuti oleh banyak peserta. Strategi komunikasi yang kedua adalah dengan desa wisata rotan Trangsan yang bertujuan *To establish acceptance*. Desa wisata rotan Trangsan ini membuat rotan menjadi menarik karena rotan dijadikan hal yang khas di desa Trangsan. Desa wisata rotan Trangsan ini menyuguhkan berbagai kegiatan, seperti masyarakat yang datang dapat ikut membuat anyaman rotan sendiri.

Strategi komunikasi yang ketiga adalah dengan pelatihan-pelatihan pembuatan industri rotan yang bertujuan *To motivate action*, yaitu membujuk orang untuk membeli. Strategi komunikasi ini ditujukan untuk masyarakat yang datang dan juga untuk para pengrajin. Dalam hal ini pengrajin mampu termotivasi berkat kunjungan masyarakat yang ingin belajar tentang bagaimana membuat kerajinan rotan. Pengrajin akan merasa hasil kerajinannya sangat berguna. Strategi komunikasi yang terakhir adalah melalui media yang bertujuan untuk *The goals which the communicator sough to achieve*. Banyak media baru yang bermunculan dan dapat digunakan untuk jangkauan yang lebih luas. Publikasi yang dapat digunakan industri rotan di Trangsan ini adalah melalui media cetak yang meliputi koran, sebab koran menjadi perantara yang sangat bisa menarik minat masyarakat untuk datang ke desa Trangsan mengingat masih banyak orang yang mencari koran untuk mendapatkan informasi baik itu koran dalam bentuk cetak atau media online. Media yang kedua adalah melalui *social media*. Untuk generasi milenial ini banyak orang yang beralih ke *social media* sebab selain mengikuti kemajuan teknologi informasi, *social media* juga efektif digunakan sebagai media promosi

karena masyarakat dengan bebas bisa mengakses *social media* dengan menggunakan kuota sendiri. Banyak fitur-fitur yang dapat mendukung pengembangan industri rotan dalam *social media* seperti instagram dan facebook yang didalamnya bisa diakses gambar serta keterangan dengan lengkap.

Kesimpulan

1. Peluang industri rotan antara lain grebeg penjalin, desa wisata dan relasi yang tercipta karena adanya studi banding. Peluang ini akan memunculkan peluang baru yakni industri rotan sebagai asset daerah, sarana pengembangan desa dan sarana pelatihan bagi para pengrajin.
2. Masyarakat memiliki harapan keberlangsungan industri rotan bisa terjadi seperti ketika bahan baku rotan mudah didapatkan. Hal ini didukung dengan banyaknya bahan baku alternatif yang dapat menggantikan bahan baku rotan seperti enceng gondok dan pelepah pisang.
3. Strategi komunikasi pengusaha rotan dalam rangka membangkitkan industri rotan di daerah Trangsan adalah dengan menggunakan strategi komunikasi *grebeg penjalin*, desa wisata rotan Trangsan, pelatihan pembuatan industri rotan kepada pengrajin dan media sebagai penyampai pesan kepada masyarakat. Media yang dapat digunakan untuk strategi komunikasi industri rotan ini adalah media cetak dan online serta media social seperti instagram dan facebook.

Daftar Pustaka

- Effendy, Onong Uchjana. (2007). Ilmu Komunikasi (Teori dan Praktek). Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Koentjaraningrat. 1961. *Pengantar Antropologi*. Jakarta: Penerbit Universitas Jakarta
- Moleong, Lexy J. (2010). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Ruslan, Rosady. (2005). *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi dan Aplikasi*. Jakarta: PT Grafindo Persada
- Sugiyono. (2015). *Metodologi Penelitian Dan Pengembangan (Research and Development)*. Bandung: Alfabeta
- Suprpto. (2011). *Pengantar Teori & Manajemen Komunikasi*. Yogyakarta: Medpress

E-book:

- Suharyat, Yayat. 2009. *Hubungan antara Sikap, Minat, dan Perilaku Manusia*.
<<https://s3.amazonaws.com/academia.edu/documents/>>. Diakses pada 16 November 2018
- <<http://www.kemenperin.go.id/artikel/471/Pengembangan-Industri-Pengolahan-Rotan-Indonesia>>. Diakses 22 Februari 2019
- <<http://www.kemenperin.go.id/artikel/471/Pengembangan-Industri-Pengolahan-Rotan-Indonesia>>. Diakses 22 Februari 2019.