



adanya citra ini Pemerintah Kabupaten Sidoarjo merasa diuntungkan, karena ketika masyarakat menggunakan produk tas atau koper Tanggulangin, maka masyarakat juga akan mengingat bahwa produk tersebut adalah produk unggulan di Sidoarjo. Bisa dikatakan tas dan koper Tanggulangin merupakan salah satu ikon hasil perindustrian di Kabupaten Sidoarjo.

Begitu juga dalam bidang pariwisata. Tidak bisa dipungkiri, industri Pariwisata memang telah memberikan peranan yang sangat penting dalam penerimaan negara. Sektor pariwisata diharapkan menjadi salah satu sektor andalan untuk meningkatkan devisa negara, begitu pula dengan sektor pariwisata di Tanggulangin yang merupakan kategori wisata belanja di Sidoarjo.

Dengan majunya pariwisata akan semakin banyak wisatawan yang datang sehingga menambah devisa negara, begitu juga dengan masyarakat yang ada di daerah lokasi wisata yang pendapatannya cenderung meningkat apabila semakin banyak wisatawan yang berkunjung ke sana.

Hal itu pula yang terjadi di Tanggulangin. Ketika banyak wisatawan yang berkunjung di Tanggulangin, maka akan semakin banyak pula supervisi pajak yang diterima Pemerintah Kabupaten dari sektor pariwisata. Begitu juga dengan pendapatan penduduk di sekitar Tanggulangin pun akan ikut meningkat. Karena itu Pemerintah Kabupaten Sidoarjo melakukan berbagai upaya untuk mempertahankan citra Tanggulangin sebagai sentra industri tas dan koper agar tetap terjaga eksistensinya.

Berbagai upaya yang dilakukan untuk mempertahankan citra Tanggulangin sebagai sentra industri tas dan koper, yaitu:

- a. Dalam kaitannya dengan krisis lumpur lapindo, upaya pemerintah untuk menanggulangi pemberitaan yang terlanjur beredar tentang matinya industri tas dan koper Tanggulangin adalah dengan gencar melakukan promosi baik melalui *website*, brosur, pameran, maupun promosi *mouth to mouth*.

Dengan adanya pemberitaan mengenai lapindo itu publik beranggapan bahwa industri tas dan koper tenggelam secara keseluruhan. Persepsi ini yang kemudian menjadikan industri tas dan koper Tanggulangin sepi pengunjung, selain karena mereka menganggap industri Tanggulangin sudah mati, bagi masyarakat yang mengetahui bahwa yang tenggelam bukan Tanggulangin juga merasa takut dan was-was untuk berkunjung ke sana karena dikhawatirkan sewaktu-waktu lumpur Lapindo akan beralih ke Tanggulangin.

Upaya pemerintah untuk menanggulangi pemberitaan yang terlanjur beredar tersebut adalah dengan gencar melakukan promosi baik melalui *website*, brosur, pameran, maupun promosi *mouth to mouth*.

Promosi melalui pameran produk merupakan promosi yang paling sering diadakan. Kegiatan pameran produk ini diadakan tidak hanya oleh Pemerintah Kabupaten Sidoarjo, tetapi juga pemerintah provinsi, pemerintah pusat, bahkan pemerintah kabupaten bekerja sama dengan pengrajin tas dan koper Tanggulangin sendiri yang

pamerannya dikenal dengan “Tanggulangi Fair”. Pameran yang diikuti oleh Tanggulangi ini tidak hanya berlokasi di Sidoarjo saja tapi juga di luar daerah seperti di Madiun, Jakarta, Kalimantan, Batam, dan berbagai daerah lain di Indonesia.

Upaya ini sedikit demi sedikit mulai membuahkan hasil yang terlihat dari mulai meningkatnya omset penjualan tas dan koper Tanggulangi sebesar 20%. Keberhasilan promosi melalui pameran ini juga dapat dilihat dari diminatnya produk Tanggulangi di luar daerah seperti di Batam dan Timor Leste. Pemerintah Otorita Batam dan Timor Leste menjalin kerjasama dengan pemerintah Kabupaten Sidoarjo agar produk tas dan koper Tanggulangi dapat dipasarkan juga di daerah mereka serta agar mereka dapat belajar memproduksi tas dan koper sebagaimana yang ada di Tanggulangi.

Bentuk promosi yang selanjutnya yaitu promosi melalui *website* (internet). Promosi dalam bentuk ini tidak hanya dilakukan oleh Dinas Koperasi, UKM, Perindustrian, Perdagangan dan ESDM, tetapi juga oleh Dinas Pemuda Olahraga, Kebudayaan dan Pariwisata karena Tanggulangi termasuk kategori wisata belanja tas dan koper di Sidoarjo.

Promosi *mouth to mouth* juga dilakukan oleh kedua dinas Pemerintah Kabupaten Sidoarjo tersebut. Promosi *mouth to mouth* atau dari mulut ke mulut merupakan promosi yang dilakukan secara personal oleh pegawai pemerintah Kabupaten Sidoarjo ketika mereka

melakukan kunjungan kerja atau menjalankan agenda kegiatan di luar daerah Kabupaten Sidoarjo.

Dinas Pemuda Olahraga, Kebudayaan dan Pariwisata juga memanfaatkan media cetak sebagai sarana promosi. Media cetak yang dimaksud di sini adalah brosur. Dinas pariwisata membuat brosur yang didalamnya berisi berbagai macam pesona obyek dan daya tarik wisata Sidoarjo, termasuk industri tas dan koper Tanggulangin. Brosur ini biasanya dibagikan ke kantor-kantor pemerintahan dan swasta ketika dinas pariwisata melakukan kunjungan ke luar daerah. Selain itu, untuk kepentingan publikasi brosur tersebut Bidang Pariwisata juga telah menjalin kerjasama dengan Asosiasi Pengusaha Perjalanan Wisata Sidoarjo (APPWS) atau sering dikenal dengan *travel agency*. Melalui APPWS inilah promosi dilakukan, jadi ketika ada pelancong/wisatawan yang menggunakan jasa *travel agency*, baik wisatawan domestik maupun mancanegara mereka dipandu dan diarahkan ke wisata belanja tas dan koper yang ada di Tanggulangin.

- b. Dalam kaitannya dengan visi dan misi Pemerintah untuk pengembangan organisasi dan manajemen, pengembangan teknologi dan produk bagi UKM (Usaha Kecil Menengah), dan peningkatan kualitas bagi pengelola koperasi, maka pemerintah mengadakan pelatihan manajemen produksi dan pelatihan keorganisasian.

Dengan adanya pelatihan ini pemerintah berharap UKM di Sidoarjo dapat menjalankan usahanya dengan lebih terorganisir sehingga mempermudah mereka dalam kegiatan operasionalnya.

- c. Upaya untuk meningkatkan kualitas produk dengan diadakannya pelatihan dan lomba desain, serta bantuan alat berupa mesin bordir komputer.

Citra produk tas dan koper Tanggulangin adalah produk dalam negeri dengan bahan dasar kulit asli yang tidak kalah kualitas dan desainnya dengan produk impor sejenis yang bermerek terkenal. Karena itu pemerintah selalu berupaya agar para pengrajin tas dan koper di Tanggulangin dapat terus menghasilkan produk yang bagus, hal ini ditempuh dengan beberapa cara seperti pelatihan desain produk dengan mendatangkan tenaga ahli, mengadakan lomba desain, serta memberikan bantuan baik berupa dana maupun alat untuk menunjang kegiatan produksi tas dan koper Tanggulangin, salah satunya adalah bantuan mesin bordir komputer.

Dengan kegiatan pelatihan desain produk bagi para pengrajin tas dan koper Pemerintah berharap agar pengrajin dapat meningkatkan kualitas produk mereka, khususnya dalam hal desain. Lomba desain diadakan dengan tujuan agar para pengrajin semakin terpacu kreatifitasnya untuk menghasilkan kerajinan yang unik, kreatif, dan tentunya mempunyai daya jual tinggi. Karena tas dan koper merupakan produk *fashion* yang terus berubah, maka dengan bantuan alat berupa mesin bordir komputer itu diharapkan dapat menunjang pengrajin dalam menciptakan karya yang inovatif, modis dan *up to date*.

2. Kendala yang dihadapi pemerintah kabupaten Sidoarjo dalam mempertahankan citra Tanggulangin sebagai sentra industri tas dan koper berasal dari luar/eksternal.

Dalam mempertahankan citra Tanggulangin ada beberapa kendala yang dihadapi oleh Pemerintah Kabupaten Sidoarjo. Kendala ini berasal dari luar/eksternal, yaitu dari lingkungan sekitar Tanggulangin yang berupa bencana semburan lumpur Lapindo dan dari pihak pesaing (*competitor*), yaitu produk impor dari Cina.

Berbicara tentang wisata belanja tas dan koper Tanggulangin, maka terdapat satu paket obyek wisata yang terdiri dari tiga tempat, yaitu koperasi intako, pasar wisata, dan kompleks pertokoan/*showroom* penjualan tas dan koper. Ketiga lokasi wisata tersebut dapat dikatakan sebagai ruh yang menghidupkan industri tas dan koper Tanggulangin, karena di sanalah dipasarkan sebagian besar produk hasil karya para pengrajin tas dan koper Tanggulangin. Namun sejak tahun 2006, tepatnya ketika terjadi bencana semburan lumpur Lapindo di Sidoarjo, Tanggulangin seperti kehilangan nyawanya. Hal ini terjadi karena seiring dengan peristiwa itu timbul pemberitaan besar-besaran di media bahwa TAS Tanggulangin turut tenggelam, padahal yang dimaksud "TAS" adalah salah satu perumahan yang ada di Tanggulangin yaitu Perumahan Tanggulangin Anggun Sejahtera yang sering disingkat Perum TAS.

Dengan adanya pemberitaan mengenai lapindo itu publik beranggapan bahwa intako tenggelam secara keseluruhan, termasuk industrinya, padahal yang tenggelam adalah perumahan yang bernama

“Perum TAS”, tapi industri tas dan kopernya tidak tenggelam. Persepsi ini yang kemudian menjadikan intako Tanggulangin sepi pengunjung, selain karena mereka menganggap industri Tanggulangin sudah mati, bagi masyarakat yang mengetahui bahwa yang tenggelam bukan Tanggulangin juga merasa takut dan was-was untuk berkunjung kesana karena dikhawatirkan sewaktu-waktu lumpur Lapindo akan beralih ke Tanggulangin. Kondisi inilah yang membuat pemerintah daerah bersama pengrajin aktif memberikan informasi (mempublikasi) bahwa industri tas dan koper Tanggulangin masih hidup, masih ada dan tidak tenggelam karena lumpur lapindo itu.

Pembahasan secara rinci mengenai kendala yang dihadapi pemerintah berdasarkan data hasil penelitian, yaitu:

- a. Kesalahan persepsi masyarakat dengan adanya pemberitaan mengenai bencana lumpur Lapindo bahwa TAS Tanggulangin tenggelam, padahal yang tenggelam adalah Perumahan Tanggulangin Anggun Sejahtera (Perum TAS), tapi industri tas dan kopernya tidak tenggelam.

Kesalahan persepsi itu yang kemudian menjadikan industri tas dan koper Tanggulangin sepi pengunjung, selain karena mereka menganggap industri Tanggulangin sudah mati, bagi masyarakat yang mengetahui bahwa yang tenggelam bukan Tanggulangin juga merasa takut dan was-was untuk berkunjung ke sana karena dikhawatirkan sewaktu-waktu lumpur Lapindo akan beralih ke Tanggulangin.







padahal yang tenggelam adalah Perumahan Tanggulangin Anggun Sejahtera (Perum TAS).

Setelah ada latar belakang pengalaman, maka pembentukan citra diawali dengan kesan lembaga yang diterima dari luar (stimulus). Stimulus ini diciptakan dari dalam oleh Pemerintah Kabupaten Sidoarjo berupa pameran yang diadakan di berbagai daerah, juga produk dengan kualitas tinggi dan desain serta model yang bagus. Stimulus (rangsang) yang diberikan lembaga pada individu dapat diterima atau ditolak. Jika rangsang ditolak proses selanjutnya tidak akan berjalan, hal ini menunjukkan bahwa rangsang tersebut tidak efektif dalam mempengaruhi individu karena tidak ada perhatian dari individu tersebut. Sebaliknya, jika rangsang itu diterima oleh individu, berarti terdapat komunikasi dan terdapat perhatian dari organisme, dengan demikian proses selanjutnya dapat berjalan. Jika stimulus mendapat perhatian, individu akan berusaha untuk mengerti tentang rangsang tersebut.

Dalam penelitian ini, ternyata stimulus yang diberikan Pemerintah Kabupaten Sidoarjo diterima oleh individu/masyarakat. Kemudian muncullah persepsi pada masyarakat yang merupakan pembentukan makna pada stimulus indrawi. Kemampuan mempersepsi itulah yang dapat melanjutkan proses pembentukan citra. Persepsi atau pandangan individu akan positif apabila informasi yang diberikan oleh rangsang dapat memenuhi kognisi individu. Persepsi yang terbentuk di masyarakat berdasarkan penelitian adalah bahwa industri tas dan koper Tanggulangin masih ada, tidak tenggelam, bahkan eksistensinya tetap terjaga. Kemudian terbentuk kognisi yang merupakan keyakinan diri individu terhadap stimulus. Kognisi individu/masyarakat

terhadap eksistensi Tanggulangin telah terbentuk, hal ini karena masyarakat yakin terhadap stimulus yang diberikan oleh Pemerintah Kabupaten Sidoarjo. Setelah itu akan muncul dorongan untuk berperilaku yang disebut motivasi. Motivasi masyarakat dalam hal ini adalah dorongan/kecenderungan untuk membuktikan kiprah/keeksisan Tanggulangin. Lalu timbullah sikap, yaitu hasil evaluasi negatif atau positif terhadap pengamatan suatu objek. Sikap ini juga dapat diperteguh atau diubah. Sikap yang terjelma dari proses-proses sebelumnya adalah masyarakat membuktikan kiprah industri tas dan koper yang ada di Tanggulangin dengan berkunjung ke sana. Kognisi, motivasi dan sikap yang telah ada kemudian menggerakkan munculnya respon berupa citra terhadap lembaga atau organisasi. Dalam konteks penelitian ini respon yang timbul bukanlah pembentukan citra, tapi bertahannya citra Tanggulangin sebagai sentra industri tas dan koper Tanggulangin.

