

BAB III

PENYAJIAN DATA

A. Subyek Obyek dan Lokasi Penelitian

1. Profil Kampung Jetis

Ditengah kota sidoarjo ada pusat industry batik tulis, namanya kampung batik jetis. Konon kampung batik ini sudah ada sejak tahun 1675, sesuai dengan papan nama yang tertulis di ujung jalan masuk kampung tersebut. Yang jelas, industry batik tulis sudah ada di kampung ini sejak tahun 1910-an, ini kesaksian H ischak, yang lahir tahun 1939. Pemilik batik “HI” ini tau persis karena yang memulai usaha batik tulis di kampung ini adalah kakeknya sendiri, namanya H. Kohar, disamping H habib.

Sebetulnya, selain jetis, keberadaan sentra batik yang ada di wilayah sidoarjo juga ada di desa kedungcangkring kecamatan jabon dan desa sekardangan kecamatan sidoarjo. Namun semua kampung yang disebut terakhir itu sudah tidak ditemukan pembatik lagi.

Selama ini, kalangan pembatik jetis selalu menyebut angka 1675 itu sebagai awal mula batik di kampungnya. Dimulai dari jaman majapahit, meskipun pada tahun itu sebetulnya kerajaan majapahit sudah runtuh. Terkait dengan penyebaran agama islam pasca majapahit. Jadi, itu terjadi jaman mataram, bukan majapahit.

Usaha batik dirintis kakek H.ishak ini, diteruskan oleh anak perempuannya, sulung dari 11 bersaudara, namanya Hj aisyah.H.ishak sendiri adalah putra bungsu dari 11 bersaudara dari Hj aisyah.Pada jaman itu, kaum perempuan memang memegang peranan dalam industri batik ini. Kaum laki-laki hanya bantu-bantu, atau mengerjakan diluar proses pembatikan sendiri. Sampai dengan jaman jepang industry batik tulis jetis tidak jelas nasibnya.Baru masuk masa kemerdekaan, sepulang dari pengungsian, anak turun dan mantan karyawan H.kohar dan H.habib mulai menghidupkan lagi industri batik tulis ini.⁴⁵

2. Profil Batik Jetis

Batik tulis tradisional sidoarjo berpusat di jetis telah ada sejak tahun 1675, setahun setelah masjid jamek dibangun.Masjid jamek tersebut kini bernama Al abror, berada di kauman (belakang toserba matahari).Kala itu, seorang yang konon masih keturunan raja dikejar-kejar penjajah dan lari ke sidoarjo.Sayangnya sampai sekarang belum ada siapa sebenarnya dan dari kerajaan mana pria yang menyamar sebagai pedagang, yang dikenal mbah mulyadi tersebut.Makamnya masih ada di masjid yang kini sedang di pugar tersebut.

Bersama para pengawalnya, mbah mulyadi mengawali berdagang di “pasar kaget” yang kini dikenal dengan pasar jetis.Selain mengajar mengaji dan mempelajari Al Qur’an selalu mengajak shalat berjamaah.

⁴⁵ Dukut Imam widodo, *Sidoarjo tempo doeloe*, (pemerintah kabupaten sidoarjo)

Pendekatan lain kepada masyarakat dengan memberikan pelatihan ketrampilan membatik. Seiring perkembangan penduduk, serta kian ramainya perdagangan di pasar jetis, kawasan ini banyak didatangi pedagang dari luar daerah. Pedagang asal Madura kian banyak berdagang di pasar jetis yang menyukai batik tulis buatan warga jetis. Mereka sering memesan batik tulis dengan permintaan motif dan warna khusus khas Madura. Itu sebabnya, batik tulis asal jetis ini kemudian juga dikenal orang sebagai batik corak Madura, antara lain bermotif burung merak dari samping dengan sayap menutup, kupu-kupu, bunga kenongo, kembang bayem, sedangkan latarnya bermotif beras kutah, cecekan, dan sunduk kentang.⁴⁶

Sektor industri di Sidoarjo berkembang cukup pesat karena lokasi berdekatan dengan pusat bisnis kawasan Indonesia timur (Surabaya). Disamping industri besar, sektor industri kecil juga berkembang cukup baik, diantaranya sentra industri kerajinan tas dan koper di Tangulanggan, sentra industri sandal dan sepatu di Wedoro, Waru dan Tebel, Gedangan, Kampoeng Sepatu dan Sandal di Mojosantren, Krian, Kampoeng Kerupuk di Telasih Tulangan, Kampung Jajanan Tradisional di Kedungsumur dan Kampoeng Batik Tulis Jetis di Sidoarjo Kota.

Menurut cerita yang berkembang di Kampung Jetis, keberadaan batik ada sejak tahun 1675 setelah setahun dibangunnya Masjid Al Abror di Kampung Kauman bersebelahan dengan Jetis. Konon seorang yang masih keturunan raja dikejar-kejar penjajah dan lari ke Sidoarjo, namanya di

⁴⁶ Sidoarjo outlook 2013, (pemerintah kabupaten Sidoarjo) hal 53

kenal mbah mulyadi. Bersama pengikutnya ia mengawali berdagang di daerah yang kini dikenal dengan pasar jetis. Lama-kelamaan daerah ini menjadi daerah perekonomian yang ramai. Selain berdagang mabh mulyadi mendirikan masjid, mengajar mengaji, sehingga lingkungan masjid dikenal kampung kauman. Diwaktu senggangnya beliau mengajarkan juga cara membatik kepada masyarakat kauman dan jetis.

Batik sidoarjo yang klasik adalah motif batik pedalaman dengan warna cenderung coklat dan biru dengan motif kembang tebu, kembang bayem, dan motif beras kutah. Motif-motif ini menggambarkan kekayaan kota sidoarjo. Beras Utah berarti sidoarjo merupakan penghasil beras (lumbung padi). Motif kembang tebu menggambarkan bahwa sidoarjo juga penghasil gula tebu ini terbukti dengan adanya beberapa pabrik gula di sidoarjo. Selanjutnya dalam pewarnaan mengalami perubahan diakibatkan lingkungan pasar jetis banyak orang Madura, yang menyukai warna batik pesisiran, maka batik sidoarjo berkembang mengikuti konsumen orang-orang Madura. Selain menyukai warna pesisir orang Madura juga menyukai motif-motif batik yang ada gambar burung yang mengandung filosofi bahwa orang Madura bagaikan burung yang bisa kemana-mana untuk mencari kehidupan. Sehingga motif-motif batik sidoarjo hampir sama dengan batik Madura.

Begitulah secara turun temurun proses pembatikan berjalan di jetis. Perkembangan usaha batik tulis jetis baru Nampak pada tahun 1950-an sampai tahun 1970-an. Dikabarkan pada tahun 1970-an, industry batik sidoarjo menjadi salah satu tiang penopang ekonomi utama dan hampir

seluruh rumah tangga di kampung jetis. Saati itu hampir 90% dari penduduk di jetis. Khususnya kaum perempuan, bekerja sebagai pengerajin, pengusaha atau pekerjaan lain yang terkait dengan batik.

Setelah era 70-an lambat laun industri batik di sidoarjo surut, disebabkan semaraknya industry tekstil, terlebih ketika terjadi krisis moneter 1998. Akhirnya kaum muda jetis berinisiatif membentuk sebuah paguyuban. Tanggal 16 april 2008 paguyuban batik sidoarjo (PBS) resmi berdiri. Keadaan ini dilihat oleh bupati sidoarjo saat itu win hendrarso sebagai sebuah potensi untuk memunculkan daerah industry baru, pada tanggal 3 mei 2008 bupati meresmikan pasar jetis sebagai daerah industry batik dan diberi nama “kampoeng batik jetis”. Sebenarnya di sidoarjo dahulu juga dikenal sentra batik sekardangan dan batik kenongo tulangan, namun nasibnya tinggal beberapa perajin saja yang masih bertahan. Dari 27 perajin 21nya berada di kampung jetis.

Siapapun tahu batik, sudah sejak lama dipakai sebagai pakaian mulai dari raja-raja sampai rakyat jelata jaman dahulu. Sampai saat ini pun batik lagi naik daun tidak saja dipakai pada acara tertentu namun sudah biasa dipakai dalam segala suasana baik tua maupun muda. Kaum mudapun tidak perlu merasa enggan ataupun malu lagi mengenakan baju batik, karena dulunya identik dengan pakaian kaum tua, dan kini telah didesign modis dan trendy. Dengan diakuinya batik sebagai warisan budaya Indonesia, leh Unesco, sudah sepatutnya kita bangga dan terus menjaga warisan budaya yang lain, agar tidak diklaim oleh negara lain.

Batik Pekalongan, Solo atau pun batik Jogja merupakan salah satu oleh-oleh wajib yang patut dibawa apabila kita mampir atau berkunjung di kota tersebut. Di Sidoarjo, yang terkenal dengan petis, kerupuk udang, kupang lontangnya, kerajinan tas dan sepatu Tanggulangin, serta lumpur lapindonya, ternyata dapat kita temui sentra kerajinan batik. Batik Jetis batik tulis khas Sidoarjo dapat dijadikan salah satu alternatif oleh-oleh khas kota delta tersebut.

Memang, batik Jetis telah ada sejak tahun 1675. Menurut cerita, Mbah Mulyadi keturunan Raja Kediri. Namun, perkembangan usaha batik tulis Jetis baru nampak pada tahun 1950-an. Usaha batik pun mulai berkembang sekitar tahun 1970-an. Berbekal keahlian yang mereka dapatkan sebelumnya, orang-orang jetis pekerja pabrik batik besar, mulai membuka usaha batik mereka sendiri. Dari sinilah awal usaha batik mulai menjadi usaha rumah masyarakat Jetis. Usaha tersebut kemudian juga menjadi mata pencaharian utama mereka selama bertahun-tahun hingga sekarang.

Sebuah baliho bergambar alat batik “canting” dengan warna emas, di bawahnya bertuliskan “Kampoeng Batik Jetis sejak 1675” terpampang di sebelah kiri Jl. Diponegoro, serta di seberang jalan salah satu gang. Kedua tanda tersebut cukup besar hingga menjadi penunjuk tempat (gang) para pengrajin bekerja ketika anda melewati Jalan Pasar Jetis dan sebuah jembatan, berarti telah masuk ke kawasan kampung Jetis (Jalan Pasar Jetis). Jalanan dari pasar hingga masuk kawasan kampung hanya bisa dilalui pejalan kaki, motor, dan becak saja. Apalagi saat pasar belum

bubar, biasanya pagi saat pagi hari, tumpahruah, antara orang yang belanja, dan yang melintas, becak, motor dan pejalan kaki.

Alternatif kedua, bagi roda empat, lewati Jalan Diponegoro, dapat Parkir di sisi kiri jalan, tepat di depan Gapura Kampung Batik Jetis di sisi sebelah kanan. Karena gang masuk kampung Jetis tidak terlalu besar, dan Anda tinggal menyebrang, dan masuk kawasan kampung Jetis.

Pengguna transportasi umum dari Surabaya menggunakan bemo warna kuning jurusan Sidoarjo atau menggunakan kereta komuter. Bemo jurusan Sidoarjo dapat dijumpai di terminal Joyoboyo, Surabaya dan banyak melintasi di Jalan A. Yani Surabaya. Anda cukup mengatakan stasiun sidoarjo, maka Anda akan turun di Jalan Diponegoro dan gapura Kampung. Batik Jetis terlihat di seberang jalan. Demikian pula bila naik komuter, Anda akan turun di Stasiun Sidoarjo. Setelah itu, berjalan kaki sekitar 500 meter kearah Jalan Diponegoro depan stasiun.

Lelah menyusuri gang demi gang, dari ujung pasar jetis hingga Jl. Diponegoro atau sebaliknya tapi semangat masih ada, jangan khawatir ada becak yang siap mengantar anda menyusuri gang demi gang perkampungan batik ini. Becak-becak yang ada tersebut memang dipersiapkan untuk melayani wisatawan yang akan wisata belanja dikampung jetis ini.

Pada tahun 1970-an, industri batik Sidoarjo menjadi salah satu tiang penopang ekonomi utama dan hampir seluruh rumah tangga di Kampung Jetis. Sebagai gambaran, sesuai dengan informasi yang diperoleh diperkirakan sebagian besar (sekitar 90%) dari penduduk di

Jetis, khususnya kaum perempuan, bekerja sebagai pengrajin, pengusaha atau pekerjaan lain yang terkait dengan batik. Namun demikian, pada masa sekarang diperkirakan kurang dari 10% penduduk perempuan yang masih bekerja sebagai pembantu. Hal ini diakibatkan oleh banyaknya penutupan usaha yang mengancam kelestarian usaha dan budaya batik Sidoarjo.

Diperkirakan usaha kecil batik di Sidoarjo yang jumlahnya tidak kurang dari 100 pengrajin telah merosot tajam menjadi hanya sekitar 17-an usaha kecil batik di Jetis pada akhir Desember 2007 dan salah satunya adalah H. Nur Wahyudi dengan nama usahanya adalah Batik Tulis Azizah.

Oleh karena itu, peran pemerintah dalam mengembangkan dan mempromosikan batik khas Sidoarjo dengan meresmikan “Kampung Batik Jetis” pada tanggal 3 Mei 2008 oleh Win Hendrarso, Bupati Sidoarjo, yang ditandai dengan adanya gapura “Kampung Batik Jetis” dilengkapi dengan kombinasi beberapa gambar batik tulis Jetis.

Untuk mendorong usaha perbatikan di Kabupaten Sidoarjo agar lebih maju sekaligus melestarikan batik sebagai warisan leluhur bangsa Indonesia, Pemerintah Kabupaten Sidoarjo bekerja sama dengan Dewan Kerajinan Nasional (Dekranasda) Kabupaten Sidoarjo melakukan beberapa hal sebagai berikut, pembinaan dilakukan secara rutin oleh Pemerintah Kabupaten Sidoarjo yang meliputi peningkatan kualitas dan kuantitas produksi dan manajemen pemasaran yang melibatkan para pengrajin batik yang dilakukan oleh Instansi Teknis. Selain memberikan kredit usaha lunak melalui Instansi Teknis, Pemerintah Kabupaten Sidoarjo dan Dekranasda Kab Sidoarjo bekerja sama dengan para

stakeholder untuk mendukung eksistensi para pengrajin melalui pola CRS.⁴⁷

Keberadaan batik di Sidoarjo ini tak lepas dari peran seorang lelaki legendaries bernama Mbah Mulyadi. Dialah yang menyebarkan ketrampilan batik di Sidoarjo. Mbah Mulyadi ini adalah keturunan raja Kediri yang lari ke Sidoarjo untuk menghindari kejaran penjajah Belanda. Agar terhindar dari kejaran Belanda, Mbah Mulyadi menyamar sebagai pedagang. Mbah Mulyadi ini adalah seorang ulama besar yang mendirikan masjid Al-Abror, cikal bakal ibu kota Sidoarjo. Karena memiliki ketrampilan membatik, Mbah Mulyadi kemudian mengajarkan kepada orang-orang sehingga terbentuklah sebuah komunitas. Dari semula hanya belajar membatik, Mbah Mulyadi juga memberikan syiar Islam. Dari sinilah seni batik kemudian berkembang ke daerah-daerah lain di Sidoarjo. Setidaknya, ada tiga motif batik khas Sidoarjo, yakni beras utah, kembang bayem, dan kebun tebu. Beras Utah ini terkait dengan melimpahnya bahan pangan terutama padi yang ada di Sidoarjo. Sehingga, dengan penduduk Sidoarjo yang relative kecil waktu itu, kelebihan beras tersebut tentu akan dilimpahkan ke daerah lain. Sedangkan motif Kebun Tebu ini terkait dengan Sidoarjo yang dulunya dikenal sebagai penghasil gula terbesar. Sehingga, tentu banyak pula kebun-kebun tebu yang menjadi bahan baku gula. Saat ini, situs-situs yang menunjukkan Sidoarjo sebagai penghasil gula masih ada. Sementara, motif Kembang Bayem ini terkait dengan

⁴⁷Pustakajawatumur, "profil batik jetis", bulletin bulanan, edisi 10 oktober 2009

banyaknya sayuran bayam di daerah pedesaan Sidoarjo. Tanaman tersebut sangat mudah dijumpai di sekitar rumah penduduk, baik yang ditanam maupun yang tumbuh liar.

Sebenarnya, dari segi warna, batik khas Sidoarjo tidak begitu mencolok dan cenderung berwarna gelap (cokelat) dan motifnya tidak ada yang memakai binatang. Namun, karena konsumen kebanyakan masyarakat Madura, maka pengrajin batik Sidoarjo pun mengikuti permintaan tersebut. Sehingga, muncullah warna-warna mencolok seperti merah, biru, hitam dan sebagainya. Karena itulah, Sidoarjo juga terkenal dengan batik motif Madura. Pengrajin batik di Kabupaten Sidoarjo memang tidak terlalu banyak, namun telah ada pada ratusan tahun yang lalu, batik batik ini di buat secara turun temurun, oleh pengrajin batik hingga sekarang terkenal dengan kampung batik. Ada juga yang namanya batik Kenongo. Secara umum, ciri khas batik-batik Sidoarjo adalah warna yang dominan seperti merah, biru dan hijau dengan warna yang sangat kuat (terang). Batik-batik ini masih dikerjakan secara tradisional (batik Tulis) dengan pewarnaan alami.⁴⁸

Dahulu hampir di setiap rumah di kampung jetis di temukan orang sedang membatik,. Salah satu perusahaan batik tertua di kampung jetis

⁴⁸ Pustaka Jawa Timur, Profil Batik Jetis, ZONABIS, *Media Informasi Kadin Wilayah Tengah*, Volume II, (2009).No. 12.312/19-03-2010

sidoarjo adalah milik Ny. Widiarsih yang akrab dipanggil Ny. Wida. Perusahaan ini berdiri pada tahun 1956, merupakan perusahaan batik yang hingga saat ini masih eksis dan dikelola oleh Dwi Tjahjo, keturunan generasi ketiga penerus usaha batik tulis Ny. Wida. Saat itu pembeli batik tulis jetis kebanyakan perdagangan dari Madura yang senang dengan warna batik mencolok. Pedagang tersebut kemudian menjualnya ke Pulau Madura.

Surutnya kampung batik di Jetis, Pekajene ini seiring dengan perkembangan zaman, di mana para pengerajin batik tersebut satu persatu mulai hilang. Hal ini karena sebagian besar pekerja batik mulai beralih bekerja sebagai karyawan di pabrik dan perusahaan lain. Dari tiga sentra batik yang pernah ada di Sidoarjo, saat ini hanya tinggal kampung Jetis yang masih menunjukkan aktifitas perbatikan. Sedangkan kampung batik yang lain sudah hilang. Pada tahun 1970an, industri batik Sidoarjo menjadi salah satu tiang penopang ekonomi utama dari hampir seluruh rumah tangga di kampung Jetis. Sebagai gambaran, sesuai dengan informasi yang diperoleh di perkiraan sebagian besar (sekitar 90%) dari penduduk di Jetis, khususnya kaum perempuan, bekerja sebagai perajin, pengusaha atau pekerjaan lain yang terkait dengan batik. Namun demikian, pada saat ini diperkirakan tinggal kurang dari 10% penduduk perempuan yang masih bekerja sebagai pembatik. Hal ini diakibatkan oleh banyaknya pengusaha yang terpaksa menutup usaha pembatikan sehingga dikhawatirkan mengancam kelestarian usaha dan budaya batik Sidoarjo.

Tahun 2011, genap 236 tahun usia kampung batik jetis. Sebuah perjalanan panjang dalam mempertahankan warisan budaya leluhur yang mampu dilestarikan turun-temurun hingga sekarang. Selama itu pulalah perjalanan kampung batik jetis dalam pasang surut menghadapi perkembangan zaman. Meskipun demikian, kampung batik tulis jetis masih terus bertahan dengan segala daya dan upayanya sebagai kawasan penghasil batik kebanggaan kota sidoarjo.

Pemasaran batik tulis sidoarjo dulu dilakukan di pasar pabean, Surabaya. Karena semua perajin batik jetis sidoarjo yang jumlahnya banyak itu memasok ke pasar yang sama, akhirnya persaingan yang terjadi justru menekan harga jual mereka. Hal ini terjadi karena di komunitas pembatikan ini belum ada pengorganisasian yang mengatur cara pemasaran. Hingga akhirnya kaum muda jetis berinisiatif membentuk sebuah paguyuban. Selanjutnya pada tanggal 3 mei 2008, “kampung batik jetis” diresmikan oleh bupati sidoarjo. Peresmian itu ditandai dengan dibuatnya gapura “ kampung batik jetis” di lengkapi dengan penanda beberapa gambar batik tulis jetis.

Peresmian kampung batik jetis dikembangkan menjadi koperasi batik tulis sidoarjo sejak 31 desember 2008. Koperasi ini masih bertahan hingga sekarang dan memiliki sebuah outlet sebagai showroom sekaligus menampung batik batik hasil para perajin anggotanya. Yang menjadi pesaing utama usaha batik tulis ini adalah munculnya batik sablon kemudian berkembang ke usaha printing menggunakan mesin dengan

teknologi yang lebih bagus dengan hasil motif yang lebih bagus serta warna yang tahan luntur.

Tekstil dengan motif batik ini dijual dengan harga murah sehingga mampu merebut sebagian pangsa pasar penggemar busana batik. Namun, perajin batik tulis ini masih bisa bertahan dengan cara menyesuaikan diri dengan selera pasar. Mereka memunculkan kreasi motif dan warna “batik jetis modern” sebagai upaya menyesuaikan diri sekaligus upaya memasyarakatkan batik tulis jetis secara luas.

Sayangnya langkah di atas menyebabkan adanya pergeseran motif pada batik jetis Sidoarjo. Sekarang perajin dan pengusaha batik jetis senang membuat motif musiman (motif kontemporer) agar bisa diterima pasar. Sebenarnya mereka menyadari bahwa hal ini justru akan merugikan mereka sendiri. Itulah sebabnya di antara produk musiman itu ada yang masih bertahan dengan motif awal batik jetis dengan warna khas yang mencolok, seperti sekar jagad, kembang pring, manuk cipret dan masih banyak lagi. Pengusaha ini berusaha menganeekaragamkan hasil produk batiknya saja. Dulu mereka hanya membuat batik untuk kain panjang dan udeng untuk ikat kepala khas orang Madura. Sekarang para perajin juga membuat sprei, taplak meja, sarung bantal dan guling, hingga bahan kemeja pria maupun busana wanita sesuai pesanan.

⁴⁹ Yusak Anshori dan Adi Kusrianto, *Keeksotisan Batik Jawa Timur*, (Jakarta: 2011, PT. Elex Media Komputindo) 270-276

3. Lokasi kampung

Kampung jetis yang lokasinya berada di jantung kota sidoarjo. Di mana kampung jetis dikelilingi oleh pusat perbelanjaan seperti matahari dan juga pasar jetis. Sebelah selatan berbatasan dengan jalan K.H Mukmin, sebelah utaraberdekatan dengan alun alun kota sidoarjo, kemudiaan sebelah barat berbatasan dengan stasiun kota sidoarjotepatnya berada di jl di ponegoro, sebelah selatan berbatasan dengan masjid jami atau sekarang di sebut masjid al abror.

4. Profil informan

informan 1

Nama : Bapak

Yazid usia : 63

pekerjaan : pengrajin batik dan peternak ikan

Informan bekerja sebagai pengrajin batik sejak smp kira kira tahun 1966, saat itu dia masih ikut sama orang untuk belajar sekligus bekerja sama orang sejak tahun 1966, namun kini beliau telah memiliki sebuah usaha batik sendiri yang bernama batik rachmat

informan 2

nama : Bapak Ibrahim

usia : 62

pekerjaan : pengrajin

Informan bekerja sebagai pengrajin serta pemilik batik, dulunya usaha yang beliau geluti sebagai usaha warisan orang tuanya, dengan nama

abdul salam. sepeninggal ayahnya sekarang usaha itu dilanjutkan oleh beliaudan berganti nama menjadi ibrahim salam

informan 3

nama : Ir. R. Nurul Huda, M

agr usia : 53

pekerjaan : pengrajin dan dosen

informan bekerja sebagai pengrajin dan pemilik batik serta dosen di salah satu perguruan tinggi di surabaya, beliau memiliki toko/butik di dekat rumahnya dengan nama Al huda

Informan 4

nama : Bapak

Herman usia 55

pekerjaan : pengrajin batik

informan bekerja sebagai pengrajin dan pemilik toko batik dengan nama hemaf, usaha yang beliau geluti baru 6 tahun, serta beliau juga memiliki galeri di jalan pasar jetis sidoarjo.

B. Deskripsi Data Penelitian

Tujuan utama dari suatu penelitian adalah untuk mendapatkan jawaban dari sebuah permasalahan. Salah satu tahap penting dalam penelitian adalah pengumpulan data yang didapatkan melalui berbagai proses. Dalam pebelitian ini, peneliti menggunakan cara wawancara mendalam dengan pengerajin batik di jetis yang bersangkutan dengan penelitian..

Proses pengumpulan data dilakukan oleh peneliti selama hampir dua bulan yaitu pada tanggal 24 April hingga 9 Juni 2015 di kampung batik jetis sidoarjo Jl. Diponegoro sidoarjo. Wawancara mendalam dilakukan terhadap beberapa informan dengan tujuan agar mendapatkan jawaban mengenai komunikasi bisnis antar pengerajin batik di kampung jetis sidoarjo.

1. Manajemen Citra Yang dilakukan Pengerajin Batik

Seharusnya manajemen citra yang terjadi pada pengerajin batik di jetis terjalin dengan baik sehingga pesan-pesan yang ingin di sampaikan pengerajin satu ke pengerajin batik lain dapat tersampaikan dengan baik. namun pada kenyataannya komunikasi yang terjadi tidak demikian hal ini sesuai dengan pernyataan bapak nurul huda

“sebetulnya perkumpulan ini masih eksis mas, tetapi ya itu lagi sekarang punya kepentingan. Sudah berapa kali itu saya undang dan saya punya absennya dari 30 pengerajin yang saya undang itu yang hadir apa 5 sampai 6 orang undangan. undangannya di mulai jam 7, namun 5 sampai 6 orang tadi datang jam 9 jadi ga ada yang dibicarakan, makan terus pulang”⁵⁰

Ternyata dalam komunikasi yang terjadi antara para pengerajin satu dengan lainnya tidak berjalan dengan baik

Dulu memang ada paguyuban batik, namun sekarang paguyuban tersebut tidak berjalan.

“Dulu memang ada mas paguyuban pengerajin batik jetis tapi sekarang sudah ga ada”⁵¹

Selanjutnya manajemen citra antara pengerajin yang dilakukan oleh pengerajin dahulu seperti mengadakan pameran, namun dengan tidak

⁵⁰ Wawancara dengan Bapak Nurul Huda pada 11 Mei 2015 pukul 19.00

WIB ⁵¹ wawancara dengan bapak yazid pada 20 Mei 2015 pukul 19.30 WIB

berjalannya paguyuban tersebut pengadaan mengenai pameran tidak terjadi

“Dulu ketika perkumpulan berlangsung membahas masalah pameran, namun sekarang sudah tidak ada lagi perkumpulan tersebut”⁵²

Dikarenakan perkumpulan sudah tidak ada lagi maka terjadi hambatan manajemen citra antar pengrajin, hambatan-hambatan dalam manajemen citra bermacam-macam hambatan tersebut seperti hambatan dari segi pemasaran hal ini sesuai dengan keterangan wawancara dengan bapak herman yang saya temui saat di toko batiknya :

“Hambatan dari pemasaran mas, kurang pembinaan tidak 100% pembuatan batik, pengerajin satu dengan yang lain kurang bisa mengisi”⁵³

Kemudian hambatan lain dari manajemen citra yang ditemui di lapangan yaitu hambatan berupa pemikiran SDM yang kurang bisa berkembang karena pengerajin menganggap dalam memasarkan produknya cukup dengan tindakannya sendiri berikut kutipan wawancaranya

“Sebetulnya tadi juga banyak hambatan2 seperti itu terutama SDM nya mas, jadi mensehnya ga nyantol lah bahwa pemerintah juga memfasilitasi macem macem ada pameran tujuan pemerintah memotivasi agar bergeraklah kearah mandiri”⁵⁴

Masalah branding merupakan salah satu unsur dari komunikasi bisnis selain komunikasi pemasaran tadi. karena dengan adanya branding

⁵² wawancara dengan bapak ibrahim pada 18 mei 2015 pukul 19.00 WIB

⁵³ wawancara dengan bapak herman pada 14 mei 2015 pukul 13.00 WIB

⁵⁴ wawancara dengan bapak nurul huda pada 11 mei 2015 pukul 19.07

maka suatu produk akan memiliki ciri khas yang berbeda dengan produk lainnya sesuai dengan pernyataan informan sebagai berikut

“Masalah branding itu mas memang terkait dengan tadi manajemen termasuk dengan servis servis dan sebagainya, nah kalau anggot ini memang sulit orang nya seperti yang saya jelaskan tadi , meniru kartu nama saya itu loh angel padahal dia bisa meniru , Cuma anu sifatnya itu duplicator , jadi pernah suatu ketika begini, saya tampil di jtv tak jak orang itu salah satu (tidak disebut) saya tampil bersama pejabat provinsi begitu saya tampil, saya punya batik motif cina yang mana saya mendesain itu ada filosofinya”⁵⁵

2. Upaya Pengerajin Dalam Mengkomunikasikan Citra Produk Batik

Setiap pengerajin memiliki cara untuk memperkenalkan produknya agar para konsumen ingat dengan batik hasil buatan pengerajin tersebut.

Upaya pengerajin dalam mengkomunikasikan produknya bermacam-macam. Dengan memberikan logo, membuka galeri, membuka pelatihan pembatikan, memberikan contoh batik beserta kartu nama pengrajin, dan memberikan pelayanan yang baik.

Ketika peneliti menemui informan untuk melakukan wawancara kepada bapak yazid yang ketika itu beliau sedang asik menonton televisi :

“ya cara saya begini mas dengan memberi logo pada setiap batik yang saya produksi agar batik yang saya produksi memiliki ciri khas yang berbeda dengan batik produksi pengerajin yang lain”⁵⁶

Hal serupa juga di nyatakan oleh bapak ibrahim. Berikut kutipan wawancaranya :

⁵⁵ wawancara dengan bapak nurul huda pada 11 mei 2015 pukul 19.15

WIB ⁵⁶ wawancara dengan bapak yazid pada 20 mei 2015 pukul 19.07 WIB

“memberikan logo pada batik, tapi nak sewek tok seng tak kei logo mas”⁵⁷

Hal senada tersebut diungkapkan oleh bapak herman. hasil wawancara dengan beliau :

“kebanyakan individu antara pengrajin, sebagai inisiatif sendiri memberi logo pada kain batik yang sudah bebentuk baju”⁵⁸

Sama dengan yang diungkapkan oleh bapak nurul huda beliau mengatakan dengan memberikan label pada batiknya akan membuat konsumen mengetahui produk batik yang dibuatnya hal ini sesuai dengan kutipan wawancara sebagai berikut :

“pernah suatu ketika orang surabaya pesen beberapa batik ke saya, namun ada 5 batik yang kelewatan belum ada lebel dari saya, mereka mengembalikan lagi 5 batik tersebut dengan alasan takut orang yang fanatik dengan batik saya tidak mengetahui bahwa batik itu adalah buatan saya”⁵⁹

selanjutnya upaya pengerajin dalam mengkomunikasikan citra produk batik yaitu dengan membuka galeri seperti galeri di rumah atau membuka galeri di tempat lain, hal ini di lakukan agar para konsumen dapat membeli langsung hasil dari produksi pengerajin.

berikut kutipan wawancara dengan bapak yazid :

”kalo saya pribadi cukup membuka galeri di rumah, itung itung hemat biaya mas”⁶⁰

⁵⁷ wawancara dengan bapak ibrahim pada 18 mei 2015 pukul 19.10 WIB

⁵⁸ wawancara dengan bapak herman pada 14 mei 2015 pukul 13.15 WIB

⁵⁹ wawancara dengan bapak nurul huda pada 11 mei 2015 pukul 19.20

WIB ⁶⁰ wawancara dengan bapak yazid pada 20 mei 2015 pukul 19.13 WIB

berbeda dengan bapak ibrahim beliau tidak membuka galeri baik di rumah maupun di toko melainkan beliau langsung memasarkan produknya di pasar atau toko toko disurabaya berikut kutipannya :

“ingin membuka stand namun terkendala oleh modal, mau buka galeri di rumah juga sempit mas rumahnya, ya terpaksa hanya bisa memasarkan ke pasar atau tokoh di surabaya”⁶¹

Berbeda dengan bapak herman dan bapak nurul huda beliau lebih memilih untuk membuka galeri di toko dari pada memasarkan ke pasar atau toko berikut kutipan wawancara dengan bapak herman :

“membuka galeri mas, namun ini sebagai tempat tujuan untuk para konsumen datang, soalnya sistem pemasaran yang saya pilih dengan mendatangi sekolah atau instansi”⁶²

Selanjutnya kutipan wawancara dengan bapak nurul huda :

“saya buka galeri di tempat lain supaya tidak mengganggu aktivitas di rumah mas”⁶³

upaya lain yang dilakukan oleh pengerajin dalam mengkomuniasikan citra produknya yaitu dengan melakukan pelatihan membuat batik yang di selenggarakan oleh pengerajin itu sendiri. Berikut kutipan wawancara oleh bapak yazid :

“itu mas saya biasanya membuka pelatihan membuat batik untuk anak-anak sekolah, hal ini saya lakukan agar batik saya lebih di kenal oleh masyarakat”⁶⁴

Sama halnya yang di ungkapkan oleh bapak huda :

“saya mengadakan pelatihan dengan menerima berapapun peserta yang ikut dalam pelatihan tersebut, pelatihan tersebut di handle

⁶¹ wawancara dengan bapak ibrahim pada 18 mei 2015 pukul 19.15 WIB

⁶² wawancara dengan bapak herman pada 14 mei 2015 pukul 13.20 WIB

⁶³ wawancara dengan bapak nurul huda pada 11 mei 2015 pukul 19.26

⁶⁴ wawancara dengan bapak yazid pada 20 mei 2015 pukul 19.17 WIB

oleh pekerja saya sendiri karena kadang saya tidak ada dirumah”⁶⁵

kemudian upaya lainnya yang di lakukan oleh pengerajin lainnya ialah dengan memberikan kartu nama kepada sekolah sekolah yang di kunjunginya. Berikut ini kutipan wawancara dengan bapak herman :

“saya biasanya mengunjungi sekolah sekolah dengan memberikan contoh batik. nah di situ saya menyelipkan kartu nama saya sebagai upaya untuk mengkomunikasikan hasil produksi batik saya”⁶⁶

hal serupa diungkapkan oleh bapak nurul huda :

“saat mengikuti pameran saya banyak membagikan kartu nama saya kepada pengunjung yang hadir di pameran itu, bukan hanya itu saya juga memberikan kartu nama saya ke pengunjung yang datang ke toko saya. hal ini saya lakukan agar masyarakat tau hasil produksi dari batik saya”⁶⁷

Pengerajin terkadang memberikan pelayanan terbaik ketika konsumen datang ke toko atau galeri yang dimiliki oleh pengerajin karena bagi mereka hal ini merupakan poin terpenting untuk membedakan pelayanan toko satu dengan pelayanan toko yang lain

berikut ini kutipan wawancara dengan bapak Nurul Huda :

“Kita harus punya meinsset mas, bahwa Saya sudah bangga dilihat orang 1 nanti tular menular, oh ndek kono loh lengkap wek pak huda di kenal dari mulut ke mulut, dilihat saja sudah menjadi kebanggaan bahwa orang datang ke rumah saya itu mempunyai maksud dan tujuan itu harus dipikirkan artinya aku kate nduwe gawe rek kape ngawe seragam tak ndelok ndelok disek walaupun ga tuku, itu tetep di servis , ojok loh ga tuku ndelok ndelok tok di ure ure jangan bicara begitu sekali anda berbuat gitu maka akan

⁶⁵ wawancara dengan bapak nurul huda pada 11 mei 2015 pukul 19.30 WIB

⁶⁶ wawancara dengan bapak herman pada 14 mei 2015 pukul 13.25 WIB

⁶⁷ wawancara dengan bapak nurul huda pada 11 mei 2015 pukul 19.35 WIB

menyebarkan, itu manajemen dan itu tidak tertulis di dalam teori karena di lapangan berbeda”⁶⁸

Sama halnya dengan pernyataan bapak yazid :

“kita sebagai pengerajin harus bisa memberi pelayanan yang baik karena kita umpamakan bahwa pembeli itu raja, jadi kita harus mengistimewakan pembeli yang datang agar pembeli itu kerasan dan mau kembali ke galeri kita”⁶⁹

Berbeda lagi dengan bapak herman :

“ketika konsumen membeli batik saya, saya tidak segan-segan memberikan bonus jika membeli dalam jumlah banyak, agar mereka mau kembali dan membeli kesini lagi”⁷⁰

⁶⁸ wawancara dengan bapak nurul huda pada 11 mei 2015 pukul 19.40

⁶⁹ wawancara dengan bapak yazid pada 20 mei 2015 pukul 19.20 WIB

⁷⁰ wawancara dengan bapak herman pada 14 mei 2015 pukul 13.29 WIB