BAB II

KERAJINAN MENDONG TASIKMALAYA

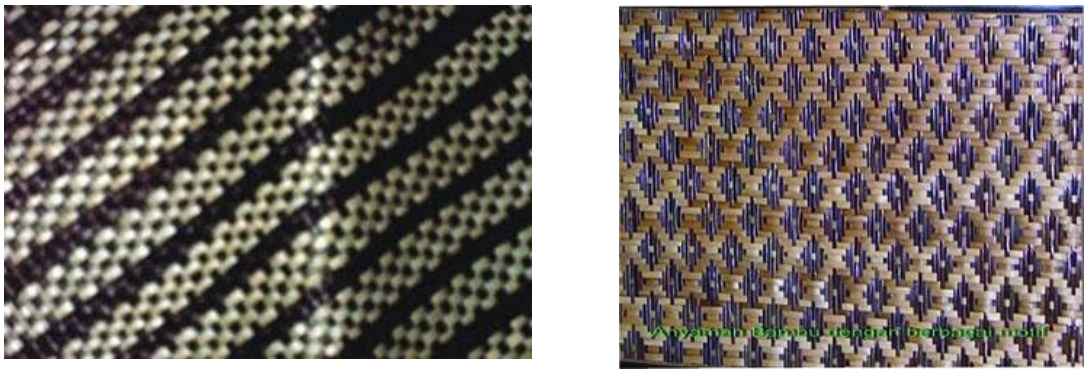
2.1. Pengertian Umum Kerajinan Tangan

Kerajinan tangan diartikan sebagai pekerjaan yang dilakukan dengan tangan dan membutuhkan keterampilan tertentu. Dalam *Ensiklopedi Indonesia* dijelaskan, bahwa seni kerajinan tangan merupakan jenis kesenian yang menghasilkan berbagai barang perabotan, hiasan atau barang-barang lain yang artistik, terbuat dari kayu, logam, emas, perak, gading, dan sebagainya.

Menurut laman educate syndicate.blog.com (2009), anyaman merupakan seni yang mempengaruhi kehidupan dan kebudayaan masyarakat Melayu. Menganyam bermaksud proses menjaringkan atau menyilangkan bahan-bahan daripada tumbuh-tumbuhan untuk dijadikan satu rumpun yang kuat dan boleh digunakan. Bahan tumbuh-tumbuhan yang boleh dianyam ialah lidi, rotan, akar, bilah, pandan, mengkuang dan beberapa bahan tumbuhan lain yang dikeringkan. Menganyam adalah salah satu seni tradisi tertua di dunia. Konon kegiatan itu ditiru manusia dari cara burung menjalin ranting-ranting menjadi bentuk yang kuat.

Berikut adalah contoh gambar motif anyaman :

1. Anyaman 2 dimensi :



Gambar 2.1 Anyaman 2 dimensi
diambil dari Rumah Collection dan Bali Tegar Handricraft

2. Anyaman 3 dimensi :



Gambar 2.2 Anyaman 3 dimensi
diambil dari Rumah Collection dan Bali Tegar Handricraft

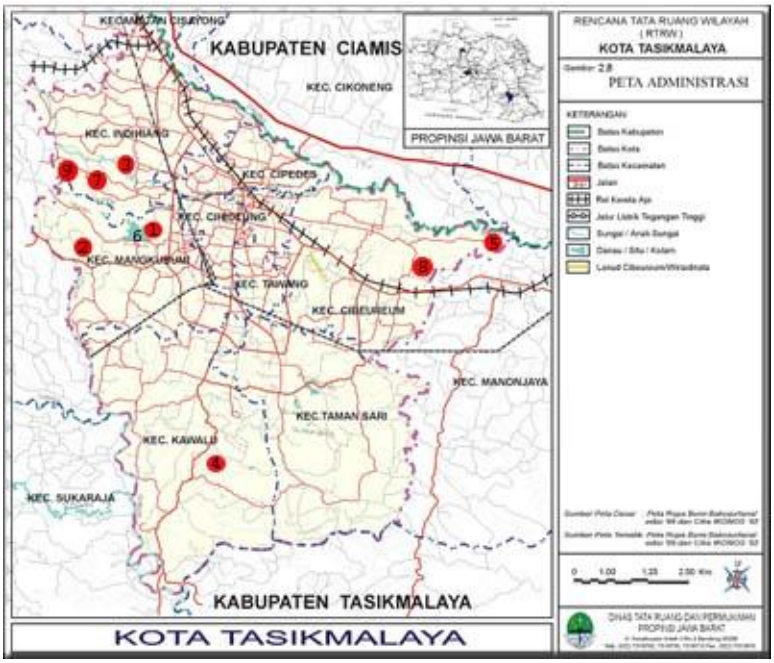
2.2. Kota Tasikmalaya

Kabupaten Tasikmalaya, adalah sebuah kabupaten di Propinsi Jawa Barat, Indonesia. Ibukotanya adalah Singaparna, sekitar 380 km sebelah tenggara Jakarta. Kabupaten ini berbatasan dengan Kabupaten Majalengka di utara, Kabupaten Ciamis dan Kota Tasikmalaya di timur, Samudra Hindia di selatan, serta Kabupaten Garut di barat. Perekonomian Tasikmalaya umumnya bertumpu pada sektor pertanian, peternakan, dan perikanan, selain juga bertumpu pada sektor pertambangan seperti pasir Galunggung yang memiliki kualitas cukup baik bagi bahan bangunan, industri, dan perdagangan.

2.2.1. Geografis

Sebagian besar wilayah Kabupaten Tasikmalaya merupakan daerah pegunungan, dengan puncaknya Gunung Galunggung dan

Gunung Telagabodas. Tasikmalaya memiliki iklim tropis dengan suhu rata-rata di dataran rendah 20°-34° C dan di dataran tinggi 18°-22° C. Curah hujan rata-rata 2.072 mm/tahun.



Peta Kota Tasikmalaya (www.Tasikmalaya.go.id)

2.2.2. Perekonomian

Dijelaskan dalam laman Resmi Kota Tasikmalaya.go.id (2009), bahwa perekonomian Tasikmalaya umumnya bertumpu pada sektor pertanian, peternakan, dan perikanan, selain juga bertumpu pada sektor pertambangan seperti pasir Galunggung yang memiliki kualitas cukup baik bagi bahan bangunan, industri, dan perdagangan.

Tasikmalaya, terutama pada era sebelum 1980-an, dikenal sebagai basis perekonomian rakyat dan usaha kecil menengah seperti kerajinan dari bambu, batik, dan payung kertas. Selain itu, kota ini pun dikenal sebagai kota kredit akibat banyaknya pedagang dan perantau dari wilayah ini yang berprofesi sebagai pedagang yang menggunakan sistem kredit. Komoditas kreditan umumnya adalah barang-barang kelontong dan kebutuhan rumah tangga. Namun, sangat disayangkan,

seiring dengan kebijakan investasi besar-besaran di era 1990-an, potensi ekonomi rakyat di daerah ini cenderung terpinggirkan, bahkan tidak diperhatikan.

2.3. Perihal Kerajinan Mendong

Kerajinan mendong merupakan salah satu karya seni yang banyak ditekuni sebagai sumber penghasilan dan kehidupan rakyat Indonesia. Perkembangan dan perubahan gaya hidup masyarakat modern (dunia) telah mengubah citra barang (produk) kerajinan rakyat ini menjadi barang yang eksklusif dan elegan serta semakin diminati oleh pasar dan konsumen manca negara. (Gerbono & Djarijah, 2009)

Kerajinan anyaman mendong merupakan kerajinan masyarakat Kecamatan Purbaratu dan Cibeureum Tasikmalaya. Hampir sebagian masyarakat Kecamatan Cibeureum dan Purbaratu memiliki mata pencaharian sebagai pengrajin anyaman mendong.

Kerajinan mendong bagi masyarakat Kabupaten Tasikmalaya khusunya daerah Purbaratu dan Cibeureum mungkin sudah tidak asing, namun hingga kini masyarakat hampir tidak mengenal dan kurang minat terhadap kerajinan mendong terutama sebagian masyarakat perkotaan yang cenderung menyukai produk luar atau yang dihasilkan pabrik. Hal ini yang menyebabkan kerajinan mendong kurang bisa bersaing dengan produk yang di buat di pabrik.

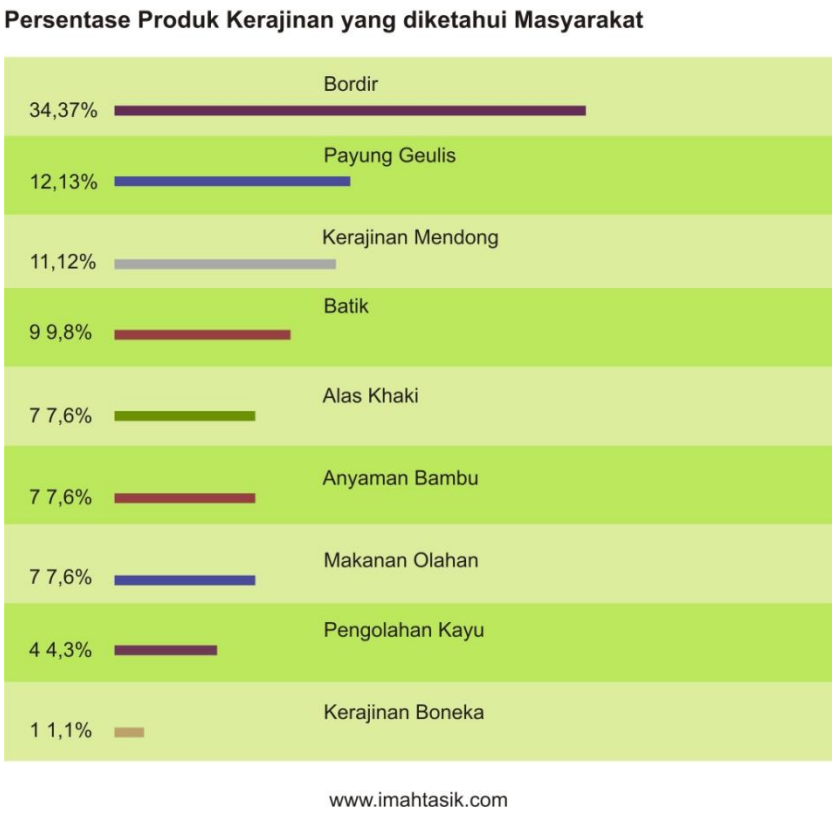
Aneka kerajinan dengan bahan baku mendong yang mulai berkembang dan diminati pasar adalah tikar yang kemudian mengalami perkembangan menjadi berbagai peralatan rumah tangga dan berbagai jenis hiasan.

Dalam perkembangannya, industri kerajinan anyaman mendong di Kabupaten Tasikmalaya khususnya daerah Cibeureum mulai menunjukkan perkembangnya yang berarti. Hal ini terlihat dari banyaknya permintaan terhadap produk kerajinan anyaman baik dari dalam negeri maupun luar negeri. Berdasarkan hasil wawancara dari sejumlah pemilik *home industry*

pengrajin mendong, kerajinan mendong mengalami peningkatan, hal ini terlihat dari banyaknya permintaan dari tahun 2001 hingga 2009. Namun krisis global yang menimpa perekonomian berdampak terhadap permintaan pasar hasil produksi kerajinan mendong saat ini mengalami penurunan permintaan. Ini terlihat dari beberapa pengusaha kerajinan mendong yang menyatakan mengalami penurunan permintaan pasar. Menurut Hj. Endang Kurniawan pemilik kerajinan mendong “CAHAYATI” penghasilannya mengalami penurunan sekitar 50% sejak awal krisis global menimpa.

Perlunya media promosi untuk lebih mengenalkan produk kerajinan mendong merupakan langkah yang dianggap tepat mengingat kerajinan mendong merupakan kerajinan yang alami dan ramah lingkungan.

Beberapa hal yang menyebabkan kerajinan mendong kurang dapat diterima di masyarakat karena kecenderungan pola mengkonsumsi masyarakat perkotaan yang lebih menyukai produk hasil buatan pabrik (*impo*r) dibanding produk tradisional. Belakangan ini sebagai upaya meningkatkan produksi dan mempertahankan kerajinan mendong mencoba mengikuti *trend* pasar dan mengenalkan berbagai bentuk varian agar lebih menarik. Menurut pemilik perusahaan kerajinan mendong H. Abdul Latief, pada tahun 1970-an mendong hanya dikreasikan menjadi tikar, namun pada tahun 1985-an kerajinan mendong mengalami berbagai inovasi yang dibuat para pengrajinnya.



Gambar 2.4 Presentase Kerajinan Mendong diambil dari Website imahtasik.com (2009)

Berdasarkan hasil quisioner yang dilakukan kepada sekitar 20 orang, dapat disimpulkan bahwa masyarakat lebih cenderung kurang mengetahui dan pola mengkonsumsi yang cenderung menyukai produk pabrik dibanding dengan produk kerajinan ramah lingkungan, ini dapat dilihat dari data yang dihasilkan 16 responden menjawab kurang mengenal. Hal ini juga dapat dilihat dari data persentase produk kerajinan berdasarkan poling *website* imatasik.com persentase menunjukkan kurangnya minat masyarakat terhadap kerajinan mendong Tasikmalaya yang disebabkan beberapa faktor seperti kurang informasi yang memperkenalkan produk alami dan ramah lingkungan.

2.3.1. Produk Kerajinan Mendong

Berikut adalah hasil produksi kerajinan mendong Tasikmalaya:

1. Sandal mendong yang diproduksi dengan beberapa varian mulai dari sandal main, sandal santai, sampai sandal hotel.



Gambar 2.5 Sandal Mendong
diambil dari website Rumah Collection

2. Tas diproduksi mulai dari tas santai, tas seminar, dan tas *make up* (kotak kecantikan).



Gambar 2.6 Tas Mendong
diambil dari website kandadindasouvenir.com

2. Kotak Tisu mendong yang dihasilkan berbagai bentuk dan corak warna yang berbeda.



Gambar 2.7 Kotak Tisu Mendong diambil dari website kandadindasouvenir.com

4. Berbagai hiasan dari mendong seperti buku cacatan harian, taplak meja, tempat sampah, figura foto,dan lain-lain.



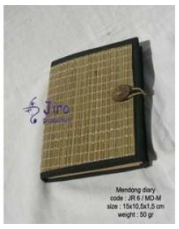
Tempat sampah



Figura foto



Taplak meja



Buku catatan harian



Box mendong

Gambar 2.8 Berbagai Hiasan Mendong diambil dari Jiro Production

2.4. Potensi Kerajinan Mendong

Produk kerajinan anyaman mendong telah ditetapkan sebagai komoditas khas Kabupaten Tasikmalaya berdasarkan SK Bupati Tasikmalaya No. 522.4/189-LH/94 Tahun 1994 tentang Penetapan Flora dan Fauna Kompetitif dan Komparatif terhadap pertumbuhan ekonomi. Seperti halnya produk kerajinan lainnya, produk kerajinan anyaman mendong ditekuni oleh banyak orang di kecamatan Purbaratu dan Cibeureum, sehingga setiap upaya pengembangannya akan membawa dampak terhadap perekonomian masyarakat.

Sentra produksi mendong tersebar di 12 desa yang meliputi 4 wilayah kecamatan yaitu Kecamatan Cineam, Karangnunggal, Manonjaya, dan Salopa. Informasi lebih rinci tentang lokasi, jumlah unit usaha, penyerapan tenaga kerja, nilai investasi dan produksi kerajinan dapat dilihat dalam tabel berikut:

Sentra Produksi Kerajinan Mendong

Kecamatan	Desa	Unit Usaha	Tenaga Kerja	Investasi (Rp 000)	Produksi / Tahun	
					Produksi	Nilai (Rp 000)
Cineam	Cijulang	53	477	95.400	143.100	1.073.250
Manonjaya	Gn.tanjung	252	2.268	453.600	680.400	5.103.000
	Kamulyan	133	1.197	239.400	359.100	2.693.250
	Margaluyu	98	882	176.400	264.600	1.984.500
	Jatijaya	94	846	169.200	253.800	1.903.500
	Tanjungsari	87	783	156.600	234.800	1.761.750
	Cinunjang	68	612	122.400	183.600	1.377.000
	P.muncang	65	585	117.000	175.500	1.316.250
	Giriwangi	56	504	100.800	151.200	1.134.000
Karangnunggal	Cibatuireng	26	234	46.800	70.200	526.500
Salopa	Kaputihan	49	441	88.200	132.300	463.050
	Karyawangi	382	3.438	687.600	1.031.400	7.735.500
JUMLAH		1.310	11.790	2.358.000	3.536.900	25.998.300

Tabel 2.1 Produksi Kerajinan Mendong diambil dari Website Resmi Tasikmalaya (2009)

2.5. Khalayak Sasaran

2.5.1. Geografis

Khalayak sasaran yang dituju adalah masyarakat perkotaan, Khususnya kalangan ibu rumah tangga muda.

2.5.2. Demografis

Ibu rumah tangga muda yang baru menikah dan ibu-ibu yang menyukai produk tradisional yang berada di perkotaan seperti di Bandung, status ekonomi menengah ke atas (Kelas A)

2.5.3. Psikografis

- Khalayak sasaran adalah keluarga, khususnya ibu rumah tangga yang baru menikah yang ada di perkotaan yang membutuhkan berbagai kebutahan seperti kebutuhan rumah tangga.
- Khalayak sasaran memilki gaya hidup dengan teknologi internet untuk memudahkan mendapat informasi.
- Masyarakat yang selalu ingin mengetahui informasi mengenai suatu hal.

2.6. Wawancara dengan H. Abdul Latief

H. Abdul Latief merupakan salah seorang pemilik *home industry* kerajinan mendong Tasikmalaya. Wawancara sebagai cara untuk mengumpulkan data – data baru secara langsung dari sumber yang terkait. Wawancara ini dilaksanakan pada hari Selasa, 4 Juni 2010 yang bertempat pada industri rumahan itu sendiri yang berlokasi di kampung Awiluar No. 45 Kecamatan Cibeureum, Tasikmalaya pada pukul 10.00 WIB.

Dari wawancara yang dilakukan, maka dapat diperoleh data – data berikut :

- Pendirian industri rumahan itu didirikan pada sekitar tahun 1970 yang dikelola secara turun temurun. Perusahaan ini dahulunya hanya memproduksi tikar mendong saja, namun mengalami

berbagai inovasi hasil kerajinannya berupa tas, tempat tisu, box dan lain-lain.

- Kerajinan mendong merupakan kerajinan terlahir di zaman penjajahan. Dahulu hanya sebuah tikar saja yang dibuat, namun mengalami inovasi sekitar tahun 1985-an.
- Kebanyakan pengrajin kerajinan mendong hanya mengolah mendong menjadi barang setengah jadi, selain itu pengusaha *home industry* hanya mengirim hasil kerajinannya ke pemasar-pemasar.
- Tidak ada motif khusus dalam pembuatan kerajinan mendong dalam hal ragam warna dan motif. Warna dan motif hanya disesuaikan dengan permintaan pemesan.
- Kerajinan mengalami peningkatan permintaan setelah mengalami inovasi-inovasi baru yang daulunya hanya tikar saja menjadi berbagai barang-barang yang lebih menarik.
- Kerajinan mendong mengalami peningkatan permintaan dari tahun 2000-an hingga tahun 2009 sebelum mengalami penurunan permintaan awal tahun 2010 karena krisis global yang terjadi.

2.7. Promosi

2.7.1. Definisi Persuasi

Persuasi adalah suatu cara menyampaikan informasi menggunakan teknik tertentu yang bertujuan membujuk dan mengajak seseorang agar melakukan sesuatu sesuai anjuran dengan kesadaran sendiri kini maupun akan datang sehingga mengubah sikap dan perilaku pembaca. (Nardiyana, Khristin Sri Utami, 2008)

2.7.2. Tujuan Promosi di antaranya adalah:

1. Menyebarkan informasi produk kepada target pasar potensial
2. Untuk mendapatkan kenaikan penjualan dan profit

3. Untuk mendapatkan pelanggan baru dan menjaga kesetiaan pelanggan
4. Untuk menjaga kestabilan penjualan ketika terjadi lesu pasar
5. Membedakan serta mengunggulkan produk dibanding produk pesaing
6. Membentuk citra produk di mata konsumen sesuai dengan yang diinginkan. (Nardiyana, Khristin Sri Utami, 2008)