

**KEARIFAN LOKAL PADA
INDUSTRI TENUN TROSO:
POTRET KEWIRAUSAHAAN
PADA MASYARAKAT DESA**

**Dr. Alamsyah, M.Hum
Dra. Sri Indrahti, M.Hum
Dra. Siti Maziyah, M.Hum**

Maret 2013

KEARIFAN LOKAL PADA INDUSTRI TENUN TROSO :
POTRET KEWIRAUSAHAAN MASYARAKAT DESA

Penulis

Dr. Alamsyah, M.Hum
Dra. Sri Indrahti, M.Hum
Dra. Siti Maziyah, M.Hum

Editor

Dra. Siti Maziyah, M.Hum

Tata Letak & Desain

Pivie Rumpoko

Penerbit

CV. Madina
Jl. Bulusan XI/5 Perum Korpri Tembalang
Semarang, Tel. (024) 76482660

HAK CIPTA DILINDUNGI UNDANG-UNDANG

Dilarang mengutip seluruh atau sebagian isi buku tanpa izin dari penerbit.

Diterbitkan Maret 2013

ISBN 978-602-18928-5-5

KATA PENGANTAR

Tenun ikat Troso merupakan kerajinan tenun ikat tradisional yang sangat terkenal di Indonesia. Tenun ikat di Desa Troso ini merupakan salah satu usaha yang diwariskan turun-temurun secara tradisional. Menurut tradisi lisan, keberadaan tenun ikat Troso diperkirakan bersamaan dengan masuknya Islamisasi pada masa Kerajaan Mataram. Pada awalnya tenun ikat Troso diciptakan sebagai kebutuhan sandang masyarakat setempat, yang diprakarsai oleh Mbah Senu dan Nyi Senu yang digunakan untuk menemui ulama besar yang disegani yaitu Mbah Datuk Gunardi Singorejo. Mbah Datuk ini adalah figur yang pada saat itu sedang menyebarkan agama Islam di Desa Troso.

Pada awalnya usaha kerajinan tenun di Desa Troso masih berupa kegiatan sampingan. Usaha sampingan masyarakat ini banyak dijumpai pula di lingkungan masyarakat pedesaan lainnya yang sering mengembangkan berbagai jenis usaha kerajinan. Biasanya kegiatan kerajinan masyarakat desa hanya bertujuan untuk memenuhi kebutuhannya sendiri. Namun

kini industri kerajinan rakyat itu berkembang menjadi sentra-sentra (*cluster*) industri kecil. Kerajinan ini diarahkan untuk membuat produk yang dapat digunakan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat dan sekaligus dijadikan sebagai mata pencaharian pokok, terutama bagi masyarakat pedesaan yang memiliki tanah garapan kurang subur atau sama sekali tidak memiliki tanah garapan.

Industri tenun Troso merupakan pusat aktivitas ekonomi masyarakat yang berbasis pada kearifan lokal. Buku tentang industri Troso beserta dinamikanya dan hubungannya dengan eksistensi wisata industri Troso yang berbasis pada keterlibatan masyarakat merupakan upaya untuk memotret semangat kemandirian masyarakat desa. Tulisan ini mencoba untuk mendiskripsikan industri kreatif baik secara *historis* maupun latar belakang sosial budaya yang menyertainya. Buku ini juga ingin mengidentifikasi eksistensi tenun Troso yang dapat disinergikan dengan pengembangan pariwisata berbasis masyarakat. Hadirnya industri Troso tidak lepas dari tradisi budaya masyarakat kreatif yang telah berlangsung cukup lama di Jepara. Industri kreatif tenun Troso yang berbasis pada tradisi ini perlu dipadukan dengan sektor

pariwisata supaya lebih mempunyai *multifier effect* bagi masyarakat lokal. Industri tenun Troso merupakan pusat ekonomi masyarakat baik masyarakat yang menjadi pengusaha, pengrajin, dan pekerja. Ketergantungan masyarakat pada sektor ini begitu tinggi sehingga sekitar 40% penduduk usia kerja bertumpu pada kegiatan ekonomi ini. Dalam memasarkan hasil produk, mereka menggunakan berbagai media mulai dari pemasaran secara perseorangan, *showroom*, *internet*, *web*, pameran, dan media-media yang lain. Pemasaran produk sebagian dipasarkan di tingkat lokal Jawa Tengah dan sebagian besar dikirim ke berbagai wilayah Nusantara seperti Bali, Jakarta, Surabaya, dan daerah lain. Saat ini, produk tenun Troso sudah banyak yang dipasarkan ke berbagai negara seperti Inggris, Kanada, Amerika, Jepara, Belanda, dan lainnya.

Mengingat betapa pesatnya industri tenun Troso, maka keberadaan *showroom* sebagai salah satu media pemasaran dan media *display* berbagai ragam produk penting keberadaannya. Apalagi produk tenun mulai bervariasi seperti kain, selendang, tas, baju, dan lain-lain. Keberadaan *showroom* sangat membantu pengusaha dan pengrajin dalam memasarkan produk sekaligus menjadi

tempat tujuan pembeli. Selain *showroom*, dalam rangka menjadikan industri tenun Troso sebagai tujuan wisata industri, maka keberadaan *workshop* sebagai bengkel proses produksi sangat penting dalam mensinergikan industri dengan pariwisata berbasis masyarakat. *Workshop* sebagai media *display* proses produksi yang melibatkan pekerja, peralatan, hingga *finishing*. Dalam *workshop* ini, di satu sisi pelaku dapat berinteraksi langsung dengan wisatawan, di sisi yang lain wisatawan dapat terlibat dalam proses produksi tersebut. Dalam model ini terjadi pengenalan proses budaya lokal kepada para wisatawan sekaligus mengembangkan pariwisata industri kreatif yang berbasis pada partisipasi masyarakat. Oleh karena itu, industri kreatif tenun Troso ini dapat disinergikan dengan potensi yang lain dalam pengembangan pariwisata lokal di Jepara. *Workshop* industri kreatif yang berbasis pada masyarakat merupakan salah satu model penarik wisatawan untuk datang ke Jepara.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	vii
BAB I : BASIS HISTORIS TENUN TROSO	1
A. Relasi Tenun Troso dan Wisata	5
B. Partisipasi Masyarakat dalam Wisata	19
C. Metode Rekonstruksi	23
BAB II : TROSO DALAM DINAMIKA SOSIAL, EKONOMI, DAN BUDAYA	29
A. Troso : Administrasi dan Demografi1	29
B. Potensi Ekonomi	33
C. Dinamika Sosial Budaya.....	37
BAB III : TENUN TROSO : EKONOMI MASYARAKAT BERBASIS KEARIFAN LOKAL	42
A. Tenun Troso dalam Dinamika Historis.....	43
B. Berbagai Ragam Motif Tenun Troso	48
C. Perpaduan Motif Tenun dengan Batik	54
D. Profil Pengusaha Troso	55

1.	H. Ali Azhar, S.Sos.....	55
	1.1 Proses Produksi dan Manajemen	60
	1.2 Jumlah Produk dan Sistem Pemasaran .	65
	1.3 Tenaga Kerja.....	69
	1.4 <i>Display</i> Produk.....	70
2.	H. Sulbi Ahmad	71
	2.1 Proses Produksi dan Manajemen	74
	2.2 Jumlah Produk dan Sistem Pemasaran .	74
	2.3 Tenaga Kerja.....	80
	2.4 <i>Display</i> Produk.....	86
3.	H. Abdul Jamal	86
	3.1 Proses Produksi dan Manajemen	90
4.	H. Mulyanto	96
	4.1 Tenun Ikat Lestari Indah Putra Sebagai Usaha Keluarga	97
	4.2 Proses Produksi dan Manajemen	100
5.	Sunarto	111
	5.1 Perjalanan Usaha.....	111
	5.2 Pemasaran Produk.....	116

5.3 <i>Display</i> Proses dan Produk	119
5.4 Proses Produksi.....	120
5.5 Tenaga Kerja.....	124
6. Sholikhul Huda (<i>House of Hoeda's</i>).....	125
6.1 Tenaga Kerja.....	130
6.2 Manajemen.....	131
6.3 Produk.....	131
6.4 Proses Produksi.....	133
6.5 Pemasaran	135
6.6 Mitra Binaan	138
E. Kekuatan dan Kelemahan Tenun Troso.....	139
BAB IV : TENUN TROSO : RELASI	
ENTERPRENEURS DAN WISATA	150
A. Kebijakan Pariwisata Jepara	150
B. <i>Showroom, Workshop</i> , dan Wisata di Tenun Troso	154
1. <i>Showroom</i> Produk Tenun Troso	154
2. <i>Workshop</i> Produk Tenun Troso	157
C. Faktor Pendukung	160
BAB V : SIMPULAN	166
DAFTAR PUSTAKA	168

BAB I

BASIS HISTORIS TENUN TROSO

Tenun ikat Troso yang sudah mulai dikenal di Nusantara merupakan bentuk industri kreatif yang mencerminkan kemandirian masyarakat. Industri kreatif adalah industri yang berasal dari pemanfaatan kreativitas, keterampilan serta bakat individu untuk menciptakan kesejahteraan serta lapangan pekerjaan dengan menghasilkan dan mengeksploitasi daya kreasi dan daya cipta individu (Definisi industri kreatif oleh Kementerian Perdagangan RI). Di Jepara, industri telah ada dan berkembang cukup pesat. Schrieke (1960:153-200) memaparkan bahwa Jepara pada masa Mataram dan VOC, abad ke-17 dan ke-18, merupakan wilayah pesisir di pantai Utara Jawa yang sangat strategis. Mataram sendiri memfungsikan Jepara sebagai tempat kedudukan Wedono Bupati Pesisir Wetan yang mengkoordinir Surabaya, Madura, Gresik, Tuban, dan wilayah pesisir Timur Pantai Utara Jawa. Di Jepara inilah tradisi industri kreatif seperti mengukir dan menenun terus berlanjut hingga zaman Hindia Belanda, zaman Jepang, zaman orde lama, orde baru, hingga orde reformasi (Alamsyah,

2012: 419). Tidaklah berlebihan bila kreativitas masyarakat yang melahirkan diversifikasi ekonomi yang berbasis *soft skill* ini telah eksis secara *historis* dan menjadi tradisi masyarakat lokal Jepara dari waktu ke waktu.

Industri kreatif yang tersebar di Jepara antara lain kerajinan ukir, mebel *indoor* dan *outdoor*, kerajinan patung, kerajinan anyaman bambu, pembuatan perahu, penggergajian kayu, tenun ikat, kerajinan monel, kerajinan emas, kerajinan rotan, industri genteng, industri batu bata, dan kerajinan yang lain. Hampir sebagian industri kreatif di atas eksistensinya telah ada cukup lama dan menjadi bagian dari sejarah serta tradisi masyarakat lokal Jepara.

Perpaduan industri kreatif yang berbasis masyarakat dan pariwisata menjadi penting untuk dikembangkan. Oleh karena itu industri kreatif ini perlu disinergikan dengan pariwisata industri karena sangat relevan dan realistis. Aktivitas ekonomi masyarakat lokal, yang saat ini menjadi industri kreatif merupakan salah satu potensi ekonomi bagi masyarakat dan pemerintah. Pengembangan industri kreatif ini perlu dipadukan dengan kegiatan pariwisata. Perpaduan dan pengemasan industri kreatif dengan

pariwisata ini menjadi keunggulan lokal yang dapat menarik wisatawan. Pada dasarnya sektor pariwisata akan selalu berkelanjutan dan tidak akan habis potensinya apabila dilakukan pengelolaan secara tepat baik obyek maupun sumber daya manusianya (Budi Santoso dan Hessel Nogi S: 10; Alamsyah dan Maziyah, 2009: 4).

Oleh karena itu, hadirnya industri kreatif tenun Troso di Jepara sebagai model kemandirian ekonomi masyarakat dapat disinergikan dengan perintisan pengembangan pariwisata yang berbasis pada masyarakat lokal. Kehadiran tenun Troso sebagai pusat keonomi masyarakat yang dipadukan dengan pariwisata akan memunculkan *multifier effect* bagi masyarakat dan pemerintah yang berbasis pada kearifan lokal.

Buku ini berupaya menginventarisasi dan mendeskripsikan industri kreatif tenun Troso dari sisi historis. Selain itu juga mendorong adanya model *workshop* dalam *showroom* tenun Troso yang terintegrasi sebagai industri kreatif. Pada tahapan selanjutnya, *workshop* tersebut akan disinergikan dengan kegiatan pariwisata lokal. Model perpaduan antara *workshop* industri kreatif dengan pariwisata yang berbasis pada

tradisi lokal akan menumbuhkan semangat membangun komunitas. Buku ini diharapkan menjadi model pengembangan kegiatan ekonomi masyarakat yang mempunyai *interrelasi* dengan kepariwisataan, sehingga yang berdampak positif di bidang sosial, ekonomi, dan budaya.

Pada dasarnya industri kreatif adalah kelanjutan tradisi kreativitas ekonomi masyarakat sehingga dapat teridentifikasi secara historis termasuk nilai-nilai budaya yang melatarbelakangi kehadiran industri kreatif tersebut. Oleh karena itu industri kreatif bila dikembangkan dalam *workshop* berdasarkan *cluster* dan dipadukan dengan aktivitas pariwisata akan memunculkan dampak yang positif. Dengan demikian diharapkan *workshop* industri kreatif tenun Troso dapat menjadi embrio model pengembangan pariwisata yang berbasis pada masyarakat dan dapat dijadikan sebagai komoditi wisata dengan melibatkan peran masyarakat lokal sebagai subyek dan obyek kegiatan.

Buku ini akan mengangkat deskriptif historis industri kreatif tenun Troso beserta dinamika ekonominya, *interrelasi* antara tenun sebagai pusat ekonomi masyarakat dengan wisata industri di Troso, dan

respon masyarakat penopang utama tenun terhadap *interrelasi* antara tenun dengan pengembangan wisata industri di Troso. Melalui upaya yang terpadu ini diharapkan memunculkan *multifier effect* sehingga menjadi salah satu sektor unggulan dalam pergerakan perekonomian daerah, sebagai sektor peningkatan Pendapatan Asli Daerah (PAD), sekaligus memunculkan kemandirian, kreativitas, dan pemberdayaan masyarakat.

A. Relasi Tenun Troso dan Wisata

Kajian tentang tenun Troso secara historis dan antropologis telah dilakukan oleh Eko Punto Hendro (1992). Karya yang berjudul *Ketika Tenun Mengubah Desa Troso* mengupas tentang eksistensi tenun Troso beserta pasang surut yang dialaminya. Buku ini membicarakan mengenai kegiatan industri tenun ikat sebagai suatu bentuk adaptasi ekonomi yang dilakukan oleh masyarakat Troso. Karya ini merupakan sebuah upaya dalam rangka mendeskripsikan latar belakang, proses-proses yang terjadi serta seluk-beluk kegiatan tenun Troso yang dilakukan oleh masyarakat. Faktor eksternal yang bersumber dari lingkungan fisik maupun sosialnya merupakan faktor yang mempengaruhi proses

tumbuh dan bertahannya industri ini di Desa Troso, di samping faktor internal yang bersumber dari sistem hubungan sosial yang berlaku di desa. Semua merupakan bagian yang akan dibahas dalam penelitian ini

Adaptasi ekonomi dapat dipandang sebagai suatu upaya masyarakat dalam rangka mengembangkan dan mempertahankan sistem perekonomiannya. Melalui kegiatan bertenun ikat tersebut, adaptasi ekonomi yang dilakukan masyarakat Troso dapat dipandang sebagai upaya yang dilakukan masyarakat Troso dalam rangka mengembangkan dan mempertahankan kegiatan ini sebagai bentuk mata pencahariannya. Berbagai faktor telah menyebabkan tumbuh-kembangnya kegiatan ini di desa Troso. Namun upaya masyarakat tersebut kini semakin terlihat dengan semakin terikatnya kegiatan ini dengan situasi pasar yang lebih luas. Hal ini menandai keterbukaan masyarakat yang lebih besar terhadap situasi perdagangan bebas, artinya bahwa masuknya unsur-unsur eksternal tersebut telah mewarnai sistem perekonomiannya menjadi semakin kompleks. Pada dasarnya sistem perekonomian masyarakat di pedesaan senantiasa akan terkait dengan sistem hubungan sosial yang berlaku, artinya ruang geraknya akan dibatasi oleh

unsur internal tersebut. Karena itu keputusan-keputusan masyarakat menyesuaikan diri terhadap faktor eksternal dapat dipandang sebagai suatu bentuk mekanisme perubahan. Dalam hal ini unsur-unsur internalnya tidak dapat sepenuhnya terlepas, namun diwarnai oleh unsur-unsur eksternal telah menyebabkan munculnya bentuk sistem perekonomian yang semakin kompleks.

Sejak jaman kolonial kegiatan menenun telah muncul di desa Troso, walaupun di masa itu warga desa belum mengembangkan jenis tenun ikat. Pada sekitar tahun enam puluhan warga telah mengembangkan kegiatan menenun ini dengan produknya berupa mori, lurik dan sarung ikat. Baru pada sekitar tahun delapan puluhan warga mengembangkan jenis tenun ikat ala Bali, Sumba dan Flores. Para pengrajin terdiri dari para pengusaha dan buruh-buruhnya, sebagian besar adalah warga desa Troso, walaupun ada pula buruh-buruh pendatang yang ikut berpartisipasi. Pengalaman dan kemampuan yang dimiliki oleh para pengrajin telah menyebabkan kegiatan yang telah berkembang ini hingga kini mampu bertahan di desa Troso, walaupun latar belakang sosial dan pengetahuannya masih sering membatasi ruang gerak usahanya.

Di dalam proses produksi terdapat serangkaian proses panjang yang terspesifikasi menurut jenis pekerjaan maupun hasil produknya dan nama-namanya sering diwarnai dengan istilah-istilah lokal. Kota-kota besar merupakan pasar utama produknya karena produk Troso kini telah terkait dengan situasi pasar bebas walaupun proses pengerjaan maupun pengelolannya masih diwarnai oleh unsur-unsur tradisional.

Kegiatan ini dapat dipandang sebagai suatu bentuk strategi adaptasi yang dikembangkan oleh masyarakat Troso dalam mempertahankan kehidupannya, dan dapat dipandang sebagai bentuk-bentuk pilihan keputusan masyarakat dalam sistem perekonomiannya. Ada dua faktor yang berpengaruh terhadap proses adaptasi tersebut, yaitu faktor eksternal dan faktor internal. Faktor eksternal bersumber dari kondisi lingkungan (sumber daya lingkungan), baik lingkungan fisik maupun sosialnya, yang senantiasa terus berubah-ubah. Sedangkan faktor internal bersumber di dalam diri individu atau kelompok pelaku adaptasi (sumber daya manusia) itu, yang berlandaskan pada sistem hubungan sosialnya. Strategi adaptasi ekonomi dapat dipandang sebagai suatu bentuk sikap keterbukan masyarakat yang

lebih besar terhadap perdagangan bebas. Perdagangan bebas itu sendiri erat kaitannya dengan sistem pasar bebas yang mekanisme harga barang atau jasa ditetapkan oleh keseimbangan hubungan antara permintaan dan penawaran.

Keterbukaan kepada pasar yang lebih luas tersebut telah mendorong munculnya bentuk-bentuk profesionalisme kerja yang didasarkan oleh bentuk-bentuk hubungan yang lebih bersifat individualistik. Karena itu fokus pembahasan adalah untuk melihat sejauh mana hubungan individualistik dan profesionalisme dikembangkan masyarakat, antara lain dalam bidang-bidang produksi, pengadaan bahan baku dan peralatan, ketenaga-kerjaan, pemasaran serta manajemen dan keuangan dalam kegiatan industrinya. Aspek mekanisme atau perubahan sosial yang dikembangkan masyarakat untuk dapat bersikap lebih terbuka, khususnya terhadap perdagangan bebas tersebut, juga menjadi bagian dari pembahasan tentang Troso ini. Keberadaan tenun Troso merupakan bagian dari kreativitas dan tradisi masyarakat Troso sejak zaman dahulu. Tradisi tenun Troso mengalami pasang surut tergantung pada kebijakan, pemesanan, dan faktor-faktor yang lain. Dari buku Eko

Punta ini, penulis merasa terbantu karena banyak informasi yang dapat menjadi pijakan dalam penulisan selanjutnya.

Hasil riset yang lain adalah kajian mengenai industri kreatif terutama ukir di Jepara dengan lingkup spasial yang makro Jepara. Dari kajian ini juga terlihat upaya yang telah dilakukan dalam rangka menggali dan memanfaatkan ukiran sebagai industri kreatif yang mempunyai daya saing dan daya tahan industri cukup tinggi di kancah nasional, regional, maupun global (Indrahti, 2005). Melalui kajian ini terlihat bahwa nilai-nilai budaya lokal mempunyai keterkaitan dengan kemampuan daya saing industri lokal untuk mampu bertahan di era globalisasi. Nilai-nilai budaya lokal yang dimaksud dalam kajian tersebut, meliputi nilai historis, etos kerja, sistem nilai sosial, dan sistem nilai religi. Nilai historis mempunyai peranan penting untuk menumbuhkan motivasi kelompok masyarakat dalam melakukan aktivitas kehidupan. Misalnya dalam masyarakat Jepara, kerajinan ukir dimaknai sudah menjadi bagian yang tidak terpisahkan dalam perjalanan sejarah kota Jepara. Sehingga nilai-nilai historis dipandang memberikan semangat bahwa ukiran adalah

milik masyarakat Jepara, melalui mitos maupun perjalanan sejarah kota Jepara sendiri.

Sistem nilai sosial yang terkandung dalam masyarakat, dalam perkembangannya seringkali mengalami perubahan. Dalam aktivitas sosial masyarakat, umumnya dilandasi oleh nilai kejujuran dan kepercayaan yang sebenarnya sudah menjadi nilai lokal. Namun karena perkembangan jaman, terutama globalisasi informasi yang berdampak pada perubahan segala aspek kehidupan berdampak pada menurunnya nilai kepercayaan dan kejujuran yang menjadi landasan dalam nilai sosial. Untuk itu nilai-nilai kejujuran dan kepercayaan ini sudah seharusnya dimunculkan kembali. Di samping sistem sosial, sistem nilai religi juga mempunyai peranan dalam pembentukan nilai-nilai budaya lokal. Sistem nilai religi ini umumnya terkandung dalam aktivitas keagamaan yang diyakini bahwa sesuatu yang dikerjakan akan berhasil dan memberikan manfaat serta barokah pada dirinya. Keyakinan yang bersumber dari nilai-nilai agama dan tradisi keagamaan ini merupakan fondasi yang penting untuk menambah kepercayaan diri dalam mengembangkan industri ukir Jepara.

Melalui kajian nilai-nilai budaya lokal yang ada di Jepara tersebut dapat dijadikan sebagai salah satu bentuk karakteristik dari nilai-nilai budaya. Hasil kajian ini akan digunakan sebagai alternatif, kemudian dilakukan kegiatan pengemasan nilai-nilai budaya lokal yang memang sudah dipelihara oleh masyarakat, hasil pengemasan tersebut akan dijadikan model pengembangan wisata ziarah.

Buku yang lain adalah karya SP. Gustami (2000) yang menulis *Seni Kerajinan Mebel Ukir Jepara: Kajian Estetik melalui Pendekatan Multi Disiplin* diterbitkan oleh Kanisius. Naskah buku ini sebenarnya draft disertasi untuk meraih gelar doktor sehingga naskah ini dianggap setara dengan disertasi. Kajian yang dilakukan mulai bab pertama hingga bab enam berisi tentang Jepara. Industri mebel merupakan salah satu urat nadi yang menggerakkan dinamika ekonomi masyarakat Jepara hingga saat ini.

Gustami memaparkan peranan tokoh wanita dalam proses pertumbuhan dan perkembangan mebel ukir di Jepara. Tokoh wanita Jepara pada masa Hindu adalah Ratu Shima yang berkuasa di Kerajaan Holing atau Kerajaan Kalingga pada abad ke-7 yang terletak di

Jawa Tengah bagian utara, yang diperkirakan di Jepara. Ratu Shima dipandang telah meletakkan dasar-dasar pengenalan berbagai pengetahuan dan keterampilan yang berkaitan dengan cara bercocok tanam, berladang, membuat rumah, mengerjakan perabot rumah tangga, pembuatan alat transportasi darat dan laut, serta kegiatan di bidang kerajinan tangan dan pertukangan.

Pada masa Ratu Kalinyamat abad ke-16, kegiatan di bidang seni dan industri telah mempunyai arti yang sangat penting. Usahanya yang penuh semangat telah berhasil mengangkat dunia pertukangan menjadi kegiatan industri, yaitu industri galangan kapal dan industri meubel ukir yang lebih lanjut memacu berkembangnya gaya seni baru, yaitu seni ukir kaligrafi arab. Pada masa ini, kegiatan industri kerajinan tangan merupakan rentetan panjang perjalanan industri kerajinan dan pertukangan yang kelak berkembang pesat sehingga Jepara mendapat gelar sebagai pusat industri meubel ukir di Indonesia.

Pada masa kolonial, dari Jepara lahir figur wanita yaitu R.A. Kartini. Perhatian Kartini terhadap tradisi budaya bangsa diperlihatkan melalui kepeduliannya mengembangkan bidang-bidang kesenian.

Keterlibatan Kartini dalam mengembangkan kesenian terlihat dalam pembinaan seni batik, tenun, perhiasan, gamelan, melukis atau menggambar, kesenian wayang, dan mengukir kayu. Berkat usahanya inilah industri mebel ukir berkembang pesat sehingga mendapat banyak pesanan dari berbagai daerah. Tokoh wanita pada masa kemerdekaan dan pembangunan yang dipandang berjasa dalam mengembangkan seni mebel ukir Jepara adalah Tien Soeharto. Lewat peran dari Tien ini, meubel ukir secara intensif dikembangkan dan dipromosikan. Melalui pameran di Jakarta, para pengusaha dan perajin dilibatkan dalam kegiatan tersebut sehingga mebel semakin berkembang dan dikenal luas.

Alamsyah (2012) yang berjudul *Dinamika Sosial Ekonomi Masyarakat Keresidenan Jepara (1830-1900)* secara khusus memotret tentang diversifikasi ekonomi di Jepara pada abad ke-19. Dipaparkan bahwa pasca perubahan basis ekonomi masyarakat dari *ekonomi maritim* ke ekonomi *agraris* atau pedalaman tidak serta merta memunculkan *degradasi* ekonomi masyarakat secara signifikan. Ekonomi masyarakat Jepara yang “dipaksa” oleh Pemerintah Hindia Belanda dari *maritim* ke *agraris*, justru memunculkan kreativitas ekonomi

masyarakat yaitu ekonomi kerajinan. Ekonomi kerajinan atau ekonomi kreatif justru semakin berkembang dan menjadi salah satu ekonomi alternatif masyarakat Jepara. Basis ekonomi masyarakat tidak hanya mengandalkan ekonomi agraris saja. Diversifikasi ekonomi yang berbasis pada ekonomi kerajinan cukup banyak digeluti oleh masyarakat Jepara. Ekonomi kerajinan tersebut antara lain tenun, batik, galangan kapal, penggergajian kayu, meubel atau perabotan, ukiran, genteng, gerabah, batu bata, pengecoran logam, pembuatan emas, anyaman, dan lain sebagainya.

Kondisi ini menunjukkan bahwa ekonomi kreatif secara historis telah menjadi tradisi dan bagian dari aktivitas ekonomi masyarakat Jepara masa lalu. Oleh karena itu, bila ekonomi kreatif di Jepara masih eksis itu menunjukkan bahwa tradisi ekonomi tersebut masih sangat kuat mengakar dalam *soft skill* masyarakat. Tidaklah aneh bila ekonomi kreatif semakin tumbuh dan berkembang di Jepara.

Ada korelasi antara industri kreatif tenun Troso dengan pariwisata. Bila tenun Troso dikembangkan menjadi *destinasi* wisata maka keberadaannya dapat menumbuhkan perkembangan aspek-aspek yang lain

seperti munculnya hotel atau wisma, hadirnya penjual makanan dan minuman, perencana perjalanan wisata (*tour operator*), agen perjalanan (*travel agent*), industri kerajinan (*handicrafts*), dan pramuwisata (*guiding*). Integrasi tenun Troso dan pariwisata akan memunculkan perkembangan prasarana ekonomi, seperti jalan raya, jembatan, terminal, serta prasarana yang bersifat *public utilities*.

Pariwisata sebagai industri jasa yang digolongkan sebagai industri ketiga (*tertiary industry*) peranannya cukup penting dalam menetapkan kebijaksanaan tentang kesempatan kerja. Hal ini berdasarkan pemikiran bahwa permintaan kesempatan kerja yang permanen merupakan faktor yang perlu dipertahankan, karena permintaan perjalanan wisata selalu akan meningkat dalam jangka waktu yang panjang (Yoeti, 2000: 3).

Dalam pembangunan dan pariwisata, terjadi pergeseran orientasi pembangunan dari orientasi pertumbuhan menuju orientasi keberlanjutan. Pembangunan telah melahirkan suatu konsep pembangunan berkelanjutan. Konsep pembangunan berkelanjutan yang diintroduksi oleh para ahli pada

hakikatnya berangkat dari keprihatinan yang mendalam terhadap konsekuensi jangka panjang dari adanya bentuk tekanan yang besar terhadap daya dukung alam.

Dalam *Brundtland Commission Report* dijelaskan bahwa pengertian dari pembangunan berkelanjutan adalah suatu pembangunan yang memenuhi kebutuhan masa kini tanpa mengurangi kemampuan generasi mendatang untuk memenuhi kebutuhan mereka sendiri (Kusworo, 2000: 32). Konsep pembangunan berkelanjutan bukan merupakan suatu yang bersifat tetap statis, tetapi merupakan suatu proses perubahan yang menunjukkan bahwa eksploitasi sumber alam, arah investasi, orientasi perkembangan teknologi, serta perubahan kelembagaan konsisten dengan kebutuhan pada saat ini dan di masa mendatang (Djajadiningrat, 1990).

Seiring dengan pergeseran orientasi dan paradigma pembangunan, Nuryanti (1990) mengatakan, bahwa pengembangan sektor pariwisata juga dituntut untuk mengarah pada terwujudnya tahapan pengembangan pariwisata berkelanjutan (*sustainability of tourism development*), yang mensyaratkan ketaatan pada:

1. Prinsip pengembangan yang berpijak pada keseimbangan aspek kelestarian dan pengembangan serta berorientasi ke depan;
2. Penekanan pada nilai manfaat yang besar bagi masyarakat setempat;
3. Prinsip pengelolaan aset yang tidak merusak namun berkelanjutan untuk jangka panjang baik secara sosial, budaya, maupun ekonomi;
4. Adanya keselarasan sinergis antara kebutuhan wisatawan, lingkungan hidup, dan masyarakat lokal.

Untuk mengembangkan pariwisata yang berpijak pada konsep berkelanjutan, maka pengembangan daya tarik wisata perlu memperhatikan:

1. Kemampuan mendorong peningkatan perkembangan kehidupan ekonomi dan sosial budaya;
2. Nilai-nilai agama, adat-istiadat serta pandangan dan nilai-nilai yang hidup di dalam masyarakat;
3. Kelestarian budaya dan mutu lingkungan hidup;
4. Kelangsungan usaha itu sendiri.

Konsepsi mengenai pembangunan pariwisata berkelanjutan ini akan bisa diwujudkan melalui jalinan keterkaitan yang tepat dalam proses pembangunan yang menyangkut aspek lingkungan alam, sosial, ekonomi, dan

budaya masyarakat. Melalui pembangunan pariwisata berkelanjutan tersebut diharapkan merupakan pembangunan pariwisata yang menjunjung tinggi kehormatan dan kesadaran terhadap nilai keseimbangan ekologis dan etnologis, prinsip pelestarian serta nilai manfaat jangka panjang dan berkelanjutan. Konsep pembangunan pariwisata yang demikian ini secara sinergis akan mampu mewujudkan tujuan dan sasaran pembangunan berkelanjutan yaitu pelaksanaan pembangunan ekonomi secara terpadu dengan pembangunan lingkungan hidup (Rencana Induk Pengembangan Pariwisata Jawa Tengah, 2002).

B. Partisipasi Masyarakat dalam Wisata

Pengembangan pariwisata di suatu daerah tujuan wisata melibatkan berbagai aktor yang secara langsung maupun tidak langsung memberikan peran terhadap berlangsungnya kegiatan pariwisata. Aktor yang biasanya disebut sebagai pelaku wisata adalah: wisatawan, masyarakat (*host people*), dan operator wisata. Namun secara keseluruhan, ada pelaku-pelaku wisata lain yang juga terlibat dalam kegiatan wisata, yaitu: pemerintah, lembaga swadaya masyarakat, dan swasta.

Pelibatan masyarakat terutama dalam kegiatan pariwisata, merupakan langkah yang harus ditempuh dalam pengembangan kawasan wisata. Hal ini disebabkan oleh karena masyarakat merupakan subyek utama dalam pengembangan kawasan wisata. Peran serta dan keikutsertaan masyarakat baik sebagai narasumber, fasilitator bagi para wisatawan, pengelola kegiatan wisata, dan lain-lain merupakan satu hal yang sangat penting bagi terlaksananya pengembangan sebuah kawasan. Menurut Lankford (dalam Kusworo, 2000: 39-40) ada tujuh area yang penting dalam pengintegrasian *community participation* (CP) dalam perencanaan pariwisata, yaitu:

1. *Problem Identification*

Berbagai pihak dengan melibatkan masyarakat melalui forum diskusi secara bersama-sama mengidentifikasi isu, peluang, dan hambatan dalam pengembangan pariwisata.

2. *Planning Process*

Informasi yang berhasil dikumpulkan digunakan untuk membuat rencana dan strategi. Masyarakat terlibat dalam perencanaan pariwisata dan dapat

mengambil peran pada salah satu aspek yang diminatinya.

3. *Projections*

Dengan melakukan survai, wawancara, dan jajak pendapat terhadap publik, dikumpulkan informasi untuk membuat proyeksi perkembangan pariwisata.

4. *Assessment*

Tahap ini digunakan untuk memahami lebih lanjut dampak yang signifikan bagi masyarakat. Diskusi kelompok, studi banding, dan mengelaborasi kelompok-kelompok kunci merupakan cara-cara pelibatan masyarakat yang perlu dilakukan.

5. *Evaluation*

Evaluasi dilakukan dengan melibatkan masyarakat dengan membentuk *advisory team* dan forum diskusi untuk menentukan solusi dan pilihan.

6. *Mitigation*

Pertemuan dengan kelompok masyarakat untuk mengetahui dampak pengembangan pariwisata, sekaligus mengeliminasi dampak negatif yang ditimbulkannya.

7. *Monitoring*

Monitoring merupakan tahap untuk melakukan penyesuaian dengan perkembangan terbaru dalam dunia pariwisata. Masyarakat dapat memberikan informasi sepanjang waktu tentang perkembangan obyek wisata.

Dalam banyak hal, pendekatan tersebut di atas dapat diaplikasikan dalam pengembangan partisipasi masyarakat dalam pengembangan industri wisata ziarah di Kota Kudus. Secara tidak langsung, pelibatan masyarakat tersebut juga akan menumbuhkan rasa bangga dan kepedulian mereka terhadap obyek wisata yang ada. Berbicara tentang rasa bangga yang muncul dari pariwisata, Dalibard (dalam Marpaung, 2002: 41) mengatakan bahwa anggota masyarakat harus menerima pariwisata bukan hanya karena manfaat keuangan yang ditimbulkan, tetapi karena masyarakat merasa bangga terhadap apa yang mereka miliki dan ingin berbagi dengan orang lain. Hal ini pada kenyataannya berdasar pada emosi dan kebutuhan manusia yang berusia tua: yaitu rasa bangga dan ingin berbagi. Apabila pariwisata dipandang dari sudut ini, masyarakat akan menggunakan sumber daya dengan sebaik mungkin dan kemudian

menawarkan pengalaman yang berarti dan menyenangkan pada wisatawan.

C. Metode Rekonstruksi

Dalam menyusun buku tentang *Kearifan Lokal Pada Industri Tenun Troso : Relasi Enterpreneurs dan Wisata* dilakukan secara deskriptif analitis dengan dukungan data kualitatif. Metode yang dilakukan adalah menggunakan sumber primer dan sumber sekunder. Sumber primer berupa arsip atau data lain baik tekstual maupun non tekstual. Adapun sumber sekunder diperoleh hasil riset sebelumnya, dan dari berbagai pustaka yang relevan. Oleh karena itu, studi pustaka merupakan langkah yang paling awal agar mendapatkan konsep, teori ataupun data-data awal yang sangat diperlukan dalam penelitian. Pencarian data dan hasil penelitian sebelumnya merupakan bagian dari studi pustaka. Studi pustaka digunakan sebagai studi komparasi dalam menjelaskan fenomena-fenomena yang sama atau memiliki kemiripan dengan obyek kajian penelitian, tetapi berbeda lokasi ataupun periodisasi waktunya.

Tahapan yang dilakukan antara lain penggalian data primer berupa arsip atau dokumen dan informasi

yang berasal dari informan dari perwakilan berbagai unsur *stakeholders* yang memiliki kepedulian dan komitmen terhadap industri tenun Troso sebagai pusat kegiatan ekonomi dan pariwisata yang berbasis masyarakat. Adapun tahapan pengumpulan data yang dilakukan meliputi pengumpulan sumber/data sejarah yang berupa dokumen-dokumen (arsip-arsip surat, peta-peta, gambar, peraturan, dan sebagainya) dan berita surat kabar, kronik atau naskah-naskah. Sumber-sumber tersebut diteliti secara kritis baik keaslian maupun kredibilitasnya.

Dalam rangka menggali informasi berkaitan dengan industri tenun Troso sebagai pusat kegiatan ekonomi dan pariwisata yang berbasis masyarakat dilakukan observasi langsung. Observasi atau pengamatan bertujuan untuk memperoleh deskripsi yang lebih utuh mengenai industri tenun Troso sebagai pusat kegiatan ekonomi dan pariwisata yang berbasis masyarakat. Potret tersebut akan memperkaya sekaligus untuk mengetahui sejauh mana intensitas keterkaitan secara historis-kultural nilai-nilai budaya dan aktivitas-aktivitas masyarakat.

Berbagai data yang dikumpulkan diperoleh dengan menggunakan teknik wawancara mendalam. Populasi penelitian dengan menggunakan wawancara dilakukan terhadap semua elemen pemangku kepentingan (*stakeholders*) diantaranya Dinas Pariwisata, Bappeda, kopreasi, pekerja, pengusaha, pengrajin, dan tokoh-tokoh masyarakat yang relevan, serta asosiasi yang terkait. Wawancara mendalam (*depth interview*) dilakukan untuk mengetahui dan memahami fenomena-fenomena tertentu yang diperlukan sebagai data, misalnya untuk mengetahui deskripsi, sejarah, fungsi teknis, kemungkinan pengembangan sebagai lokasi wisata, fungsi sosial ataupun arti simbolik, atau fenomena lainnya.

Penajaman pengumpulan data dan informasi dapat dilakukan dengan menggunakan FGD (*Focus Group Discussion*). Pada kegiatan FGD ini masing-masing individu secara berkelompok saling bertanya, menyampaikan pendapat, persepsi, dan keyakinan terhadap industri tenun Troso sebagai pusat kegiatan ekonomi dan pariwisata yang berbasis masyarakat. FGD memberikan kebebasan kepada para peserta dari berbagai kelompok pemangku kepentingan (*stakeholders*) secara

bersamaan, dan pelaku usaha yang menopang kegiatan tersebut. Melalui FGD dapat diperoleh akses terhadap kelompok-kelompok budaya dan sosial untuk dieksplorasi lebih mendalam.

Pendekatan antropologis juga digunakan dalam penelitian ini. Pendekatan antropologis memfokuskan pada studi-studi etno-historis yaitu berbagai aktivitas masyarakat, budaya, historis, dan nilai-nilai tradisi lokal yang di masa sekarang masih berkait atau mencerminkan pengetahuan dan kehidupannya di masa lampau yang mempunyai makna budaya.

Selain pendekatan antropologis, pendekatan interpretatif juga digunakan untuk melakukan kajian ideografik. Kajian ini memfokuskan mengenai satu kasus tunggal yang dapat menghasilkan pandangan teoritis dan makna-makna. Makna-makna disampaikan melalui penggunaan simbol-simbol yang berlaku bagi nilai-nilai, kode-kode dan aturan-aturan yang terkandung dalam budaya lokal. Pandangan ini tidak menolak adanya dunia materi, tapi berkeyakinan bahwa cara terbaik untuk memahami dunia materi, sosial dan kebudayaan manusia, dengan mendengarkan cara-cara orang-orang yang hidup dalam suatu masyarakat menjelaskan dan memahami

institusi, adat dan kebiasaan mereka. Sesuai dengan keahliannya, model pendekatan Geertz ini memang lebih berkembang dalam mengkaji masalah budaya (Geertz, 1973).

Pendekatan *hermeneutik* juga dilakukan karena fokus kajiannya berkaitan dengan budaya atau ilmu humaniora. Dalam pendekatan *hermeneutik* ini tidak hanya terpaku pada karya-karya teks, tetapi semua hasil karya manusia yang bermakna, baik individual ataupun kelompok, baik itu berupa persepsi, respon, apresiasi ataupun hasil kreativitasnya, dalam suatu kajian yang bersifat humanistik. Dalam rangka menggali nilai-nilai budaya, obyek yang bersifat karya tersebut memerlukan *hermeneutik* atau interpretif simbolik, yaitu pendekatan yang memposisikan karya sebagai karya, yang membutuhkan bentuk pemahaman yang lebih halus dan komprehensif. Sebuah “karya” selalu ditandai dengan sentuhan manusia, karena karya selalu berarti karya manusia (atau Tuhan). Untuk menggunakan kata “obyek” (penelitian) yang berkaitan dengan sebuah karya, akan mengaburkan perbedaan penting, karena seseorang harus melihat karya tidak sebagai obyek atau fakta, tetapi sebagai karya. Aktivitas budaya yang dipandang sebagai

karya membutuhkan bentuk pemahaman yang lebih halus dan komprehensif (Palmer, 2003: 7-8; Syaifudin, 2005; Geertz, 1973).

Semua data yang telah dikumpulkan melalui berbagai pendekatan di atas selanjutnya akan diklasifikasikan, dihubung-hubungkan atau diakumulasikan antara data satu dengan yang lainnya, dikaitkan antara sumber primer dengan sumber-sumber pustaka atau sumber sekunder, sebagai suatu bentuk interpretasi dan disintesaikan dalam rangka mengembangkan model yang dapat diaplikasikan.

BAB II

TROSO DALAM DINAMIKA SOSIAL, EKONOMI, DAN BUDAYA

A. Troso : Administrasi dan Demografi

Secara administratif sentra tenun Ikat Troso terletak di Desa Troso, Kecamatan Pecangaan, Kabupaten Jepara. Desa Troso merupakan salah satu desa di antara 12 desa yang berada di wilayah Kecamatan Pecangaan, tepatnya terletak 1,5 km dari ibukota Kecamatan Pecangaan atau 15 km arah selatan dari ibukota Kabupaten Jepara. Sedangkan batas wilayah Desa Troso sendiri, sebelah utara berbatasan dengan Desa Ngabul, sebelah selatan berbatasan dengan Desa Karangrandu dan Desa Kaliombo, sebelah barat berbatasan dengan Desa Ngeling dan sebelah timur berbatasan dengan Desa Pecangaan Kulon dan Desa Rengging. Desa Troso terdiri dari 10 Rukun Warga (RW) dan 83 Rukun Tetangga (RT) (Pemerintah Desa Troso, 2012: 67) .

Dari sisi demografi, jumlah penduduk Desa Troso mencapai 19.513 jiwa dengan perincian laki-laki 9.399 jiwa dan perempuan 10.114 jiwa. Jumlah kepala keluarga

sebanyak 6.114 Kepala Keluarga (KK) atau rata-rata setiap keluarga diperkirakan sekitar 3.1 jiwa. Jumlah penduduk usia 15-55 tahun yang masih sekolah sebanyak 3.286 orang. Dari jumlah tersebut, dilihat dari sektor pendidikan, penduduk yang belum sekolah sekitar 3.016 jiwa. Adapun usia 7-45 tahun yang belum pernah sekolah sekitar 887 jiwa, pernah sekolah SD namun tidak tamat sekitar 2.456 jiwa, tamat SD sederajat sekitar 4.981 jiwa, tamat SLTP atau sederajat sekitar 3.712 orang, tamat SLTA atau sederajat 2.470 jiwa, tamat Diploma 1 sekitar 262 jiwa, tamat Diploma 2 sekitar 567 orang, tamat Diploma 3 sekitar 71 orang, tamat Strata 1 sekitar 1.079 orang, dan tamat Strata 2 sekitar 12 orang.

Jumlah lembaga pendidikan TK 4 unit dengan jumlah guru 19 orang dan jumlah murid 331 orang. Jumlah SD 8 unit dengan jumlah guru 104 orang dan jumlah murid 2.146 orang. Jumlah SMP 1 unit dengan jumlah guru 41 orang dan jumlah murid 564 orang. Jumlah SLTA 1 unit dengan jumlah guru 35 orang dan jumlah murid 290 orang. Jumlah lembaga pendidikan keagamaan 2 unit dengan jumlah pengajar 5 orang dan jumlah murid 104 orang.

Adapun mata pencaharian penduduk Desa Troso bervariasi, namun tetap didominasi oleh kegiatan yang berkaitan dengan tenun ikat Troso baik sebagai pekerja atau buruh, pengrajin maupun sebagai pengusaha. Secara rinci mata pencaharian penduduk dapat dilihat pada tabel di bawah.

Tabel 1: Mata pencaharian masyarakat Penduduk Troso
Tahun 2012

No	Mata Pencaharian	Jumlah
1.	Petani	395
2.	Buruh Tani	516
3.	Buruh/Swasta	3.867
4.	PNS	248
5.	Pengrajin	435
6.	Penjahit	160
7.	Sopir	72
8.	Pedagang/wiraswasta/pengusaha	468
9.	Karyawan Swasta	415
10.	Peternak	44
11.	Nelayan	-
12.	Montir	6
13.	Kontraktor	2

14.	Dokter	5
15.	TNI/Polri	5
16.	Tukang Kayu	1.365
17.	Tukang Batu	1.613
18.	Guru Swasta	325

Sumber : Pemerintah Desa Troso, 2012: 4

Dari jumlah penduduk tersebut yang beragama Islam 19.505 dan yang beragama Kristen 8 orang. Di Desa Troso terdapat 6 buah masjid dan 87 mushola.

Tabel 2: Jumlah Tenaga Kerja di Troso Tahun 2012

No	Usia Tenaga Kerja	Jumlah
1.	15-60 tahun	14.540
2.	Ibu Rumah Tangga	1.901
3.	Penduduk Masih Sekolah	3.072
4.	Tenaga Kerja	9.567
Total		5.989

Sumber : Pemerintah Desa Troso, 2012

Dari aspek kesehatan, sarana dan prasarana kesehatan sudah cukup memadai. Adapun sarana kesehatan yang dimiliki di Desa Troso antara lain Puskesmas pembantu sebanyak 2 unit, posyandu 11 unit,

dan tempat dokter praktek 3 unit. Jumlah dokter sebanyak 5 orang, jumlah paramedis 1 orang, dukun terlatih 2 orang, dan bidan desa 2 orang.

Jumlah kepala keluarga keseluruhan 6.114 Keluarga. Dari jumlah tersebut, jumlah keluarga pra sejahtera 3.815 orang, jumlah keluarga sejahtera 1 1.958 keluarga, sejahtera 2 sekitar 237 keluarga, keluarga sejahtera 3 sekitar 96 keluarga, dan keluarga sejahtera 3 plus 8 keluarga (Pemerintah Desa Troso, 2012: 3). Rumah tangga yang rumahnya terbuat dari tembok berjumlah 1.914 keluarga, dari kayu 2.885 keluarga, dan yang terbuat dari bambu 650 keluarga. Dari jumlah rumah tangga tersebut, yang lantainya telah dikeramik mencapai 1.685 keluarga, semen 1.152 keluarga, dan yang masih tanah 2.612 keluarga. Hampir sebagian besar penduduknya memiliki TV dengan jumlah TV sekitar 4.215 buah.

B. Potensi Ekonomi

Potensi ekonomi Desa Troso sangat potensial. Selain sektor industri kerajinan tenun, penduduk Desa Troso mempunyai alternatif penghasilan di sektor yang lain baik itu pertanian, peternakan, dan alternatif

penghasilan yang lain. Dilihat dari jumlah luas tanah, secara keseluruhan jumlah luas Desa Troso sekitar 711,49 ha. Dari jumlah tersebut lahan yang digunakan untuk pekarangan sebanyak 535,49 ha. Kebanyakan kegiatan petani pada musim kemarau bertanam palawija (Pemerintah Desa Troso, 2012: 10). Lahan yang digunakan untuk pertanian jagung 2 ha dengan rata-rata hasil yang diperoleh sekitar 7,5 ton/ha. Rata-rata jumlah rumah tangga yang memiliki tanah pertanian 0,5 -1 ha sekitar 15 rumah tangga dan yang memiliki lebih dari 1 ha sekitar sebanyak 3 rumah tangga (Pemerintah Desa Troso, 2011: 3).

Kondisi tanah di Desa Troso mempunyai beberapa jenis yaitu tanah sawah irigasi teknis sebanyak 163 ha, tanah kering yang digunakan untuk ladang sebanyak 13 ha, dan tanah untuk pemukiman sebanyak 535,49 ha. Adapun tanah yang digunakan untuk fasilitas umum seperti digunakan untuk lapangan sebanyak 0.7 ha, perkantoran pemerintah 0,03 ha, dan untuk lainnya 0.04 ha.

Dilihat dari sektor pertanian, luas tanaman padi 163 ha. Adapun hasil per ha untuk tanaman padi sekitar 1.5 juta. Biaya yang dikeluarkan untuk 1 ha dalam proses

penanaman antara lain biaya pemupukan per ha 540 ribu, biaya bibit 490 ribu, dan biaya obat 280 ribu/ ha. Jenis peternakan yang dipelihara penduduk untuk sapi sebanyak 69 ekor, kerbau 6 ekor, ayam 2.260 ekor, kuda 1 ekor, dan kambing 713 ekor.

Seperti daerah yang lain, di Desa Troso ini musim hujan rata-rata berlangsung sekitar 4 bulan dengan suhu harian sekitar 32°. Ketinggian lokasi dari air laut sekitar 50 md. Untuk memenuhi air bersih digunakan air sumur gali 6.114 buah yang dimanfaatkan oleh 6.114 KK. Saluran irigasi primer sebanyak 3.000 m dan saluran irigasi sekunder sebanyak 500 m. Sungai yang dimiliki sekitar 1 buah.

Adapun lembaga ekonomi yang dimiliki oleh Desa Troso antara lain koperasi 2 lembaga dengan anggota 52 orang. Industri kerajinan 324 unit dengan serapan tenaga kerja 5.412 orang. Industri pakaian atau konveksi 3 unit dengan jumlah tenaga kerja 67 orang. Industri makanan 2 unit dengan tenaga kerja 7 orang, industri bahan bangunan 1 unit dengan tenaga kerja 6 orang, warung kelontong 200 buah dengan tenaga kerja 280 orang, angkutan 1 unit dengan tenaga kerja 46 orang,

dan usaha peternakan 8 unit dengan tenaga kerja 16 orang.

Pada tahun 2012 jumlah pengrajin tenun Troso mengalami peningkatan sekitar 80% bila dibandingkan tahun 2006. Pada tahun 2012 unit usaha tenun mencapai 435 unit, sedangkan pada tahun tahun 2006 unit usaha tenun ikat hanya mencapai 235 unit (Bappeda-LPEB STIENU, 2006: 25; Pemerintah Desa Troso 2012).

Secara ekonomi, jumlah angkatan kerja yang berusia 15-55 tahun sebanyak 7.865 orang. Jumlah penduduk usia 15-55 tahun yang bekerja penuh 6.714 orang, dan jumlah penduduk usia 15-55 tahun yang bekerja tidak tentu 1.025 orang (Pemda Jepara Bapermardes, 2011: 1). Jumlah rumah tangga petani 135 KK dengan total jumlah rumah tangga petani mencapai 474 orang. Buruh tani 215 Rumah Tangga dan total rumah tangga buruh tani 513 orang. Jumlah rumah tangga industri 285 Rumah tangga dengan total anggota rumah tangga industri 856 orang. Adapun jumlah rumah tangga buruh 1.027 Rumah Tangga dan jumlah totak rumah tangga buruh 3.081 orang (Pemda Jepara Bapermardes, 2011: 2).

Dari sektor industri dan kerajinan terlihat bahwa total nilai industri pakaian 460 juta dengan total nilai bahan yang digunakan 375 juta dan nilai bahan penolong yang digunakan 34 juta. Total pendapatan yang diperoleh masyarakat dari industri tenun mencapai 3,180 Milyar dengan total bahan baku yang digunakan 1,315 Milyar dan total bahan penolong yang digunakan mencapai 925 juta. Adapun industri mebel total nilai produksi 1,460 Milyar dengan total nilai bahan yang digunakan 910 juta dan total bahan penolong yang digunakan 230 juta.

Dilihat dari sisi infrastruktur transportasi, sebagian besar jalannya sudah beraspal. Bila ingin ke Desa Troso dapat dilalui dengan menggunakan truck umum, angkutan desa, ojek, delman, dan mobil pribadi. Jarak ke ibukota kecamatan Pecangaan 1.5 km dengan lama tempuh 10 menit. Adapun waktu tempuh ke ibukota kabupaten 30 menit. Kendaraan transportasi yang banyak digunakan adalah minibus.

C. Dinamika Sosial Budaya

Menurut Eko Punto (1992) dilihat dari sisi sosial budaya, perhatian masyarakat Desa Troso terhadap kepentingan agama cukup besar. Hal ini tampak dalam

upaya masyarakat mengembangkan lembaga ataupun fasilitas keagamaan, misalnya pendirian masjid-masjid yang cukup besar, mushola-mushola, dan madrasah. Kondisi ini menunjukkan adanya perbedaan perhatian masyarakat terhadap kepentingan-kepentingan umum yang menyangkut yang bersifat spiritual dan non-spiritual (Observasi lapangan dan wawancara, Agustus 2012).

Dari keseluruhan jumlah penduduk Desa Troso ada yang memeluk agama Kristen Katolik dan sekitar 99% lebih memeluk agama Islam. Islam yang dianut umumnya cukup mendalam, karena itu segala sesuatu yang berkaitan dengan kepentingan agama Islam mendapat perhatian masyarakat, hal ini dibuktikan dengan banyaknya fasilitas keagamaan yang dibangun oleh masyarakat. Di samping itu menunaikan ibadah haji merupakan salah satu perhatian utama bagi warga Islam yang telah mampu, karena itu pula dengan meningkatnya kondisi sosial ekonomi masyarakat, banyak warga yang telah melakukan ibadah haji, terutama dilakukan oleh para pengusaha tenun yang telah mampu. Banyak pula warga yang berminat pada pendidikan pesantren selepas pendidikan mereka di Madrasah Ibtidaiyah (MI),

Madrasah Tsanawiyah (MTs), dan Madrasah Aliyah (MA). Adanya organisasi sosial NU juga diminati oleh warga.

Perilaku sosial warga Desa Troso masih mencerminkan kondisi budaya pedesaan terutama pedesaan Jawa pesisiran dengan berbagai adat kebiasaannya yang diwarnai oleh budaya Islam. Ikatan desa juga masih tampak diwarnai dengan asas gotong royong dan kebiasaan tolong-menolong yang sering dilakukan dalam penyelenggaraan hajatan ataupun adanya kemalangan, walaupun terlihat pula adanya pelapisan sosial dalam masyarakat. Namun demikian dengan adanya kemajuan industri kecil dan menengah, serta perdagangan telah mewarnai kehidupan sosial warga desa. Dalam hal ini tampak pada pola hidup konsumtif untuk mendapatkan gengsi atau status sosial, ataupun persaingan-persaingan di dalam usaha perdagangannya. Karena mobilitas masyarakat cukup tinggi dalam rangka pengembangan usaha atau untuk mendapatkan pembeli di kota besar, maka pengaruh dari pola kehidupan kota juga telah merambah ke Desa Troso dengan unsur positif maupun negatifnya.

Tradisi dan kepercayaan masyarakat Troso umumnya diwarnai oleh budaya Islam. Beberapa tradisi yang masih dilakukan masyarakat adalah tradisi upacara daur hidup (kelahiran, khitanan, perkawinan dan kematian), tradisi sedekah bumi, tradisi menolak bala (secara Islam), tradisi tujuh hari lebaran (*badha kupat*) dan tradisi Islam lainnya (Maulud Nabi, Puasa, Idul Adha, Nuzul Qur'an, *berjanjen* dan sebagainya). Beberapa tradisi yang masih dilakukan masyarakat Troso ini masih mencerminkan tradisi pedesaan, misalnya tradisi sedekah bumi adalah mencerminkan budaya pertanian, walaupun sebagian besar warga Troso kini lebih aktif di bidang industri kerajinan. Karena demikian melembaganya kegiatan menenun di Desa Troso, maka muncul pula mitos masyarakat tentang tenun.¹ Menurut masyarakat setempat tentang munculnya tenun di Desa Troso, dahulu kala ada tokoh bernama Kyai Senu dan Nyai Senu yang pertama kali melakukan pekerjaan menenun dengan tenun emasnya, pekerjaan ini kemudian diperkenalkan kepada masyarakat. Di samping itu

¹ Di dalam kajian folklore, mitos merupakan suatu bentuk kepercayaan masyarakat untuk mengungkapkan perasaan-perasaannya yang sering muncul dari kejadian-kejadian yang dilihat di lingkungan sekitarnya (Danandjaja 1986).

masyarakat masih percaya bahwa alat tenun emas itu masih sering muncul di tengah-tengah desa, dikatakan bahwa beberapa orang pernah melihatnya. Walaupun mitos tersebut mungkin hanya merupakan suatu bentuk cerita dari mulut ke mulut, tetapi memiliki fungsi sosial bagi masyarakat yang memilikinya. Karena mitos ini, maka kegiatan menenun di Desa Troso sering dianggap merupakan kegiatan yang diwariskan turun-temurun.

Secara geografis Desa Troso terletak di antara dua kota, yaitu kota Jepara dan Kudus. Secara historis kedua kota ini merupakan tempat-tempat penting yang berperan. Di masa lampau Jepara merupakan pelabuhan penting di bidang politik maupun perdagangan bagi Kerajaan Demak dan Mataram, sebelum peranannya digantikan oleh Semarang sebagai pelabuhan milik orang-orang Belanda. Tokoh penguasa daerah Jepara pada waktu itu yang dikenal masyarakat adalah Pangeran dan Ratu Kalinyamat, dalam cerita rakyat yang mengajar masyarakat membuat kerajinan ukir-ukiran. Demikian halnya Kota Kudus, di masa lampau merupakan salah satu kota sebagai pusat penyebaran Islam di Jawa, yaitu sebagai tempat bermukim Sunan Kudus, sebagai salah satu anggota dari Wali Songo. Kondisi geografis dan

historis ini tentunya memberi warna terhadap sistem sosial budaya masyarakat di sekitarnya termasuk di Desa Troso. Kerajinan ukir-mengukir kayu kini telah demikian membudaya pada masyarakat Jepara, dan kondisi ini mungkin telah memotivasi masyarakat di kawasan Jepara untuk mengembangkan kerajinan lainnya, misalnya kerajinan logam monel, gerabah, rotan, bambu, dan tenun.

BAB III
TENUN TROSO :
EKONOMI MASYARAKAT BERBASIS
KEARIFAN LOKAL

A. Tenun Troso dalam Dinamika Historis

Tenun ikat Troso merupakan kerajinan tenun ikat tradisional yang sangat terkenal di Indonesia. Tenun ikat di Desa Troso ini merupakan salah satu usaha yang diwariskan turun-temurun secara tradisional. Menurut tradisi lisan, keberadaan tenun ikat Troso diperkirakan bersamaan dengan masuknya Islamisasi pada masa Kerajaan Mataram. Pada awalnya tenun ikat Troso diciptakan sebagai kebutuhan sandang masyarakat setempat, yang diprakarsai oleh Mbah Senu dan Nyi Senu yang digunakan untuk menemui ulama besar yang disegani yaitu Mbah Datuk Gunardi Singorejo yang sedang menyebarkan agama Islam di Desa Troso.

Sejak kapan tenun mulai merambah di Desa Troso tidak diketahui dengan pasti. Namun menurut masyarakat setempat, sejak zaman kolonial masyarakat sudah mengenal tenun. Pada saat itu, masyarakat masih menggunakan teknologi sederhana yang sering disebut

dengan *tenun gendhong*. Dalam perkembangannya, *tenun gendhong* atau *gedhog* mengalami perkembangan menuju ke penggunaan Alat Tenun Bukan Mesin (ATBM), yang lebih modern daripada *gedhog*. Pada saat ini ATBM mengalami perkembangan menuju ke arah yang lebih modern yaitu menggunakan ATBM semi mesin.

Pada awalnya usaha kerajinan tenun di Desa Troso masih berupa kegiatan sampingan, seperti banyak dijumpai di lingkungan masyarakat pedesaan lainnya yang sering mengembangkan berbagai jenis usaha kerajinan. Biasanya kegiatan kerajinan masyarakat desa semula hanya bertujuan untuk memenuhi kebutuhannya sendiri. Namun kini industri kerajinan rakyat berkembang menjadi sentra sentra industri kecil. Kerajinan ini diarahkan untuk membuat barang memenuhi kebutuhan masyarakat banyak dan sekaligus merupakan mata pencaharian pokok, terutama bagi masyarakat pedesaan yang memiliki tanah garapan kurang subur atau sama sekali tidak memiliki tanah garapan.

Kerajinan tenun di Desa Troso ini adalah salah satu usaha yang bergerak dalam bidang industri kerajinan tenun ikat dengan berbagai macam produk yang

dihasilkan. Seiring dengan perkembangan jaman dan melalui kreativitas para pengrajin, kerajinan tenun ikat ini menggunakan bahan yang terbuat dari *cotton*, rayon, *polyester*, sutra, dan yang kadang menggunakan bahan yang diambil langsung dari alam (serat).

Sebelum tahun 1960-an, tenun ikat Troso banyak didominasi dengan motif garis dan polos dengan alat *tenun gedhog*, namun setelah periode tersebut mengalami perkembangan yang sangat beragam. Masyarakat Troso membuat tenun ikat dengan menggunakan ATMB (Alat Tenun Bukan Mesin) dengan motif *lompong* (daun keladi). Bahan baku yang digunakan pada saat itu adalah benang rayon. Berikut ini contoh motif *lompong* yang telah dimodifikasi:



Gambar 1. Motif lompong yang dimodifikasi
(Sumber: Dokumentasi pribadi)

Pada awal produksinya, pemasaran tenun ikat Troso dilakukan secara terbatas di pasar Jepara, Kudus dan Solo. Pada umumnya produk yang dihasilkan baru berupa sarung. Kerajinan ini dilakukan sebagai pekerjaan sampingan di samping pekerjaan utama sebagai petani. Menjelang tahun 1970-an, motif yang dihasilkan oleh para pengrajin kebanyakan dipengaruhi oleh motif yang ada Bali dan Sumba yang biasanya dinamakan motif Sumba.

Menurut kajian Eko Punto dengan mendasarkan pada penuturan Sekretaris Desa Troso yang pada tahun 1990-an masih merangkap sebagai pengusaha tenun menggambarkan tentang eksistensi tenun Troso. Menurut dia, pada masa kecilnya telah menyaksikan warga Desa Troso menenun dengan menggunakan alat *tenun gendhong*. Dia beranggapan bahwa menenun merupakan tradisi masyarakat Troso turun-temurun di desa ini. Karena itu pula dia beserta warga desa lainnya merasa berkewajiban mengembangkan kegiatan menenun, sehingga kegiatan ini menjadi lazim di Desa Troso (Eko Punto, 1992: 20; Bappeda Jepara, 2006: 68).

Mendasarkan pada pendapat para narasumber, Eko Punto menggambarkan bahwa pada akhir tahun

1970-an produk tenun Troso mengalami kelesuan. Akibatnya banyak warga Troso yang mencari pekerjaan ke luar dari desanya. Warga yang telah mempunyai ketrampilan menenun ini, ketika *boro* kebanyakan bekerja di sektor-sektor tenun. Mereka bekerja di Pekalongan, Klaten, bahkan ada yang bekerja di Pulau Bali. Beberapa warga Troso yang pergi di Pulau Bali ini akhirnya dapat mempelajari teknologi dan motif tenun ikat yang ada di daerah Bali. Di Bali, para pekerja dari Troso ini tidak hanya mengenal jenis tenun ikat dari Bali, namun juga mengenal motif tenun ikat dari beberapa daerah sekitarnya seperti motif Sumba, motif Flores, dan motif-motif yang lainnya. Di samping itu akhirnya mereka juga mengetahui bahwa Bali merupakan pasar paling potensial bagi jenis-jenis produk tenun tersebut. Adanya ketrampilan maupun pengetahuan baru yang diperoleh oleh beberapa warga Troso di bidang teknologi, motif, maupun pemasaran, kemudian dibawa pulang dan disebarluaskan pada teman-temannya di desanya. Kondisi yang positif ini akhirnya dapat diterima oleh warga Desa Troso, dan dapat mendorong lagi kegairahan masyarakat untuk memproduksi kain tenun dengan mengembangkan jenis-jenis baru tersebut, seperti

jenis tenun ikat ala Bali, Sumba, dan Flores, dan lain sebagainya (Bappeda Jepara, 2006: 69).

Keberadaan tenun ikat Troso semakin berkembang pada tahun 1988 seiring dengan adanya surat edaran Gubernur Jawa Tengah nomor 025/219/1988 tentang pemakaian tenun pada Pegawai Negeri Sipil (PNS) yang ditujukan kepada seluruh jajaran pegawai pemerintah di lingkungan Propinsi Jawa Tengah. Berdasarkan surat edaran tersebut, para Pegawai Negeri Sipil (PNS) diwajibkan mengenakan produk tenun pada setiap hari Jumat. Instruksi Gubernur ini sangat menolong para pengrajin tenun sekaligus mengangkat lagi sentra-sentra tenun yang ada di Jawa Tengah.

B. Berbagai Ragam Motif Tenun Troso

Indonesia merupakan negara yang kaya akan berbagai hasil seni budaya tradisional, termasuk kain tenun. Sejak dulu, kain tenun memiliki fungsi sosial dan fungsi ekonomi. Fungsi sosial tenun dapat diamati dari jenis, ragam, maupun motif kain yang dikenakannya. Apakah dia keturunan bangsawan, kepala adat, atau rakyat jelata, semuanya bisa diketahui dari kain yang menutupi tubuhnya.

Motif tenun ikat Troso selalu mengalami perubahan. Hal ini disebabkan pengrajin selalu berinovasi untuk menciptakan motif dan desain baru. Ada kalanya para pengrajin membuat motif sesuai permintaan pasar dan ada kalanya membuat kreatif motif khas. Tetapi kebanyakan para pengrajin ini biasanya membuat motif berdasarkan pesanan. Terutama dalam periode 2000-an, para pengrajin tenun ikat mulai menerima pesanan tenun sesuai dengan permintaan pemesan. Para pemesan tenun Troso ini kadang-kadang menginginkan motif dari daerah lain serta ada yang meminta gabungan dari beberapa hasil motif kain lainnya. Hal ini juga dilakukan agar pengrajin Troso agar dapat bersaing secara sehat dengan pengrajin-pengrajin lainnya. Perpaduan beberapa motif dari daerah lain tersebut membuat motif terbaru tenun Troso dapat mengikuti perkembangan zaman serta dapat dapat menambah pengkayaan motif tenun Troso yang telah ada.

Di sisi lain, kain tenun juga mempunyai fungsi ekonomi. Di masa lalu, ketika uang belum begitu populer, kain tenun sering dijadikan alat tukar barang (*barter*). Bahkan, mengingat proses pembuatannya yang

rumit, kain tenun memiliki nilai tukar yang cukup tinggi. Adapun di dalam perkembangannya, kain tenun hingga sekarang menjadi komoditas berharga yang dapat menggerakkan ekonomi sekaligus menjadi tumpuan mata pencaharian masyarakat.

Berdasarkan bahan dan motifnya, kain tenun di Indonesia bisa dibedakan menjadi beberapa jenis. Misalnya *ulos*, *songket*, *lurik*, dan *ikat* (Eko Punto Hendro, 1992). *Ulos* merupakan kain tenun khas Batak. Tiga jenis lainnya tersebar di berbagai daerah di Indonesia yang memiliki karakteristik tertentu. *Songket*, misalnya, memiliki sulaman benang emas dari perak pada jalinan benang yang ditunen. Kain *lurik* mempunyai motif bergaris, yang disusun berdasarkan jalinan benang berwarna-warni. Sementara tenun *ikat* punya motif, motif hias, yang disusun dengan cara mengikat dan mewarnai benang-benang bahan tenunan.

Jenis yang disebut terakhir inilah yang memiliki wilayah persebaran terluas di Indonesia, termasuk tenun *ikat* yang diproduksi masyarakat Desa Troso. Di samping itu, kain tenun *ikat* dibedakan menjadi dua jenis yaitu kain tenun *ikat pakan* serta kain tenun *ikat lusi*. Umumnya, tenun *ikat pakan* diproduksi oleh masyarakat

di daerah-daerah yang mendapat pengaruh dari agama Hindu, Budha, dan Islam. Misalnya daerah-daerah di Jawa, Bali, Sumatera, Kalimantan, serta Sulawesi. Ciri-cirinya antara lain memiliki warna kain yang cerah, meriah, serta ditandai dengan adanya benang emas dan perak. Berbeda dengan tenun ikat *lusi* yang hanya terdapat di sebagian kawasan timur Indonesia seperti Sumba, Flores dan Timor, daerah-daerah ini kurang mendapat pengaruh dari Hindu, Budha, dan Islam. Warna maupun motifnya pun terkesan lebih sederhana.

Dengan demikian, kain Troso mestinya termasuk dalam jenis tenun ikat *lusi*. Dalam perkembangannya, motif kain Troso juga mengadopsi dari daerah-daerah di kawasan timur Indonesia. Bahkan pengaruh pembuatan motif ini masih berjalan hingga masa sekarang. Oleh karena itu sulit dijumpai motif asli kain Troso, yang berciri sederhana-baik dalam hal motif maupun warna.

Tidak dapat disangkal, *insting* bisnis yang tinggi pada sebagian besar warga Troso telah menggugah daya kreativitas mereka. Ini dapat dilihat dari performa kain Troso sekarang yang sangat variatif, kaya warna, dan kaya motif, bahkan dibuat dari berbagai bahan alternatif seperti serat sutera, serat pisang, serat nanas, bulu ayam,

dan sebagainya. Kreativitas serta kemampuan mengadopsi dan mengadaptasi jenis kain tenun ikat lainnya inilah yang antara lain berhasil memperpanjang umur kain Troso sebagai kain tradisional bernilai tinggi, sehingga tidak hilang di tengah arus.

Menurut Sunarto (2012) yang juga seorang pengrajin, dari sisi motif, sebagian besar pengrajin Troso tergantung pada keinginan pasar Bali. Di sisi yang lain, kreativitas membuat motif juga rendah sehingga proses jiplak motif sesama pengrajin menjadi pemandangan yang *lumrah*. Bila ada motif yang bagus dan laris di pasaran, maka para pengrajin ramai-ramai menjiplaknya. Kondisi ini tidak menguntungkan bagi pengrajin yang kreatif membuat motif.

Menurut Sunarto (2012), adanya persamaan motif antara Troso dengan Bali ini tidak hanya meningkatkan kuantitas produksi tetapi juga mengembangkan motif atau ragam tenun Troso. Beberapa pengembangan motif yang dibuat oleh para pengrajin sebagai dampak interaksi antara pengrajin Troso dengan pengrajin daerah yang lain terlihat dengan dikenalnya motif Endeh yaitu motif yang sudah tidak ada sambungannya lagi. Sarung yang diproduksi sudah tidak ada sambungannya lagi atau los.

Motif model ini dikenal pula sebagai motif NTB. Pemasaran motif NTB yang terdapat di setiap toko di Bali ini kebanyakan pemesanannya berasal dari tenun ikat dari Troso.

Sunarto sebagai pengrajin berusaha membuat sesuatu yang berbeda dengan pengrajin yang lain dari sisi motif, warna, maupun dari segi kualitas. Biasanya yang membedakan pengrajin satu dengan pengrajin lainnya adalah kualitas ketahanan warna pada lurik, apakah cepat luntur atau tidak. Proses kimia atau pewarnaan haruslah mendasarkan pada pemakaian resep zat warna yang tepat. Oleh karena itu, proses pengerjaan pencampuran warna tidak semua pengrajin mengerti dan mengetahui. Biasanya pengrajin yang mempunyai kemampuan mencampur warna diperoleh dari kegiatan pelatihan dan bimbingan. Sebenarnya pada tahun 1975, pemerintah sudah telah sering memberi pendidikan dan pelatihan kepada pengrajin berkaitan dengan pencampuran warna yang benar. Pengetahuan tersebut sangat bermanfaat bagi para pengrajin dalam proses pewarnaan tenun.

C. Perpaduan Motif Tenun dengan Batik

Jika dahulu motif produk tenun Troso masih monoton, maka dalam perkembangan saat ini mulai banyak ditemukan motif-motif baru. Salah satu perpaduan motif tenun ikat dengan batik sutra telah muncul pada pertengahan 2004 lalu. Saat ini motif yang memadukan antara tenun dengan batik ini cukup *tren* diburu pasar. Pencetus motif kombinasi tersebut adalah Solikhul Huda, desainer muda asal Desa Troso RT 10 RW 5 yang awal mula merintis motif itu menyatakan bahwa sudah pada saatnya pengrajin tenun ikat berinovasi untuk menemukan perpaduan-perpaduan baru dalam meraih pasar yang lebih luas. Ia menyebut, keberanian tersebut sebagai modal awal para desainer untuk mengawali langkah itu. "Kalau saya boleh menyebut, para desainer harus lebih 'gila' dan tidak takut dalam menemukan motif baru dengan bahan-bahan baru", papar pria yang memulai usaha tenun pada 1984 dan menjadi "gila" karena sering bertukar pengalaman dengan desainer tenun kondang asal Jakarta, Nelwan Anwar.

D. Profil Pengusaha Troso

1. H. Ali Azhar, S.Sos.

H. Ali Azhar, S.Sos. adalah salah satu pengusaha tenun Troso yang merintis pekerjaannya dari nol. Beliau tinggal di Jl. Bugel-Troso Pecangakan Jepara. Pada mulanya beliau adalah warga masyarakat biasa yang tidak menggeluti bisnis tenun Troso. Meskipun demikian, beliau tidak asing lagi dengan aktivitas pertenunan karena beliau merupakan penduduk asli Troso yang telah terbiasa melihat aktivitas pertenunan di daerahnya. Aktivitas beliau pada bisnis tenun Troso dimulai ketika beliau menikahi istrinya, Hj. Masyitoh, yang merupakan putri juragan tenun Troso tahun 1980-an, kira-kira 32 tahun yang lalu. Berikut ini adalah foto Bapak H. Ali Azhar di *showroomnya* di Troso.



Gambar 2. Bapak H. Ali Azhar
(Sumber: Dokumentasi pribadi)

Pada saat ini H. Ali Azhar termasuk salah satu profil pengusaha tenun Troso yang sukses. Berkat inovasi-inovasi yang dilakukannya dalam membuat motif tenun dan teknologi pembuatan tenun, pada tahun 2008 beliau mendapat penghargaan dari Menteri Perindustrian. Pada kesempatan itu, yaitu adanya pemberian penghargaan kepada para pengusaha di Indonesia, dari 38 pengusaha yang diundang, hanya beliau yang mendapatkan piagam penghargaan. Beliau dianggap sebagai pengusaha Indonesia yang berprestasi karena berhasil dalam mengembangkan teknologi pembuatan tenun dengan jalan mengawinkan antara Alat Tenun Bukan Mesin (ATBM) atau alat tenun tradisional, dengan Alat Tenun Mesin (ATM). Dengan adanya teknik ini, maka produk yang dihasilkan menjadi semakin meningkat dengan tenaga kerja yang minimalis. Berikut ini adalah foto sertifikat penghargaan dari Menteri Perindustrian itu yang dipajang di *showroomnya*.



Gambar 3. Sertifikat penghargaan H.Ali Azhar sebagai pengusaha berprestasi

(Sumber: Dokumen pribadi)

Pengetahuan beliau tentang pertunanan menjadi semakin meningkat karena beliau sering melakukan studi banding dengan pusat-pusat pertunanan lain baik di dalam negeri maupun di luar negeri. Berdasarkan kunjungan-kunjungannya itu beliau sekaligus memimba

ilmu pertenunan. Namun menurut beliau hasil tenun Troso tidak kalah dengan tenunan di tempat lain, bahkan hasil tenun di Cina sekalipun. Perbedaannya dengan Cina adalah adanya penggunaan teknologi mesin hampir di setiap lini proses pembuatan tenun. Selain itu, di Cina sumber daya manusianya sangat disiplin terhadap waktu, dengan demikian maka ongkos produksi dapat ditekan sedemikian rupa dan hasil produknya pun dapat dijual dengan harga lebih murah. Kondisi seperti ini menurut Pak Ali belum bisa diterapkan di Troso. Hal itu antara lain karena sebagian besar para pekerja di Troso belum bisa disiplin dan menghargai waktu seperti halnya di Cina.

Selain studi banding, beliau juga sering mengikuti pameran-pameran seperti yang seringkali diselenggarakan oleh Dinas Perindustrian di Jakarta, seperti Inna-Craft. Dengan adanya pameran-pameran itu, beliau juga dapat menimba ilmu dari pengusaha lain baik dalam hal motif, pewarnaan, teknik pembuatan, maupun manajemen pemasaran. Menurut Pak Ali, dengan mengikuti pameran-pameran maka wawasan pengusaha menjadi semakin luas, karena setiap pengusaha yang mengikuti pameran akan “terbuka matanya” untuk dapat

menciptakan inovasi baru dalam bisnis pertenunan yang digelutinya.

Pengetahuannya yang luas ini ditunjang pula oleh keaktifan beliau di organisasi. Pada tahun 2004-2009 beliau menjabat sebagai anggota DRP Jepara. Sampai saat ini pun beliau masih menjabat sebagai ketua paguyuban dan ketua koperasi tenun Troso. *Showroomnya* yang berada tepi jalan raya Troso dijadikan sebagai kantor sekaligus tempat pertemuan anggota paguyuban tenun Troso. Anggota dari paguyuban itu mencapai 60 pengusaha. Kewajiban yang harus diikuti oleh anggota paguyuban adalah iuran anggota dan mengikuti pertemuan rutin sebulan sekali untuk membahas perkembangan usaha pertenunan di Troso. Adapun hak-hak yang diperoleh anggota antara lain dapat meminjam modal dengan proses angsuran yang lunak. Dengan demikian tujuan dari didirikannya paguyuban ini antara lain adalah untuk meningkatkan hasil produksi masing-masing pengusaha tenun. Beliau juga aktif dalam bidang pendidikan. Bersama-sama dengan beberapa anggota paguyuban tenun, beliau mengembangkan pendidikan dasar di Troso dari

playgroup hingga SMA di bawah naungan yayasan pendidikan Islam.

Foto berikut ini menunjukkan *showroomnya* yang sekaligus juga sebagai kantor paguyuban tenun Troso yang dipimpinnya.



Gambar 4. *Showroom* TUNAS HARAPAN
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

1.1. Proses Produksi dan Manajemen

Pada awal mulai mendirikan usaha tenun, usahanya masih kembang kempis. Dengan modal yang pas-pasan, H. Ali Azhar hanya dapat membeli modal terbatas baik dalam bentuk alat tenun maupun benang untuk menenun serta perekrutan pegawai. Pegawainya

masih sangat terbatas hanya dua sampai tiga karyawan, demikian pula dengan hasil produksinya. Pada masa awal ini produk yang dihasilkan masih terbatas pada pembuatan kain dan sarung. Sistem penjualannya biasanya dititipkan pada pedagang di pasar. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa permasalahan utama pada awal masa pendirian usaha tenun ini adalah adanya kesulitan untuk mendapatkan bahan baku benang serta pemasaran produk.

Secara berangsur-angsur, kondisi usaha tenun yang dirintis H. Ali Azhar mengalami perkembangan baik dalam jumlah alat, serapan tenaga kerja, maupun produk yang dihasilkan. Pada tahun 1997, meski merupakan masa krisis moneter, tetapi ternyata justru usahanya mengalami peningkatan yang pesat. Permintaan dari dalam negeri maupun dari luar negeri meningkat tajam, sehingga membutuhkan karyawan yang tidak sedikit pula. Pada saat itu jumlah karyawan meningkat menjadi 125 orang.

Pengawasan produksi di perusahaan ini pada mulanya ditangani sendiri oleh Ibu Masyitoh, istri H. Ali Azhar, sebagai orang yang lebih mengetahui pertenunan daripada H. Ali Azhar. Mulai dari pembelian benang,

proses produksi, penentuan kualitas produksi, hingga perekrutan tenaga kerja serta manajemen pemasaran produk. Akan tetapi pada saat ini semua itu secara berangsur-angsur sudah diserahkan kepada ke lima putranya. Hal itu dilakukannya dengan alasan untuk mendidik putra-putranya di bidang pertenunan. Meskipun demikian, manajemen perusahaan ini sebagian besar masih dikendalikan oleh H. Ali Azhar . Pada saat ini, selain memiliki *showroom* di Bugel, ternyata H. Ali Azhar juga memiliki dua los di pasar Jepara yang ditunggui oleh Ibu Masyitoh dan beberapa karyawannya.

Sampai saat ini bahan baku yang digunakan di TUNAS HARAPAN sebagian besar masih mengimport dari Cina. Bahan baku sutra 100% didatangkan dari Cina. Benang sutra dalam negeri tidak digunakan dengan alasan kurang bagus dan proses penenunannya sulit. Sedangkan benang katun dan rayon 50% didatangkan dari Cina, 50% merupakan benang produk lokal. Biasanya benang produk lokal ini diperoleh di Bandung.

Adapun desain motif yang dibuat biasanya mengikuti selera pasar, tergantung pada pesanan. Biasanya pemesan sudah memberikan motif-motif tertentu. Akan tetapi ada kalanya para pemesan itu justru

minta motif kepada H. Ali Azhar sebagai pemilik usaha. Dengan demikian, H. Ali Azhar tetap harus dapat menciptakan motif-motif baru di tempat produksinya. Inspirasi pembuatan motif itu biasanya datang dari pemesan itu sendiri, dari majalah-majalah, atau karena *browsing* pada internet. Motif-motif baru biasanya dikeluarkan ketika motif lama sudah surut permintaannya. Biasanya motif baru ini harganya juga lebih tinggi daripada motif lama.

Harga masing-masing jenis produk dibedakan berdasarkan kualitas bahan baku yang meliputi benang dan pewarnaan, serta rumitnya motif. Benang yang bagus tidak akan mengkeret ketika dicuci. Warna yang bagus juga tidak akan cepat pudar atau luntur ketika dicuci. Proses pewarnaan di sini menggunakan pewarnaan kimia. Proses pewarnaan dan motif merupakan rahasia pengusaha. Motif yang rumit memerlukan konsentrasi tinggi dan diperlukan tenaga kerja khusus yang mengerjakannya. Motif yang rumit itu contohnya adalah kain baron. Motif tenunan pada kain baron ini bervariasi, ada bagian yang halus rata, tetapi kemudian ada lukisan timbul dari benang, kemudian ada motif dengan warna yang berbeda pula. Motif ini di TUNAS HARAPAN

pada saat ini masih merupakan motif unggulan, harganya sangat tinggi. Satu kemeja pria dewasa yang sudah jadi dipatok dengan harga Rp. 1.500.000,- Berikut ini contoh gambar kain baron yang mahal itu:



Gambar 5. Kain baron, motif unggulan TUNAS
HARAPAN

(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

1.2. Jumlah Produk dan Sistem Pemasaran

Produk yang dihasilkan oleh perusahaan Tenun Ikat Sutra Alam TUNAS HARAPAN cukup banyak. Biasanya produk yang dihasilkan mengikuti permintaan pasar. Produk utama pada perusahaan ini adalah tenun ikat, lurik, bahan pakaian, dan kain polos untuk jok kursi tamu maupun kursi mobil. Lurik produk Troso ternyata mampu menyuplai 70% kebutuhan pasokan lurik di pasaran Jawa. Adapun 20%nya disediakan oleh Pekalongan, dan 10% disediakan oleh Pedan, Klaten.

Berikut ini adalah jenis-jenis produk yang dihasilkan oleh perusahaan Tenun Ikat Sutra Alam TUNAS HARAPAN:

1. Kain tenun ikat dengan berbagai motif.
2. Kain lurik.
3. Kain polos warna-warni.
4. Kain tenun dibatik.
5. Kain baju *tree in one* (sarung, selendang, baju)
6. Kain sarimbit (untuk suami istri)
7. Sarung dan selendang (satu stel untuk busana wanita)
8. Sarung.
9. Sajadah.

10. Berbagai jenis dan ukuran syal baik untuk pria maupun wanita.
11. Berbagai jenis kerudung.
12. Selendang sutra
13. Berbagai jenis perlengkapan rumah tangga, seperti:
 - a. Kain selimut dengan berbagai motif dan ukuran.
 - b. Kain korden
 - c. Taplak meja satu set dengan bantalan kursi
 - d. Taplak dari akar wangi, baik ukuran besar untuk meja tamu maupun kecil untuk meja telpon.
 - e. Taplak dari lidi, baik ukuran besar untuk meja tamu maupun kecil untuk meja telpon.
 - f. Hiasan dinding dari lidi
 - g. Berbagai jenis dan ukuran sarung bantal
 - h. Tempat tissue
 - i. Tempat *magic com*
 - j. Kasur
 - k. Bantal
 - l. Lain-lain.
14. Berbagai jenis pakaian jadi untuk pria, wanita, maupun anak-anak.

Foto berikut ini melukiskan sebagian produk yang dihasilkan oleh TUNAS HARAPAN:



Gambar 6. Sebagian produk yang dihasilkan
TUNAS HARAPAN
(**Sumber:** Dokumentasi pribadi)

Model pemasaran di TUNAS HARAPAN ini sekarang sudah canggih, karena sistem pemasarannya tidak hanya mengandalkan pada *showroom* dan los di pasar saja, akan tetapi juga sudah menggunakan jasa telpon, *handphone*, dan internet. Sehingga pemesanan dapat berlangsung kapan pun, dan pembayarannya bisa melalui nomor rekening bank yang ditunjuk. Sampai saat ini daerah yang dilayani oleh TUNAS HARAPAN hampir meliputi seluruh Indonesia. Sebagian besar

pasokan dikirim ke Bali (99%) untuk memenuhi permintaan para pedagang souvenir untuk menunjang pariwisata, selebihnya melayani pesanan di Jakarta, Bandung, Riau, Makasar, Sumbawa, NTT, NTB, Flores, Lombok, Kalimantan, serta Papua. Pengiriman ke Bali biasanya dilakukan 2 minggu sekali. Adapun permintaan Luar Negeri biasanya diperoleh melalui orang ke tiga yang berasal dari Bali.

Masing-masing pemesan itu biasanya sudah menetapkan motif dan warna yang harus dibuat. Misalnya untuk dipasarkan di Bali, sebageian besar motif yang dibuat adalah motif Pagringsingan dengan berbagai warna yang lembut. Jenis produk yang dijual juga bermacam-macam tidak hanya kain untuk baju saja, akan tetapi juga selimut, selendang, dan berbagai keperluan rumah tangga seperti taplak meja, loper, dan lain sebagainya. Akan tetapi untuk pesanan dari Sulawesi, biasanya motif sudah ditentukan, berikut dengan penggunaan warna yang sangat cerah, merah misalnya. Biasanya pesanan-pesanan untuk daerah di luar Bali digunakan untuk seragam instansi-instansi tertentu.

1.3. Tenaga Kerja

Di Troso ini kira-kira terdapat 383 pengusaha atau pengrajin. Alat ATBM-nya kurang lebih berjumlah 5.000 unit. Sedangkan tenaga kerja yang terserap kurang lebih ada 7.500 orang. Tenaga kerja yang diserap oleh perusahaan tenun ini dilakukan secara *gethok tular*, informasi diperoleh dari mulut ke mulut. Pada umumnya tenaga kerja berasal dari Demak, Pati, Jepara, Rembang, Pekalongan, Pemalang, Tegal, dan Lasem. Biasanya mereka bekerja di industri tenun Troso karena ada saudaranya atau tetangganya yang pernah bekerja di sini, sehingga mereka tertarik untuk melakukannya juga.

Saat ini tenaga kerja merupakan permasalahan utama pada perkembangan industri pertenunan di Troso. Banyak tenaga kerja unggul yang diperlukan, akan tetapi SDM yang tersedia tidak seperti yang diharapkan. Hal ini berkaitan dengan adanya perubahan teknologi pembuatan tenun di Troso, khususnya di TUNAS HARAPAN. Perusahaan ini memiliki 80 mesin ATM dan ATBM. Setiap dua mesin memerlukan 1 orang operator. Dengan demikian untuk operator saja perusahaan ini memerlukan tenaga berjumlah 40 orang, belum lagi untuk pekerjaan yang lain.

1.4. *Display Produk*

Display produk pada usaha tenun TUNAS HARAPAN berada di jalan raya Bugel-Troso. Semua produk yang dihasilkan oleh perusahaan ini dipamerkan di tempat itu. Para pembeli juga bisa datang langsung untuk membeli atau memesan di *showroom* itu. Foto-foto berikut ini dapat menjelaskan informasi tersebut.



Gambar 6. Nama *showroom* usaha tenun Troso H.

Ali Azhar

(Sumber: Dokumentasi Pribadi)



Gambar 7. Berbagai produk yang dihasilkan TUNAS HARAPAN

(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

2. H. Sulbi Ahmad

Sulbi Ahmad merupakan salah satu pengusaha tenun di Troso yang cukup berhasil. Di bawah bendera Kerajinan Tenun Troso KAPAS SUTRA, Sulbi Ahmad memayungi usaha tenunnya. Tempat usahanya ini berada di Jl. Bugel KM 1,5 Troso RT 5 RW 5 Pecangakan Jepara. Tempatnya berada agak masuk ke dalam, tidak di tepi jalan raya Bugel-Troso.

Sulbi Ahmad memulai usahanya sekitar 10 tahun yang lalu, tepatnya pada tahun 2001. Pada mulanya ia adalah penduduk Troso biasa yang tidak menekuni kerajinan tenun ini. Masa mudanya dihabiskan dengan kegiatan-kegiatan kepemudaan, serta sedikit demi sedikit mencoba mencari penghasilan. Usaha pertama yang dilakukannya adalah ikut pamannya berjualan es lilin. Akan tetapi Sulbi Ahmad tidak mau menjajakannya di kampung-kampung atau di sekolah-sekolah di lingkungannya dengan alasan malu, karena ia adalah guru *ngaji* di sore harinya. Sehingga ia hanya mau mengerjakan pembuatan es saja tanpa menjajakannya. Selain itu, sebagai pemuda kampung, ia juga terbiasa menggembalakan kambing milik orang tuanya.

Setelah menikah, Sulbi Ahmad kerja serabutan, antara lain ikut kakaknya menjadi tenaga kerja pada industri tenun yang dimiliki oleh kakaknya itu. Meskipun tidak pernah belajar, masyarakat Troso sudah sangat terbiasa melihat kegiatan kerajinan tenun ini sehari-hari, sehingga mereka biasanya bisa mengerjakannya dengan *outodidak*. Berbagai pekerjaan dilakukannya, baik menenun, menggambar pola, maupun mewarnai, hingga akhirnya dia merasa bisa untuk berdiri sendiri. Dengan

modal Rp. 750.000,- pada tahun 2001 dia menetapkan diri untuk mandiri, mencoba peruntungan menjadi pengrajin tenun Troso.

Pada awal usahanya itu, ia hanya memiliki dua alat tenun yang dikerjakan sendiri dengan bantuan istrinya di rumahnya yang ber dinding *welit* (anyaman bambu). Usahanya menjadi semakin maju pada tahun 2006 dengan semakin banyaknya permintaan, terutama kain serat nanas yang pada waktu itu sempat *booming*. Pada waktu itu produknya satu minggu bisa menghasilkan 3.000-an meter kain serat nanas. Masing-masing potong kain panjangnya 2,5 m. Produk lain yang dihasilkannya pada waktu itu adalah tenun ikat dan selendang sutra yang dipasok ke Bali, tenun natural polos dikirim ke Pekalongan untuk dibatik, selanjutnya untuk dijual ke Yogyakarta dan Solo.

Pada saat ini ia telah memiliki 70 alat tenun ATBM dengan 80 orang tenaga kerja. Menurut Sulbi Ahmad, usahanya dapat berkembang dengan pesat karena ia rajin mengikuti pameran-pameran UMKM yang dilakukan oleh Dinas Perindustrian. Dari pameran-pameran itu, ia dapat berbagi pengalaman dan mendapat inspirasi untuk menciptakan motif -motif baru.

2.1. Proses Produksi dan Manajemen

Proses produksi yang dilakukan di tempat usahanya berjalan seperti biasanya pada umumnya di setiap tempat kerajinan tenun. Adapun pengelolaannya dilakukan sendiri oleh Sulbi Ahmad dibantu dengan istrinya.

2.2. Jumlah Produk dan Sistem Pemasaran

Produk yang dihasilkan di Kerajinan Tenun Troso KAPAS SUTRA ini relatif merupakan bahan-bahan yang halus dengan harga jual yang tinggi. Rupa-rupanya konsumen yang dibidik oleh kerajinan tenun ini memang kalangan menengah ke atas. Hal ini sesuai dengan sistem pemasaran yang dilakukannya yang sebagian besar melalui media pameran-pameran yang diselenggarakan oleh Dinas Perindustrian baik di Jakarta maupun di Jawa Tengah, seperti Inna-Craft maupun pameran-pameran UMKM di JCC, ITC, Thamrin, dan di tempat lain di Jakarta.

Menurut Sulbi Ahmad, dalam satu tahun, KAPAS SUTRA biasanya mengikuti pameran 6-7 kali di Jakarta. Di dalam masing-masing pameran itu yang biasanya hanya berlangsung selama 4 hari, biasanya ia menyewa

stand sendiri dengan harga rata-rata Rp. 10.000.000,- (sepuluh juta rupiah). Adapun untuk menyiapkan operasional yang lain seperti penginapan untuk karyawan, makan, pengangkutan barang, dan kebutuhan lain diperkirakan habis sekitar Rp. 15.000.000,- (lima belas juta rupiah). Meskipun mengeluarkan dana yang cukup tinggi, akan tetapi menurut Sulbi Ahmad hasilnya cukup signifikan. Rupa-rupanya KAPAS SUTRA sudah memiliki pangsa pasar sendiri di Jakarta dan sudah dikenal di Jakarta, sehingga setiap ada pameran selalu dikunjungi oleh pelanggannya. Keuntungan terbesar biasanya berlangsung pada penyelenggaraan pameran UMKM Inna-Craft. Pada kesempatan itu, rata-rata Sulbi Ahmad bisa meraup keuntungan sekitar Rp. 116.000.000,- (seratus enam belas juta rupiah). Pada pameran-pameran yang lain biasanya keuntungan berkisar antara Rp. 90.000.000,- sampai Rp. 95.000.000,- (sembilan puluh juta rupiah sampai sembilan puluh lima juta rupiah).

Ketika peneliti sedang mewawancarai Sulbi Ahmad pada tanggal 2 Agustus 2012, kebetulan Sulbi Ahmad sedang melakukan transaksi dengan Ibu Rustriningsih wakil Gubernur Jawa Tengah via email.

Menurut Sulbi Ahmad, pertemuannya dengan Bu Rustri karena sebelumnya ia mengikuti pameran UMKM yang diselenggarakan oleh Pemerintah Provinsi Jawa Tengah di Semarang, dan salah satu yang mengunjunginya adalah Bu Rustri. Pada kesempatan pameran itu Bu Rustri sudah berbelanja cukup banyak, akan tetapi ternyata masih kurang, sehingga menghubungi Sulbi Ahmad lagi untuk menutup kekurangan belanjanya itu.

Pemasaran produk yang lain dilakukan dengan mengirimkan barang-barang ke berbagai tempat. Sebagian besar pemasaran dikirimkan ke Bali, Jakarta, Yogyakarta, Solo, dan daerah-daerah di Luar Jawa seperti di Lampung, Sulawesi, NTB, Flores, Papua, dan lain-lain. Masing-masing tempat itu produk yang dikirim berbeda satu dengan yang lainnya. Untuk Bali, Yogyakarta, dan Solo, produk yang dikirim adalah yang berbahan dasar sutra, khususnya berbagai jenis syal dan selendang, baik yang kaku maupun yang halus. Biasanya produk ini selain dipasarkan sebagai souvenir di lokasi-lokasi wisata, juga dikirimkan ke luar negeri. Untuk pengiriman ke Jepang dan Belanda melalui orang ke tiga yang berada di Kuta; untuk pengiriman ke Kanada melalui orang ke tiga yang berada di Sanur; ada juga

pengiriman barang ke Jepang melalui orang ke tiga yang berada di Yogyakarta. Produk selendang sutra ini ternyata juga dipesan oleh Garuda Indonesia Airways (GIA) sebagai salah satu *souvenir* dari armada penerbangan Nusantara ini. Harganya menjadi berlipat-lipat ketika sudah mendapatkan label GIA.

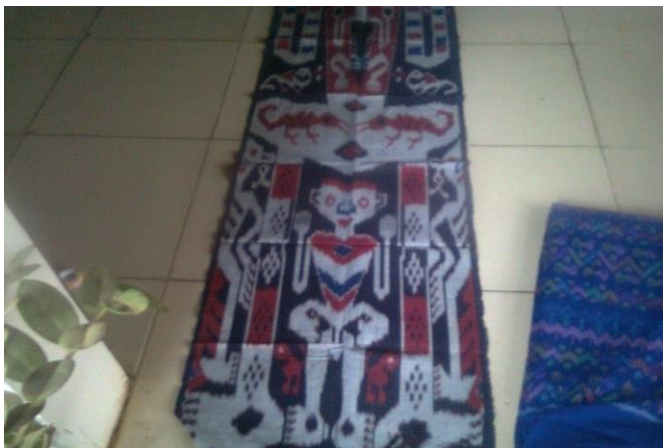
Untuk daerah pemasaran Jakarta, sebagian besar produk yang dikirim adalah tenun ikat halus dengan harga berkisar antara Rp. 20.000,0 – Rp. 400.000,- KAPAS SUTRA juga melayani pesanan para desainer kondang Jakarta. Biasanya para desainer itu memberikan contoh dengan gambar motif apa yang mereka inginkan. Di antara produk tenun ikat yang dihasilkan oleh KAPAS SUTRA ada yang dipatok dengan harga Rp. 400.000,- per meternya, biasanya kain jenis ini adalah pesanan para desainer tadi. Banyak pesanan eksklusif di SUTRA ALAM ini, yang menyebabkan tingginya harga kain.

Untuk pesanan di luar Jawa, biasanya motif mengikuti daerah setempat, misalnya untuk daerah Lampung ciri khasnya adalah gambar menara dan gajah atau kain tapis. Untuk daerah-daerah lain motifnya menyesuaikan seperti yang terlihat pada gambar-gambar berikut ini:



Gambar 7. Dari kiri ke kanan: motif Bima, motif Bugis, dan Sulawesi.

(Sumber: Dokumentasi Pribadi)



Gambar 8. Motif Papua

(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

Selain memproduksi berbagai jenis selendang, syal, dan kain, rupa-rupanya Sulbi Ahmad cukup jeli menangkap selera pasar. Sebagaimana para pengrajin tenun lain, dia juga memproduksi berbagai jenis alat keperluan rumah tangga serta berbagai jenis hiasan dinding yang berasal dari tenun maupun yang berasal dari modifikasi, misalnya dengan modifikasi lidi atau akar wangi. Selain itu, berdasarkan pengalamannya mengikuti pameran-pameran, Sulbi Ahmad mendapat inspirasi untuk membuat tas tenun dengan kombinasi kulit. Menurutnya, produk ini laris manis seperti kacang goreng. Dari satu lembar kain tenun yang dibuatnya dengan benang rangkap tiga agar lebih tebal, kira-kira lebarnya 2 m dapat dihasilkan 5 buah tas dengan harga jual Rp. 300.000,- Sedangkan dompet tangan harganya dipatok Rp. 150.000,- berikut ini foto dari tas dan dompet itu:



Gambar 9. Tas dan dompet tenun karya Sulbi Ahmad
(Sumber: Koleksi Pribadi)

Agar pangsa pasarnya meluas, Sulbi Ahmad berencana untuk memproduksi tas-tas seperti itu tetapi dengan menggunakan modifikasi kulit tiruan, sehingga harga jualnya bisa ditekan lagi. Ia merencanakan untuk memesan tas seperti impiannya itu ke Kudus.

Menurut Sulbi Ahmad, pemasaran dengan sistem kirim baru bayar kemudian banyak yang menimbulkan masalah. Adanya kemacetan pembayaran merupakan kasus yang menyebabkan tidak kembalinya uang modal. Hal-hal seperti ini menjadikan para pengrajin harus lebih berhati-hati ketika melemparkan produk ke pasaran.

Untuk produk yang dihasilkan, Sulbi Ahmad dapat memenuhi segala pesanan dengan harga yang bagaimanapun. Misalnya, ia sering juga mendapatkan pesanan ke Malaysia, khususnya ke Serawak. Di tempat itu, jenis barang yang dipesan adalah khusus sprei dan sarung bantal dengan motif etnik yang antik. Saingan pemasarannya adalah Bali.

2.3. Tenaga Kerja

Seperti halnya di tempat kerajinan yang lain, penyediaan tenaga kerja merupakan hal yang sulit pada saat ini. Hal ini dapat terjadi karena tenaga kerja yang

sudah terampil biasanya kemudian segera melepaskan diri dari majikannya untuk dapat menjadi pengusaha mandiri meskipun hanya kecil-kecilan saja. Menurut Sulbi Ahmad maupun H. Ali Azhar, prospek industri kerajinan tenun cukup cerah. Dengan modal awal Rp. 1.000.000,- mereka sudah dapat memulai usaha dengan membeli alat dan benang. Adapun sistem pemasarannya biasanya cukup sederhana. Setelah memiliki beberapa produk, biasanya para pemula itu kemudian dengan mengendarai bis ke Bali untuk melemparkan produknya. Setelah mendapat kepercayaan, biasanya mereka tinggal mengirimkan barang, dan uang diperoleh dengan ditransfer pada rekening mereka. Cukup sederhana.

Dengan alat ATBM yang dimiliki sejumlah 70 unit, tenaga kerja yang dimiliki KAPAS SUTRA kurang lebih sejumlah 80 orang. Hampir seluruh tenaga kerja di tempat ini adalah tetangganya sendiri. Masing-masing tenaga kerja itu memiliki spesifikasi sendiri-sendiri di dalam pekerjaannya. Ada yang tugasnya *ngelos* benang, menggambar, mengikat, mewarnai, hingga menenun. Biasanya proses produksi khususnya menenun dibawa pulang oleh masing-masing pegawainya. Setelah akhir

minggu, yaitu hari Kamis,² maka sejak mulai sesudah waktu Asar biasanya mereka berbondong-bondong menyetorkan hasil pekerjaannya sekaligus meminta upah atas hasil kerjanya. Biasanya setiap minggu para penenun itu bisa menenun 6 hingga 7 potong kain bermotif, masing-masing dengan panjang 2,5 m. Sedangkan jika kain polos akan lebih cepat dibuat, yaitu 10 m per hari. Untuk harga upah tergantung dari jenis kerumitan motif. Untuk jenis kain super yang harganya Rp. 400.000,- per meter, Sulbi Ahmad memberikan upah Rp. 80.000,- per potong kain. Untuk kain bermotif biasanya ongkosnya Rp. 50.000,- untuk penenun laki-laki, dan Rp. 30.000,- untuk penenun wanita. Sedangkan untuk sutra, upah tergantung dari kehalusan hasil tenun. Ada empat varian harga upah sutra, yaitu Rp. 25.000,-; Rp. 40.000,-; Rp. 60.000,- dan Rp. 70.000,- Gambar berikut ini adalah contoh hasil kerja para pegawai yang disetorkan pada hari Kamis sore sebagai dasar untuk minta upah.

² Di Jepara, pekerjaan satu minggu diakhiri pada hari Kamis, karena hari Jum'at mereka libur. Sedangkan hari Minggu mereka justru bekerja. Hal ini mencerminkan tingkat religiusitas mereka yang tinggi, menghormati hari Jum'at sebagai hari besar umat Islam.



Gambar 10. Tujuh potong kain hasil kerja penenun selama seminggu

(**Sumber:** Dokumentasi pribadi)

Proses perekrutan tenaga kerja menurut Sulbi Ahmad bersifat alami. Maksudnya, biasanya anak-anak kecil yang masih sekolah baik di SD, SMP, maupun SMA itu bermain-main dengan alat tenun yang ada di rumahnya karena orang tuanya memiliki pekerjaan sambilan sebagai penenun. Ada yang suka membantu *ngelos* benang, mencoba menenun, atau bahkan memperhatikan cara menggambar dan proses pengikatan serta pewarnaan. Anak-anak muda yang seperti itu

biasanya setelah sekolah pada pagi hingga siang hari, setelah pulang sekolah ikut membantu orang tuanya. Sehingga setelah mereka lulus sekolah biasanya kemudian mereka ikut pada indung semang orang tuanya, atau pada orang lain.

Biasanya ketika mereka datang pada salah satu juragan, mereka ditanyai: “*Isamu apa?*” (Kamu bisa mengerjakan apa?). “*Nggambar, nderesi, po ngiket?*” (Menggambar, mewarnai, atau mengikat?). Ongkos juru gambar jika permintaannya sedikit justru mahal harganya karena dikerjakan secara manual. Akan tetapi kalau jumlah permintaannya banyak justru murah, karena proses pengerjaannya hanya *diblat* (dicopy) saja, tidak dikerjakan satu satu. Seorang juru gambar biasanya tidak hanya melayani seorang induk semang saja, akan tetapi karena kepandaianya itu, ia bisa memenuhi beberapa permintaan juragan tenun. Demikian pula dengan tukang ikat dan celup warna. Mereka biasa mendapatkan borongan untuk segera menyelesaikan sebuah pesanan sehingga benang segera dapat ditenun. Untuk pesanan-pesanan khusus seperti itu, para juragan harus merogoh kocek yang cukup dalam karena harus memberikan ongkos tambahan dan ongkos lembur.

Biasanya para pemesan itu sudah memberikan motif yang harus dibuat serta warnanya. Dengan hanya berbekal gambar sketsa sederhana, seorang juru gambar akan dapat menerjemahkan gambar itu ke dalam benang untuk ditenun menjadi kain yang indah. Berikut ini contoh sketsa motif yang dikirim oleh pemesan kain tenun.



Gambar 11. Contoh sketsa motif kain dari pemesan

(**Sumber:** Dokumentasi Pribadi)

2.4. Display Produk

Kerajinan Tenun Troso KAPAS SUTRA tidak memiliki tempat display produk secara khusus. Display hanya berada di bagian depan rumahnya. Di ruangan itu terdapat berbagai jenis barang hasil produksinya.

3. H. Abdul Jamal

Pengusaha muda yang berusia 40 tahun ini memulai usahanya dari nol, Abdul Jamal merintis usaha tenun Troso dari warisan usaha keluarga dengan nama LIMO APLICATION. Ketika menggantikan peran orang tuanya sebagai pengusaha tenun Troso, kondisi perusahaan sedang kurang mengembirakan, sehingga dari keluarganya hanya Abdul Jamil yang berani melanjutkan usaha tersebut. Mulai tahun 1997, Abdul Jamal memulai usahanya secara mandiri, dengan mengandalkan modal secara kecil-kecilan. Keinginannya melanjutkan usaha orangtua tersebut, didorong oleh keyakinannya bahwa usaha tenun Troso memberi prospek yang baik, meskipun dia harus memulai usaha dari warisan keluarga dengan penuh keterbatasan.



Gambar 12: Pengusaha muda Abdul Jamal, berada di depan *workshop* miliknya

(**Sumber :** Dokumentasi pribadi pada tanggal 4 Agustus 2012)

Kemampuannya mengelola usaha tenun Troso diperoleh secara otodidak dengan melihat lingkungan yang membesarkannya memang berasal dari usaha tenun Troso. Untuk dapat tetap eksis pada usaha yang sudah dipilihnya tersebut, Abdul Jamal berusaha melakukan model dan desain yang selalu dimodifikasi sesuai dengan keperluan pasar. Untuk pasar menengah ke bawah, biasanya dipasarkan di Yogyakarta dan Pekalongan dengan harga berkisar Rp 65.000,- sampai Rp 90.000,-

yang biasanya disebut dengan pasar lokal. Sedangkan untuk kelas menengah ke atas, biasanya pasaran ke Jakarta dan Bali dengan patokan harga antara Rp 95.000,- sampai Rp 150.000,- . Bagi desainer yang membuat rancangan baju untuk kelas atas maupun pesanan kantor-kantor setingkat Gubernur maupun Pusat menggunakan kain Troso sekitar harga antara Rp 250.000,- sampai Rp 2.500.000,-.

Dalam melakukan usaha agar tetap bertahan maka pengusaha perlu melakukan adaptasi terhadap model serta desain yang diinginkan oleh pasar meskipun disamping itu juga memproduksi model yang dapat bertahan dari waktu ke waktu sebagai ciri khasnya. Kemudian yang tidak kalah pentingnya adalah tetap mempertahankan kualitas produksinya. Dalam melakukan pemenuhan permintaan pasar, selama ini melakukan kerja sama dengan BKBL sebagai mitra binaan.

Berkaitan dengan manajemen, yang dilakukan adalah mencatat semua transaksi yang ada dalam kegiatan usaha, selalu memantau keluar-masuknya uang dan sebisa mungkin melakukan pemisahan antara uang perusahaan dan uang keluarga. Hal ini menjadi demikian

penting, karena kalau tidak dilakukan pemisahan dikhawatirkan mengalami kesulitan dalam memantau keuangan perusahaan terutama untuk menghitung seberapa sehatkah perusahaan tersebut. Mengingat selama ini, manajemen keuangan masih memberdayakan peran anggota keluarga untuk mengelolanya terutama adalah istri dari pemimpin perusahaan tersebut.



Gambar. 13 : Wawancara peneliti dengan Abdul Jamal, salah seorang pengusaha tenun ikat Troso
(**Sumber :** Dokumentasi Pribadi pada tanggal 4 Agustus 2012)

3.1. Proses Produksi dan Manajemen

Dengan menggunakan manajemen keluarga, maka kontrol dalam pengelolaannya memegang peranan yang penting. Meskipun memberdayakan anggota keluarga, sebagai perusahaan yang sehat maka semua tenaga yang dilibatkan harus mendapat apresiasi yang layak dan sesuai dengan kemampuan perusahaan. Untuk membantu pemasaran yang mengandalkan pembeli berkunjung ke toko di desa Troso, maka umumnya mempekerjakan tenaga profesional, biasanya berjumlah 2 (dua) orang. Sejak tahun 2005, Jamal mempunyai tenaga yang mengawasi produksi 2 (dua) orang.

Meskipun perusahaan yang dikelola oleh Abdul Jamal merupakan warisan dari keluarganya, namun di bawah pengelolaannya telah banyak melakukan perubahan. Antara lain meliputi desain yang lebih inovatif, mengembangkan pasar dengan tidak hanya mengandalkan pasar lokal, meningkatkan omzet dan melakukan kerjasama dengan para pengrajin untuk memenuhi kebutuhan pasar.



Gambar 14 : Display produksi tenun Troso di workshop
Abdul Jamal

(**Sumber** : Dokumentasi Pribadi pada tanggal 4 Agustus
2012)

Dalam melakukan perluasan jaringan pasar, maka Abdul Jamal juga memberdayakan posisinya sebagai Sekretaris Desa. Misalnya ketika melakukan silaturahmi ke kantor-kantor maka sekaligus juga menawarkan desain tenun Troso yang dibuatnya. Cara promosi yang dilakukan tersebut menurutnya cukup berhasil. Disamping langkah promosi yang dilakukan tersebut, maka promosi yang dikordinir pihak Pemerintah daerah juga mempunyai peranan penting. Kalau melakukan promosi secara mandiri, harus

menyiapkan biaya yang cukup besar sekitar 20 Juta, Dalam sebulan, omzet yang berhasil dijual ada pada kisaran 100 juta dengan pasaran kota Jepara, Kudus dan Semarang.

Setiap perusahaan mempunyai kiat-kiat untuk dapat tetap bertahan, demikian juga dengan perusahaan yang dikelola Abdul Jamal. Dalam melakukan perluasan pemasaran, semua di bawah koordinasinya sendiri. Untuk pekerjaan yang memegang peranan penting dalam eksistensi usahanya tersebut, kerahasiaan dijaga agar jaringan usaha yang sudah dirintisnya tidak akan lari pada pengusaha lain. Untuk itu, semua yang berkaitan dengan perluasan jaringan serta hubungan dengan para *bakul* maupun pemesan ditanganinya sendiri. Disamping pemasaran yang menjadi perhatiannya, maka produksi juga ditanganinya sendiri karena hal ini berkaitan dengan model dan desain yang menjadi ciri khas produksinya. Meskipun sebenarnya apa yang diproduksi kemudian juga banyak ditiru oleh pengrajin lain, namun hal ini sangat sulit dihindari apalagi kalau pasar mempunyai permintaan yang cukup besar. Pada saat pewarnaan juga menjadi perhatiannya juga.

Dengan model manajemen yang ditanganinya sendiri tersebut, sebenarnya Abdul Jamal sudah menyadari bahwa cara yang ditempuh tersebut juga mempunyai kelemahan. Mengingat hanya dia sendiri saja yang mengetahui hal-hal yang berkaitan dengan usahanya tersebut, terutama masalah pemasaran, produksi, serta desainnya. Apalagi dengan pekerjaan sebagai Sekretaris Desa yang masih dipertahankan sampai sekarang. Untuk itu maka dalam perkembangannya kemudian, Abdul Jamal berusaha berbagi tugas mengelola perusahaan tersebut dengan istrinya. Ada alasan meminimalkan tenaga profesional untuk membantu memperlancar usahanya tersebut. Hal ini dengan alasan, sementara ini masih dapat mengandalkan tenaga keluarga inti dahulu, baru pada pekerjaan yang tidak berkaitan dengan kerahasiaan perusahaan akan melibatkan pekerja dari luar keluarga. Antara lain pekerja produksi, tenaga penjaga toko dengan tetap di bawah pengawasan istrinya yang sekaligus juga mengelola keuangan usahanya tersebut.



Gambar. 15 : Salah seorang pekerja sedang melakukan penataan kain di *workshop* Abdul Jamal

(**Sumber** : Dokumentasi Pribadi pada tanggal 4 Agustus 2012)

Menurut Jamal, penggunaan manajemen tradisional tersebut masih dianggapnya mampu mengatasi masalah yang selama ini ditangani. Bahkan menurutnya lebih sederhana. Terutama dalam pengelolaan keuntungan, karena kalau ada keuntungan dapat langsung dipakai untuk menambah maupun memperbesar modal. Selama ini, menurutnya, kalau

antara modal yang dimiliki masih lebih besar dari piutang perusahaan, maka dianggap keuangan perusahaan tersebut sehat serta biaya operasional masih dapat memanfaatkan keuntungan serta tidak mengganggu modal yang dikumpulkan. Dengan demikian, maka untuk pengelolaan keuangan dengan cara manajemen tradisional dianggapnya lebih mudah. Hal ini terutama berkaitan dengan penambahan modal dan demi keamanan keuangan perusahaan karena yang memegang dan mengelolanya adalah pemilik perusahaan sendiri.

Kepercayaan terhadap manajemen tradisional ini terutama disebabkan karena selama ini secara turun-temurun dengan menggunakan manajemen tersebut dapat mengelola perusahaan dengan lebih baik. Secara umum manajemen tradisional ini diyakini akan memudahkan untuk menjaga kerahasiaan perusahaan, terutama yang berkaitan dengan produksi, jaringan pemasaran dan model serta desain. Hal ini dimaksudkan agar perusahaannya tetap dapat mempertahankan eksistensinya menghadapi persaingan pada dunia usaha yang cukup keras.



Gambar 16: Para pekerja di ruang *workshop* sedang mendiskusikan beberapa pesanan dari pembeli
(**Sumber** : Dokumentasi Pribadi pada tanggal 4 Agustus 2012)

4. H. Mulyanto

Mulyanto mulai merintis usaha tenun Troso sejak tahun 1998, awalnya hanya sekedar membantu usaha orang tua sebagai pemilik sekaligus pemimpin usaha tenun ikat Lestari Putra. Usaha keluarga yang dipimpin oleh ibu dari Mulyanto ini lebih mengkhususkan pada kain tebal tenun ikat yang banyak digunakan sebagai

bahan hiasan dinding maupun kain keperluan rumah tangga, misalnya untuk selimut maupun taplak meja.

Keikutsertaan Mulyanto menekuni usaha tenun ikat tersebut, didorong oleh kebiasaan dalam keluarga di Desa Troso. Setiap keluarga yang mempunyai usaha tenun Troso, maka dalam perkembangan selanjutnya akan diteruskan oleh anak-anaknya. Hal ini lebih tepat dianggap menjadi suatu tradisi, semua anak akan dilibatkan dalam usaha yang dirintis keluarga. Mengingat semua keluarga memang mayoritas menekuni usaha di bidang kain tenun Troso, adapun usaha lainnya tidaklah sebesar tenun Troso.

4.1. Tenun Ikat Lestari Indah Putra Sebagai Usaha Keluarga

Usaha yang statusnya masih milik orangtua tersebut, secara manajemen melibatkan seluruh anggota keluarga, dengan bidang-bidang keahlian yang berbeda. Mulai dari bagian produksi, pengadaan bahan sampai pada pemasaran, semua bidang yang ada di bawah koordinasi orangtua pemilik usaha keluarga tersebut, atau tepatnya sang ibu.

Usaha keluarga yang dalam perkembangannya kemudian melibatkan seluruh anggota keluarga tersebut, dirintis sejak tahun 1965. Awalnya menurut cerita dari orangtua, memang usaha tersebut dikerjakan oleh anggota keluarga saja, hanya melibatkan satu orang pekerja sebagai pekerja di luar keluarga. Mulai dari mengikat benang, mendesain sampai pemasaran dengan wilayah Jepara, Kudus dan Solo, semua dikerjakan oleh keluarganya. Mulyanto membantu usaha keluarganya itu sudah sejak SMP (1988), terutama ketika liburan ia ikut pameran ke Bali maupun ke Jakarta. Sehingga ia membantu usaha keluarganya terutama ketika liburan sekolah, baru setelah selesai sekolah tahun 1998, maka mulai membantu secara penuh.

Ketertarikan menekuni usaha tenun Troso ini karena memang setiap hari yang dihadapi ya kegiatan tenun Troso, kemudian kedua karena ada *profit* atau keuntungan serta berusaha meneruskan agar sejarah usaha keluarga itu tidak putus. Sehingga orangtua menamakan usaha keluarga tersebut dengan nama Tenun Ikat Lestari Indah Putra.

Untuk mencoba pekerjaan lain, Mulyanto mengaku belum pernah, karena begitu menekuni tenun

Troso langsung cocok dan berusaha ingin melestarikannya sebagai usaha keluarga secara bersama-sama. Di samping itu juga ada keyakinan melihat perkembangan yang ada, menekuni usaha tenun Troso lebih menguntungkan dan memberi masa depan yang baik di samping usaha lainnya yang ada di Jepara. Untuk usaha keluarga ini, Mulyanto tidak mengikutsertakan istrinya karena dia sendiri hanya merupakan salah satu pengelola saja, disamping itu juga karena kebetulan istrinya sudah mempunyai pekerjaan sebagai PNS pada Departemen Kesehatan. Berikut ini gambar *showroom* sekaligus *workshop* Tenun Ikat Lestari Indah Putra.



Gambar 17 : Peneliti di depan tempat pembuatan tenun ikat “Lestari Indah Putra”

(**Sumber** : Dokumentasi Pribadi Pada Tanggal 4 Agustus 2012)

4.2. Proses Produksi dan Manajemen

Dalam mengelola usaha keluarga tersebut, tempat ini menggunakan manajemen tradisional dan sangat sederhana. Artinya, semua kegiatan usaha hanya dilakukan pencatatan dalam buku dalam bentuk pemasukan dan pengeluaran, ditambah dengan hutang dan piutang. Sedangkan struktur organisasinya tidaklah jelas namun ada pembagian tugas secara sederhana. Antara lain, ada yang bertugas dalam pengawasan dipegang keluarga sendiri, produksi yang dibagi sesuai bidangnya melibatkan orang luar terutama tenaga kerja, pemasarannya dipegang 4 orang dengan melibatkan orang luar semua atau saudara jauh. Peran yang paling sentral dan utama adalah pengawasan sehingga memang harus dipegang sendiri oleh anggota keluarga utama.

Tugas pengawasan, adalah setiap hari memantau kerja di ruang pengolahan serta melihat persediaan bahan baku serta desain yang sudah disiapkan. Dalam mengkoordinasikan tugas pengawasan tersebut memang tidak ada pembatasan yang jelas, namun secara alamiah akan tertata sendiri orang-orang dari anggota keluarga tersebut. Sehingga dalam manajemen ini tampak adanya

double tugas antara tugas pengawasan, pemimpin serta sekaligus pemilik usaha.

Usaha keluarga Tenun Ikat Lestari Indah Putra tersebut melibatkan seorang ibu sebagai pemilik sekaligus pemimpin serta ketiga anaknya laki-laki dengan tugas yang berbeda dan diseleksi secara alamiah. Mulyanto bertugas sebagai pemasaran, kemudian anak laki-laki nomor satu di bagian produksi sekaligus mendesain motif-motif yang akan diproduksi.



Gambar 18. Seorang pekerja di Usaha Keluarga Tenun Ikat Lestari Indah Putra

(**Sumber** : Dokumentasi Pribadi Pata Tanggal 4 Agustus 2012)

Umumnya usaha keluarga mengalami kesulitan ketika harus menerapkan manajemen yang bersifat profesional. Untuk mengantisipasi hal tersebut memang

tidak mudah, apalagi seperti pada perusahaan ini saja semua pengelolaan perpusat ke orangtua dalam hal ini ibu yang berfungsi sebagai pemimpin perusahaan sekaligus juga pemiliknya. Tampaknya untuk melakukan regenerasi tersebut tidak mudah karena ibu yang memimpin usaha masih belum ada keinginan untuk melakukan regenerasi. Untuk kelanjutan usaha belum dirancang secara mendetail, mengingat usaha tersebut bagi orang tua dianggap sebagai *hiburan* di masa tua, sementara bagi anak-anaknya yang melanjutkan usaha tersebut dianggap sebagai ladang penghasilan utama sehingga harus dikelola dengan sungguh-sungguh.

Sementara kalau anak-anak bekerja di luar atau mendirikan usaha skala kecil sendiri, ada anggapan bahwa usaha yang dikelola anak-anaknya sebagai pesaing usaha orangtua. Hal inilah yang ingin dihindari oleh anak-anak, namun juga menjadi masalah pengembangan usaha keluarga selanjutnya. Sebenarnya sebagai anak, Mulyanto menyadari manajemen bentuk yang selama ini dilakukan tidak atau kurang efektif, namun kondisi tetap dipertahankan untuk menjaga perasaan orangtua sebagai pemilik usaha keluarga tersebut. Mengingat orangtuanya juga sebenarnya sudah

berusia 70 tahun, dan hal ini seringkali dikomplain oleh teman-teman sesama pengusaha maupun pelanggan yang umumnya sekarang banyak ditangani generasi-generasi muda. Namun anak-anak masih berusaha menjaga perasaan orangtuanya, sehingga regenerasi tersebut ditunggu sampai orangtuanya menyerahkan kepada anaknya tersebut.



Gambar 19. : Proses pengolahan bahan baku tenun ikat di Usaha Keluarga Lestari Indah Putra
(**Sumber** : Dokumentasi pribadi pada tanggal 4 Agustus 2012)

Dengan regenerasi yang tidak berjalan dengan lancar ini sebenarnya sudah disadari resikonya. Namun tidak ada alternatif lain yang lebih baik, sehingga untuk

sementara ini dijalani seperti yang ada dulu. Kesiapan generasi penerusnya juga tidak maksimal, karena orangtuanya memang tidak menyiapkan adanya regenerasi dengan cepat. Anak-anak dari keluarga usaha lestari ini juga mengakui bahwa orangtuanya mempunyai etos kerja yang cukup tinggi karena di usianya yang sudah tua tersebut masih mempunyai semangat kerja yang baik. Hal ini dibuktikan dengan tingkat daya ingat yang baik, terutama berkaitan dengan penugasan yang diberikan kepada anak-anaknya. Bahkan seringkali orangtuanya masih ingat, anak yang disuruh justru sudah lupa. Kemungkinan hal ini memang sudah menjadi kelebihan generasi tua, tanpa catatan masih mengingat apa yang sudah dikerjakan dan akan dikerjakannya. Untuk catatan yang dibuat orangtua, biasanya berkaitan dengan hutang-piutang, sedangkan untuk generasi muda sekarang semua aktivitas usaha harus dicatat untuk memudahkan koordinasi pekerjaan.

Sedangkan pekerjaan yang berkaitan dengan saldo barang dan pemasaran tersebut ada yang menanganinya sendiri. Disamping melakukan produksi sendiri maka perusahaan ini juga melakukan mitra dengan para pengrajin yang jumlahnya ada sekitar

sepuluh (10) perajin. Untuk menangani setoran-setoran dari perajin tersebut masih dilakukan orangtua (Ibu), biasanya semua tagihan catatannya ada pada Ibu. Dengan demikian maka ada tiga buah catatan tagihan, pertama dipegang oleh Ibu, kedua oleh petugas yang menangani pembukuan sedangkan satunya dipegang oleh mitra usahanya. Hal ini untuk menghindari resiko yang mungkin terjadi, sehingga Ibu selaku pemilik usaha tetap dilibatkan dan memegang tugas yang penting karena kegiatan tersebut dimaksudkan sebagai hiburan.

Berkaitan dengan proses produksi sesuai dengan bagian-bagiannya yang bekerja di bawah pengawasan pemilik usaha. Dengan demikian maka tugas seorang pengawas sebenarnya sangat beragam. Mulai dari mengawasi pekerjaan teman-temannya, memenuhi kebutuhan produksi dengan jumlah pekerja sekitar 30 orang dengan tenaga pendukung 20 orang yang melakukan pekerjaan di rumah masing-masing. Tenaga pendukung tersebut, antara lain melakukan pekerjaan mengikat dan membuka ikatan. Dengan demikian yang dikerjakan di rumah produksi hanyalah tenaga tenunnya.

Dalam sehari, secara keseluruhan mampu memproduksi 5.000 meter, dengan jumlah tersebut

sebenarnya belum mencukupi kebutuhan pasar sehingga diperlukan mitra usaha tersebut. Bentuk hubungan dengan mitra dalam perkembangannya sekarang lebih terbuka, hal ini dapat dibandingkan dengan bentuk hubungan mitra dengan tahun 80-an. Pada masa dulu, mitra dianggap sebagai anak angkat. Sedangkan tugas bapak angkat, mencari pekerjaan, menyiapkan bahan dan memasarkannya. Namun dalam masa sekarang ini, hubungannya tidak terlalu mengikat. Mulai tahun 2000 an, kalau ada order diberikan kepada beberapa mitra, sedangkan mitra diberi kebebasan untuk memasarkannya serta tidak mengikat harus ke pemberi order.



Gambar 20. : Proses pembuatan tenun ikat troso di
Usaha Keluarga “Lestari Indah Putra”

(**Sumber** : Dokumentasi Pribadi pada tanggal 4 Agustus
2012)

Berkumpulnya pengrajin-pengrajin tenun Troso tersebut biasanya memberikan fasilitas untuk melakukan pameran. Biasanya kalau pameran dikoordinasikan oleh lembaga maka membayarnya dapat secara bebas atau tanpa membayar, maupun *sharing* atau ditanggung bersama-sama maupun ditanggung sendiri. Namun dengan melalui lembaga maka pengrajin memperoleh informasi mengenai pasar tenun Troso. Melalui lembaga biasanya biaya yang harus ditanggung oleh pengrajin lebih murah karena lembaga umumnya mempunyai jaringan ke instansi.

Persaingan antara pengusaha pada tataran menengah ke atas itu lumayan wajar yang artinya sehat. Biasanya yang cenderung merusak adalah pengrajin kecil, karena kadang-kadang pengrajin menjual keluar sendiri. Ketika menjual keluar itulah, mereka tidak menghitung biaya produksi yang dikerjakan anaknya, istrinya, hal tersebut tidak dihitung. Tindakan yang dilakukan inilah biasanya akan merusak harga.

Kedua, yang pengrajin kecil tersebut tidak mempunyai *standart* sehingga berusaha mencari untung sebesar-besarnya. Biasanya caranya dengan melakukan kombinasi bahan baku dengan harga yang lebih murah

dan berusaha akan menjual dengan harga yang tinggi. Hal ini berbeda dengan pengusaha menengah ke atas yang biasanya mempunyai pangsa pasar Lestari Indah Putra. sendiri. Sehingga sudah mempunyai *standart* sendiri. Sedangkan untuk pengusaha besar, sudah mempunyai produk unggulan seperti di tempat Pak Carik (Jamal) mempunyai produk unggulan polosan, sedangkan pengusaha Lestari mempunyai produk unggulan bahan-bahan tebal. Kain tersebut dapat dipakai untuk hiasan dinding, taplak,selimut, syal dan kain-kain tebal tersebut tidak diproduksi di tempat lain. Umumnya dimanfaatkan untuk bantalan (Aceh), biasanya laku di Jakarta, di kota besar, mempunyai rangkap 12 benang. Untuk merangkap benang sebanyak dua belas dan mempertahankannya untuk tidak “lari” tersebut membutuhkan keahlian tersendiri dan hal ini menjadi kompetensi dari produk Lestari.

Cara menenun ATBN tapi modelnya *jeblokan*, dengan *standart* harga Rp 225.000,- per lembar , sedangkan yang tipis hanya seharga Rp 65.000,-. Adanya kemungkinan dilengkapinya ruang pameran dengan tempat produksinya, hal tersebut merupakan tindakan yang bagus. Hal ini juga menjadi salah satu cara untuk

memotivasi pembeli datang, karena ingin melihat proses produksinya. Apa yang dilakukan pembeli dimaksudkan agar pembeli dapat menghargai proses produksi dan menghargai patokan harga yang ada mengingat betapa rumitnya membuat kain tenun Troso yang membutuhkan ketekunan. Tenun Troso beberapa kali dibuatkan tempat pemasaran di luar Desa Troso, misalnya di pasar kerajinan serta kios di pantai Kartini.

Beberapa pengarjin yang menjual tenun Troso di sentra kerajinan di Tahunan juga tidak mengalami kesuksesan. Pembeli rata-rata membelinya langsung ke DesaTroso, hal ini dikarenakan ada keinginan untuk melihat langsung proses produksinya dan harganya juga lebih bersaing. Kecuali dengan produk tertentu dengan harga tertentu. Sebagai tempat untuk produksi maka diharapkan juga sekaligus sebagai tempat untuk mendisplay produknya. Tenaga yang memasarkan juga harus ramah dan menarik yang berkaitan dengan pelayanan.

Berbekal budaya lokal, sebageian besar masyarakat Troso bekerja dalam produksi kain tenun Troso, akhir-akhir ini desain tenun Troso berkembang dengan sangat pesat. Banyak tenaga-tenaga kreatif muda

yang membuat desain modifikasi kain tenun Troso dengan sangat bagus-bagus. Tadinya membuat tenun tersebut selalu diikat sekarang mengalami modifikasi. Tidak diikat dengan model dengan tenun dengan bahan yang murah kemudian dikombinasi dengan motif yang rumit-rumit, benangnya diambil lalu ditunen dengan kualitas yang lebih bagus. Hal tersebut pernah dilakukan pengrajin pada sekitar tahun 1990-an. Tapi pada saat sekarang menggunakan sistem yang digosok, benang yang seharusnya diikat kemudian digosok satu per-satu. Kelebihannya warnanya dapat lebih bervariasi, gosokan tersebut beda dengan celupan. Gosokan pengrajin dapat menonjolkan warna mana yang akan digosok. Metode ini merupakan cara terbaru dalam mengerjakan kain tenun Troso, kalau diprodukannya sejak tahun 1990-an pengrajin melakukan kombinasi dengan bordir. Kemudian menginjak tahun 2000-an pengrajin melakukan kombinasi dengan batik. Kalau tahun 2000-an disamping melakukan kombinasi dengan batik juga melakukan kombinasi dengan serat. Serat sutra dan dengan kain yang ikatan dengan batik, ditambah dengan berbagai kombinasi yang beragam. Antara lain lurik kombinasi

batik, ikat kombinasi batik, hal ini dimaksudkan untuk menaikkan harga jualnya.

5. Sunarto

5.1. Perjalanan Usaha

Kiprah Sunarto sebagai pengrajin tenun Troso dimulai dari proses *nyantrik* dari usaha tenun ikat yang dimiliki oleh orang tuanya. Bapaknya yang bernama Ramelan telah merintis usaha tenun ikat sejak tahun 1960-an. Sunarto mulai mandiri sebagai pengrajin sejak tahun 1970-an. Pada tahun 1990 dia memberi nama usahanya “Ampel Jaya” dengan kualitas produk yang menurut dia cukup baik.

Perjalanan hidup Sunarto di bidang tenun ikat dimulai saat keluar dari SMP. Pada awal terjun di bisnis ini, proses produksi pembuatan tenun masih menghasilkan produk *kantet*. Produk ini menghasilkan tenun ikat yang memakai sambungan tengah pada kain. Pada saat itu banyak permintaan dengan biaya produksi yang dapat dihemat. Produk yang dihasilkan merupakan produk dari hasil peralatan tenun tradisional. Dari peralatan tenun tradisional ini berkembang hingga menjadi ATBM atau Alat Tenun Bukan Mesin. Pada

awal produksi tahun 1969, tenun ikat Troso hanya melayani permintaan masyarakat lokal terutama sarung yang tengahnya disambung.

Perkembangan tenun ikat Troso terjadi pada tahun 1970-an. Pada periode ini, pengrajin tenun Troso mulai melakukan kerja sama dengan pengrajin dari Bali. Perintisan kerja sama dengan pengrajin Bali dilakukan oleh tokoh masyarakat Troso yang bernama Kusen. Produk tenun yang dipesan oleh pengrajin Bali mendorong dinamika pengrajin Troso. Permintaan semakin banyak karena mendapat “limpahan” pesanan produksi dari Bali. Mulai saat itu, tenun Troso berkembang agak pesat.

Dari sisi teknologi, dahulu proses produksinya hanya memakai alat tenun sederhana yaitu alat *Tenun Gedhog*. Alat tenun ini hanya menggunakan alat tradisional. Model alat ini dikaitkan di punggung sehingga sangat sederhana dan tidak memerlukan tempat yang sangat luas.

Alat tenun ini kemudian berkembang menjadi ATBM (Alat Tenun Bukan Mesin), dan disempurnakan menjadi ATBM semi otomatis. Alat tenunnya namanya *Jagar* yaitu komponen yang digunakan untuk melakukan

proses produksi lebih maju sedikit dari pada ATBM. Alat ini menggunakan mesin cakar untuk membuat motif dengan loncatan benang.

Sunarto yang telah mandiri menjadi pengrajin tenun ikat secara kecil-kecilan dimulai sejak tahun 1969. Dalam perkembangannya, pada tahun 1972 usaha yang dirintis mengalami kebangkrutan karena hasil produksinya sulit dipasarkan. Pemasaran hasil tenun ikat saat itu tidak terlalu luas. Hasil tenun ikat terutama sarung hanya untuk pasar lokal Jepara. Kondisi yang serba terbatas tersebut membuat produksi dan pemasaran menjadi kendala. Pada saat itu, secara kuantitas, produksinya berlimpah atau *over product*. Tetapi yang membutuhkan produk tenun ikat tidak terlalu banyak.

Dari sisi kreativitas, keahlian pengrajin tenun ikat dalam melakukan inovasi motif masih sangat monoton dan tidak didukung oleh perbankan sehingga sebagian besar pengrajin dan pengusaha mengalami kesulitan modal. Kondisi ini membuat keberadaan pengrajin menjadi *kembang kempis*.

Kondisi tenun yang demikian, membuat Sunarto banting setir menjadi kuli bangunan. Melalui kerja kuli ini, dia menabung perlahan-lahan dan pada tahun 1982

mulai lagi menjadi pengrajin tenun Troso. Keinginan untuk menjadi pengrajin tenun ini juga mengalami kegagalan pada tahun 1985 karena keterbatasan modal, pemasaran produk masih terbatas pada pasar lokal, dan keahlian yang terbatas. Selain itu produksinya masih dimonopoli oleh produk sederhana.

Pengrajin tenun ikat Troso mulai menggeliat pada era tahun 1988 pada saat Gubernur Jawa Tengah Ismail membuat kebijakan agar semua pegawai PNS di lingkungan Pemerintah Daerah se Jawa Tengah pada hari tertentu diwajibkan memakai tenun Troso atau lurik. Pada tahun 1988, produksinya tidak hanya berupa sarung saja tetapi juga menghasilkan kain dan produk yang lain. Kebanyakan kainnya dari jenis katun. Pada saat itu produknya sebagian besar dalam bentuk baju seragam sehingga pengrajin agak kewalahan dalam memproduksi.

Sejak saat itu, tenun lurik berkembang pesat. Mulai tahun 1990 tenun ikat atau lurik berkembang karena banyak permintaan. Pada tahun 1997, ketika terjadi krisis ekonomi atau moneter secara nasional, juga berdampak pada sebagian besar pengrajin tenun ikat. Sebagian besar pengrajin gulung tikar. Semua aktivitas produksi macet dan tersendat. Pada tahun 1999, ada

keinginan beberapa pengrajin untuk mulai melakukan kegiatan usaha tenun ikat, tetapi tidak berhasil. Namun semangat mereka tetap kuat untuk melanjutkan aktivitas usaha kerajinan ini.

Barulah pada tahun 2000, kegiatan tenun Troso kembali bangkit karena memperoleh banyak *order* atau pesanan dari Bali. Produksi tenun ikat Troso menjadi kewalahan akibat *order* dari Bali. Namun situasi ini tidak berlangsung lama karena pada tahun 2001 terjadi peristiwa pengeboman di Bali (Bom Bali I) sehingga banyak produksi yang dipesan dari Troso ditunda atau *dipending*. Sebelum terjadi Bom Bali I, pesanan dari Bali seperti biasa cukup banyak. Pesanan dari Bali tersebut sudah terlanjur dibuat oleh pengrajin Troso. Namun dengan adanya peristiwa Bali I, produksi tidak diambil oleh pengusaha Bali. Akibat peristiwa pengeboman di Bali membawa pengaruh *signifikan* terhadap kegiatan tenun Troso.

Kondisi tenun ikat Troso diperparah dengan adanya pengeboman kedua di Bali yang terkenal dengan sebutan Bom Bali II. Bom Bali I belum memulihkan kondisi ekonomi masyarakat Troso yang bergerak di sektor tenun, disusul adanya peristiwa bom Bali II yang

dilakukan oleh Amrozi cs. Adanya rentetan pengeboman di Bali sangat berpengaruh terhadap aktivitas tenun Troso. Hal ini disebabkan karena sebagian besar pengrajin tergantung pada pesanan *order* dari pengrajin dan pengusaha Bali. Produksi tenun ikat barulah kembali bergairah mulai tahun 2003-2004 saat permintaan dari Bali kembali meningkat pesat.

5.2. Pemasaran Produk

Sunarto, sebagai salah seorang pengrajin tenun ikat Troso menyadari bahwa kerajinan tenun Troso telah menjadi *brand image* Kota Jepara. Setidaknya, industri kerajinan yang menyerap ribuan tenaga kerja yang berpusat di Desa Troso, Kecamatan Pecangaan, masih menjadi salah satu "kiblat" produksi tenun tradisional untuk pasar lokal, regional, nasional, bahkan internasional.

Para pengrajin, termasuk Sunarto sebagian besar memasarkan hasil tenunnya ke *showroom* yang terletak di jalan besar Troso. Para pemilik *showroom* ini akan memasarkan produk di *showroom* dan sekaligus menjual produk ke berbagai daerah sesuai dengan pesanan. Pada awal usahanya, pemasaran produk terbatas pada lingkup

lokal Jepara. Baru pada tahun 1988, seiring kebijakan Gubernur Jawa Tengah, Ismail, tentang pemakaian lurik pada hari Jumat menjadikan pemasaran tenun Troso semakin luas. Tidak hanya sekitar lokal Jepara tetapi sudah merambah Jawa Tengah bahkan beberapa daerah di luar Jawa Tengah termasuk Bali. Bali merupakan tempat wisata dunia yang cukup terkenal. Di Daerah ini merupakan salah satu pasar dunia untuk tenun ikat, termasuk tenun Troso. Sebelum pengrajin Bali mengenal tenun ikat Troso, pengrajin Bali memesan produk tenun dari NTT, NTB, dan Sumba. Ketika tenun dari NTT dan Sumba tidak bisa memenuhi permintaan dari Bali, maka pengrajin Bali memesan dari Troso. Sejak saat itu, tenun Troso secara rutin menerima *order* dari Bali. Pada tahun 1980-an, permintaan produk Troso dari pengrajin Bali masih cukup tinggi sehingga dari sisi jumlah produk dan teknologi mengalami perkembangan.

Pada dasarnya, produk tiap musim atau tiap waktu selalu berkembang mengikuti *trend*. Pada tahun 1980-an hingga sekarang, aktivitas produksi tenun ikat mengikuti pesanan dari Bali. Jarang sekali pengrajin Troso mempunyai kreasi sendiri. Dampak *order* dari Bali ini membuat tenun ikat mempunyai tingkat

ketergantungan yang tinggi pada pengrajin Bali. Motif yang dibuat mengikuti selera pasar Bali sehingga mulai dari bahan baku, motif hingga kuantitas produksinya tergantung dari permintaan Bali. Meskipun demikian, pasar di luar Bali juga mulai dikembangkan oleh pengrajin dan pengusaha.

Dari sisi bahan untuk kepentingan proses produksi, terdapat beberapa jenis antara lain bahan jenis *full* katun, bahan dari sutera, dan bahan dari *polyester*. Produk yang terbuat dari bahan katun biasanya dipasarkan ke Bali. Adapun bahan tenun ikat yang terbuat dari sutera biasanya dipasarkan ke Jakarta, Bandung, Semarang, Yogyakarta, dan Surabaya. Bahan tenun dari *polyester* dipasarkan ke Bali dan Jawa.

Pemasaran produk yang dilakukan oleh para pengrajin tidak hanya dalam lingkup lokal tetapi sudah merambah manca negara. Beberapa negara yang menjadi tujuan ekspor antara lain negara-negara di kawasan Timur Tengah, Eropa, Asia, Amerika, serta Afrika. Wajar jika Pemerintah Kabupaten Jepara dan Pemerintah Propinsi Jawa Tengah selalu mempromosikan kerajinan warisan leluhur itu agar tetap eksis untuk masa depan.

5.3. *Display* Proses dan Produk

Pada dasarnya produk tenun ikat yang ditampilkan di *showroom* oleh para pengusaha adalah bahan jadi baik berupa kain ikat dan kain yang sudah dibuat baju. Selain itu masih ada beberapa produk yang dipajang di *showroom* seperti taplak meja, sarung bantal, *sprei*, saimpit, selimut, dan produk yang lain.

Sebelum produk tenun di *display* di *showroom*, proses pembuatan kain ikat dimulai dari tahap awal, yaitu dari bahan benang hingga diproses menjadi kain. Dalam proses pembuatan tersebut, pengusaha belum *mendisplay* secara integral dengan *display* produk. Artinya proses produksi dilakukan di lokasi lain yang terpisah dengan *showroom*. Proses produksi kadangkala dilakukan di tempat yang jauh, ada yang dekat, dan ada yang di belakang rumah dari pemilik *showroom*.

Pada dasarnya, Sunarto sangat mendukung *display* produk tenun yang dilakukan di *showroom* oleh pengrajin maupun pengusaha. *Showroom* sebagai media pemasaran sangat penting perannya dalam memajukan produk. Selain itu, ke depan selain *display* produk juga perlu ada *display* proses produksi di setiap *showroom*. Menurutnya, *display* proses produksi di *showroom* akan

memberi manfaat kepada para pengrajin dan pengusaha. Pengrajin akan mendapatkan manfaat karena bila pembeli banyak maka akan berpengaruh terhadap pesanan pengusaha ke pengrajin. Pada dasarnya *display* proses produksi di *showroom* tidak harus didorong karena kebutuhan sendiri dari para pengrajin dan pengusaha.

Kendala dalam *display* adalah lahan yang terbatas dan masalah kebersihan. Oleh karena itu, tidak semua *display* proses produksi dapat dilakukan oleh pemilik *showroom*. Hal ini disebabkan *display* proses produksi membutuhkan tempat yang luas, mempertimbangkan masalah kebersihan, dan membutuhkan pekerja dan peralatan yang banyak. Namun demikian *display* proses produksi dapat direalisasikan dan akan efisien pada tahapan tertentu yaitu proses akhir dari pembuatan kain. Pada tahapam pembuatan kain ini, tempat yang dibutuhkan lebih sedikit dan kebersihan tetap terjaga.

5.4. Proses Produksi

Pembuatan produk tenun ikat Troso dilakukan oleh penduduk yang bekerja kepada para pengrajin.

Pengrajin ini ada yang murni sebagai pengrajin dan ada yang pengrajin sekaligus pengusaha. Para pengrajin sebagian besar menjalankan proses produksi di daerah perkampungan Troso yang letaknya agak menjorok ke perkampungan. Sebagian besar hasil produk dari para pengrajin disetorkan kepada pemilik *showroom* yang terletak di pinggir jalan. Sebagian produk ada yang langsung dijual oleh pengrajin ke beberapa *supplayer* di beberapa daerah, dan ada yang dipasarkan sendiri.

Secara garis besar keberadaan pemilik *showroom* dapat diklasifikasikan menjadi beberapa jenis yaitu *pertama* pemilik *showroom* membuat sendiri atau memproses sendiri produksi dari awal hingga menjadi tenun ikat. *Kedua*, ada yang memproduksi sendiri, namun ketika ada kekurangan produksi, pemilik *showroom* mengambil tenun ikat dari pengrajin. Pada dasarnya para pengrajin kecil di Troso diambil oleh *showroom* yang terletak di pinggir jalan seperti Mulya Tunggal, Krajan, dan Limo Aplication. *Ketiga*, pemilik *showroom* mengambil semua produk dari pengrajin seperti yang dilakukan oleh perusahaan Dewi Shinta, Mulya Tunggal, Asri Jaya, dan lain-lain.

Kegiatan proses produksi tenun ikat Troso berbeda dengan kegiatan membatik. Proses produksi tenun Troso lebih *njelimet*, rumit, sedangkan kegiatan membatik lebih sederhana baik dalam proses maupun dalam hal peralatan yang digunakan. Proses produksi tenun Troso dimulai dari benang yang kemudian mengalami proses produksi hingga menjadi tenun ikat dengan melibatkan banyak tenaga kerja dan berbagai jenis peralatan. Adapun proses batik hanya membutuhkan *canting*, kain, malam, dan alat sederhana. Proses batik juga tidak banyak memerlukan lahan yang luas.

Ada 2 (dua) tahapan dalam melakukan kegiatan proses produksi pembuatan tenun ikat yaitu *Lusi* dan *Pakan*:

1. Proses Persiapan *Lusi*

Lusi berasal dari kata *lungsi* yaitu benang yang arahnya memanjang. Dalam proses ini, kain pada awalnya berasal dari benang yang arahnya memanjang (*lusi*). Persiapan benang yang dilakukan dalam proses lusi ini antara lain

- a. Pencelupan

Yaitu suatu proses memberi warna pada benang.

b. *Pengelosan*

Yaitu memasukkan benang ke dalam *dugel spull*.

c. *Menghani*

nyeker, yaitu *spull* ditaruh dirak dan dipindahkan ke tambur

d. *Ngebong*

Memindahkan benang dari tambor hani ke alat
BOM

e. *Mencucuk*

Pada proses ini dimasukkan ke alat atau mata
GUN. *Sling gun* supaya terjadi anyaman.

Tahapan a sampai e merupakan persiapan *lusi*.

2. Proses *Pakan*

Pakan merupakan proses untuk memakani kain
supaya terjadi anyaman. Proses pakan antara lain
:

a. *Ngelos*

Ngelos merupakan proses memutar benang
atau memindahkan benang ke alat *los*.

b. *Ngeteng*

Memindahkan benang atau menata benang
dari rak benang ke alat *plangkan*

c. Membuat motif (seperti orang membatik)

- d. Motif diikat dengan rafia oleh tenaga ahli
Tenun Troso dikatakan tenun ikat karena motifnya diikat.
- e. Motif dicelup semua.
- f. Dilakukan Bongkar
- g. Benang yang telah dimotif dipisahkan satu persatu
- h. *Dipalek* (memalek)
Memindahkan benang dari dari bentuk *streng* ke *paletan*.
- i. Menenun

5.5. Tenaga Kerja

Sebagai seorang pengrajin, Sunarto ini mempunyai 34 unit alat penenunan. Masing-masing alat harganya sekitar 1 juta hingga 1.1 juta per unit. Masing-masing alat penenunan menghasilkan 4 meter per hari. Jadi kalau semua tempat penenunan ini bekerja maka dalam sehari Sunarto menghasilkan produk kain tenun ikat sebanyak 136 meter. Harga 1 meter sekitar 35 hingga 45 ribu rupiah.

Dia mempekerjakan sekitar 30 orang pekerja wanita. Upah bagi tenaga laki-laki sebesar Rp. 38.700,-

per hari. Adapun upah bagi tenaga desain dengan waktu 1.5 jam sekitar Rp. 40.000,-. Tenaga desain ini membutuhkan keahlian khusus dan tenaganya terbatas sehingga upahnya menjadi mahal. Pekerja tenun laki-laki sebanyak 34 orang dan pembantu pekerja tenun sebanyak 34 orang. Para pekerja berasal dari Desa Troso sendiri, dan ada yang berasal dari Desa Ngeling, Sowan Kidul, dan Sowan Lor.

Setiap Jumat, para pekerja libur dan *showroom* sebagian besar tutup. Kegiatan budaya yang dilakukan oleh masyarakat Troso antara lain slametan, ziarah, dan melakukan ibadah haji.

6. Sholikhul Huda (*House of Hoeda's*)

Sholikhul Huda adalah salah satu pengusaha tenun Troso. Hoedas yang berarti Hoeda Solikul. Nama ini muncul karena ada banyak nama yang sama, maka Hoedas membuat identitas tersendiri. untuk membedakan dengan yang lainnya. Hoedas merintis usahanya pada tahun 1989, bermodalkan pinjaman dari kakaknya, berupa uang Rp 750.000,- dan mesin tenun satu set. Pada awal usahanya ini, proses produksi masih dikerjakan sendiri dengan dibantu satu orang tenaga kerja.

Dikarenakan pada awal usahanya belum mempunyai pelanggan tetap. Hoedas memasarkan hasil tenunnya sendiri ke Malioboro, Yogyakarta dan pasar-pasar di Jakarta. "Wah pada waktu itu, laku minimal Rp 400.000,- dan kalau beruntung sampai Rp 2.000.000,- sekali jalan. Itu sudah mujur", paparnya sembari mengenang.

Di bawah payung usahanya "*House of Hoedas*", yang terletak di jalan Bugel-Troso km 1,5 Pecangaan Jepara, satu tahun kemudian usahanya, berkembang dengan ditambahkan tiga mesin tenun. Dari tahun ke tahun usahanya semakin berkembang. Selain itu, sekarang telah mempunyai 100 orang tenaga kerja yang berasal dari masyarakat sekitar. Masalah pemasaran, Hoedas sudah mantap karena telah mempunyai pasar tetap, yaitu pembatik di daerah Pekalongan, Yogyakarta, Sragen dan pasar di Jakarta.

Pada tahun 1991 di Jakarta, Hoedas bertemu dengan seorang desainer yang memberi motivasi untuk berani bereksperimen, artinya berani coba-coba membuat motif yang tidak umum. Motif umum adalah motif yang mempunyai corak dasar garis, kotak, bulat, dan bentuk

dasar lainnya, Itulah sebabnya, Hoedas berani mencipta motif lain bercorak flora fauna untuk pasar tertentu.

Prinsip berani bereksperimen ini, yang tetap dipegang oleh Hoedas sampai sekarang, mampu membuat usahanya eksis dalam persaingan dan perebutan pasar kain tenun Troso. Prinsip berani bereksperimen, menurut Irawan dan Suparmoko, Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Gajah Mada (UGM) Yogyakarta, termasuk tipe pengusaha *innovating entrepreneur*, yaitu orang atau pengusaha yang bersifat agresif dalam percobaan-percobaan dan ingin atau tertarik pada kemungkinan-kemungkinan untuk dapat dipraktekkan (Ekonomika Pembangunan, 1998).

Inovasi baru Hoedas, tahun 1999 menciptakan perpaduan antara sutera dengan berbagai serat, antaranya pisang, nanas, lidah mertua, rafia, bulu ayam dan tembaga. Untuk serat tembaga pernah mengusik hati perancang asal Negara Singapura, sehingga langsung dibeli. Tidak hanya itu, terobosan terbarunya adalah perpaduan antara sutera dengan batik, yang nilai jualnya memang relatif tinggi karena dijamin bagus kualitasnya.

Kemajuan menghampiri Hoedas. Terbukti, dalam beberapa even perlombaan, Hoedas berpartisipasi dan

mampu memperoleh juara. Diantaranya, juara 3 lomba perancang busana tenun dan serat, di Hotel Horison Jakarta, tahun 2003. Juara I di Hotel Patra Jasa Semarang tahun 2004. Juara harapan 2 dari 190 peserta di Jakarta, tahun 2005. Sementara itu, tidak ketinggalan pula berpartisipasi dalam pameran tahun 2004, di Hotel Sahid Jakarta.

Sholikhul Huda meneruskan usaha yang dirintis orang tuanya pada tahun 1988, dengan modal seadanya. Baru pada tahun 2006, usaha yang sudah menggunakan label *House of Huda's* ini mencoba mendapat bantuan lunak lewat Pelabuhan Indonesia III (Persero) Cabang Tanjung Emas. Pinjaman awal yang diterima adalah Rp.10.000.000,-. Bertolak dari semua ini, usahanya semakin berkembang, hingga selain mampu membangun *showroom*, juga memiliki *workshop* di tepi jalan kecil di Desa Troso yang sehari-harinya tampak lengang.

Perusahaan yang didirikan oleh Sholikhul Huda ini berkembang cukup pesat karena selain sebagai pengusaha, dia juga pengrajin, dan desainer. Pengusaha ini merupakan pemilik *showroom Hoeda's House*. Di *showroom* ini, produk yang dibuat sendiri dipajang untuk dijual. Dalam proses produksi tenun ikat, dia

melakukannya di belakang rumah yang jaraknya sekitar 5 meter dari *showroom*.

Pada mulanya usaha tenun ikat cukup berat. Tetapi dengan adanya kebijakan pemerintah untuk mendorong industri kerajinan tenun sering membuat kewalahan menerima *order* dari pelanggan. Oleh sebab itu, pengusaha ini masih memerlukan tambahan modal untuk pengadaan peralatan mesin produksi agar usaha bisa mengarah ke industri semi mesin. Dari dana segar yang ada, lebih dikonsentrasikan dalam penyediaan bahan baku mulai dari benang, kain putih dan bahan-bahan penolong lainnya.

Industri tenun dan batik memang sedang mendapat angin. Selain itu, juga terdapat kemudahan dalam pengadaan barang baku maupun penolong. Hal ini berbeda dengan masa lalu, ketika bahan baku dan penolong industri batik masih berada dalam monopoli segelintir pedagang. Sekarang pengadaan bahan baku dan penolong justru banyak ditawarkan secara langsung oleh tenaga pemasaran dari perusahaan-perusahaan PMA asal India maupun China yang keluar masuk sentra industri tenun dan batik untuk menawarkan dagangannya. Harganya pun kian terjangkau, kalau pada masa lalu

harga benang sempat mencapai Rp.320.000,- per bal, kini bisa dibeli dengan harga Rp.290.000,-.

6.1. Tenaga Kerja

Dalam perjalanan usahanya, tenaga kerja yang terdapat di *Hoeda's House* ada yang berasal Desa Troso, desa sekitar, bahkan ada yang dari luar kota seperti Pemalang dan Solo. Pada tahun 2008, menurut Huda kalau hanya mengandalkan pekerja dari Desa Troso dan sekitarnya, cukup sulit karena kebutuhan tenaga kerja mencapai 120 orang setiap bari. Demikian juga usaha kerajinan lain juga memerlukan tenaga kerja yang kurang lebih sama banyaknya. "Kami terpaksa harus "mengimpor" 30% tenaga kerja dari Solo dan Pemalang, sedang 70% lainnya kami ambil dari desa-desa tetangga dan pekerja dari desa Troso sendiri", kata Huda.

Tumbuhnya industri kerajinan rumahan di Troso, ternyata membawa dampak positif bagi masyarakat sekitarnya. Yang terjadi bukannya persaingan antar pengrajin yang umumnya penduduk asli setempat, tetapi bagaimana tetap menjalankan roda usaha dengan dukungan tenaga kerja yang makin sulit dicari. Pada tahun 2008, *Hoeda's* mengoperasikan 100 unit alat tenun

bukan mesin (ATBM) serta 2 unit alat tenun mesin yang dalam seminggu memiliki perputaran omzet sampai sekitar Rp. 30.000.000,-.

Dampak positif dari tumbuhnya industri rumahan di Troso, bukan hanya terjadi di sektor ekonomi. Tetapi juga pada sektor-sektor lainnya, seperti tumbuhnya industri rumahan di Troso, maka sulit ditemukan pemuda atau remaja yang tidak bersekolah menganggur. Bahkan dalam sektor keamanan, juga terjadi penurunan angka kriminalitas secara drastis.

6.2. Manajemen

Sebagai seorang pengusaha dan sekaligus seorang pengrajin, manajemen perusahaan dipegang oleh pihak keluarga dalam hal ini istri. Manajemen perusahaan yang modern belum dikelola secara baik dan profesional. Dari banyak pengusaha di Troso, menurut dia hanya perusahaan Srikandi Ratu saja yang telah menerapkan manajemen profesional, lainnya dikelola oleh keluarga

6.3. Produk

Sholihul Huda mempunyai tekad untuk memadukan produk tenun ikat dengan bahan baku dari

limbah-limbah sekalipun. Dia saat ini telah menemukan beberapa perpaduan motif tenun ikat yang bahkan digemari para desainer dari Singapura dan desainer dalam negeri. Khusus untuk *fashion*, ia telah merancang kombinasi sutra dengan limbah serat akarwangi, sutra dengan limbah bulu ayam kampung, sutra dengan tembaga, bahkan sutra dengan tali rafia. Menurutnya, "Beberapa waktu lalu, produk-produk ini telah dibawa seorang rekan desainer dari Singapura untuk gelar *fashion* di sana". Selain itu dia memproduksi berbagai jenis tenun dan motif serta desain yang dibuat sendiri. Dia bersama istri mengembangkan produk tenun yang dipadukan dengan batik. Produk batik yang dipadukan tenun merupakan batik desain sendiri dengan motif Jepara.

Di *showroom*nya terdapat berbagai produk hasil kreasinya sendiri baik untuk wanita maupun untuk pria. Bahkan dalam desain yang dirancang bisanya diproduksi secara terbatas (*limited edition*). Seperti *showroom* yang lain, dia juga memajang berbagai produk baik itu sarung, berbagai jenis kain tenun, selendang, dan banyak produk yang lain.

Produk yang dihasilkan oleh *House of Huda's* juga seringkali dilombakan pada *event* lomba perancang busana. Pada tahun 2008, Huda merancang "Jasmo Menyang Kutho". Sholihul Huda, perajin tenun ikat ini menampilkan aplikasi jaket, jas dengan model kimono. Dengan mengetengahkan kain tenun ikat motif wajik warna biru keabu-abuan, kombinasi serat kain dari serat kayu yang ramai warna. "Jasmo" diseteli dengan celana semi sarung dengan motif bagian atas yang bisa dipakai untuk acara pesta atau acara lain yang informal. "Yang pasti *jasmo* akan tampil keren di mana saja", katanya.

Tampilnya produk tenun dengan berbagai desain membuktikan bahwa pamor tenun Troso semakin cemerlang. Usaha tenun Troso terus berkembang dari hari ke hari di tengah kecenderungan lesunya pasar dan ketatnya persaingan tenun ikat dari berbagai daerah.

6.4. Proses Produksi

Proses produksi dari perusahaannya sama dengan perusahaan tenun yang lain. Tetapi, di perusahaan ini terdapat kekhasan produk dalam proses produksi. Pada tahun 2008-2010, proses produksi diarahkan untuk

membuat kain tenun putih untuk *mensuplay* kebutuhan kain di Pekalongan.

Dalam proses produksi, dia mendesain tenun sendiri karena dia merupakan desainer nasional yang telah banyak memperoleh penghargaan nasional. Desainnya kreatif karena dia berjiwa seni.

Batik Troso memiliki ciri khas kombinasi batik tulis dan tenun ikat. Produk ini dikenal dengan pencelupan yang menghasilkan warna-warna cerah mencolok. Mungkin karena pesona warna khas batik Troso, selama berlangsungnya pameran di Kuala Lumpur yang lalu, telah terjadi transaksi cukup signifikan oleh pembeli perorangan maupun pengusaha ritail.

Dalam proses produksinya, perusahaan *Hoeda's* ini mempunyai mesin tenun 50 unit. Biasanya 1 mesin tenun mampu menghasilkan 3 meter kain ikat/hari. Kalau 50 unit tenun maka produksi yang dihasilkan perhari sekitar 150 m. Produksi paling banyak terjadi pada tahun 2002-2008 karena banyaknya permintaan kain tenun dari Pekalongan. Harga rata-rata kain ikat sekitar Rp. 40.000,- hingga Rp. 60.000,- per meter. Bahan benang yang digunakan untuk memproduksi kain tenun diperoleh dari Bandung. Benang dari Bandung ini harganya lebih murah

bila dibandingkan dengan harga benang yang berasal dari India. Selain memproduksi kain tenun dari bahan katun, dia juga memproduksi kain tenun dari bahan sutera. Harga kain sutera sekitar Rp. 150.000,- per meter. Bila dibandingkan dengan harga kain katun yang hanya Rp. 40.000,- hingga Rp. 50.000,- per meter, maka harga kain sutera terpaut cukup tinggi.

6.5. Pemasaran

Produk dari perusahaan *Hause of Huda's* dipasarkan di Surabaya, Jakarta, Yogyakarta, dan Pekalongan. Produk kain tenun yang dipasaran ke Pekalongan biasanya warnya tenun putih. Harga kain tenun putth 1 meter berkisar antara sekitar Rp. 20.000,- hingga Rp. 100.000,- . Selain di pasarkan di luar daerah, tenun ikat juga dipasarkan melalui melalui perorangan. Pembeli perorangan ini biasanya datang ke *showroom* untuk membeli kain sekitar 10-50 meter. Kain yang dibeli digunakan untuk seragam PNS, kegiatan mantu, dan kegiatan yang lain.

Pemasaran tenun ikat ke Pekalongan mengalami masa *booming* pada tahun tahun 2002 hingga 2008. Rata-rata produk kain tenun ikat yang dipesan sekitar

1.000 meter setiap bulan. Pada awal pemasaran di Pekalongan pada periode tersebut berjalan dengan lancar. Namun memasuki tahun tahun 2008, pemasaran ke Pekalongan mengalami penurunan. Pengusaha ini mengurangi pemasaran ke Pekalongan hingga menjadi 100 meter per bulan. Berkurangnya produk tenun yang dikirim ke Pekalongan karena pengusaha Pekalongan sering “nunggak” atau terlambat dalam pembayaran. Pengusaha menjadi malas mengirim barang ke Pekalongan. Untuk mengantisipasi soal pembayaran, pengusaha tenun ikat mengubah pola atau sistem pembayaran yaitu bila ada uang baru produk dikirim. Artinya sistem pembayaran yang semula bisa jatuh tempo menjadi sistem pembayaran *cash*.

Produk yang dipasarkan tidak semuanya tenun ikat. Tetapi ada juga produk batik Jepara yang dibuatnya sendiri. Bahkan dia melakukan terobosan dengan mengkombinasikan produk tenun dengan batik dalam satu produk bahan kain maupun produk jadi. Produk tenun murni dan produk kombinasi tenun-batik di pajang di *showroom* untuk dipasarkan. Pemasaran juga dilakukan melalui kegiatan pameran, terutama pameran di Jakarta dan di kota-kota besar di Nusantara.

Di Troso dan di *showroomnya* ini, pada musim-musim tertentu, seluruh desa itu menjadi ramai dikunjungi wisatawan lokal maupun mancanegara yang bermaksud membeli busana batik sebagai cenderamata khas Troso. Untuk melayani pembeli, *House of Huda's* memproduksi berbagai macam busana batik mulai bahan yang belum dijahit, busana muslim, kemeja berbagai model hingga *bed-cover*.

Kendati telah memiliki pengalaman menjual di tataran regional, tetapi H. Huda mengaku belum berani bila harus *go internasional* secara penuh. Masalahnya tidak terletak pada kekawatiran bersaing dalam kualitas produk yang dihasilkan, tetapi pada keterbatasan dalam volume produksi yang harus disiapkan. Dengan keterbatasan modal, tenaga kerja dan fasilitas prosesing, membuat pengrajin harus memilih untuk membatasi penjualan di pasar domestik seperti Jakarta, Surabaya, Denpasar, Bandung, Semarang dan beberapa kota di luar Pulau Jawa.

Beberapa tahun lalu ia pernah mendapat pesanan pembuatan baju seragam untuk memenuhi kebutuhan pegawai di satu provinsi. Untuk memenuhi *order* tersebut, ia sempat bekerjasama dengan sesama perajin

yang ada di Troso. Tetapi setelah pesanan diserahkan, ia menerima *complain* karena terjadi kelambatan *delivery* dan ketidaksamaan hasil produk yang satu dengan lainnya. Bertolak dari pengalaman seperti itu, ia tak berani mencoba untuk melakukan pemasaran ke luar negeri, yang *buyernya* dikenal sangat teliti dalam waktu penyerahan barang dan kualitas produk yang diterima.

6.6. Mitra Binaan

Pada tahun 2006, usaha yang sudah menggunakan label *House of Huda's* ini menjalin kemitraan dengan Pelindo. Dia mendapat bantuan lunak lewat Pelabuhan Indonesia III (Persero) Cabang Tanjung Emas. Pinjaman awal yang diterima adalah Rp.10.000.000,-. Bertolak dari semua ini, usahanya semakin berkembang, hingga selain mampu membangun *showroom*, juga memiliki *workshop* di tepi jalan kecil di Desa Troso yang sehari-harinya tampak lengang.

Mitra binaan Pelabuhan III *House of Huda's*, merupakan salah satu pelaku industri kerajinan yang pada tahun 2007 lalu sempat difasilitasi untuk ikut pameran kerajinan Indonesia di Kuala Lumpur. Pada pameran akbar tersebut, Haji Huda dapat mencermati bahwa

sebagian besar produk kerajinan baik yang diklaim sebagai "Made in Malaysia" ternyata merupakan barang yang diimpor dari Pekalongan untuk batik cap dan dari Surakarta untuk batik tulis halus.

Sejak tahun 1992, dia melakukan kemitraan dan dibimbing oleh para desainer nasional untuk mengembangkan rancangan desain tenun Troso. Setelah itu hampir bisa dipastikan satu bulan dua kali Huda dapat order dari Nelwan Anwar, desainer dari Jakarta. Selain dengan Nelwan, dia kenal dengan desainer yang lain seperti Itang Yunaz, Carmalita, Susi Hedijanto, Hendry Capri, dan rumah mode Prajudi.

E.Kekuatan dan Kelemahan Tenun Troso

Kelembagaan Sentra Tenun Ikat Troso diawali dengan adanya paguyuban pengrajin tenun yang berfungsi sebagai wahana untuk memecahkan permasalahan-permasalahan yang dihadapi oleh para pengrajin. Berawal dari adanya paguyuban tersebut, kemudian dibentuk Koperasi yang dinamai Koperasi Gotong Royong (Pemda Jepara, 2006: 70).

Hingga tahun 2006 jumlah pengrajin tenun ikat Troso di Kabupaten Jepara berjumlah 118 pengrajin dan

yang sudah memiliki ijin usaha yang terdaftar di Dinas Indagkop Kabupaten Jepara sebanyak 34 unit usaha. Mengacu pada hasil penelitian tahun 2006, maka para pengusaha tenun Troso ada yang telah memiliki usaha cukup lama 16 tahun, ada yang 17 hingga 26 tahun, ada yang memiliki usaha sejak 27 hingga 36 tahun, dan ada yang sejak 37 hingga 46 tahun yang lalu (Pemda Jepara, 2006: 73)

Adapun bentuk usaha yang dimiliki oleh UKM kerajinan Tenun Ikat Troso ada yang perusahaan perseorangan dan hanya sedikit yang bentuknya firma. Dari pemilik usaha tersebut, ada yang didirikan sendiri, dan ada yang warisan dari orang tua yang bersifat turun temurun.

Berdasarkan penelitian tahun 2006 ada pengrajin yang memiliki tenaga kerja kurang dari 5 orang, ada yang memiliki 5-10 tenaga kerja, ada yang memiliki 11-20 tenaga kerja, ada yang memiliki 21-30 tenaga kerja, ada yang memiliki 31-40 tenaga kerja, dan ada yang memiliki tenaga kerja lebih dari 40 orang.

Sebagian besar rata-rata penjualan perbulan Tenun Ikat Troso ada yang antara 1.000-2.999 meter, ada yang penjualan kurang dari 1.000 meter, dan ada yang

3.000-4.999 meter, ada yang 5.000-6.999 meter, dan ada yang 7.000 meter.

Rata-rata kapasitas produksi yang dihasilkan UKM kerajinan Tenun Ikat Troso ada yang 1.000-4.999 meter per bulan, ada yang memiliki kapasitas produksi kurang dari 1.000 meter, ada yang kapasitas produksi antara 5.000-8.999, dan ada yang kapasitas produksi lebih dari 9.000 meter.

Bila pada tahun 2006, hasil temuan di lapangan menunjukkan bahwa sebagian besar UKM menghadapi masalah permodalan, maka pada tahun 2012 masalah modal tidak banyak kesulitan karena bank telah membuka pinjaman kepada pengrajin asal punya jaminan. Kondisi ini berbeda pada tahun 2006 karena bank masih agak sulit untuk mencairkan pinjaman bagi penrajin tenun.

Pada tahun 2012, berdasarkan hasil wawancara, menunjukkan bahwa sumber daya manusia untuk pembuatan tenun ikat tidak mengalami kesulitan. Hal ini sama dengan kondisi tahun 2009. Begitu pula dalam hal pemasaran, pada tahun 2012 tidak banyak mengalami kendala karena terdapat pasar lokal dan pasar antar daerah dan antar propinsi. Jangkauan pemasaran semakin

luas, bahkan ada yang mandiri dan ada yang difasilitasi pemerintah daerah ada yang ikut pameran di dalam dan luar negeri. Meskipun kadang-kadang terjadi persaingan harga dan banyaknya pesaing.

Pada tahun 2006, berkaitan dengan volume penjualan ada yang penjualannya bersifat konstan, ada yang penjualannya cenderung meningkat, ada yang penjualannya cenderung menurun, dan ada yang memiliki kecenderungan volume penjualan yang berfluktuasi. Penjualan yang cenderung menurun diantisipasi dengan mengikuti pameran dan melengkapi isi *showroom*.

Pada tahun 2006, mayoritas kebutuhan bahan baku responden diperoleh dari impor dari negara China, India dan Thailand. Tetapi pada tahun 2012 ini bahan baku juga dapat diperoleh di Kudus, Bali, Surabaya dan Bandung. Bahkan bahan baku dari Bandung diminati karena harganya lebih murah daripada bahan baku dari India. Limbah tenun tidak begitu banyak. Dampak limbah hasil produksi tenun Trosro antara lain berupa *wenter*, pewarna kain. Bila pada tahun 2006 sebagian besar belum pernah mendapatkan pembinaan dalam bidang produksidari dari Dinas Indagkop Kabupaten

Jejara namun pada tahun 2012 pembinaan sudah dilakukan cukup intensif.

Dengan mengacu studi komparasi profil dan deskripsi atas Sentra Kawasan Produksi Tenun Ikat Troso tahun 2006 dan tahun 2012 ini, maka analisis SWOT dapat dilakukan antara lain :

1. Mayoritas tenun Troso pada tahun 2006 mengalami permasalahan klasik yaitu keterbatasan modal karena belum mendapat akses permodalan. Tetapi pada tahun 2012 akses modal semakin terbuka asal ada jaminan
2. Bila pada tahun 2006 jarang terdapat pembinaan dalam mengelola usaha secara profesional, pengelolaan SDM, keuangan, produksi, pemasaran. Jarang dilakukan dengan pelatihan teknis dan manajerial, pendampingan dan supervisi dengan langkah yang tepat. Pada tahun 2012 sudah ada langkah-langkah pembinaan yang memadai.
3. Dari tahun 2006 hingga 2012 belum maksimal upaya kemitraan strategis yang lebih permanen antara tenun dengan pemasar, tenun dengan pemasok termasuk dalam sistem pembayaran, sistem penyerahan barang, pengadaan bahan baku, dan

sebagainya.

4. Potensi lokal harus diberdayakan baik dalam hal tenaga kerja, ketrampilan, pengalaman, penguasaan teknik produksi, dan sebagainya.

Kekuatan dan kelemahan tenun ikat Troso dapat ditunjukkan pada tabel berikut ini:

Tabel 3 . Peta Kekuatan dan Kelemahan Tenun Ikat Troso

KEKUATAN	KELEMAHAN
Persebaran lokasi tenun relatif mengumpul	Mayoritas merupakan perusahaan perseorangan
Penyerapan tenaga kerja relatif tinggi	Ada yang mengalami masalah kekurangan modal
Sebagian besar tidak mengalami kesulitan dalam pengelolaan SDM	Baru sebagian kecil yang mendapat bantuan pembinaan dalam bidang pengelolaan, keuangan, pemasaran, pengelolaan SDM, dan pemasaran

Sebagian tidak mengalami kesulitan dalam pengelolaan keuangan	Volume penjualan cenderung fluktuatif dan menurun
Proses regenerasi tenaga kerja dan pengrajin berjalan dengan baik	Baru sebagian kecil yang melakukan upaya pemasaran baik melalui web, pameran, <i>showroom</i> untuk meningkatkan volume penjualannya
Mayoritas tidak mengalami kesulitan dalam pemasaran produknya	Mayoritas pengrajin dan pengusaha dijual ke Bali
Mayoritas tidak mengalami kendala dalam proses produksinya	Sebagian besar menjual produk secara kredit, hanya yang sebagian kecil yang tunai atau dengan uang muka

Mayoritas tidak mengalami kesulitan dalam hal desain produk	Sebagian besar hanya melakukan produksi, sebagian kecil melakukan produksi dan pemasarannya
Mayoritas tidak mengalami kesulitan dalam peningkatan produksinya	Sebagian keuangan macet
Sebagian besar melakukan produksi secara kontinyu	Proses regenerasi pengusaha kurang berjalan
Mayoritas memiliki lahan sendiri sebagai tempat usahanya	
Harga produk relatif sama	
Limbah dalam proses produksi relatif kecil	
Kualitas produk cukup baik dan dapat diterima oleh konsumen	

Akses permodalan dari perbankan terbuka	
Persebaran lokasi tenun relatif mengumpul	Mayoritas merupakan perusahaan perseorangan
Penyerapan tenaga kerja relatif tinggi	Ada yang mengalami masalah kekurangan modal
Sebagian besar tidak mengalami kesulitan dalam pengelolaan SDM	
Sebagian besar tidak mengalami kesulitan dalam pengelolaan keuangan	Baru sebagian kecil yang mendapat bantuan pembinaan dalam bidang pengelolaan, keuangan, pemasaran, pengelolaan SDM, dan pemasaran
Proses regenerasi telah berjalan dengan baik	Volume penjualan cenderung fluktuatif dan menurun
Mayoritas tidak mengalami kesulitan dalam pemasaran	Baru sebagian kecil yang melakukan upaya pemasaran baik melalui

produknya	web, pameran, <i>showroom</i> untuk meningkatkan volume penjualannya
Mayoritas tidak mengalami kendala dalam proses produksinya	Mayoritas pengrajin menjual pada <i>showroom</i> atau toko milik orang lain
Mayoritas tidak mengalami kesulitan dalam hal desain produk	Sebagian besar menjual produk secara kredit, hanya yang sebagian kecil yang tunai atau dengan uang muka
Mayoritas tidak mengalami kesulitan dalam peningkatan produksinya	Sebagian besar hanya melakukan produksi, sebagian kecil melakukan produksi dan pemasarannya

Sebagian besar melakukan produksi secara kontinyu	
Masyoritas memiliki lahan sendiri sebagai tempat usahanya	
Harga produk relatif sama dan cenderung lebih tinggi	
Tidak ada limbah dalam proses produksi	
Kualitas produk cukup baik dan dapat diterima oleh konsumen atau pasar	
Akses permodalan dari perbankan terbuka	

Sumber: Diolah Peneliti dari berbagai Sumber

BAB IV
TENUN TROSO : RELASI *ENTERPRENEURS*
DAN WISATA

A. Kebijakan Pariwisata Jepara

Rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah (RPJMD) Kabupaten Jepara 2012-2017, terlihat ada upaya untuk menjadikan industri kerajinan dan pariwisata sebagai salah satu sektor yang dikembangkan. Dua sektor tersebut mampu menggerakkan ekonomi masyarakat lokal disamping mendatangkan devisa bagi daerah. Rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah (RPJMD) Kabupaten Jepara Tahun 2012-2017 merupakan pedoman bagi Satuan Kerja Perangkat Daerah (SKPD) dalam menyusun Rencana Strategis (Renstra) SKPD, Rencana Kerja (Renja) SKPD, Rencana Kerja Pembangunan Daerah (RKPD) Tahunan. Secara operasional, RPJMD Kabupaten Jepara Tahun 2012-2017 selanjutnya menjadi acuan pedoman bagi penyusunan Rencana Kerja Pembangunan Daerah (RKPD) Kabupaten Jepara untuk Tahun 2013, Tahun 2014, Tahun 2015, Tahun 2016, dan Tahun 2017.

Kebijakan pada urusan kepariwisataan diarahkan pada terwujudnya Jepara sebagai Kota Wisata melalui pengembangan dan pemanfaatan potensi-potensi wisata secara maksimal baik wisata dagang, wisata sejarah, wisata industri kerajinan, maupun wisata religius, peningkatan manajemen pengelolaan pariwisata serta peningkatan kualitas sumber daya manusia di bidang kepariwisataan. Program-program pembangunan pada urusan kepariwisataan yang dilaksanakan adalah sebagai berikut:

1. Program Pengembangan Pemasaran Pariwisata.
2. Program Pengembangan Destinasi Pariwisata.
3. Program Pengembangan Kemitraan Kepariwisataan.
4. Program Peningkatan Manajemen Kepariwisataan.
5. Program Peningkatan Sarana dan Prasarana Obyek Wisata.

Kinerja makro urusan pariwisata bisa dilihat dari beberapa indikator yaitu kunjungan wisata dan kontribusi sektor pariwisata terhadap PDRB. Jumlah kunjungan wisata selama lima tahun menunjukkan peningkatan yaitu dari sebesar 884.560 wisatawan pada tahun 2007 meningkat menjadi 1.206.084 wisatawan pada tahun 2011. Sedangkan kontribusi sektor pariwisata terhadap

PDRB juga mengalami peningkatan yang berarti yaitu dari sebesar Rp.468.110.600 pada tahun 2007 menjadi Rp.2.114.486.000 pada tahun 2011.

Kinerja makro urusan pariwisata tahun 2007-2011 dapat ditunjukkan pada tabel berikut ini:

Tabel. 4 Kinerja Makro Urusan Pariwisata Tahun 2007-2011

Indikator	Tahun				
	2007	2008	2009	2010	2011
Kunjungan wisatawan	884.560	1.015.305	1.035.431	1.097.472	1.206.084
Kontribusi sektor pariwisata terhadap PDRB	468.110.600	401.361.500	581.624.000	703.874.300	2.114.486.000

Sumber: Disparbud Kabupaten Jepara 2012, diambil dari buku RPMJ Jepara tahun 2012

Sektor pariwisata di Kabupaten Jepara perlu mendapatkan penanganan secara serius dan terpadu, hal tersebut perlu ditekankan karena sektor pariwisata

bersifat lintas sektoral dan lintas wilayah. Kabupaten Jepara mempunyai potensi kepariwisataan yang sangat lengkap apabila dibandingkan dengan daerah lain, potensi tersebut apabila ditangani secara maksimal akan mampu menjadi salah satu andalan yang dapat memberikan kontribusi yang cukup besar dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi daerah dan Pendapatan Asli Daerah, karena sektor pariwisata mempunyai sifat multi player effect terhadap sektor lain seperti industri, kerajinan, penyerapan tenaga kerja dan sektor-sektor lainnya.

Dalam menunjang keberadaan obyek wisata diperlukan fasilitas pendukung berupa sarana dan prasarana yang memadai, karena fasilitas-fasilitas tersebut akan meningkatkan pelayanan kepada wisatawan yang berkunjung. Lengkapnya fasilitas obyek wisata akan membuat wisatawan menjadi semakin nyaman dan lama tinggal di lokasi, sehingga para wisatawan diharapkan semakin banyak membelanjakan uangnya, yang pada akhirnya akan berdampak positif bagi PAD.

Sejalan dengan kebijakan pemerintah daerah tersebut, maka menjadikan tenun ikat Troso sebagai salah satu tujuan wisata industri kerajinan adalah relevan

dengan kebijakan Pemerintah Daerah Kabupaten Jepara. Oleh karena itu menjadikan showroom dan workshop industri tenun sebagai tempat tujuan wisata sangat penting untuk dikembangkan. Apalagi pada tahun 2013, Desa Troso terutama kerajinan Troso menjadi daerah wisata atau Desa Wisata.

B. *Showroom, Workshop, dan Wisata di Tenun Troso*

1. *Showroom Produk Tenun Troso*

Showroom adalah tempat untuk memajang atau melakukan *display* hasil produksi. Biasanya *showroom* ini bentuknya adalah toko yang menjual berbagai jenis produk. Di Desa Troso sebagai penghasil industri tenun, banyak sekali para pengusaha tenun ikat yang mempunyai *showroom*. *Showroom* letak ini dipinggir jalan besar yang menghubungkan antara Pecangaan dengan Jepara melalui Jalur dalam. Banyak sekali produk tenun yang dipajang untuk dipasarkan melalui media *showroom*. Adanya *showroom* sangat membantu bagi para pekerja, pengrajin, dan pengusaha dalam memperoleh pendapatan. Pekerja dan pengrajin cukup tergantung terhadap eksistensi *showroom*. Oleh karena itu keberadaan *showroom* cukup strategis dan vital. Di

ruangan itu terdapat berbagai jenis barang hasil produksinya.

Showroom selain tempat memajang produk tenun, juga dapat digunakan sebagai media promosi. Media promosi ini cukup efektif untuk menarik wisatawan berkunjung ke Troso. Dengan hanya mengunjungi *showroom*, para pembeli dan wisatawan dapat belanja berbagai jenis dalam satu toko. Hal ini akan memudahkan wisatawan dalam memilih produk dan menghemat waktu. Semua produk yang dihasilkan oleh perusahaan ini dipamerkan di tempat itu. Para pembeli juga bisa datang langsung untuk membeli atau memesan di *showroom* itu.

Artinya, para wisatawan dapat memenuhi hasrat untuk membeli produk tenun Troso tanpa harus mengunjungi satu persatu pengrajin Troso. Dahulu sebelum munculnya *showroom*, para wisatawan atau pembeli dari luar kota mengalami kesulitan menemukan tempat yang menjual produk tenun. Mereka harus bertanya kepada penduduk, untuk menemukan tenun terhambat dan pengrajin juga tidak mampu menjual produk tenun dalam waktu singkat. Dampak yang lain adalah sirkulasi modal menjadi terhambat.

Eksistensi *showroom* sangat membantu dalam memasarkan produk. *Showroom* menjadi tempat *jujukan* bagi para pembeli dan wisatawan baik domestik maupun manca negara. Melalui media *showroom* pengrajin dan pengusaha semakin kreatif dalam dalam membuat desain dan berbagai jenis produk. Di *showroom* ini banyak sekali dipajang berbagai jenis produk mulai dari kain tenun ikat dengan berbagai motif, kain lurik, kain polos warna-warni, kain tenun dibatik, kain baju *tree in one* (sarung, selendang, baju), kain sarimbit (untuk suami istri), sarung dan selendang (satu stel untuk busana wanita), sarung, sajadah, berbagai jenis dan ukuran syal baik untuk pria maupun wanita, berbagai jenis kerudung, selendang sutra, berbagai jenis perlengkapan rumah tangga, seperti: kain selimut dengan berbagai motif dan ukuran, kain korden, taplak meja satu set dengan bantalan kursi, taplak dari akar wangi, baik ukuran besar untuk meja tamu maupun kecil untuk meja telpon, taplak dari lidi, baik ukuran besar untuk, meja tamu maupun kecil untuk meja telpon, hiasan dinding dari lidi, berbagai jenis dan ukuran sarung bantal, tempat tissue, tempat *magic com*, kasur, bantal, dan produk yang lain.

Pada dasarnya produk tenun ikat yang ditampilkan di *showroom* oleh para pengusaha adalah bahan jadi baik berupa kain ikat dan berbagai ragam produk.

Mengingat betapa pentingnya *showroom* sebagai media promosi dan pemasaran produk, maka ke depan perlu kiranya semua rumah yang terdapat di sepanjang jalan Troso dijadikan sebagai *showroom* produk Troso. Kalau itu terealisasi maka akan berdampak positif dan meneguhkan Troso sebagai pusat wisata industri di Jepara dan Jawa Tengah. Wisatawan akan semakin tertarik untuk mengunjungi *showroom-showroom* yang terdapat di Troso sehingga memberi *multifier effect* bagi masyarakat, pelaku usaha, dan pemerintah daerah.

2. *Workshop* Produk Tenun Troso

Workshop adalah bengkel kerja atau *display* proses produksi dalam sebuah kegiatan. Berkaitan dengan Industri Tenun Troso, selain melalui media *showroom*, keberadaan *workshop* cukup penting dalam memperkenalkan proses produksi dan menarik wisatawan.

Workshop tenun Troso pada dasarnya merupakan proses pembuatan kain ikat yang dimulai dari tahap awal, yaitu dari bahan benang hingga diproses menjadi kain. Dalam proses pembuatan tersebut, pengusaha belum *display* secara integral dengan *display* produk. Artinya proses produksi dilakukan di lokasi lain yang terpisah dengan *showroom*. Proses produksi kadangkala dilakukan di tempat yang jauh, ada yang dekat, dan ada yang di belakang rumah dari pemilik *showroom*.

Hampir sebagian besar pengusaha dan pengrajin yang diwawancarai Pada dasarnya sangat mendukung *display* proses produksi di setiap *showroom*. Menurutnya, *display* proses produksi di *showroom* akan memberi manfaat kepada para pengrajin dan pengusaha. Pengrajin akan mendapatkan manfaat karena bila pembeli banyak maka akan berpengaruh terhadap pesanan pengusaha ke pengrajin. Pada dasarnya *display* proses produksi di *showroom* tidak harus didorong karena kebutuhan sendiri dari para pengrajin dan pengusaha.

Saat ini hampir sebagian besar *showroom* tidak mempunyai *workshop*. Para pengusaha yang memiliki *showroom* kebanyakan mempunyai *workshop* ada yang

dekat dengan *showroom* dan ada yang lokasinya jauh dari *showroom*. Artinya, para pengusaha ini sudah memiliki *workshop*, namun letaknya tidak menjadi satu dengan *showroom*.

Kendala dalam *display* proses produksi adalah lahan yang terbatas dan masalah kebersihan. Oleh karena itu, tidak semua *display* proses produksi dapat dilakukan oleh pemilik *showroom*. Hal ini disebabkan *display* proses produksi membutuhkan tempat yang luas, mempertimbangkan masalah kebersihan, dan membutuhkan pekerja dan peralatan yang banyak. Namun demikian *display* proses produksi dapat direalisasikan dan akan efisien pada tahapan tertentu yaitu proses akhir dari pembuatan kain. Pada tahapam pembuatan kain ini, tempat yang dibutuhkan lebih sedikit dan kebersihan tetap terjaga.

Padahal keberadaan *workshop* sangat penting dalam sebuah industri kerajinan. Sekarang ini, industri kerajinan, makanan termasuk tenun dapat berfungsi juga sebagai tempat tujuan wisata. Menjadikan tenun sebagai tujuan wisata, selain turis membeli produk di *showroon*, mereka juga dapat melihat proses produksi di *workshop*. Pemilik *showroom* tenun, sebagian besar telah

mempunyai *workshop* proses produksi di sekitar *showroom*, sebagian yang lain letak *workshop* jauh dari *showroom*. Sebagian besar pengusaha dan pengrajin merespon positif bila setiap *showroom* mempunyai *workshop* wisatawan dapat melihat langsung dan mencoba proses produksi. Kelemahannya, *workshop* proses produksi di *showroom* tidak bisa dilakukan sejak proses awal hingga penenunan menjadi tenun ikat karena membutuhkan tenaga kerja banyak, tempat yang luas, peralatan yang banyak, dan berdampak pada kebersihan *showroom*. *Workshop* proses produksi di *showroom* dapat dilakukan pada tahapan penenunan. Pada tahap ini lokasi yang dibutuhkan sedikit dan tidak kotor.

C. Faktor Pendukung

Pengembangan industri pariwisata kerajinan di Jepara, terutama tenun Troso mempunyai masa depan yang cerah, mengingat banyak potensinya yang ada. Industri pariwisata tidak perlu mendatangkan mesin-mesin atau teknologi canggih lainnya sebagai penunjang. Di samping itu produksi pariwisata tidak perlu didistribusikan dengan alat angkut yang memerlukan pembiayaan sarana serta prasarana transportasi dan

komunikasi. Industri pariwisata hanya membutuhkan promosi untuk memperkenalkan kepada masyarakat luas daya tarik produk dan potensi yang terkandung di dalamnya. Salah satu promosi bagi Tenun Troso adalah keberadaan *showroom* dan *workshop*.

Industri pariwisata dirasa cocok karena dengan biaya relatif kecil dapat menyerap dana sebesar-besarnya dari wisatawan. Sudah merupakan suatu kenyataan bahwa para wisatawan yang datang ke objek wisata dan bukan sebaliknya. Personil-personil yang mendukung suatu kegiatan pariwisata relatif tidak harus memiliki pendidikan dan ketrampilan dan keahlian khusus di bidang kepariwisataan seperti halnya ahli mesin, mekanik dalam pertambangan.

Sejalan dengan perkembangan wisata industri kerajinan tenun Troso maka akan berkembang pula kegiatan jasa lainnya, seperti warung makanan (restoran), penjaja makanan keliling, rokok klontong, dan lain-lain.

Oleh karena itu, pengembangan tenun Troso sebagai tujuan wisata tidak lepas dari peranan dan kerja sama antara pemerintah, pengusaha, serta masyarakat setempat. Wujud kerja sama dari ketiga unsur terkait tersebut berupa perencanaan, pendanaan, pembangunan,

penyediaan lahan, pengelolaan, dan sebagainya. Dengan demikian hasil yang diperoleh dengan adanya upaya pengembangan tersebut harus dapat dirasakan bersama-sama secara merata.

Di samping adanya kerja sama antara unsur-unsur yang terkait dalam bidang kepariwisataan, pada kenyataannya perkembangan kawasan wisata ditunjang oleh beberapa faktor lain seperti kemudahan transportasi, kenyamanan akomodasi yang dirasakan wisatawan selama berada di obyek wisata.

Dari aspek transportasi, lokasi industri Tenun Troso mudah ditempuh karena lokasinya tidak terpencil dan dapat dicapai dengan kendaraan. Kondisi infrastruktur jalan ditunjang dengan sarana yang memadai. Dengan demikian, daerah ini terbuka untuk kedatangan orang-orang luar yang ingin berkunjung ke sana. Sarana dan prasarana transportasi di ke lokasi industri tenun Troso dapat dikatakan telah memadai. Saat ini sudah memiliki jalana raya beraspal yang cukup besar

Dalam skala kecil pun, masyarakat diharapkan dapat ikut berpartisipasi dalam perkembangan dengan melibatkan diri dalam perekonomian yang berkembang seiring dengan masuknya wisatawan. Kondisi ini sudah

menjadi kebiasaan bagi masyarakat Troso yang hidup dari usaha tenun ikat. Apa yang dibelanjakan wisatawan merupakan keuntungan masyarakat setempat dari proyek pengembangan daerah wisata.

Pada prinsipnya di wisata industri kerajinan tenun Troso dengan adanya *showroom* dan *workshop*, wisatawan dapat menemukan tiga hal yaitu melihat, mengerjakan, dan membawa sesuatu dari daerah yang mereka kunjungi. Wisatawan ingin melihat sesuatu yang unik lain dari yang mereka lihat sehari-hari di tempat tinggalnya. Selain itu dalam wisata mereka ingin mengerjakan sesuatu yang menurut mereka menyenangkan. Seperti berwisata sambil berolahraga. Biasanya mereka ingin membawa sesuatu cinderamata untuk kerabat dan teman atau untuk dia sendiri sebagai kenangan bahwa bahwa ia pernah mengunjungi daerah itu. *Ketiga*, kegiatan utama di atas mendorong perkembangan ekonomi suatu daerah wisata yang akan bertumpu pada tiga sektor utama yaitu transportasi, penginapan, perdagangan dan industri rumah tangga berupa industri kerajinan atau cinderamata (Valene L.Smith 1: 1989,).

Dari ketiga sektor tersebut, masing-masing akan berkembang membentuk satu jaringan dimana peluang-peluang yang ada diisi oleh pelakunya. Sebenarnya dengan perkembangan suatu daerah menjadi daerah wisata, berkembang pula peluang-peluang bisnis dari yang kecil sampai yang besar. Peluang tersebut akan membuka suatu jaringan yang terlibat bukan hanya pengusaha tapi juga komponen masyarakat yang lain. Dengan demikian akan semakin banyak pula jaringan-jaringan ekonomi yang ada.

Bila melihat kerangka di atas, sebenarnya penduduk setempat mempunyai peluang yang sangat besar untuk ikut berpartisipasi. Yang pertama, mereka sangat mengenal daerahnya dan sejarahnya yang diwariskan secara turun-temurun, sehingga dari satu segi mereka sudah mempunyai modal untuk berpartisipasi. Kedua, keuntungan dari segi tanah dan lahan. Mereka tentu memiliki lahan, baik tempat tinggal maupun ladang yang merupakan modal berharga apabila ingin berpartisipasi dalam usaha akomodasi wisatawan. Ketiga, mereka adalah pendukung pelaku usaha setempat sehingga sebenarnya mereka sudah menjadi

salah satu pihak yang terlibat dalam pariwisata (Hari Radiawan, Dkk, 1997/1998: 3-4).

BAB V

SIMPULAN

Tenun Troso adalah bentuk kerajinan yang lebih dekat ke arah usaha kecil. Hampir semua kegiatan usaha tenun Troso dikelola oleh pemiliknya. Pada tahap perintisan usaha, jenis usaha ini mengalami kesulitan untuk mencari modal dari bank. Baru setelah berkembang, pinjaman dari bank akan mudah diperoleh. Dalam perkembangannya akses permodalan melalui Bank relatif mudah. Hampir sebagian besar pengusaha dan pengrajin lemah dalam pembukuan. Biasanya tidak melakukan pembukuan dengan tepat atas transaksi yang dilakukan. Selain itu manajemen dikelola oleh pemilik. Yang menjadi manager adalah personal atau punya hubungan dengan pemilik. Semua kontak bisnis dan transaksi hanya dia yang tahu.

Dari aspek ekonomi, tenun ikat Troso atau lurik Troso membuat dinamika ekonomi masyarakat semakin dinamis karena sebagian besar masyarakat terlibat dalam proses ekonomi. Mulai dari pengusaha, pengrajin, dan buruh pekerja tenun ikat. Eksistensi tenun ikat Troso

menjadikan ekonomi masyarakat berkembang menuju ke arah yang lebih baik.

Eksistensi tenun ikat secara ekonomi dapat dikombinasikan dengan pengembangan wisata industri yang berbasis masyarakat. Melalui *display* proses produksi tenun ikat dalam *workshop* yang menyatu dengan *showroom display* produk tenun akan menjadikan tenun Trosro mempunyai kekhasan dan keunikan. Keberadaan wisata industri yang melalui *display workshop* akan mendorong kedatangan wisatawan sekaligus wisatawan dapat berpartisipasi dalam proses produksi. Hal ini akan berdampak pada *multiplier effect* secara positif pada ekonomi masyarakat. Respon pelaku usaha tenun ikat positif dan mendukung perpaduan industri tenun dengan industri wisata yang terintegrasi dalam *workshop* di *showroom*. Tinggal sekarang, perlu ada koordinasi dan sinergitas *stakeholders* dalam mengintegrasikan perpaduan di lapangan. Semoga terwujud.

DAFTAR PUSTAKA

A. BUKU

Alamsyah, 2012. *Dinamika Sosial Ekonomi di Keresidenan Jepara 1830-1900*, Disertasi S3. Bandung : Universitas Padjadjaran.

Alamsyah dan Maziyah, Siti, 2008. *Inventarisasi Benda Cagar Budaya di Jepara*. Jepara: Pemda Jepara

Bappeda Jepara-LPEB STIENU Jepara. 2006. *Identifikasi dan Pengembangan Sentra Kawasan Produksi di Kabupaten Jepara Tahun 2006 : Draft Laporan Sementara*. Jepara.

Busi Santoso dan Hessel Nogi S, Tangkilan, *Strategi Pengembangan Sektor Pariwisata Perspektif Manajemen Strategi Sektor Publik*, Yogyakarta: YPAPT.

Bappeda Jepara. 2012. *Rancangan Akhir Rencana Pembangunan Jangka Menengah Kabupaten Jepara 2012-2017*. Bappeda Jepara: Jepara.

Gustami, S.P. 2000. *Seni Kerajinan Mebel Ukir Jepara; Kajian Estetik Melalui Pendekatan Multi Disiplin*. Yogyakarta: Kanisius.

Hendro, Eko Punto. 1992. *Ketika Tenun Mengubah Desa Troso*. Semarang.

- Indrahti, Sri. 2005. *Industri Ukir di Jepara dan Daya Saing di Kancah Nasional, Regional, maupun Global*. Jepara.
- James J. Spillane, *Ekonomi Pariwisata Sejarah dan Prospeknya*, Yogyakarta: Kanisius, 1991.
- Kementerian Perdagangan RI. 2008. *Definisi Industri Kreatif*. Didownload dari [http://id.wikipedia.org/wiki/Industri kreatif](http://id.wikipedia.org/wiki/Industri_kreatif), 19 April 2012 jam 23.00 WIB.
- Koentjaraningrat, ed.. 1989. *Metode-Metode Penelitian Masyarakat*. Jakarta: Gramedia.
- Maziyah, Siti,dkk, 2006. *Peningkatan Pelayanan Wisata Sejarah di Kudus*, Semarang: LPM UNDIP.
- Marpaung, Happy. 2002. *Pengetahuan Kepariwisataaan*. Bandung: Alfabeta.
- _____. 2002a. *Pengantar Kepariwisataaan*. Bandung: Alfabeta.
- Monografi Desa Troso, 2012.
- Pemerintah Kabupaten Jepara, 2012 *Daftar Profil Potensi Desa dan Tingkat Perkembangan Desa Troso*. Jepara.
- Nuryanti, Wiendu. 1992. "Pariwisata dalam Masyarakat Tradisional". Makalah pada Program Pelatihan Perencanaan dan Pengembangan Pariwisata. Jakarta.

Oka A. Yoeti, 1990, *Pengantar Ilmu Pariwisata*, Bandung : Angkasa.

Robert Christie Mill, 2000, *The Tourism International Business*, Jakarta, Rajagrafindo Persada.

Woodley, Alison. 1993. "Tourism and Sustainable Development: The Community Perspective", dalam Butler Nelson dan Wall, eds.. *Tourism and Sustain-able Development: Monitoring, Planning, Managing*. Departement of Geography Series, University of Waterloo.

B. MAJALAH DAN KORAN

Koran Jakarta Raya, 26 November 2005.

Koran Jawa Pos Radar Kudus, 20 Maret 2006.

Koran Jawa Pos Radar Kudus, 29 Maret 2006.

Koran Jawa Pos Radar Kudus, 12 Januari 2009.

Koran Jawa Pos Radar Kudus, 22 Juni 2009.

Koran Jawa Pos Bisnis Muria, 30 November 2009.

Komuntas PKBL, Edisi 2 Th 1 2009.

Majalah Prestasi, Edisi IX Oktober 2006.

Majalah Bisnis. Edisi IX Oktober 2006.

DAFTAR INFORMAN

1. Nama : H. Ali Azhar, S.Sos.
Umur : 65 Tahun
Alamat : Jl. Bugel-Troso Pecangaan
Jepara
Pekerjaan : Pemilik Showroom TUNAS
HARAPAN
Jabatan Lain : Ketua Paguyuban Tenun
Troso

2. Nama : H. Sulbi Ahmad
Umur : 55 Tahun
Alamat : Jl. Bugel KM 1,5 Troso RT 5
RW 5 Pecangaan Jepara
Pekerjaan : Pemilik Usaha KAPAS
SUTRA
Jabatan Lain : Anggota Koperasi

3. Nama : H. Mulyanto
Umur : 50 Tahun
Alamat : Jl. Bugel Troso Pecangaan
Jepara

- Pekerjaan : Pengelola LESTARI INDAH
PUTRA
- Jabatan Lain : Pengurus Koperasi
4. Nama : H. Abdul Jamal
- Umur : 40 Tahun
- Alamat : Jl. Bugel Troso Pecangaan
Jepara
- Pekerjaan : Pemilik LIMO
APPLICATION
- Jabatan Lain : Sekretaris Desa/ Pengurus
Koperasi
5. Nama : H. Sholikhul Huda
- Umur : 44 Tahun
- Alamat : Jl. Bugel Troso Pecangaan
Jepara
- Pekerjaan : Pemilik HOUSE OF
HOEDA'S
- Jabatan Lain : Desainer

6. Nama : Hj. Susiati
Umur : 40 Tahun
Alamat : Jl. Bugel Troso Pecangaan
Jepara
Pekerjaan : Pemilik HOUSE OF
HOEDA'S & : Pengembang
Batik
7. Nama : Sunarto
Umur : 60 Tahun
Alamat : Jl. Bugel Troso Pecangaan
Jepara
Pekerjaan : Pengrajin
Jabatan Lain : Pengurus Koperasi