

STRATEGI EKSISTENSI SALAM RANCAGE SEBAGAI INDUSTRI KREATIF KERAJINAN LIMBAH KORAN DI BOGOR

Anisa Febriyani¹, Mudjiati²

Program Studi Pendidikan Seni Rupa, Universitas Negeri Jakarta, Indonesia^{1,2}
anisafebriyani24@gmail.com¹, mudjiati@unj.ac.id²

INFORMASI ARTIKEL

Riwayat Artikel

Diterima: 03-03-2025

Disetujui: 21-04-2025

Publish: 25-04-2025

Abstract: *The creative industry of recycled crafts is growing and innovating as an effort to reduce environmental pollution. One of the creative industries in this field is Salam Rancage. Salam Rancage processes newspaper waste into products of economic value. However, this creative industry faces various challenges, such as market competition and the availability of raw materials. The challenges affects business sustainability and hinder the production process. Therefore, this research aims to analyze the strategies of Salam Rancage in maintaining its existence based on Michael A. Porter's Competitive Strategy theory and the existence of handicrafts produced based on Martono's Craft Aesthetics theory. The research method used is a qualitative approach with descriptive analysis techniques. The results of this study indicate that Salam Rancage has implemented all aspects of Competitive Strategy as follows: (1) Cost Leadership is achieved by utilizing environmentally friendly raw materials sourced from waste banks, (2) Differentiation is achieved by differentiating the materials used in product creation, (3) Innovation is carried out through regular exhibitions and market research, (4) Growth is achieved by organizing sewing and cloth mask-making training to maintain its presence in society, and (5) Alliance is formed through collaborations with the government and the women weavers. Based on the Craft Aesthetics theory analysis, Salam Rancage has applied form follows function, creative coloring, contextual function, and economic efficiency. However, Salam Rancage has not yet applied ornamental aspects to the handicrafts produced.*

Keyword: *Existence strategy, Creative industry, Newspaper waste crafts, Salam Rancage.*

Alamat Korespondensi:
Anisa Febriyani
anisafebriyani24@gmail.com

Abstrak: Industri kreatif kerajinan daur ulang berkembang dan berinovasi sebagai upaya untuk mengurangi pencemaran lingkungan. Salah satu industri kreatif yang bergerak di bidang ini adalah Salam Rancage. Salam Rancage mengolah limbah koran menjadi produk bernilai ekonomis. Namun, industri kreatif ini mengalami berbagai tantangan seperti persaingan pasar dan berkurangnya ketersediaan bahan baku. Tantangan tersebut berdampak pada keberlanjutan usaha dan terhambatnya proses produksi. Oleh karena itu penelitian ini bertujuan menganalisis strategi Salam Rancage dalam mempertahankan eksistensinya di tengah tantangan tersebut berdasarkan teori *Competitive Strategy* oleh Michael A. Porter dan eksistensi kerajinan tangan yang diproduksi berdasarkan teori

Estetika Kerajinan oleh Martono. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan teknik analisis deskriptif. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Salam Rancage telah menerapkan seluruh aspek Competitive Strategy sebagai berikut: (1) Cost Leadership dilakukan dengan memanfaatkan bahan baku ramah lingkungan yang berasal dari bank sampah, (2) Differentiation dilakukan dengan melakukan diferensiasi material pembuatan produk, (3) Innovation dilakukan dengan rutin melakukan pameran dan riset pasar, (4) Growth dilakukan dengan mengadakan pelatihan menjahit dan pembuatan masker kain agar tetap eksis di masyarakat, dan (5) Alliance dilakukan dengan menjalin kerja sama bersama pemerintah dan ibu penganyam. Berdasarkan hasil analisis teori Estetika Kerajinan, Salam Rancage telah menerapkan form follow function, warna kreatif, fungsi kontekstual, dan efisiensi ekonomi. Namun, Salam Rancage belum menerapkan aspek ornamen pada kerajinan tangan yang dihasilkan.

Kata Kunci: Strategi eksistensi, Industri kreatif, Kerajinan limbah koran, Salam Rancage.

PENDAHULUAN

Kememparekraf memiliki tujuan memberdayakan usaha berbasis ekonomi kreatif dan inovatif yang menjadi awal mula pemerintah menyadari bahwa eksistensi industri kreatif memiliki potensi besar meningkatkan pertumbuhan ekonomi di Indonesia (Darmana, 2017). Kini terdapat sekitar lebih dari 8,2 juta jumlah industri kreatif di Indonesia yang didominasi oleh sub-sektor kuliner, fesyen, dan kerajinan (Kememparekraf, 2020).

Industri kreatif berasal dari pemanfaatan kreativitas, keterampilan serta bakat individu untuk menciptakan kesejahteraan dan lapangan pekerjaan dengan menghasilkan dan memberdayakan daya kreasi dan daya cipta individu tersebut (Departemen Perdagangan RI, 2009). Berbagai upaya dilakukan pemerintah dengan mengadakan kegiatan pelatihan, pembuatan forum ekonomi kreatif, pameran karya seni, hingga bantuan dana yang secara otomatis meningkatkan peluang usaha.

Beberapa kota khususnya Bandung, Jakarta, Ambon, Pekalongan, dan Bogor, kini menjadi sasaran utama Kememparekraf dalam rangka penguatan ekosistem industri kreatif. Seperti dilansir dalam salah satu artikel yang menyatakan bahwa “Bogor

adalah kota pertama lokasi pelaksanaan Kelana Nusantara yang digagas Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif”. Sejak saat itu Bogor diakui sebagai kota super kreatif yang diharapkan dapat menjadi inspirasi, sebab tulang punggung perekonomian Bogor adalah industri kreatif (Saputra, 2023). Salah satu industri kreatif yang hingga kini bertahan dan ada di Bogor adalah Salam Rancage.

Salam Rancage terbentuk dari sebuah Sekolah Alam di kota Bogor. Semua berawal dari kepemilikan bank sampah yang hasilnya masih kurang termanfaatkan dengan baik. Di sisi lain, terdapat sebuah kampung di lingkungan sekitar yang lokasinya dikelilingi sungai dan selalu terendam banjir sebab air sungai yang meluap. Sejak saat itu, tepatnya pada tahun 2009, Salam Rancage mulai menciptakan kerajinan limbah dengan bahan baku koran dari bank sampah dan mengandalkan tangan terampil dari ibu-ibu di kampung tersebut.

Bahan baku kertas mendapat apresiasi lebih di lingkungan masyarakat, sehingga kertas koran lah yang kini menjadi bahan baku utama dari kerajinan tangan yang mereka ciptakan. Sejak saat itu Salam Rancage akhirnya bereksistensi dan mengukuhkan diri menjadi sebuah industri kreatif kerajinan limbah koran pada tahun

2012 dan terus mengeluarkan inovasi terbaru serta kegiatan inspiratif yang masih bertahan hingga kini.

Produk yang otentik dan berkualitas, serta bahan dasar pembuatan yang mudah didapat, tentu menjadikan Salam Rancage pada masanya mudah dilirik dan berkembang dengan baik di sektor industri kreatif kerajinan tangan. Namun, sejalan dengan berkembangnya industri kreatif di kota Bogor, perubahan minat konsumen, dan bertambahnya jumlah pesaing di sektor serupa, banyak industri kreatif berbasis komunitas yang akhirnya tutup dan tidak beroperasi kembali.

Jumlah pelaku industri kreatif meningkat dari 418 pada tahun 2022 menjadi 690 pada tahun 2023. Peningkatan jumlah tersebut menunjukkan bahwa sektor ekonomi kreatif menjadi salah satu penopang perekonomian yang potensial. Namun, di balik peningkatan tersebut, persaingan antar pelaku industri kreatif juga semakin ketat. Terlebih dengan munculnya berbagai inovasi produk dan preferensi konsumen. Perubahan minat konsumen terhadap produk kreatif turut menjadi tantangan yang signifikan. Selama periode 2019 hingga 2023, jenis produk industri kreatif yang terserap pasar di Bogor mengalami fluktuasi, yang menunjukkan bahwa konsumen semakin selektif terhadap produk yang ditawarkan (Open Data Kota Bogor, 2023).

Terlebih adanya perkembangan media digital menjadi sebab media cetak termasuk koran mulai hilang dan terlupakan. Penurunan jumlah pembaca media cetak dan jangkauan yang terbatas menjadi salah satu faktor menurunnya eksistensi koran di masyarakat (Akbar, 2025). Untuk menghindari ancaman tersebut, Salam Rancage tentu perlu usaha lebih untuk mempertahankan eksistensinya sehingga mampu bersaing.

Sebuah industri kreatif perlu memiliki *competitive strategy* atau lima strategi bersaing dalam mempertahankan

eksistensinya di masyarakat. Strategi tersebut merupakan *cost leadership, differentiation, innovation, growth, dan alliance* (Porter, 1980). Berdasarkan permasalahan tersebut, peneliti melakukan penelitian dengan tujuan: menganalisis strategi yang dilakukan Salam Rancage dalam mempertahankan eksistensinya di tengah persaingan industri kreatif serta menganalisis eksistensi hasil kerajinan yang diproduksi oleh Salam Rancage.

Kondisi yang terus berubah menuntut Salam Rancage untuk memiliki strategi yang adaptif. Strategi ini penting karena dapat menanggulangi perubahan minat konsumen, membantu Salam Rancage dalam menghadapi persaingan, menjaga keberlanjutan Salam Rancage, dan menguatkan keunikan produk. Melalui penelitian ini, peneliti berharap Salam Rancage dapat terus bereksistensi, berdaya dan mengedukasi, bermanfaat bagi anggota, maupun perorangan di luar Salam Rancage.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Desain penelitian yang digunakan adalah studi kasus. Jenis studi kasus yang digunakan adalah studi kasus intrinsik. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara, observasi, dokumentasi, dan kepustakaan. Metode analisis yang digunakan adalah metode analisis deskriptif.

Metode ini digunakan karena topik yang akan dikaji berfokus pada analisis strategi eksistensi Salam Rancage dan eksistensi hasil kerajinan tangan yang diproduksi oleh Salam Rancage. Instrumen yang dikaji berdasarkan teori *Competitive Strategy* oleh Michael A. Porter (1980) dan teori Estetika Kerajinan oleh Martono (2001).

Melalui teknik pengumpulan data wawancara dan observasi, peneliti akan mengkaji proses jatuh bangun Salam Rancage, strategi eksistensi Salam Rancage, serta eksistensi hasil kerajinan tangan yang diproduksi oleh Salam Rancage. Wawancara

dilakukan kepada 3 narasumber di antaranya Ibu Aling (S1) sebagai ketua dan pendiri Salam Rancage, Ibu Fida (S2) sebagai anggota, dan Ibu Atmah (S3) sebagai anggota sekaligus ketua dari ibu penganyam.

Pada teknik dokumentasi peneliti akan memperoleh data berupa hasil kerajinan limbah koran, program yang diadakan oleh Salam Rancage, dokumentasi wawancara, serta sarana dan prasarana yang ada di Salam Rancage. Pada teknik pengumpulan data kepustakaan peneliti memperoleh data berupa teori ahli melalui jurnal ilmiah dan situs resmi untuk menganalisis data yang dihasilkan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Riset mengenai analisis strategi eksistensi industri kreatif kerajinan limbah koran di Salam Rancage Bogor dilakukan dengan mengkaji data jatuh bangun Salam Rancage dan data penjualan produk kerajinan tangan. Data jatuh bangun terdiri dari data perkembangan dan data penjualan produk, sedangkan data penjualan terdiri dari jumlah penjualan produk pada tahun 2019-2024 (sebelum dan sesudah pandemi), produk *best seller* setiap tahunnya, dan catatan perkembangan.

Founder Salam Rancage percaya bahwa “jika perempuan berdaya, kampung pun akan berdaya”. Berdasarkan kepercayaan tersebut, Salam Rancage resmi mengukuhkan diri menjadi industri kreatif berbasis komunitas pada tahun 2012 setelah melalui masa *proto-typing* sejak tahun 2009. Terinspirasi dari keinginan bermanfaat bagi sekitar dan produk ramah lingkungan, Salam Rancage memiliki misi utama untuk memberdayakan perempuan.

Salam Rancage mengadakan pelatihan menganyam pada perempuan yang sebelumnya tidak memiliki keterampilan. Anggota awalnya sebanyak enam orang, namun perjalanan Salam Rancage tidaklah mudah. Pada tahun 2013, tantangan besar muncul ketika jumlah anggota menurun

drastis hingga menyisakan hanya satu orang. Namun, tekad dan semangat untuk bertahan akhirnya membuahkan hasil.

Tabel 1: Data Perkembangan Salam Rancage

No.	Tahun	Peristiwa Penting	Dampak/ Perkembangan
1.	2009	Mulai proto typing produk ramah lingkungan	Awal inisiatif keberlanjutan dan eksplorasi produk
2.	2012	Salam Rancage resmi mengukuhkan diri sebagai komunitas	Dimulainya pelatihan menganyam dengan 6 orang anggota awal
3.	2013	Anggota menyusut menjadi 1 orang	Tantangan besar dalam mempertahankan komunitas
4.	2015	Kolaborasi dan ekspor produk dengan Olive Alchemy (USA)	Membuka peluang pasar internasional
5.	2017	Mendapatkan penghargaan Inacraft 2017	Pengakuan nasional atas kualitas produk
6.	2018	Kolaborasi dengan Orange Papaya di Boston (USA)	Menambah jaringan pasar internasional
7.	2019	Penjualan produk mencapai puncaknya	Bukti keberhasilan penjualan produk
8.	2019	Pameran Handyarty di Korea Selatan dan menjadi pembicara di Forum Ekonomi Kreatif di Melbourne	Mendapatkan dukungan dari Pemerintah Provinsi Jawa Barat
9.	2020-2021	Operasional terhenti karena COVID-19	Penurunan drastis aktivitas komunitas
10.	2022	Mulai kembali aktivitas menganyam	Komunitas mulai bangkit meski penjualan belum stabil
11.	2022	Memenangkan Juara 1 Pitching di Festival Inovasi Sosial	Mendapat pengakuan atas ide dan solusi inovatif
12.	2023	Juara 1 Bogor Innovation Award yang disponsori Bappeda kota Bogor	Prestasi lokal yang semakin memperkuat eksistensi
13.	2024	Pameran Inacraft di Jakarta Convention Center dan Trade Expo Indonesia di Indonesia Convention Exhibition	Kembali berpartisipasi dalam pameran besar setelah bertahun-tahun

Tabel 2: Data Penjualan Salam Rancage

No.	Tahun	Jumlah Produk Terjual	Produk Terlaris	Catatan Perkembangan
1.	2019	6.863 pcs	Notebook (Calakan)	Komunitas aktif memproduksi dan berkolaborasi dengan brand lain.
2.	2020	3.210 pcs	Tas tangan (Luyu)	Tantangan besar muncul, namun produksi kerajinan terbantu oleh pemesanan perusahaan multinasional.
3.	2021	-	-	Komunitas berhenti beraktivitas
4.	2022	1.156 pcs	Notebook (Calakan)	Komunitas kembali aktif setelah sempat vakum.
5.	2023	2.602 pcs	Tas tangan (Luyu)	Penjualan masih rendah, tetapi ada tanda-tanda pemulihan karena komunitas mencari strategi pemasaran baru.
6.	2024	3.717 pcs	Antare Ageung	Penjualan meningkat, kemungkinan prestasi dan pengakuan komunitas muncul kembali.

Salam Rancage kini telah berkembang menjadi industri kreatif berbasis bahan daur ulang dengan 60 anggota penganyam aktif dan tujuh orang pegawai lainnya. Namun, seperti kebanyakan industri kreatif, pada tahun 2020 Salam Rancage mengalami

tantangan pandemi Covid-19 dan terpaksa harus menghentikan kegiatan menganyam karena tidak diperbolehkannya kegiatan tatap muka. Berdasarkan data penelitian yang diperoleh, berikut pembahasannya untuk mengetahui strategi yang menjadi alasan Salam Rancage dapat bertahan di tengah persaingan industri kreatif dan analisis eksistensi hasil kerajinan tangan yang diproduksi dalam kurun waktu 2019-2024.



Gambar 1. Bank Sampah Salam Rancage

Analisis Strategi Eksistensi Salam Rancage

Berikut analisis strategi eksistensi yang diterapkan oleh Salam Rancage berdasarkan teori *Competitive Strategy* oleh Porter (1980):

1. *Cost Leadership* dan *Differentiation*

Salam Rancage memanfaatkan bahan baku ramah lingkungan dari bank sampah sebagai strategi menekan biaya produksi. Pernyataan ini sejalan dengan hasil wawancara narasumber Salam Rancage yang menyatakan: “Kami memiliki bank sampah, tapi belum dimanfaatkan dengan baik, jadi kita berusaha mencari jalan dan memanfaatkan hasil dari bank sampah itu sebagai upaya meminimalisir biaya produksi kerajinan”. (S1)

Strategi *Cost Leadership* oleh Porter (1980) menyatakan bahwa strategi mempertahankan eksistensi yang baik adalah dengan menekan biaya produksi, di mana pengurangan biaya tersebut menjadi keunggulan dalam persaingan industri kreatif. Penggunaan bahan baku ramah lingkungan terbukti menarik simpati dan minat target pasar dari Salam Rancage. Salah satu narasumber menyatakan bahwa: “Kalau ada perusahaan yang mau pesan produk, mereka suka ikut donasi kertas HVS yang ga terpakai lagi”. (S2)

Perkembangan media digital, mengancam eksistensi media cetak termasuk koran sehingga mulai terlupakan. Jangkauan yang terbatas dan penurunan minat membaca koran menjadi faktor sebab turunnya eksistensi koran di masyarakat (Akbar, 2025). Demi menanggulangi ancaman tersebut, Salam Rancage memiliki strategi lain dan usaha lebih untuk mempertahankan eksistensinya sehingga mampu bersaing. Dalam mengatasi ancaman ini, narasumber Salam Rancage menyatakan bahwa: “Dalam mengantisipasi ancaman ini kita punya strategi diferensiasi produk, kita menggunakan material tambahan lain yang daur ulang juga seperti kain, bambu, terus kita juga ada pakai kertas HVS”. (S1)

2. *Differentiation* dan *Innovation*

Salam Rancage melakukan riset pasar, lalu membuat inovasi berdasarkan hasil riset yang didapat, demi menunjang perekonomian ibu penganyam. Pernyataan ini terbukti berdasarkan narasumber Salam Rancage yang menyatakan bahwa: “Kita melakukan riset pasar, ketika ada hal yang baru di pasar, mulai tuh kita ngikutin. Kita juga hadir di acara seminar seperti itu. Kalau udah menemukan apa yang dicari di pasar baru kita menyesuaikan”. (S3)



Gambar 2. Diferensiasi Produk

Hasil riset pasar di antaranya adalah dengan menggunakan material lain demi menunjang inovasi produk. Strategi ini sejalan dengan strategi *differentiation* dan *innovation* oleh Porter (1980) yang menyatakan bahwa, sebuah industri kreatif perlu memiliki cara khusus untuk berbisnis dan menghasilkan inovasi terbaru. Salah seorang narasumber Salam Rancage menyatakan bahwa: “Kita menggunakan bambu dan sudah lama dari 2015 atau 2017 itu kita sudah pakai bambu. Untuk kain kita sejak 2019 banyak menggunakan alternatif kain. Tapi produk kita eksis banget itu sekitar tahun 2019 ya”. (S1)

3. *Growth* dan *Alliance*

Salam Rancage berkolaborasi dengan perusahaan-perusahaan besar dan mengundang pemerintah setempat di setiap acara yang mereka adakan sebagai bentuk upaya memiliki hubungan sebaik mungkin dengan para petinggi. Pernyataan ini sejalan dengan pendapat narasumber Salam Rancage yang menyatakan bahwa: “Kami berusaha semaksimal mungkin untuk mandiri dan tidak bergantung pada bantuan dari pemerintah, tapi kami mengupayakan untuk terus mendapat kepercayaan dari pemerintah dan berhubungan baik agar peluang kelangsungan Salam Rancage ini dapat dikenal lebih luas”. (S3)



Gambar 3. Salam Rancage Bersama Walikota Bogor dan Kemenparekraf

Strategi ini sejalan dengan strategi *growth* dan *alliance* oleh Porter (1980) yang menyatakan bahwa organisasi maupun industri kreatif perlu membangun hubungan kerjasama yang menguntungkan dengan organisasi lainnya. Baik kerjasama dengan pelanggan, pemasok, kompetitor, maupun industri lain yang sangat diperlukan juga dalam perkembangan sebuah organisasi agar dapat mempertahankan eksistensinya.

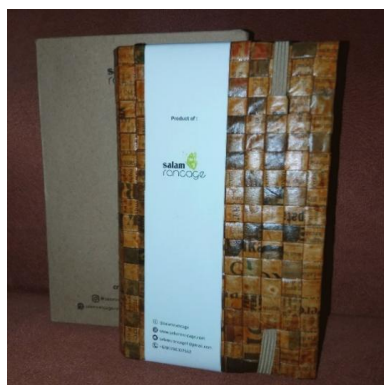
Analisis Hasil Kerajinan Limbah Koran di Salam Rancage

Berikut analisis hasil kerajinan limbah koran di Salam Rancage berdasarkan teori Estetika Kerajinan oleh Martono (2001):

1. Calakan

Calakan adalah buku catatan atau notebook dengan cover yang terbuat dari anyaman lipat kertas koran berwarna cokelat kayu, yang berasal dari proses plitur. Berdasarkan aspek bentuk, kerajinan ini memiliki bentuk seperti notebook pada umumnya, keunikan yang menonjol terletak pada cover yang dibuat dari anyaman kertas koran. Produk ini berukuran 17,7 x 11,7 x 2 cm. Kata *calakan* memiliki arti cerdas atau pintar yang berasal dari bahasa Sunda. Berdasarkan aspek warna, kerajinan ini menggunakan warna imitatif, karena dibuat menyesuaikan dengan aksentasi warna kayu. Belum ada aspek ornamen dekoratif pada kerajinan ini karena bentuknya hanya disesuaikan dengan nilai fungsional.

Kerajinan ini memiliki fungsi kontekstual dan fungsi ekspresi sebab penamaan calakan merujuk pada kegigihan para ibu penganyam yang belajar berbagai teknik menganyam dengan keyakinan bahwa tidak ada seorang pun yang kurang pintar selagi mau belajar. Berdasarkan aspek nilai ekonomi, anyaman koran pada cover notebook telah berhasil meningkatkan harga jual, karena berdasarkan data penjualan pada tahun 2019-2024, calakan berhasil menjadi produk bestseller di Salam Rancage.



Gambar 4. Calakan

2. Cahara Alit

Cahara Alit adalah wadah untuk menata pernak-pernik agar ruangan tetap terlihat rapih dan terorganisir dengan baik. Ditinjau berdasarkan aspek bentuk, kerajinan ini berbentuk bundar dengan pola melingkar, berukuran 12 x 12 x 7 cm. Berdasarkan aspek warna, kerajinan ini menggunakan warna kreatif karena tidak memiliki makna dan tujuan tertentu selain demi mewujudkan estetika karya. Ornamen dekoratif belum terlihat pada kerajinan ini, namun teknik anyaman lilit yang digunakan membentuk tekstur unik yang menjadi ciri khas dari anyaman koran. Kerajinan ini memiliki fungsi kontekstual, sebab kata *cahara* dalam bahasa Sunda memiliki makna sebagai kehormatan.



Gambar 5. Cahara Alit

Penamaan cahara mencerminkan nilai-nilai sosial sebagaimana para ibu penganyam yang tengah membangun martabatnya dengan berkarya dan mengeluarkan potensi diri seoptimal mungkin saat menghadapi masalah, tidak mudah mengandalkan bantuan pihak lain. Berdasarkan aspek nilai ekonomi, koran yang digunakan sebagai bahan baku berhasil meningkatkan nilai jual.

3. Seka

Seka adalah wadah tisu yang terbuat dari anyaman kertas koran dengan teknik lilit. Ditinjau berdasarkan aspek bentuk, kerajinan ini berbentuk persegi panjang dengan lubang oval untuk mengeluarkan tisu. Desain ini umum digunakan pada tempat tisu konvensional, namun penggunaan material koran memberikan keunikan tersendiri.

Kerajinan ini memiliki ukuran 12 x 14 x 11,5 cm. Kata *seka* dalam bahasa Sunda memiliki makna bersih atau membersihkan dengan kain. Berdasarkan aspek warna, kerajinan ini menggunakan warna kreatif dan warna imitatif demi mewujudkan keanekaragaman warna. Aspek ornamen dekoratif belum terlihat pada kerajinan ini.



Gambar 6. Seka

Kerajinan ini memiliki fungsi kontekstual sebab penamaan seka sendiri terinspirasi dari gerakan bersih-bersih kampung yang rutin dilaksanakan para ibu penganyam agar kampungnya senantiasa bersih, nyaman dipandang dan terhindar dari berbagai penyakit. Sebuah pengingat pentingnya menjaga kebersihan. Berdasarkan aspek nilai ekonomi, kerajinan ini menggunakan bahan baku koran yang telah berhasil meningkatkan nilai jualnya.

4. Someah



Gambar 7. Someah

Someah adalah wadah keranjang kecil, tempat pensil di atas meja, maupun sebagai cover pot kecil untuk mempercantik ruangan. Berdasarkan aspek bentuk, someah memiliki bentuk dasar silinder dengan struktur anyaman campuran dari lilit dan lipat. Someah berukuran 10 x 8 x 9,5 cm.

Kata *someah* dalam bahasa Sunda memiliki makna ramah serta manis budi. Berdasarkan aspek warna, *someah* warna kreatif demi mewujudkan estetika karya. Aspek ornamen dekoratif belum terlihat pada kerajinan ini. Kerajinan ini memiliki fungsi kontekstual sebab penamaan *someah* merujuk pada karakter orang Indonesia yang terkenal ramah dan berbudi manis menyambut tamu. Berdasarkan aspek nilai ekonomi, kerajinan ini telah menerapkan prinsip biaya produksi seminimal mungkin dan meningkatkan nilai jual.

5. Luyu



Gambar 8. Luyu

Luyu adalah tas tangan yang terbuat dari anyaman kertas HVS atau majalah yang dipadukan dengan kain katun. Ditinjau berdasarkan aspek bentuk, kerajinan ini berbentuk 3D, diproduksi tahun 2023 dengan ukuran 23 x 15 x 1 cm. Kata luyu dalam bahasa sunda artinya sesuai. Luyu terinspirasi dari karakteristik lembut dan unik pada motif anyaman yang sangat sesuai untuk ditampilkan pada berbagai acara kasual maupun resmi.

Aspek warna yang digunakan dalam kerajinan ini merupakan warna kreatif demi mewujudkan estetika karya. Aspek ornamen dekoratif belum terlihat pada kerajinan ini. Kerajinan ini memiliki fungsi kontekstual sebab penamaan *luyu* merupakan ajakan agar senantiasa dapat berupaya bersikap menyesuaikan diri dengan situasi yang sedang dihadapi.

Ditinjau dari nilai ekonomi, strategi diferensiasi material produk telah terlihat dengan dipadukannya bahan kain dan kertas pada karya ini yang berhasil meningkatkan nilai jualnya.

6. Antare Ageung

Antare ageung adalah tas jinjing terbuat dari anyaman kertas bekas yang berukuran 21 x 12 x 24 cm yang diproduksi tahun 2023 dan dapat difungsikan untuk membawa barang hingga berat 5 kg. Berdasarkan aspek warna, warna yang digunakan dalam kerajinan ini merupakan warna imitative. Warna imitatif diterapkan pada produk kerajinan ini dengan maksud demi mempertahankan warna asli kertas majalah yang digunakan. Pada produk kerajinan ini aspek ornamen dekoratif belum terlihat.



Gambar 9. Antare Ageung

Kerajinan ini memiliki fungsi kontekstual sebab kata *antare* dalam bahasa sunda berarti santai atau tidak terburu-buru. Sedangkan *ageung* artinya besar. Penamaan antare mencerminkan sikap hati-hati para ibu penganyam saat menganyam, tanpa kehilangan keasyikan dan kesungguhan. Ditinjau berdasarkan aspek nilai ekonomi, kerajinan ini telah berhasil meningkatkan nilai jual dengan menerapkan strategi diferensiasi material dengan memadukan kertas dan kain.

7. Tarapati

Tarapati jika ditinjau berdasarkan aspek bentuk merupakan anyaman yang berbentuk persegi panjang, simetris, dan mencerminkan nilai fungsinya sebagai tempat pernak-pernik. Kerajinan ini berukuran 12,5 x 14,5 x 8 cm yang diproduksi pada tahun 2023 dan dapat difungsikan sebagai kotak penyimpanan pernak-pernik di atas meja, agar meja terlihat rapih dan terorganisir dengan baik. Berdasarkan aspek warna, warna yang digunakan dalam kerajinan ini merupakan warna kreatif demi mewujudkan estetika karya.



Gambar 10. Tarapati

Secara khusus ornamen dekoratif belum terlihat pada kerajinan ini, namun teknik anyaman lilit dengan pola unik yang digunakan telah meningkatkan nilai fungsi dan nilai ekonomi dari kerajinan ini. Kerajinan ini memiliki fungsi kontekstual sebab kata tarapti dalam bahasa sunda berarti segalanya sudah dipersiapkan dengan matang. Penamaan tarapti terinspirasi dari tata cara persiapan menganyam yang dilakukan para Ibu penganyam, dimana peralatan dan bahan anyaman disiapkan secara tertib dan dan teratur agar proses menganyam bisa lebih efektif.

KESIMPULAN

Salam Rancage memiliki strategi yang menjadi kekuatannya sehingga dapat bersaing dengan industri kreatif serupa yang ada di Bogor. Berdasarkan *Competitive Strategy* dalam teori Porter (1980), diperoleh

data bahwa Salam Rancage telah menerapkan seluruh aspek *Competitive Strategy*, antara lain sebagai berikut: (1) *Cost Leadership*, dilakukan dengan memanfaatkan bahan baku ramah lingkungan yang berasal dari bank sampah, (2) *Differentiation*, dilakukan dengan melakukan diferensiasi material pembuatan produk, (3) *Innovation*, dilakukan dengan rutin melakukan pameran dan riset pasar, (4) *Growth*, dilakukan dengan mengadakan pelatihan menjahit dan pembuatan masker kain agar tetap eksis di masyarakat, dan (5) *Alliance*, dilakukan dengan menjalin hubungan sebaik mungkin bersama pemerintah, komunitas Sekolah Alam Bogor, komunitas Salam Aid, dan ibu penganyam.

Berdasarkan analisis data, dapat disimpulkan bahwa Salam Rancage menerapkan strategi eksistensi yang saling memiliki keterkaitan antara lain: (1) *Cost Leadership* dan *Differentiation*. Kedua strategi ini berkaitan karena Salam Rancage mengupayakan diferensiasi material kerajinan tangan selain koran sebagai upaya menekan biaya produksi dan mengantisipasi berkurangnya eksistensi koran di sekitar.

(2) *Differentiation* dan *Innovation*. Kedua strategi ini berkaitan karena upaya diferensiasi material pada akhirnya menjadi inovasi tersendiri bagi kerajinan yang telah diproduksi dan meningkatkan nilai jual sebab kerajinan menjadi lebih inovatif. (3) *Growth* dan *Alliance*. Kedua strategi ini berkaitan karena Salam Rancage berusaha menjalin kerja sama dengan pemerintah setempat maupun komunitas lain sebagai upaya mereka untuk tumbuh dan bertahan. Strategi kerja sama pun memberikan keuntungan besar sebab inilah strategi yang membuat Salam Rancage dikenal luas hingga ke mancanegara.

Berdasarkan hasil analisis teori Estetika Kerajinan, Salam Rancage telah menerapkan *form follow function* karena bentuk kerajinan telah disesuaikan sedemikian rupa hingga terlihat estetis

namun berguna sebagai mana fungsinya. Warna yang dominan digunakan pada kerajinan tangan yang diproduksi oleh Salam Rancage adalah warna kreatif dan warna imitative. Salam Rancage pun menekankan fungsi kontekstual dan efisiensi ekonomi pada kerajinan yang telah diproduksi. Namun Salam Rancage belum menerapkan aspek ornamen dekoratif pada kerajinan tangan yang dihasilkan, jadi pola yang terbentuk hanya dihasilkan alami berdasarkan pola anyaman yang digunakan.

Berdasarkan analisis dan kesimpulan hasil penelitian, Salam Rancage dapat mulai mengeksplorasi penerapan ornamen dekoratif pada produk kerajinannya. Hal ini dapat meningkatkan estetika karya dan daya tarik visual produk tanpa mengesampingkan *form follows function*. Salam Rancage pun disarankan untuk terus mengembangkan alternatif material ramah lingkungan sebagai langkah antisipasi dan menjadi sumber inovasi dalam desain dan fungsi produk.

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, F. L. 2025. *Melihat Potensi Keberadaan Media Cetak 10 Tahun Mendatang*. Artikel. Unas.ac.id.
- Bogor, Open Data Kota. (2023). *Jumlah Jenis Produk Ekonomi Kreatif yang Terserap di Pasar Kota Bogor*. Bogor: Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bogor.
- Darmana, Ketut. 2017. *Pengembangan Industri Kreatif dan Persaingan Pasar Bebas Global Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) dalam Menghadapi Bonus Demografi 2045 di Indonesia*. Program Studi Antropologi. Fakultas Ilmu Budaya. Universitas Udayana Bali.
- Indonesia, Departemen Perdagangan Republik. (2009). *Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia 2009-2015*. Jakarta: Departemen Perdagangan.
- Kemendikbud. (2020). *Statistik Ekonomi Kreatif*. Jakarta: Pusat Data dan Sistem

- Informasi. Kementrian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif RI.
- Martono. (2001). Estetika Kerajinan. Jurnal DIKSI. Fakultas bahasa, seni, dan budaya. Universitas Negeri Yogyakarta.
- Porter, M. E. (1980). *Competitive Strategy Techniques for Analyzing Industries and Competitors*. The Free Press: New York.
- Saputra, S.A. 2023. *Kelana Nusantara Kota Bogor, Forum Pelaku Ekonomi Kreatif*. Artikel. Radio Republik Indonesia.co.id.