
BAB II

PERKEMBANGAN INDUSTRI KECIL KERAJINAN DI DIY DAN PERMASALAHANNYA

Pada bab ini akan membahas tentang batasan dan pengertian kerajinan, industri kerajinan dan alternatif wadah yang dapat digunakan untuk meningkatkan produksinya. Pada bagian ke dua akan dikupas beberapa aspek yang dapat dijadikan titik tolak pengembangan dan arah perencanaan wadah yang akan di wujudkan.

2.1. PERKEMBANGAN INDUSTRI KECIL-KERAJINAN DI DIY

2.1.1. Batasan dan Pengertian

Kerajinan dapat diartikan sebagai proses pengerjaan sebuah produk (barang) berdasarkan pada keterampilan, ketelitian, ketelatenan yang sifatnya rumit, halus dan dikerjakan sesuai dengan urutan-urutan tertentu.

Pada awalnya kegiatan membuat barang kerajinan dilakukan sebagai aktifitas sampingan bagi masyarakat pedesaan yang umumnya hidup sebagai petani. Barang kerajinan pada dasarnya di buat hanya sekedar untuk memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari seperti kebutuhan sandang dan pangan. Dikerjakan dengan proses yang sangat sederhana pada sebuah rumah tangga yang jumlah anggota (tenaga kerja)-nya bekisar antara 2 sampai dengan 4 orang. Dan proses pembuatannya dilakukan tanpa menggunakan alat-alat mekanis.

Seiring dengan perkembangan zaman, produk barang kerajinan di DIY dewasa ini telah tumbuh menjadi sebuah komoditi yang dapat diproduksi

~~digunakan sebagai tempat memasarkan produk barang yang telah dihasilkan.~~

Sekaligus juga dapat melayani kebutuhan pembinaan terhadap pengusaha atau pengerajin dalam upaya meningkatkan kemampuan produksi yang dimilikinya.

2.1.2. Faktor Pendukung Perkembangan Industri Kerajinan

Perkembangan industri kerajinan di DIY tidak terlepas dari beberapa faktor pendukung yang terdapat di daerah setempat. Yaitu: a). faktor lingkungan pariwisata dan perdagangan, dan b). faktor manusia dan kebudayaan.

2.1.2.1. Faktor Lingkungan Pariwisata dan Perdagangan.

Daerah Istimewa Yogyakarta sudah dikenal sebagai salah satu tujuan wisata yang cukup potensial di Indonesia. Yogyakarta memiliki beraneka-ragam obyek wisata yang sangat menarik untuk dikunjungi. Kekayaan obyek wisata di DIY antara lain terdiri dari:

- Obyek berupa tempat-tempat wisata, seperti: pantai, taman hiburan, dan kebun binatang.
- Obyek peninggalan bangunan-bangunan besejarah, seperti: Kraton, Benteng Vrederberg, Gedung Seni Sono, Kota Gede atau Candi.
- Obyek wisata berupa karya-karya seni budaya tradisional, seperti: seni tari, seni musik atau seni rupa.

Berkenaan dengan beragamnya potensi obyek wisata itulah maka DIY menjadi sangat sarat dengan kunjungan wisatawan. Kondisi ini sangat mendukung bagi dikembangkannya sektor perdagangan, terutama sekali perdagangan barang kerajinan. Dengan keunikan dan

keindahan yang dimilikinya, komoditas barang kerajinan di DIY diakui

telah menjadi mata dagangan yang cukup diminati oleh masyarakat dan wisatawan.

Berdasarkan potensi lingkungan yang ada, maka salah satu upaya yang harus dilakukan adalah pengembangan fasilitas pemasaran yang lebih berorientasi kepada pengembangan fasilitas yang dapat mendukung aktifitas kepariwisataan di wilayah DIY pada umumnya, terutama melalui aktifitas pemasaran barang kerajinan. Melalui aktifitas pemasaran barang kerajinan ini, diharapkan selain dapat meningkatkan pendapatan perkapita daerah dan kesejahteraan masyarakat (pengrajin), disamping itu juga dapat mendukung citra kota Yogyakarta sebagai kota pariwisata.

2.1.2.2. Faktor Manusia dan Kebudayaan

Kerajinan biasanya tumbuh subur di daerah-daerah yang memiliki potensi budaya yang khas. Kota Yogyakarta juga dikenal sebagai kota kebudayaan yang memiliki beraneka ragam peninggalan tradisi nenek moyang bangsa Indonesia. Kekayaan budaya kota Yogyakarta dapat terlihat dari kultur sosial-masyarakatnya yang masih mencerminkan nilai-nilai tradisional masyarakat Jawa pada umumnya. Atau dapat juga dilihat dari beragamnya karya-karya seni (baik musik, tari dan seni rupa) yang terdapat di berbagai pelosok kota Yogyakarta.

Barang kerajinan adalah salah satu kekayaan budaya warisan nenek moyang yang patut dilestarikan. Usaha pelestarian nilai budaya

~~tidak selalu dapat difahami dalam pengertian yang statis, yaitu~~

mempertahankan kebudayaan yang ada. Tetapi dengan cara melakukan
pemeriksaan kembali secara terus menerus dalam usahanya memecahkan
persoalan maupun menemukan fungsi-fungsi baru, agar masyarakat
selalu dalam kondisi dinamis. Dan usaha pelestarian nilai tradisi yang
dikandung barang kerajinan dimaksudkan untuk mengembangkan potensi
dan kualitas barang yang dihasilkannya hingga tetap dapat sesuai dengan
perkembangan zaman dan tuntutan pemakaiannya.

Maka selain penyediaan sarana pasar yang memadai, upaya
untuk memfasilitasi kegiatan promosi terhadap berbagai aspek yang
berkaitan dengan barang kerajinan juga dinilai cukup strategis dalam
rangka mensosialisasikan serta melestarikan tradisi nilai budaya yang
terkandung didalamnya. Aspek-aspek terkait yang dimaksudkan adalah:

- Aspek manusia (pembuatnya): berkaitan dengan latar belakang
tradisi (kebudayaan) yang dimilikinya. Yaitu sejauh mana aspek

tersebut dapat berpengaruh terhadap berbagaimacam produk barang
yang dihasilkannya.

- Aspek teknologi: yaitu yang berkaitan dengan rangkaian (proses)
pembuatan barang kerajinan itu sendiri.

2.2. TITIK TOLAK PENGEMBANGAN FASILITAS

2.2.1. Jenis-jenis Barang Kerajinan

Barang kerajinan memiliki jenis yang sangat beragam. Namun secara umum, dapat ditinjau berdasarkan 3 hal, yaitu: a). berdasarkan jenis bahan baku yang digunakan, b). berdasarkan proses atau cara pembuatannya dan c). berdasarkan fungsi dan kegunaannya. Masing-masing jenis bahan baku yang digunakan, menuntut penanganan (proses pembuatan) yang berbeda-beda, sesuai dengan kebutuhan bentuk disain barang yang akan dibuat.

Berdasarkan jenis bahan bakunya, barang kerajinan dapat dikelompokkan menjadi 6 jenis, yaitu: barang yang terbuat dari kulit, perak (logam), gerabah (keramik), bambu, kayu dan tekstil. Proses pembuatan barang kerajinan secara umum meliputi tiga bagian, yaitu: a). proses persiapan dan pengolahan bahan baku, b). proses produksi atau pembuatan barang dan c). proses pendekorasian atau finishing.

2.2.1.1. Proses Persiapan dan Pengolahan

a). Bahan dari kulit

Tahapan persiapan dan pengolahannya meliputi kegiatan:

- Penyemakkan: yaitu tahap pembersihan dan penghalusan,
- Pencucian: kulit yang bulu hewannya sudah dibersihkan, dicuci dengan air bersih,
- Pengawetan: agar tahan lama, kulit akan diberi obat pengawet,

- **Proses pengeringan:** khusus untuk membuat kerajinan wayang dari kulit, maka kulit harus dikeringkan terlebih dahulu, agar mengeras.

b). Bahan dari perak:

Tahapan persiapan dan pengolahannya meliputi:

- **Peleburan (pencairan):** bahan dasar perak yang masih asli dileburkan dengan menggunakan sebuah alat pembakar (kompor) bersuhu tinggi, bahan ini kemudian dicampur dengan bahan logam lain sesuai dengan peraturan,
- **Pencetakan:** bahan dasar perak yang sudah cair tersebut, dimasukkan ke dalam alat pencetak untuk memperoleh bentuk dasar disain barang yang diinginkan.

c). Bahan dari keramik:

Tahap persiapan dan pengolahannya meliputi:

- **Penggilingan:** bahan dasar terdiri dari tanah liat dan pasir, digiling dengan sebuah alat penggiling,
- **Penyaringan:** tanah dan pasir yang telah digiling tersebut kemudian disaring,
- **Perendaman:** bahan hasil saringan dimasukkan ke dalam sebuah bak khusus untuk merendam,

- Pengendapan: setelah 2 hari, bahan yang direndam tersebut akan

mengendap. Dan airnya disalurkan ke bagian lain, sementara bahan yang mengendap tertinggal di bak penampungan.

d). Bahan dari bambu:

Tahap persiapan dan pengolahannya terdiri dari:

- Kegiatan pengawetan
- Pembentukan bahan dasar yang disesuaikan dengan kebutuhan disain barang yang akan di buat, dan
- Tahap penghalusan

e). Bahan dari kayu:

Tahap persiapan dan pengolahan bahannya relatif sama dengan bahan dari bambu, yaitu:

- Tahap pengawetan
- Pembentukan bahan dasar yang disesuaikan dengan kebutuhan disain barang yang akan di produksi, dan

- Tahap penghalusan

f). Bahan dari tekstil

Adalah jenis kerajinan yang menggunakan kain sebagai bahan dasar (media) pembuatannya, misalnya: kerajinan membatik. Tahap persiapannya meliputi:

- menyiapkan bahan dasar atau media lukis yang akan dipakai dan membuat pola disain lukisannya,

- menyiapkan peralatan untuk membatik, antara lainnya:

mencairkan “malam” (obat untuk membatik), beserta dengan campuran-campuran obat pewarna lainnya sesuai dengan kebutuhan.

2.2.1.2. Cara atau Teknik Pembuatan

Ada 4 cara atau teknik pembuatan barang kerajinan yang telah umum digunakan oleh para pengrajin. Teknik pembuatan tersebut dikembangkan sesuai dengan kebutuhan dan tuntutan bentuk disain barang yang akan di buat. Yaitu:

a). Pembuatan dengan cara ditatah (diukir atau di pahat):

Teknik mentatah biasa diterapkan dalam pembuatan barang kerajinan yang terbuat dari bahan kayu, logam (perak) dan kulit yang dikeringkan. Peralatan yang digunakan antara lainnya adfalah: bantalan yang terbuat dari kayu untuk mentatah kulit atau karet (getah yang dikeringkan) untuk mentatah bahan perak, pahat untuk mentatah (dengan ukuran yang bervariasi), pemukul, dan pola.

b). Pembuatan dengan cara dicetak:

Biasa digunakan untuk membuat aneka kerajinan dari bahan baku perak. Tahap pembuatannya adalah: bahan dasar perak dicairkan, dicampur dengan bahan logam. Kemudian bahan tersebut dimasukkan ke dalam alat pencetak, sambil terus dipanaskan.

Beberapa jenis barang kerajinan dari gerabah juga ada yang dibuat dengan cara dicetak.

c). Melukis dengan teknik membatik:

Media yang digunakan untuk membatik tersebut bisa terdiri dari bahan kain atau kayu. Proses pembuatannya relatif sama, yaitu: pembuatan pola (gambar dasar), pemolesan “malam” (obat batik), pemolesan obat (campuran) warna pada media gambar---dikeringkan---lalu kemudian dicelup dalam larutan HCl untuk memunculkan warna aslinya.

d). Pembuatan dengan cara dianyam:

Yaitu untuk membuat barang-barang kerajinan yang bahan bakunya terdiri dari bambu, rami atau rotan.

2.2.1.3. Proses Pendekorasian dan Finishing

Ada dua teknik yang biasa digunakan oleh para pengrajin dalam melakukan pekerjaan dekorasi terhadap produk-produk barang yang dibuatnya, yaitu:

a). Teknik menyangging atau mewarna:

Yaitu proses pewarnaan dengan menggunakan teknik melukis. Bahan yang digunakan adalah cat minyak, cat air atau cat trembok contohnya adalah: kerajinan wayang kulit *tatah sungging* atau melukis toperng kayu.

b). Teknik mengglasir:

Khususnya diterapkan pada jenis kerajinan gerabah. Yaitu proses melapisi bahan gerabah (keramik) dengan menggunakan bahan gelas untuk menampilkan kesan mengkilat pada permukaan barangnya.

c). Teknik memoles dengan pernis atau semir:

Banyak diterapkan pada jenis-jenis kerajinan yang terbuat dari bahan kulit, kayu dan gerabah.

2.2.2. Sistem Pemasaran

Secara umum, pola pemasaran yang berlaku dalam aktifitas jual-beli barang kerajinan dilakukan dengan dua sistem, yaitu: sistem eceran (retail) dan sistem pesanan (order). Sistem eceran (retail) adalah sistem pemasaran barang secara langsung kepada konsumen dengan cara eceran---membeli barang satu-persatu atau tidak dalam jumlah yang banyak. Orientasi pasarnya adalah domestik. Oleh sebab itu, pengembangannya lebih membutuhkan pewadahan berupa sarana pasar yang secara khusus dapat memberikan pelayanan jual-beli barang kerajinan secara langsung.

Sedangkan sistem order atau pesanan biasanya dilakukan dengan cara mempromosikan atau menawarkan contoh-contoh produk barang yang dihasilkan kepada konsumen. Konsumen bisa memesan barang yang diinginkannya baik secara langsung kepada produsen (pengrajin) ataupun melalui perantara sebuah lembaga yang bergerak dalam bidang pemasaran barang kerajinan. Bentuk kegiatannya lebih mengarah pada kerja-kerja kelembagaan dan

jaringan, membutuhkan sebuah pengelolaan sistem keadministrasian secara optimal melalui suatu wadah pengelolaan.

Untuk mendukung terselenggaranya aktifitas pemasaran secara baik, maka tersedianya sarana atau fasilitas untuk memasarkan produk-produk barang yang ada mutlak diperlukan. Pengadaan fasilitas pemasaran ini sangat erat kaitannya dengan upaya peningkatan produksi barang kerajinan sebagaimana yang diharapkan.

Faktor yang perlu dipertimbangkan berkaitan dengan pengadaan sarana untuk pemasaran ini adalah faktor daya tarik terhadap konsumen. Motivasi masyarakat (khususnya konsumen) yang datang ke tempat-tempat produksi atau pemasaran yang ada biasanya bukan hanya tertarik untuk membeli aneka barang kerajinan yang ditawarkan. Melainkan juga tertarik untuk melihat bagaimana proses pembuatan barang kerajinan tersebut di laksanakan. Oleh sebab itu, untuk dapat menarik perhatian konsumen, tempat pemasaran ini juga diupayakan untuk mengarah pada bentuk kegiatan *work-shop*. Dimana selain menjual barang kerajinan, pengunjung (konsumen) yang datang ke lokasi tersebut juga bisa memperoleh banyak pengalaman dan informasi berkaitan dengan produk-produk barang kerajinan yang ada.

2.2.3. Perlaku Kegiatan

Pengembangan sarana ini diarahkan pada upaya untuk mewadahi kegiatan pemasaran barang kerajinan, pembinaan bagi pengrajin dan pengembangan produksi barang kerajinan. Dalam kesehariannya, jenis-jenis

kegiatan tersebut akan melibatkan tiga kelompok pelaku kegiatan, yaitu: a).

pengunjung atau pembeli, b). pengusaha atau pengrajin dan c). pengelola sarana

2.2.3.1. Pengunjung atau Pembeli

Berdasarkan karakteristik kegiatannya secara umum, selain untuk membeli suatu produk barang, pengunjung juga memiliki kebiasaan untuk melakukan kegiatan pengamatan baik terhadap suasana sekitarnya maupun terhadap berbagai produk barang yang diperjual-belikan. Namun fokus amatannya tetap lebih cenderung ke obyek barang-barang kerajinan yang dipajang di dalam ruang.

Oleh sebab itu, pengkondisian ruang untuk tempat jual-beli barang ini harus mempertimbangkan faktor: kenyamanan jarak pandang pengunjung ke obyek barang, dan kenyamanan ruang gerak untuk pelayanan transaksi barang. Untuk memenuhi persyaratan kenyamanan jarak pandang, maka jarak obyek barang ke pengamat (pengunjung) adalah:³

- 0,75 meter: untuk jenis barang kerajinan yang berukuran kecil.
- 2 - 2,5 meter: untuk jenis barang kerajinan yang berukuran sedang atau besar.

Sedangkan untuk memberikan kenyamanan pelayanan transaksi (jual-beli) barang, maka luasan ruang minimal yang harus dipenuhi adalah:

³ Budi Rahayu: Tugas Akhir, Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta.
"Pasar Seni Sebagai Wadah Promosi Untuk Merunjang Pemasaran Industri Kerajinan."

- (1,4 x 0,9) M=1,26 M : untuk jenis barang yang berukuran kecil.
- (1,8 x 1,2) M=2,16 M : untuk jenis barang yang berukuran sedang
- (2,5 x 1,5) M=3,75 M : untuk jenis barang yang berukuran besar.

2.2.3.2. Pengrajin.

Pengrajin dalam hal ini adalah mereka yang ditugaskan untuk melaksanakan aktifitas peragaan terhadap proses pembuatan contoh-contoh produk barang kerajinan. Kegiatannya terfokus pada ruang peragaan, untuk melakukan rangkaian kegiatan yang terdiri dari tahapan-tahapan pembuatan sebagaimana yang telah dijelaskan pada poin 2.2.1.2.: tentang “*Cara atau Teknik Pembuatan*” (lihat hal.: 20).

Dalam pelaksanaan kegiatan peragaan ini, pengrajin yang bertugas biasanya terdiri dari 4 - 5 orang. Satu atau dua diantara mereka ada yang bertugas sebagai *guide* (penuntun). Tugasnya adalah memnuntun pengunjung dan memberikan berbagai informasi yang dibutuhkan oleh para pengunjung.

2.2.3.3. Pengelola

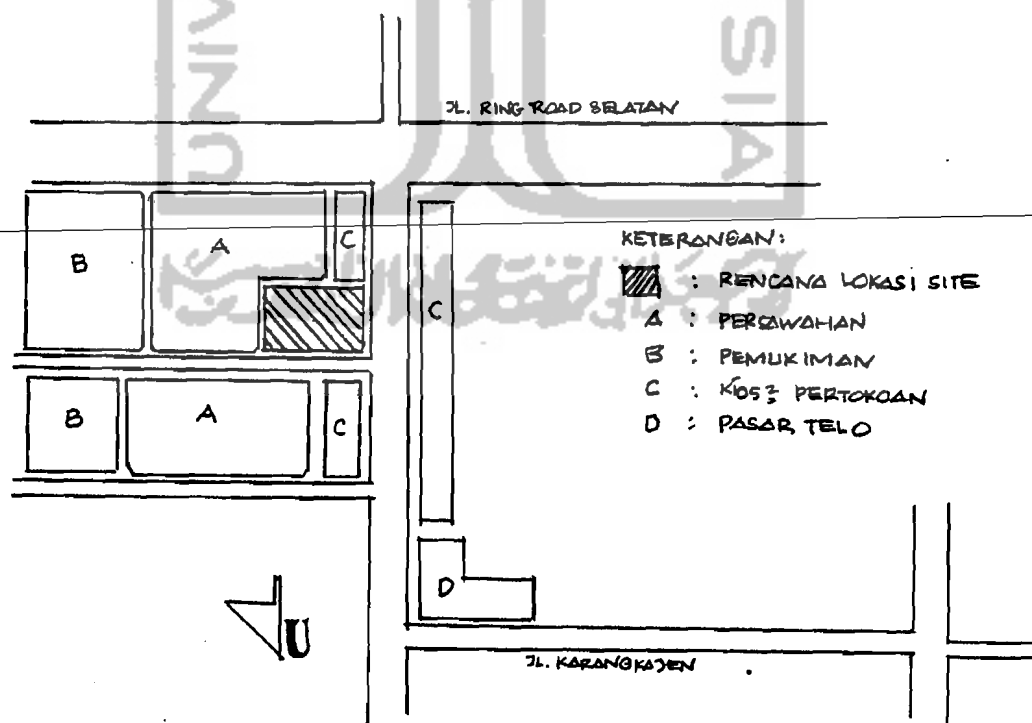
Kegiatan pengelola meliputi: kegiatan administrasi, pengembangan produksi dan pengadaan barang untuk dipasarkan.

- Kegiatan administrasi adalah mengkoordinasikan seluruh kegiatan yang berlangsung di dalamnya.

- Pengembangan produksi diarahkan pada kegiatan riset dan pembinaan terhadap pengrajin di tempat pelatihan.
- Kegiatan pengadaan barang yaitu menerima kiriman barang dari pengrajin untuk dipasarkan. Biasanya dilakukan setiap 3 bulan sekali.

2.3. LOKASI PENGEMBANGAN

Pengambilan lokasi untuk pengembangan fasilitas ini mengacu pada program lembaga APIKRI, yaitu sebuah lembaga swadaya masyarakat yang bergerak dalam bidang pengembangan industri kecil dan kerajinan, yang memiliki perencanaan berupa pengembangan fasilitas fisik sebagai tempat pemasaran berbagai macam produk barang kerajinan di wilayah DIY dan sekitarnya. Lokasi yang dimaksudkan adalah sebagai berikut:



Gambar 2.3.: Denah lokasi (site) tempat rencana pengembangan fasilitas pemasaran barang kerajinan

Lokasi terletak di daerah selatan kotamadia Yogyakarta, yaitu di jalan Karangajen

kurang lebih 500 meter dari Jalan Ring Road Selatan. Daerah tersebut masih termasuk di dalam wilayah kota Yogyakarta. Pencapaian ke lokasi cukup mudah, dimana dapat ditempuh baik dengan menggunakan angkutan umum (bis kota) ataupun menggunakan kendaraan pribadi. Namun melihat kondisi letak geografisnya yang cukup jauh dari pusat kota, dengan ini dibutuhkan sebuah sarana informasi yang memadai. Penyebaran informasi melalui media masa, promosi, liflet, brosur ataupun kerja-sama baik dengan instansi pemerintah maupun pengembang (swasta) lainnya dalam hal ini perlu ditingkatkan.

Disamping menyediakan fasilitas untuk memasarkan barang kerajinan, fasilitas ini juga diharapkan dapat memberikan alternatif kegiatan wisata kepada masyarakat dan wisatawan, khususnya melalui kegiatan promosi barang kerajinan yang di tawarkan, sehingga dapat menarik minat masyarakat untuk berkunjung ke lokasi yang ada.

Lokasi pengembangan sarana pemasaran dan promosi barang kerajinan ini berdekatan dengan fasilitas-fasilitas umum, antara lainnya adalah sebagai berikut:

- pemukiman atau perumahan masyarakat: terletak di belakang atau di sebelah timur site dan di sebelah utara site di potong oleh lintasan jalan umum. Jalan umum tersebut cukup luas, hingga dapat dilewati oleh kendaraan beroda empat. Dengan ini dapat dijadikan potensi yang cukup positif untuk mendukung kondisi site.
- tempat-tempat usaha berupa kios-kios dan pertokoan: terletak menyebar di sepanjang jalan raya atau jalan utama. Yang paling dekat adalah terletak di depan site (berseberangan jalan dengan site).
- Pasar Telo: letaknya agak jauh dari letak site bangunan, yaitu kurang lebih 800 meter.

Berkenaan dengan letaknya tersebut, perletakan masa-masa bangunan yang akan dibangun di dalam site diharapkan dapat mengambil orientasi (pemandangan) yang dinilai cukup menarik jika dilihat dari luar lokasi site. Sehingga dapat menyerap perhatian masyarakat atau wisatawan yang melintasi jalan di depan atau disekitar lokasi site.

