

LAPORAN PENELITIAN

**KAJIAN KRIA KONTEMPORER BALI
STUDI KASUS KERAJINAN PATUNG *POP ART*
DI DESA TEGALALANG**

**Peneliti Utama :
Wawan Suryana M.Sn**

**Anggota Peneliti :
Komang Wahyu Sukayasa M.Ds**



**PROGRAM STUDI SENI RUPA MURNI
FAKULTAS SENI RUPA DAN DESAIN
UNIVERSITAS KRISTEN MARANATHA
BANDUNG
2008**

KATA PENGANTAR

Penelitian merupakan salah satu bagian penting dalam Tridarma Perguruan Tinggi yang wajib dilakukan oleh para dosen untuk mengembangkan bidang keilmuan dan wawasannya.

Laporan penelitian ini dapat diselesaikan berkat bantuan dan dorongan dari berbagai pihak yang dengan sangat terbuka memberi informasi dan masukan yang sangat berarti bagi peneliti

Kami juga mengajukan terima kasih kepada berbagai pihak antara lain :

1. Tuhan Yang Maha Esa atas semua anugerah dan berkatNya
2. Bapak Ir. Yusak Gunadi S., MM. selaku kepala LPPM Universitas Kristen Maranatha.
3. Bapak Gai Suhardja Ph.D. selaku Dekan Fakultas Seni Rupa dan Desain, Universitas Kristen Marantha.
4. Para Narasumber yang memberikan banyak informasi penting bagi penelitian ini.

Semoga laporan penelitian ini dapat berguna bagi para dosen, mahasiswa, dan pihak lain yang tertarik terhadap masalah kria tradisional. Kritik dan saran sangat diharapkan untuk perbaikan dalam penelitian selanjutnya

Bandung, Juli 2008

TIM PENELITI

ABSTRACT

The Tegalalang Pop Art sculpture craft industry has been promoted to raise the welfare of the people of Tegalalang. Apart from the critique made by the Balinese sculpture art community towards the Tegalalang Pop Art since this art is no longer based on its traditional format and indeed gives an emphasis merely on both economic and design value, this art has given significant socio-economic effects towards the people of Tegalalang. One of the effects was that this art industry has changed most Tegalalang's people's main livelihood from being farmers into being craftsmen, exporters, and importers. In other words, this art industry gives the people better livelihood. The improvement of the people's welfare has further contributed positively to the increase of the revenue of the local government and has driven the people to continue their study. The Tegalalang sculpture Pop Art can be classified as Baliness modern craft because of its strength in expressing art freely, leaving their traditional format and motif. the Tegalalang sculpture has developed well because it can respond to the people's religious or belief needs and has a new design concept, production technique, and shaping while maintaining its traditional basis. In other words, the Tegalalang sculpture is still based on the old techniques and traditional formats.

Kata kunci: kerajinan, patung Pop Art, kria tradisional, sosial ekonomi

ABSTRAK

Industri kerajinan patung Pop Art Tegalalang adalah sebuah upaya meningkatkan taraf hidup penduduknya. Dengan menitik beratkan pada nilai ekonomis dan

desain yang berani keluar dari format patung tradisional Bali pada umumnya, kerajinan patung *Pop Art* Tegalalang yang meski menuai banyak kritik dari kalangan seniman patung di Bali, telah memberi dampak sosial ekonomi yang sangat besar. Mengubah mata pencaharian penduduk yang mayoritas sebagai petani menjadi perajin yang dalam perkembangannya sebagai pemilik toko kerajinan dan eksportir. Memberikan lapangan pekerjaan yang baik untuk penduduk. Peningkatan taraf hidup tersebut juga memberi peningkatan pada pembangunan daerah, meningkatnya minat melanjutkan sekolah dan lain-lain. Patung *Pop Art* yang berkembang di Tegalalang dapat diklasifikasikan ke dalam kria moderen Bali karena kuatnya unsur ungkapan ekspresi dari seniman secara bebas, meninggalkan tradisi baik gaya dan motifnya dan patung ini dibuat bukan untuk memenuhi tuntutan (keperluan) agama atau kepercayaan rakyat, memiliki kebaruan dalam konsep-konsep pengembangan desain, teknik produksi dan perupaannya, tetap berbasis tradisional, dalam arti produk tersebut merupakan hasil pengembangan dari teknik-teknik lama dan bentuk-bentuk tradisional.

Kata kunci: kerajinan, patung *Pop Art*, kria tradisional, sosial ekonomi

DAFTAR ISI

Kata Pengantar.....	i
BAB I	
Pendahuluan	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Alasan Pemilihan Topik	3
1.3 Tujuan Penelitian	3
1.4 Manfaat Penelitian.....	3
1.5 Identifikasi Masalah	4
1.6 Metode Penelitian	4
BAB II	
Kajian Pustaka	
2.1. <i>Pop art</i>	6
2.1.1. Sejarah <i>Pop Art</i>	6
2.2. Patung Bali	7
2.2.1 Ciri-ciri Patung Modern Bali.....	8
2.1.2 Sejarah Perkembangan Seni Patung Moderen Bali	9
2.3 Pengertian Kria.....	10
2.4 Industri Kecil Menengah	12
BAB III	
Kerajinan Patung Gaya <i>Pop Art</i> Tegalalag	14

3.1 Letak Geografis Kecamatan Tegalalang.....	14
3.2 Sejarah Patung <i>Pop Art</i> Tegalalang.....	16
3.3 Keadaan Sosial Budaya	17
3.4 Kondisi Pasar.....	17
3.4.1 Prospek Pasar.....	18
3.4.2 Dukungan Sumber Daya Lokal	18
3.5 Kerajinan Patung <i>Pop Art</i> Tegalalang.....	20
3.5.1 Bahan Baku.....	20
3.5.2 Alat	24
3.6 Jenis Produk Kerajinan.....	26
3.6.1 Proses Produksi.....	26
3.6.2 Produk Patung trend tahun 1986-1990	29
3.6.3 Produk Patung <i>Pop Art</i> kategori <i>Flora</i> dan <i>Fauna</i> 1990-1995	30
3.6.4 Trend Produk <i>Pop Art</i> Tegalalang tahun 2000----.....	33

BAB IV

Analisa Sosial Ekonomi Kerajinan Patung <i>Pop Art</i> Tegalalang	38
4.1 Potensi dan Kelemahan Kerajinan Patung <i>Pop Art</i> Tegalalang	38
4.1.1 Analisa Internal.....	38
4.1.2 Analisa Eksternal.....	39
4.2 Konsep Pengembangan Desain Kerajinan Usaha Kecil	39
4.2.1 Alternatif Pemecahan masalah Industri Kecil	39
4.2.2 Strategi Pengembangan	40
4.3 Inovasi Dan Pemasaran	41
4.3.1 Inovasi	41
4.3.2 Pemasaran.....	42

4.4 Inovasi Dalam Pemasaran	43
4.5 Persaingan.....	44
4.6 Dampak Perkembangan Patung <i>Pop Art</i> Tegalalang	45
BAB V	
5.1 Kesimpulan.....	51
5.2 Saran	52
Daftar Pustaka	53

Daftar Gambar

Gambar 1. Patung Singan digolongkan motif Agama	7
Gambar 2. Peta kabupaten Gianyar	14
Gambar 3. Posisi Kabupaten Gianyar pada peta pulau Bali.	14
Gambar 4. Alam Tegalalang	15
Gambar 5. Infrastruktur jalan raya	18
Gambar 6. Toko-toko di sepanjang jalan utama Tegalalang	18
Gambar 7. Kegiatan Pasar	19
Gambar 8. Pasar Tradisional yang menampung kerajinan Tegalalang	20
Gambar 9. Kayu Albasia	24
Gambar 10. Hutan budi daya Albasia.....	24
Gambar 11. Proses pembuatan ukiran dan detail	27
Gambar 12. Proses pengeringan tahap ke dua.....	27
Gambar 13. Alat penghalus dengan membakar sebagai pengganti amplas	28
Gambar 14. Cat jenis acrylic	28
Gambar 15. Kompresor dan cat minyak	28
Gambar 16. Patung anak laki-laki sedang tidur	29
Gambar 17. Keluarga bebek	29
Gambar 18. <i>Leopard</i>	30
Gambar 19. Pembangunan yang tidak ditata dengan baik diobyek wisata	47

Gambar 20. Obyek wisata yang tertutup oleh toko-toko kerajinan	47
Gambar 21. Pembangunan yang menimbulkan kesan kumuh.....	48
Gambar 22. <i>Bale Dauh</i> yang sudah berubah fungsi menjadi ruang pajang	49
Gambar 23. <i>Bale Daje</i> yang sudah berubah fungsi menjadi ruang kerja	49
Gambar 24. <i>Bale Daja</i> yang masih asli dalam konsep tradisional Bali	49
Gambar 25. <i>Pemesuan</i> dan <i>tembok penyengker</i> yang sudah beralih fungsi	50

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. LATAR BELAKANG

Pemerintah Indonesia dalam beberapa periode terakhir ini telah banyak berupaya untuk mendorong perkembangan industri kecil dan menengah. Industri kecil dan menengah dalam hal ini adalah industri yang mengolah hasil pertanian dan kehutanan serta industri kerajinan yang bertumpu pada tradisi daerah. Sarana Industri kecil yang akan didorong perkembangannya adalah industri yang menyerap banyak tenaga kerja atau industri padat karya sebagai usaha untuk memperluas kesempatan kerja.

Sebelum pariwisata menjadi sumber pemasukan utama masyarakat Bali, taraf kehidupan dapat dikatakan baik bila dihubungkan dengan kondisi alam yang subur, curah hujan yang cukup, sistem pengairan dengan sistem subak yang sangat bermanfaat dalam pembagian air yang dapat membantu keberhasilan bercocok tanam padi dan palawija serta banyaknya hasil perkebunan seperti kelapa, kopi, cengkeh dan lain-lain.

Saat ini Bali adalah salah satu tujuan wisata dunia. Kondisi tersebut memiliki efek pengembangan pada bidang-bidang lain seperti seni, kerajinan dan lain-lain yang dapat memberi dampak positif terhadap perekonomian secara keseluruhan. Peranan pariwisata secara menyeluruh menyentuh lapisan masyarakat dari setiap lapisan baik secara langsung atau tidak langsung. Kondisi dan perkembangan pariwisata memberi dampak yang kuat terhadap berbagai sektor perekonomian antara lain pada masyarakat perajin.

Salah satu sentra industri kerajinan di daerah Bali yang berhasil mengembangkan usahanya dan mencapai pasar ekspor adalah sentra industri kerajinan patung *Pop Art* di Tegalalang yang dikenal juga dengan nama patung *Pop Art* Tegalalang.

Patung *Pop Art* yang berkembang di Tegalalang dapat diklasifikasikan kedalam kria moderen Bali karena kuatnya unsur ungkapan ekspresi dari seniman secara bebas, meninggalkan tradisi baik gaya dan motifnya dan patung ini dibuat bukan untuk memenuhi tuntutan (keperluan) agama atau kepercayaan rakyat, memiliki kebaruan dalam konsep-konsep pengembangan desain, teknik produksi dan perupaannya, tetap berbasis tradisional, dalam arti produk tersebut merupakan hasil pengembangan dari teknik-teknik lama dan bentuk-bentuk tradisional.

Dewasa ini, barang-barang kria tradisional maupun kria moderen, keduanya dapat menjadi komoditi barang cenderamata dan produk keperluan ekspor. Pada skala ini, kedua bentuk kria tersebut telah dikondisikan menjadi kria pesanan yang diproduksi secara massal dengan beberapa perbaikan desain disesuaikan dengan selera dan persyaratan negara penerima barang kria tersebut. Secara kuantitas, pemberdayaan masyarakat dalam kegiatan pembuatan produk-produk kria dapat meningkatkan taraf ekonomi masyarakat dan menghasilkan pendapatan devisa yang baik bagi negara.

Industri kerajinan kria di Tegalalang adalah sebuah upaya dalam meningkatkan taraf hidup penduduknya. Pada mulanya sebagian besar mata pencaharian penduduk adalah bertani. Kemudian generasi muda setempat merantau dan bekerja di daerah sentra industri kerajinan lain yang sudah maju seperti desa Mas, kemudian mereka kembali dan mencoba menerapkan pengalaman yang didapat di daerah asal mereka. Setelah itu perkembangan industri ini sangat pesat. Dimulai dari menerima pengerjaan pesanan kerajinan dari daerah lain, kemudian keberanian untuk memilih gaya tersendiri, kemandirian dan saat ini menjadi tempat pemasaran bagi berbagai kerajinan dari sentra industri daerah lain.

Pada awalnya kehadiran kerajinan patung *Pop Art* ini mengundang banyak kritik dari seniman-seniman patung di Bali. Menurut pendapat mereka, gaya ini terkesan seni patung yang mengabaikan segi keindahan dan cenderung pada nilai ekonomis atau komersial (wawancara Mahayana IB, Kemenuh, Bali 12 November 2004). Dibalik begitu banyak kritik yang diberikan oleh kalangan seniman patung di Bali, keberadaan industri patung *Pop Art* di desa Tegalalang tersebut telah memberi dampak sosial ekonomi yang tinggi, mengubah mata pencaharian penduduk yang sebelumnya adalah

mayoritas sebagai petani menjadi perajin sekaligus pemilik toko-toko kerajinan. Merubah etos kerja penduduk setempat dan memberikan begitu banyak lapangan pekerjaan bagi penduduk. Industri kerajinan tersebut telah meningkatkan taraf kehidupan masyarakat desa Tegalalang dan desa-desa sekitarnya bahkan sampai ke perajin di luar kabupaten.

Uraian di atas menjadi alasan utama dan latar belakang penulis dalam melakukan penelitian lebih lanjut, yaitu penelitian tentang desain yang mampu memberi solusi masalah sosial ekonomi dan pengangguran yang tinggi.

1.2. ALASAN PEMILIHAN TOPIK

Alasan penulis mengambil topik pengembangan desain patung *Pop Art* Tegalalang antara lain karena :

- a. Potensi alam dan tenaga manusia yang memadai untuk diberdayakan dalam usaha pengembangan kerajinan rakyat.
- b. Letak geografis desa Tegalalang yang strategis dan memiliki potensi untuk dikembangkan karena terletak di jalur tujuan wisata.
- c. Keunikan dari kerajinan patung yang mampu memecahkan masalah sosial ekonomi masyarakat.
- d. Patung *Pop Art* ini tetap dikembangkan dan digemari pasar dalam negeri dan manca negara sampai sekarang.

1.3. TUJUAN PENELITIAN

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui lebih dalam tentang:

- a. Berbagai jenis produk yang merupakan produk unggulan.
- b. Prospek dan konsep pengembangan.
- c. Perkembangan bentuk produk kria sebagai akibat dari kondisi sosial ekonomi.

1.4. MANFAAT PENELITIAN

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini antara lain adalah:

- a. Sebagai sumbangan pemikiran untuk pengembangan penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan masalah desain kerajinan dan kondisi sosial ekonomi masyarakat.

- b. Informasi dan pengetahuan yang diperoleh dapat dipakai sebagai peluang-peluang untuk pengembangan desain.
- c. Memperoleh fakta berdasarkan studi yang dilakukan, khususnya berkaitan dengan usaha pemberdayaan pada masyarakat perajin.
- d. Menghasilkan suatu pemikiran tentang usaha pengenalan tentang pentingnya pengembangan desain dan memecahkan masalah sosial ekonomi masyarakat

1.5 IDENTIFIKASI MASALAH

Citra Bali sebagai tempat kunjungan wisatawan domestik dan manca negara menjadi tempat pemasaran yang baik bagi produk kria.

Keuntungan yang didapat akibat adanya pariwisata adalah mendatangkan devisa, terciptanya kesempatan kerja, serta adanya kemungkinan bagi masyarakat setempat untuk meningkatkan pendapatan dan standar hidup penduduk setempat.

Dari uraian diatas maka dapat dirumuskan permasalahan-permasalahan sebagai berikut :

- a. Dengan segala keterbatasan dan kesederhanaan bentuk patung *Pop Art* Tegalalang, telah memberi dampak sosial ekonomi yang sangat besar seperti mampu mengatasi masalah pengangguran, mendorong potensi daerah dan meningkatkan etos kerja.
- b. Kerajinan patung *Pop Art* Tegalalang yang banyak mendapat kritik dari seniman-seniman patung di Bali mengenai kekurangan pada nilai-nilai estesisnya tetapi dari segi ekonomi memberi banyak peningkatan pada taraf kehidupan masyarakat desa Tegalalang sampai ke desa-desa di luar kabupaten.
- c. Pembinaan dan pengembangan industri kria dan pemanfaatan sumber daya alam seringkali berdampak positif dan negatif pada terpeliharanya kebudayaan, tradisi masyarakat setempat dan kelestarian lingkungan hidup

1.6. METODE PENELITIAN

Metode Pembahasan

Menggunakan metode deskriptif untuk mencari faktor unggulan yang diperhitungkan dalam pengembangan produk kerajinan dengan melakukan studi pendekatan:

- a. Pendekatan estetik, pendekatan ini digunakan untuk mengkaji nilai-nilai estetik yaitu motif, warna, dan ragam hias produk yang menjadi obyek dalam penelitian ini.

- b. Pendekatan sejarah, digunakan untuk membahas ‘peta’ perkembangan dan mengamati fenomena berbagai jenis produk kerajinan *Pop Art* Tegalalang dalam kurun waktu tertentu.
- c. Pendekatan kajian strategi. Pendekatan ini menekankan pada kajian strategi pengembangan, inovasi, kompetisi dan dampak sosial ekonomi pada masyarakat

Metode Pengumpulan Data

- a. Kepustakaan.
Melakukan pengamatan yang berhubungan dengan obyek yang diteliti melalui buku-buku yang berhubungan dengan kerajinan patung *Pop Art* dan dampak sosial ekonomi di masyarakat
- b. Observasi
Melakukan pengamatan, dokumentasi dan pencatatan secara langsung di desa Tegalalang untuk mencari gejala atau fenomena yang diselidiki.
- c. Wawancara
Melakukan tanya jawab tentang obyek yang diteliti kepada orang-orang yang mempunyai pengetahuan sehubungan dengan obyek yang diteliti seperti, perajin, pengusaha kerajinan dan dinas perindustrian.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 *Pop Art*

2.1.1 Sejarah *Pop Art*

Istilah *Pop Art* adalah kependekan dari *Popular Art* (Robert Atkins : 128) Istilah *Pop Art* pertama kali muncul dalam artikel yang ditulis oleh seorang kritikus seni asal Inggris bernama Lawrence Alloway. Artikel tersebut berjudul '*The Art and The Mass Media*' yang dipublikasikan pada bulan Februari 1958 oleh majalah *Architectural Design*. Dalam artikel tersebut Lawrence menggunakan istilah *Pop Art* untuk lukisan-lukisan bertema konsumerisme pasca Perang Dunia II dan pemujaan terhadap materialisme.

Pop Art merupakan sebuah gerakan seni yang berkaitan dengan kondisi sosial budaya Amerika Serikat dan Inggris pasca Perang Dunia II. Pada saat itu aktivitas ekonomi pasca revolusi industri melaju pesat yang mendorong tumbuh pesatnya populasi masyarakat golongan kelas menengah (*bourgeois*, baca : borjuis).

Kaum borjuis kemudian mengadaptasi kebiasaan atau gaya hidup kaum aristokrat yang sangat apresiatif terhadap teater, seni lukis, arsitektur, seni patung dan literatur sastra serta musik klasik. Kebutuhan akan hal ini mendorong lahirnya gejala budaya baru yakni, budaya populer (*Popular Culture*) yang menghasilkan produk-produk seni populer semacam novel, film, komik, musik pop hingga poster. Produk-produk konsumen tersebut diproduksi dan didistribusikan secara massal dan segera menjadi bagian dari gaya hidup kaum borjuis.

Kritikus seni modern, Clement Greenberg, menggolongkan produk-produk seni populer tersebut sebagai '*Kitsch*' atau seni rendah, seni picisan. Selanjutnya dalam dunia seni

rupa modern, istilah *Kitsch* digunakan untuk menyebutkan produk seni yang diproduksi secara massal dan komersial, yang membedakannya dengan produk seni tinggi yang diproduksi secara eksklusif, individual dan terbatas.

Kemunculan *Pop Art* menampik semua prinsip seni rupa modern yang membedakan seni tinggi dan seni rendah. Ketika seni modern menganggap barang-barang produksi massal adalah 'semi picisan', para seniman *Pop Art* justru menjadikannya sebagai sumber inspirasi dan obyek dalam berkarya.

2.2 Patung Bali

Di Bali pada saat ini terdapat aneka ragam seni patung yang dapat dibedakan dalam bentuk maupun motif pembuatannya. Pada dasarnya motif pembuatan patung tersebut dapat digolongkan ke dalam tiga golongan :

1. Yang mempunyai motif kepercayaan rakyat

Seni patung yang bermotif kepercayaan rakyat / religi rakyat, yang dimaksud adalah seni patung yang lahir atas dorongan / tuntutan kepercayaan masyarakat. Dan dibuat dalam rangka upacara ritual. Pengertian kepercayaan rakyat ini ialah kepercayaan yang dianut oleh sebagian rakyat di beberapa tempat (lokal) di Bali. Jadi bukan kepercayaan masyarakat umum yang berorientasi terhadap agama Hindu – Budha.

2. Yang mempunyai motif agama (Hindu – Budha)

Seni patung yang bermotif agama ialah seni patung yang lahir atas dorongan / tuntutan agama (Hindu–Budha). Pembuatan patung tersebut erat hubungan dengan dengan upacara keagamaan. Tujuan atau orientasi pembuatan patung tersebut tidak lepas dari keagamaan.



Gambar 1. Patung singa yang digolongkan dalam motif agama

Sumber : Dokumen pribadi

3. Seni patung moderen Bali yang merupakan ungkapan dari seniman untuk melahirkan isi hatinya atau tanggapannya secara bebas

Seni patung moderen Bali ialah seni patung yang merupakan ungkapan ekspresi seniman secara bebas bukan untuk memenuhi tuntutan (keperluan) agama atau kepercayaan rakyat, meninggalkan tradisi baik pada gaya dan motifnya, dan memperlihatkan adanya pernyataan teknis dan keaslian ciptaannya.

2.2.1 Ciri-ciri Patung Moderen Bali

Berdasarkan studi literatur dan survei yang dilakukan, dapat diperoleh ciri-ciri patung moderen Bali sebagai berikut :

1. Tidak adanya kaidah atau patokan yang membatasi pembuatan patung tersebut, seperti halnya di dalam patung – patung Hindu Bali yang telah digariskan dalam suatu hukum tertulis (Perbangkala)
2. Individualistik, artinya patung tersebut menggambarkan keinginan atau hasrat pribadi seniman untuk melahirkan idenya dan tanggapan terhadap alam sekelilingnya, jadi bukan atas tuntutan agama atau kepercayaan rakyat.
3. Bentuk patung tidak lagi mengacu pada hukum-hukum tradisi seperti bentuk pada patung-patung Hindu atau kepercayaan rakyat, melainkan lebih mengarah kepada kebebasan yang menggambarkan keinginan seniman untuk mencari bentuk yang sesuai dengan kepribadiannya dengan penekanan keindahan menjadi tujuan seniman.
4. Pandangan yang religius/magis dalam seni patung beralih menjadi pandangan yang lebih lahiriah/realistis.

Akibat dari hal diatas maka timbul dua tema dalam seni patung moderen Bali yaitu :

- a. Realistis, Tema-tema yang dipilih menggambarkan kehidupan sehari-hari masyarakat bali. Dalam penampilannya memberi penekanan pada bentuk dan anatomi tubuh yang realis. Unsur deformasi bentuk sangat kecil.
- b. Tema yang masih terikat oleh tema-tema lama yang berbentuk wayang yang diambil dari tema mitologi Hindu dan cerita rakyat yang ada hubungannya dengan kepercayaan rakyat. Sangat menonjolkan hiasan/dekorasinya yang ramai

dan memperlihatkan kebiasaan mengukir di masyarakat Bali. Hal tersebut yang membedakan seni patung Bali dengan patung di Jawa yang lebih didominasi oleh pola dari India yang tercantum dalam Silvasastra.

2.1.2 Sejarah Perkembangan Seni Patung Modern Bali

Waktu berkembangnya seni patung modern Bali, belum diketahui dengan pasti. Banyak pertanyaan apakah prinsip-prinsip yang dipergunakan dalam seni patung Bali ini berasal dari Barat (pengaruh Barat) atau tumbuh dari alam Bali itu sendiri.

Berdasarkan beberapa tulisan atau beberapa keterangan yang diperoleh dari para ahli (seniman dan orang-orang yang mengetahui organisasi Pithamaha), seni patung modern Bali diperkirakan dimulai pada tahun tigapuluhan.

Antara tahun 1929 – 1933 seniman-seniman dari Barat datang dan kemudian menetap di Bali. Mereka itu adalah Walter Spies, seorang yang berkebangsaan Jerman yang pernah belajar musik dan melukis di Rusia, Rudolf Bonnet dan Le Mayeur dari negeri Belanda.. Mereka adalah orang-orang yang sangat tertarik akan seni rupa Bali. Dari hasil pergaulannya dengan orang Bali, mereka mahir berbahasa Bali dan banyak mengetahui tentang Bali.

Dengan menetapnya seniman-seniman dari Barat di Bali, banyak membawa perubahan dan perkembangan yang drastis terhadap seni rupa Bali. Walter Spies dan Rudolf Bonet mengumpulkan pemuda-pemuda yang berbakat kemudian mengajarkan bagaimana berkarya seni dengan didasari oleh pendidikan akademis yang mereka peroleh di Barat. Mereka memperkenalkan unsur-unsur anatomi, perspektif, konsep warna dan lain-lain yang sangat berbeda dengan seni lukis tradisional wayang Bali. Dalam perkembangannya cara melukis tersebut dikenal sebagai gaya lukis tradisional Ubud yang masih ‘hidup’ dan berkembang sampai saat ini. Seniman-seniman berpengaruh yang pernah dididik oleh seniman Barat antara lain, A.A Sobrat, Ida Bagus Made, Wayan Turun dan lain-lain. Perkembangan semakin maju setelah ide Walter Spies dan Rudolf Bonnet mendirikan perkumpulan seniman pribumi dengan seniman asing di Campuan Ubud yang diberi nama Pithamaha pada tahun 1930 terwujud. Pithamaha ini merupakan organisasi yang mempunyai kesadaran akan perkembangan kesenian Bali.

Atas usaha ini akhirnya berkembanglah di beberapa tempat seni lukis dan seni patung di Bali seperti di Ubud, Mas, Banjar Tebasaya, Padang Tegal, Tegal Lalang, Badung, Celuk, Jati, Klungkung dan lain-lain. Jasa yang sangat penting dari Pithamaha : Walter Spies dan Rudolf Bonnet merintis seniman Bali untuk belajar berorganisasi. Karena dengan jalan berorganisasi ini berarti belajar bersatu dan menanggulangi kepentingan secara bersama.

Pithamaha berasal dari kata Pitha (guru) dan Maha (besar). Pithamaha (guru besar) yang dimaksud adalah pengalaman dan pendidikan yang diperoleh. Pendidikan di sini bukan berarti pendidikan formal seperti yang dikenal sekarang, melainkan dengan cara membantu orang yang dianggap sebagai gurunya. Beberapa hal yang dipelajari adalah penggunaan teknik - teknik, pengetahuan material serta cara-cara berpikir Barat. Perkembangan Pithamaha melalui bimbingan Rudolf Bonnet dan Walter Spies menjadi pemicu perkembangan seni rupa Bali mutakhir.

2.3. Pengertian Kria

Kata kria yang dipergunakan dalam bahasa Indonesia berasal dari kata Sanskerta *kriya*, yang juga diambil alih ke dalam bahasa Jawa Kuna, artinya “pekerjaan, tindakan, dan khususnya pekerjaan yang berkenaan dengan upacara keagamaan”. *Kriya* menjelaskan tentang teknik-teknik pembuatan benda-benda sarana peribadatan, seperti candi dan arca-arca dewata. Dalam konteks kesenian Hindu, seni yang dilaksanakan lewat jalur *kriya* itu bukanlah seni yang dapat memiliki kebebasan individual tak terbatas, melainkan dengan batas-batas tertentu diarahkan oleh konsep kebenaran keagamaan yang dapat diterima oleh tradisi keagamaan yang berlaku. (Edy Sedyawati, 1999,1)

Kria seringkali secara sederhana disamakan atau dianalogikan dengan kerajinan atau diterjemahkan sebagai *craft* atau *handycraft*. Padahal kria memiliki arti lebih dalam dari sekedar *craft* yang berarti kerajinan (tangan). Meskipun memiliki kesamaan namun kria memiliki dimensi lain yang dikaitkan dengan karya seni adiluhung.

Menurut Tadahiro Baba salah satu pakar kria moderen Jepang, esensi dari kria adalah barang hasil ciptaan dari kebudayaan sehari-hari (*daily culture*) berbasis tradisi, histori, kepercayaan, nilai-nilai dan iklim lokal.

Pemahaman kria secara konvensional adalah : kria sebagai produk hasil kreatifitas yang ditunjang kemampuan tangan manusia, tumbuh dari lingkungan budaya tertentu dan bertumpu pada tradisi, mempunyai sifat etnis, folkloris, dan vernakular. Sehingga kria selalu melibatkan unsur, tempat asal, ketrampilan tangan tinggi, kreatifitas, tradisi dan lingkungan, secara tradisional produk kria selalu diasosiasikan dengan daerah penghasilnya.

Secara harafiah salah satu arti *craft* adalah ketrampilan manual (*manual skill*) (*Webster's New American Dictionary*). Produksi *craft* memerlukan *craftmanship* suatu keahlian khusus tidak sekedar tenaga dalam arti *labor* atau *workmanship*. Untuk membedakan dengan kerajinan rakyat, pengertian-pengertian tersebut dapat digunakan dalam wawasan berikut.

1. Kerajinan (rakyat) dibuat dengan ketrampilan tertentu, tetapi lebih cenderung membutuhkan *workmanship*. Ketrampilan terbentuk karena terbiasa dan dimiliki oleh hampir seluruh masyarakat di suatu daerah tertentu.
2. Kria, lebih membutuhkan *craftmanship* (meskipun tentu saja tidak mungkin tidak membutuhkan *workmanship*), yang dimiliki hanya orang-orang tertentu, lebih terbatas.

Konsep kria di Indonesia berdasarkan sifatnya dapat di bagi dalam dua kelompok besar yaitu :

1. Kria tradisional, adalah segala bentuk produk hasil kebudayaan materi tradisional masyarakat , tanpa mengalami perubahan-perubahan yang berarti pada masa kini. Contohnya adalah : aneka perhiasan, benda-benda perlengkapan upacara/relegi, wayang kulit, senjata-senjata tradisional, perangkat gambelan dan lain-lain. Beberapa produk kria tradisional masih tetap diproduksi, terutama untuk kebutuhan pasar pariwisata.
2. Kria moderen, adalah produk-produk kria baru yang memiliki kebaruan dalam konsep-konsep pengembangan desain, teknik produksi dan perupaannya. Bagaimanapun kria moderen tetap berbasis tradisional, dalam arti produk tersebut merupakan hasil pengembangan dari teknik-teknik lama dan bentuk-bentuk tradisional atau bermuatan nilai-nilai filosofis masa lalu.

Dewasa ini, barang-barang kria tradisional maupun kria moderen, keduanya dapat menjadi komoditi barang *Pop Art* dan produk keperluan ekspor. Pada skala ini, kedua bentuk kria tersebut telah dikondisikan menjadi kria pesanan yang diproduksi secara massal dengan beberapa perbaikan desain disesuaikan dengan selera dan persyaratan negara penerima barang kria tersebut. Secara kuantitas, pemberdayaan masyarakat dalam kegiatan pembuatan produk-produk kria dapat meningkatkan taraf ekonomi masyarakat dan menghasilkan pendapatan devisa yang baik bagi negara.

Selain itu kria dapat juga dikategorikan berdasarkan bahan (kayu, metal, keramik dan lain-lain) dan fungsinya (senjata, alat rumah tangga, pakaian adat / pengantin, perhiasan dan lain-lain).

2.4 Industri Kecil Menengah

Hubungan Desain Industri dengan Produksi, Pemasaran dalam Negeri dan Export. Berdasarkan pengalaman dalam usaha meningkatkan produksi dan pemasaran barang-barang, maka desain merupakan aspek penting yang perlu diperhatikan. Desain merupakan satu kesatuan dari beberapa unsur-unsur: bentuk (*shape*), bahan (*material*), warna (*colour*), ukuran (*size*), fungsi (*function*), dan cara mengerjakan (*proces*) yang ada yang pada akhirnya menjamin mutu suatu barang.

Selain itu ada beberapa aspek lain yang perlu diperhatikan yang berhubungan dengan masalah penjualan yaitu aspek harga, pengemasan (*packaging*) dan etiket. Dalam menciptakan dan membuat suatu barang (produk), ada dua sumber informasi yang perlu diperhatikan, yaitu:

- Informasi yang berasal dari pembeli (konsumen)
- Informasi yang berasal dari penemuan (*invention*) dan pembaharuan (*innovation*) barang dengan desain baru. Sumber informasi tersebut merupakan hal yang saling melengkapi dan saling mempengaruhi dalam pembuatan suatu barang, yang merupakan keuntungan bagi pengusaha yaitu di satu pihak untuk membuat barang yang memenuhi selera pembeli dan di lain pihak memperkenalkan barang baru dengan desain baru kepada masyarakat baik di dalam negeri maupun di luar negeri.

Beberapa masalah produksi yang merupakan faktor penting yang perlu diperhatikan adalah:

- Tenaga kerja (*manpower*)
- Bahan baku (*raw material*)
- Peralatan (*machine and equipment*)
- Modal (*capital*)

Jenis tenaga kerja dalam bidang desain meliputi:

- Tenaga kerja yang disebut perajin yang jumlahnya sangat besar, yang melakukan pekerjaannya berdasarkan tradisi lingkungan
- Tenaga kerja yang memperoleh keahlian dari pengalaman dan pendidikan
- Tenaga ahli (*expert*) yang berpendidikan tinggi

Ketiga macam tenaga kerja tersebut di atas belum menemukan bentuk komunikasi yang memungkinkan terciptanya kerjasama untuk meningkatkan produksi. Komunikasi tersebut di atas bisa dilakukan dalam bentuk latihan kerja (*training*), kursus, pendidikan lanjutan serta penerbitan media komunikasi yang memberikan penjualan dan penerangan tentang perkembangan desain.

Bahan baku menentukan mutu dari produk, karena itu perlu adanya jaminan tersedianya bahan baku yang memenuhi persyaratan: bermutu baik, mudah didapatkan serta tersedia dalam jumlah yang cukup. Perlu diperhatikan dalam hal ini perbaikan peralatan produksi untuk mencapai mutu yang baik, jumlah yang mencukupi, harga yang memadai dan daya guna (*productivity*) yang semuanya menjamin kelangsungan proses produksi.

Dalam menggunakan peralatan produksi perlu diperhatikan tiga jenis variasi proses produksi, yaitu:

- Proses produksi yang memerlukan mekanisasi secara penuh
- Proses produksi yang semi mekanik, dimana sebagian dikerjakan dengan tangan
- Proses produksi yang sepenuhnya dikerjakan dengan tangan. Dalam hal ini tingkat teknologi perlu mendapat perhatian dan perbaikan.

Untuk mendapatkan sumber informasi dari pasar, perlu ditemukan saluran-saluran komunikasi yang memungkinkan pengusaha mengetahui lebih tepat tentang selera pembeli. Saluran komunikasi dapat dijalankan melalui beberapa lembaga yang

mempunyai hubungan dengan pasar seperti Lembaga Peningkatan Ekspor Nasional, Bank, Kamar Dagang dan Industri Indonesia, Atase Perdagangan Republik Indonesia di luar negeri, dan sebagainya.

BAB III

KERAJINAN PATUNG GAYA *POP ART* TEGALALANG

3.1 Letak Geografis Kecamatan Tegalalang

Tegalalang adalah nama sebuah kecamatan yang terdapat di wilayah kabupaten Gianyar, propinsi Bali. Letaknya 35 km dari Denpasar, 16 km dari pusat kabupaten Gianyar dan 6 km dari Ubud. Tegalalang berasal dari kata tegal dan alang-alang yang mengandung arti sebuah daerah yang hijau dan subur. Sejak dahulu Tegalalang adalah lumbung padi bagi daerah-daerah sekitarnya.

Kecamatan Tegalalang berbatasan dengan beberapa wilayah yaitu, di sebelah utara berbatasan langsung dengan wilayah kecamatan Kintamani, di sebelah timur berbatasan dengan wilayah kabupaten Bangli, sebelah barat berbatasan dengan wilayah kecamatan Ubud, dan di sebelah selatan berbatasan dengan kecamatan Peliatan.



Gambar 2. Peta kabupaten Gianyar



Gambar 3. Posisi Kabupaten Gianyar pada peta pulau Bali

Letak kecamatan Tegalalang tidak jauh dari pegunungan, yaitu Gunung Batur dan Gunung Abang yang mengalirkan beberapa sungai ke wilayah kecamatan Tegalalang. Hal ini mengakibatkan kecamatan Tegalalang sebagai daerah yang subur, sehingga sebagian besar penduduknya hidup dari pertanian. Tegalalang terkenal dengan sawah berterasering yang indah yang sering dipakai sebagai paket pariwisata. Pembagian musim diperkirakan bulan Juni sampai September adalah musim kemarau karena arus angin yang berasal dari Australia tidak banyak mengandung uap air. Musim hujan diperkirakan bulan Desember sampai Maret karena arus angin banyak membawa uap air yang berasal dari Asia dan Samudra Pasifik setelah melewati beberapa lautan.



Gambar 4. Alam Tegalalang dengan Lahan pertanian yang subur
Sumber : Dokumen pribadi

Selain kondisi geografis tersebut di atas, wilayah kecamatan Tegalalang dilewati jalan raya utama yang menghubungkan dua obyek pariwisata penting di Bali yaitu jalur Ubud menuju Kintamani. Lebar jalan mencapai 7 meter dengan aspal yang sangat baik.



Gambar 5. Infrastruktur jalan raya

Sumber : Dokumen pribadi

Berdasarkan jaringan lalu lintas yang strategis tersebut maka Tegalalang mempunyai jalur komunikasi yang baik bagi pengembangan kerajinan patung *Pop Art*, mudah mendatangkan bahan baku dan mudah menjual barang kerajinan ke pasar.

3.2 Sejarah Patung *Pop Art* Tegalalang

Budaya membuat patung sebenarnya tidak terdapat di Tegalalang. Mata pencaharian utama penduduk adalah pertanian, sebagian lagi menjadi pedagang, pegawai dan pembuat bingkai lukisan tradisional.

Sejarah patung *Pop Art* Tegalalang dimulai sekitar tahun 1986, pada waktu itu sekelompok pemuda setempat pulang merantau dari desa Mas. Mas adalah desa yang terkenal dengan keahlian membuat patung dan memiliki seniman-seniman besar pada bidang patung seperti Ida Bagus Tilem, Ida Bagus Nyana dan lain-lain. Tradisi membuat patung di Desa Mas ini sudah sangat kuat dan berkembang dengan pesat, sehingga penduduk setempat sering membutuhkan tenaga perajin dari luar daerah termasuk dari Tegalalang. (Dirga, wawancara 10 November 2004)

Tegalalang yang subur memiliki potensi alam yaitu persediaan kayu yang cukup. Kondisi tersebut yang menjadi pendorong sekelompok pemuda yang bekerja sebagai pematung di desa Mas untuk mencoba mengembangkan kerajinan di Tegalalang. Pada mulanya kelompok pemuda ini mengerjakan pesanan patung dari sentra industri kerajinan lainnya. Kondisi tersebut ternyata tidak memberikan peningkatan perekonomian bagi perajin Tegalalang karena keuntungan dan ongkos kerja menjadi rendah karena menjadi ‘tangan kedua’ dalam proses penerimaan pesanan. Berawal dari hal tersebut, beberapa perajin mulai memikirkan membuat kerajinan patung yang berbeda dari daerah lain. Maka mulailah dibuat desain-desain patung yang mudah dibuat, tidak membutuhkan banyak material dan memiliki ciri tersendiri. Pemilihan tema yang dekat dengan kehidupan sehari-hari seperti binatang, buah-buahan dan

pepohonan yang diberi warna yang cerah dan kontras. Patung yang paling populer saat itu adalah patung pohon pisang yang terjual dengan jumlah yang sangat banyak. Pemilihan obyek tersebut karena perajin memiliki keterbatasan teknik membuat patung yang dibuat untuk kepentingan galeri atau koleksi pribadi. Perajin Tegalalang lebih memilih pasar pedagang, hotel-hotel atau rumah tinggal yang tidak terlalu menekankan nilai-nilai estetis dan kualitas material tetapi lebih menekankan pada kecocokan elemen estetis dan harga yang lebih terjangkau.

Pada awalnya perajin menitipkan patung-patung mereka di *artshop-artshop* di Ubud, Kuta, Sanur dan lain-lain. Pada tahun 1990-an industri kerajinan patung Tegalalang ini mulai mendapat perhatian dari wisatawan baik domestik maupun manca negara. Pedagang barang-barang seni dari manca negara mulai membeli langsung ke Tegalalang, sehingga usaha ini berkembang dengan pesat. Jumlah penduduk Tegalalang yang beralih profesi menjadi perajin menjadi semakin banyak. Mulailah bermunculan toko-toko kerajinan di sepanjang jalan utama desa Tegalalang. Perajin-perajin yang memelopori usaha kerajinan ini mulai mengembangkan usaha dengan tidak lagi mengerjakan sendiri setiap pesanan melainkan membagi pekerjaan dengan sistem order kepada perajin lain.

3.3 Keadaan Sosial Budaya

Seperti yang telah disebutkan di atas bahwa pada mulanya penduduk Tegalalang bermata pencaharian sebagai petani. Dengan berkembangnya kerajinan patung *Pop Art* maka beberapa petani tersebut mencari pekerjaan sampingan sebagai perajin untuk penghasilan tambahan. Biasanya para petani mengerjakan kerajinan ini setelah pulang dari sawah. Seiring dengan perkembangan pariwisata dan stabilnya jumlah pemesan yang datang langsung ke Tegalalang maka saat ini pekerjaan sebagai perajin menjadi mata pencaharian utama penduduk setempat. Penduduk yang semula bekerja di bidang pertanian memilih untuk menyewakan sawah-sawah mereka kepada petani penggarap dengan sistem bagi hasil. Mereka mulai membangun toko-toko di sepanjang jalan utama untuk memajang hasil kerajinan mereka.

3.4. Kondisi Pasar

Usaha kerajinan patung *Pop Art* yang sudah ditekuni sejak 1986 oleh sebagian besar penduduk di lokasi sentra kerajinan Tegalalang. Kegiatan proses produksi kerajinan patung *Pop Art* dikerjakan dengan menggunakan alat sederhana dan melibatkan pembagian kerja. Untuk proses produksi biasanya dikerjakan oleh laki-laki dan proses pewarnaan oleh kaum wanita dan anak-anak. Proses produksi yang tidak rumit patung tradisional Bali pada umumnya sehingga mudah untuk dikerjakan dan dipelajari. Pengadaan sarana produksi dan bahan baku usaha kerajinan diupayakan sendiri oleh perajin. Bahan baku dan penunjang industri kerajinan yang biasa digunakan oleh para perajin adalah: kayu yang sudah dikeringkan, alat-alat pertukangan, alat pahat, cat warna, dempul, alat bakar untuk mengamplas dan lain-lain. Lokasi sentra produksi kerajinan patung terletak di lima dusun yang berada di wilayah kecamatan yaitu Gentong, Sapat, Tengah, Pajang Aji dan Kliki. Sentra produksi terbesar usaha kerajinan adalah Gentong dan Sapat.



Gambar 6. Toko-toko di sepanjang jalan utama Tegalalang

Sumber : Dokumen pribadi

3.4.1. Prospek Pasar

Pemasaran hasil kerajinan patung *Pop Art* terbilang tidak sulit, karena pada umumnya pembeli datang sendiri ke tempat perajin. Pembeli yang datang ke tempat perajin adalah pedagang, baik pedagang besar maupun kecil, atau konsumen secara langsung. Pembeli yang berasal dari manca negara seperti Jepang, Perancis, Italia, Australia dan lain-lain. Disamping itu ada pula pembeli dari daerah lain, yaitu daerah industri pariwisata seperti dari pasar seni Sukawati, Kuta, Sanur, Nusa Dua dan lain-lain. Barang kerajinan yang dibeli di Tegalalang kadang-kadang dijadikan barang cinderamata daerah pariwisata lain. Pembeli-pembeli dari manca negara lebih banyak adalah pedagang yang akan

memasarkan kembali produk kerajinan ini di luar negeri. Mereka biasanya agen-agen dari pemiliki *artshop* atau supermarket.

3.4.2. Dukungan Sumber Daya Lokal

Pada mulanya bahan baku kayu yang dipakai adalah kayu yang didatangkan dari Sulawesi dan Kalimantan. Karena proses distribusi yang cukup jauh mengakibatkan harga bahan baku kayu menjadi tinggi dan ketersediaannya tidak dapat dipastikan. Kondisi tersebut mengakibatkan kesulitan para perajin pada saat pesanan sedang tinggi. Untuk mengatasi hal tersebut, perajin mulai beralih menggunakan kayu lokal seperti Bentawas, Panggal Buaya, Jempinis dan lain-lain. Meningkatnya jumlah perajin berakibat semakin terbatasnya persediaan kayu lokal yang rata-rata memiliki masa tumbuh yang cukup lama. Kondisi tersebut juga mendapat perhatian yang dari Dinas Kehutanan Provinsi Bali, karena apabila tidak segera diatasi akan dapat mengakibatkan penggundulan hutan dan kerusakan alam. Pada tahun 1990 Departemen Kehutanan memperkenalkan bibit kayu baru yaitu jenis Albasia yang memiliki kualitas baik dan masa tumbuh cepat. Albasia ini dapat dipanen pada usia 6 tahun dan memiliki warna yang putih dan ringan. Mulai saat itu, daerah-daerah pemasok bahan baku kayu seperti daerah Bangli dan Kintamani mulai membudidayakan kayu jenis Albasia ini.

Usaha kerajinan patung *Pop Art* telah menjadi usaha utama dan dalam perkembangannya telah terjadi peningkatan permintaan, maka ketersediaan bahan baku yang ada di Tegalalang tidak mencukupi lagi, sehingga mesti ditambah dengan bahan baku yang diperoleh dari luar Tegalalang, misalnya dari Kabupaten Bangli dan Karangasem.

Usaha kerajinan patung *Pop Art* telah didukung oleh sumber daya manusia yang trampil dan berpengalaman cukup lama.



Gambar 7. Kegiatan Pasar

Sumber : Dokumen pribadi



Gambar 8. Pasar Tradisional yang menampung hasil kerajinan dari Tegalalang

Sumber : Dokumen pribadi

3.5 Kerajinan Patung *Pop Art* Tegalalang

Kerajinan patung *Pop Art* merupakan produk unggulan dan penggerak ekonomi Kecamatan Tegalalang, sebab berdasarkan perhitungan nilai produksi dari komoditas ini melebihi nilai hasil pertanian. Komoditas ini mampu menyerap tenaga kerja cukup banyak dan mempunyai ciri khas yang khusus yang tidak dimiliki oleh daerah lain, sehingga mempunyai peluang yang panjang untuk terus dikembangkan. Efek dari industri kecil dimaksud mampu mendorong atau mengangkat aspek lain sehingga semua sektor maju dan kondusif.

3.5.1. Bahan baku

Selama ini, para kriyawan di Bali dalam menciptakan produk-produk kriya, dominan menggunakan bahan baku berupa kayu, adapun jenis-jenis kayu yang umum digunakan, diantaranya dapat dilihat pada tabel berikut ini.

NAMA (Bhs. Bali)	FAMILY	NAMA (Bhs. Indonesia)	NAMA (Bhs. Inggris)
Bentawas	<i>Wrightia calycina DC. (Apocynaceae)</i>		
Belalu	<i>Albizia falcata (Mimosoaceae)</i>	Albasia	
Boni	<i>Antidesma bunius (Euphorbiaceae)</i>	Buni	Laurel
Camplung	<i>Calophyllum inophyllum L. (Guttiferae)</i>	Benaga	Alexandrian laurel
Cempaka	<i>Michelia champaca (Magnoliaceae)</i>	Campaka	
Cenana	<i>Santalum album L. (Santalaceae)</i>	Cendana	Sandalwood
Eben	<i>Diospyros celebica (Ebenaceae)</i>	Kayu hitam	Ebony
Gangangan	<i>Tetrameles nudiflora R.Br. (Datisceae)</i>		
Gegirang	<i>Leea angulata Korth (Vitaceae)</i>		
Gintungan	<i>Bisofia japonica Bl (Staphyleaceae)</i>		
Jempinis	<i>Melia azedarach (Meliaceae)</i>	Mindi kecil	Chinaberry,umbrella tree
Kelencung	<i>Diospyros malabarica (Ebenaceae)</i>		
Kendal	<i>Cordia dichotoma (Boraginaceae)</i>	Kendal	
Kepelan	<i>Manglietia glauca (Magnoliaceae)</i>		
Kepundung	<i>Baccaurea racemosa (Euphorbiaceae)</i>		
Kopi	<i>Coffea sp. (Rubiaceae)</i>	Kopi	Coffe
Kutat	<i>Euginea cuprea (Myrtaceae)</i>		
Mahoni	<i>Swietenia mahagoni (Meliaceae)</i>	Mahoni	Mahogany
Nangka	<i>Artocarpus heterophyllia (Moraceae)</i>	Nangka, Cempedak	Jackfruit
Nyuh	<i>Cocos nucifera (Palmaceae)</i>	Kelapa	Coconut
Pakel	<i>Mangifera foetida (Anarcadiaceae)</i>	Mangga	Mango
Panggal buaya	<i>Zanthoxylum rhestsa (Rutaceae)</i>	Karanganin	
Pule	<i>Alstonia scholaris (Apocynaceae)</i>	Pulai	White cheesewood, milky pine, milkwood
Sandat	<i>Cananga odorata (Annonaceae)</i>	Kenanga	
Sawo kecil Sawo Bali	<i>Manilkara kauki (Sapotaceae)</i>	Sau	
Sonokeling	<i>Dalbergia latifolia (Papilionaceae)</i>	Sonokeling	Black rosewood, Fancy wood, Rosetta rosewood

Suar	Samanea saman (Caesalpiniaceae)	Ki hujan	Rain tree
Taep.Tahep	Artocarpus elasticus (Moraceae)		
Tangi	Lagerstoemia speciosa (Lythraceae)	Bungur	
Teges.Jati	Tectona grandis (Verbenaceae)	Jait	Teak
Tekek	Albizia lebbek (Mimosoideae)		
Tibah	Morinda citrifolia (Rubiaceae)	Pace	
Tingkih	Aleurites molucca (Euphorbiaceae)	Kemiri	Candlenut
Udu	Platea latifolia (Rubiaceae)		
Wani	Mangifera cassia (Anacardiaceae)		
Waru Lot	Thepesia populnea (Malvaceae)	Taru laut	Sea hibiscus

Bahan baku yang digunakan dalam kerajinan patung *Pop Art* adalah kayu Albasia. Albasia (*Parasenanthus falcataria / Albizia falcatara*) di Indonesia lebih dikenal dengan nama sengon, merupakan tanaman kayu yang dapat mencapai diameter cukup besar apabila telah mencapai umur tertentu. Tanaman sengon dapat tumbuh pada sebaran kondisi iklim yang sangat luas, dengan demikian dapat tumbuh dengan baik hampir di sembarang tempat. Beberapa keunggulan lain tanaman sengon antara lain:

- Pertumbuhannya sangat cepat sehingga masa layak tebang dalam umur yang relatif pendek.
- Karena memiliki perakaran yang dalam, sehingga dapat menarik hara yang berada pada kedalaman tanah ke permukaan.
- Mudah bertunas kembali apabila ditebang, bahkan apabila terbakar.
- Biji atau bagian vegetatif untuk pembiakannya mudah diperoleh dan disimpan.

Berdasarkan pada beberapa keistimewaan itulah tanaman Albasia dijadikan tanaman penghijauan hampir di semua wilayah. Lebih penting lagi, tanaman Albasia memiliki nilai ekonomis tinggi.

Kayu Albasia memiliki prospek pasar yang cukup tinggi. Permintaannya bukan hanya di dalam negeri, namun juga datang dari mancanegara. Kayu ini dipergunakan antara lain untuk bahan bangunan, peralatan rumah tangga, sampai pada bahan baku kertas dan kayu lapis.

Kayu Albasia setelah mengalami proses pengeringan dan perlakuan lainnya dapat dibuat peralatan rumah tangga yang memiliki keawetan cukup lama. Dengan penggunaan yang multidimensi tersebut permintaan akan terus meningkat seiring dengan semakin meningkatnya pertumbuhan penduduk

Harga kayu Albasia relatif lebih murah dibandingkan dengan kayu lain seperti kayu jati atau kayu mahoni, yaitu sekitar Rp.250.000 – Rp.350.000 per m³, namun karena dalam tempo lima tahun tanam sudah dapat ditebang, maka perputaran investasi pada tanaman Albasia relatif lebih cepat apabila dibandingkan dengan investasi pada tanaman kayu jati dan sejenisnya.

Albasia termasuk tanaman pelopor yang dapat tumbuh di lahan marginal, sehingga sering digunakan sebagai tanaman penghijauan. Di samping dukungan sumber daya alam, kebijakan pemerintah dalam usaha penghijauan melalui penyediaan bibit serta distribusi sampai ke lokasi penanaman merupakan iklim yang kondusif untuk pengembangan Albasia. Hal lain yang tak kalah pentingnya adalah keterampilan dan pengetahuan petani pada umumnya dalam budidaya Albasia telah cukup memadai.

Pola budidaya kayu Albasia. Pertama dengan pemilihan bibit Albasia yang berada di *polybag* dengan ukuran tinggi 50 cm. Setelah memperoleh bibit yang bagus, pohon ditanam dalam lubang tanah dengan ukuran 30 X 30 cm dengan jarak tanam 2 X 3 meter. Setelah itu pohon yang baru ditanam diberi pemupukan yang baik. Pemupukan ini bisa menggunakan pupuk buatan, pupuk hijau, atau pupuk kandang, minimal satu tahun sekali diberi pemupukan.

Ranting-ranting yang kurang atau bahkan tidak berfungsi dipotong atau dibuang agar pertumbuhan pohon menjulang ke atas sehingga akan mendapatkan pohon yang besar dan tinggi. Albasia rentan sekali oleh hama 'Uter'. Hama ini akan menggerogoti batang sehingga keropos dan lama-lama pohon akan mati. Oleh karena itu, disarankan di sekitar lahan Albasia harus ditanam pula tanaman suren.

Kayu Albasia, yang paling digemari oleh pihak luar negeri adalah warna kayu Albasia ini putih. Baik untuk lapisan furnitur baik kursi, ataupun meja. Kalau mengenai kekuatan atau daya tahan kayu, tergantung kecanggihan teknologi, kayu bisa diawetkan dengan teknik pengolahan moderen, kayu albasia yang terkesan rapuh tersebut bisa

menjadi keras dan masif. Caranya dengan cara dioven hingga mencapai suhu tertentu sehingga kayu menjadi keras dan masif. Melewati titik susut.

Bahan baku lain yang sifatnya sebagai bahan pendukung adalah per, paku, bambu dan tempurung kelapa.



Gambar 9. Kayu Albasia siap olah



Gambar 10. Hutan budi daya Albasia

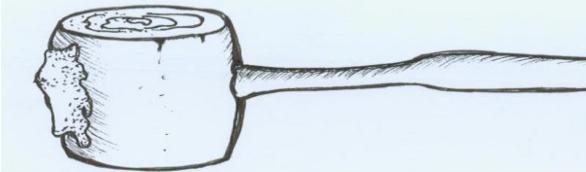
3.5.2. Alat

Alat yang digunakan dalam proses produksi dari awal penyiapan bahan baku, proses anyam dan pembuatan produk kerajinan hingga finishing dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 2. Daftar Alat

No	Gambar	Keterangan
1		Pahat

2		Alat untuk membuat detail patung
---	---	----------------------------------

No	Gambar	Keterangan
03		<p><i>Pengotok.</i> Palu yang terbuat dari kayu</p>
04		<p>Alat untuk menghaluskan patung dengan membakar permukaannya. Berfungsi juga sebagai pengganti amplas</p>
05		<p>Alat untuk mewarna</p>
06		<p>Mesin pemotong</p>

3.6. Jenis Produk Kerajinan

Produk yang dihasilkan di sentra industri kecil kerajinan patung *Pop Art* Tegalalang secara umum memiliki kesamaan dalam hal teknik pembuatan.

3.6.1. Proses Produksi

Proses produksi dibagi menjadi 3 tahap, yaitu tahap pengeringan bahan baku, tahap pembuatan, dan tahap finishing.

a. Tahap pengeringan

Sebagian besar perajin menggunakan proses pengeringan alami. Diawali dengan bahan baku kayu dibersihkan terlebih dahulu, setelah bersih kemudian dijemur dibawah terik matahari pagi dan sore selama beberapa hari sampai didapat kekeringan kayu yang diinginkan, dalam hal ini kayu sudah tidak mengalami penyusutan lagi. Dipilih pada saat matahari pagi dan sore karena panas yang tidak terlalu terik dapat mengurangi resiko keretakan pada kayu.

Karena terbatasnya lahan, perajin biasa menjemur halaman depan toko atau dipinggir jalan.

b. Tahap Pembuatan.

Kayu yang sudah melewati proses pengeringan kemudian dibentuk menjadi pola dasar bentuk kerajinan. Untuk mempermudah ketepatan pengukuran maka perajin yang sudah berpengalaman membuat sebuah contoh atau mal terlebih dahulu. Karena jumlah produksi yang tinggi, maka proses ini biasanya dikerjakan oleh perajin pemula, karena pertimbangan belum dibutuhkan ketelitian. Alat yang dipergunakan adalah pahat, gergaji, kampak dan alat-alat pertukangan lainnya.

Setelah pola dasar selesai dikerjakan maka proses selanjutnya adalah pembuatan detail dengan menghaluskan sesuai dengan desain yang dipesan. Proses ini yang memerlukan waktu paling lama karena semua dikerjakan secara manual dan membutuhkan keahlian mengukir yang baik. Setiap rumah produksi kerajinan biasanya memiliki paling sedikit 3 orang di bagian mengukir ini. Bila jumlah pesanan terlalu banyak maka perajin menyewa tenaga harian dari desa-desa tetangga untuk mengerjakan proses ini.



Gambar 11. Proses pembuatan ukiran dan detail

Sumber : Dokumen pribadi

c. Tahap Penyelesaian

Setelah proses pembuatan detail diatas, maka hasilnya kembali dikeringkan untuk meyakinkan tidak terdapatnya retakan dan pori-pori kayu sudah sempurna untuk dicat. Pengeringan kali ini tidak dibawah sinar matahari lagi melainkan didalam ruangan.



Gambar 12. Proses pengeringan tahap ke dua

Sumber : Dokumen pribadi

Setelah proses pengeringan tahap ke dua, proses selanjutnya adalah proses penghalusan. Proses ini dapat menggunakan mesin amplas atau dibakar. Teknik bakar ini sekarang lebih disukai oleh perajin karena lebih menghemat waktu dan biaya, selain itu setelah dibakar dapat memberi kesan antik dan cocok untuk tren alami yang sedang digemari saat ini. Alat yang diperlukan untuk membakar meniru

konsep kerja alat las tapi tidak menggunakan karbit melainkan menggunakan kompor minyak tanah yang lazim dipakai pedagang kaki lima.



Gambar 13. Alat penghalus dengan membakar sebagai pengganti amplas.

Sumber : Dokumen pribadi

Proses berikutnya adalah proses pewarnaan dengan menggunakan cat minyak atau acrylic. Untuk pewarnaan dengan cat minyak, didahului dengan proses pendempulan untuk meratakan permukaan kayu dan memudahkan proses pewarnaan. Untuk perwarnaan dengan cat acrylic, tidak didempul terlebih dahulu melainkan langsung dengan cat yang diinginkan karena warna dasar kayu seringkali dibiarkan tetap ada. Proses terakhir adalah pemberian lapisan transparan pada patung yang telah diwarna.



Gambar 14. cat jenis acrylic

Sumber : Dokumen pribadi



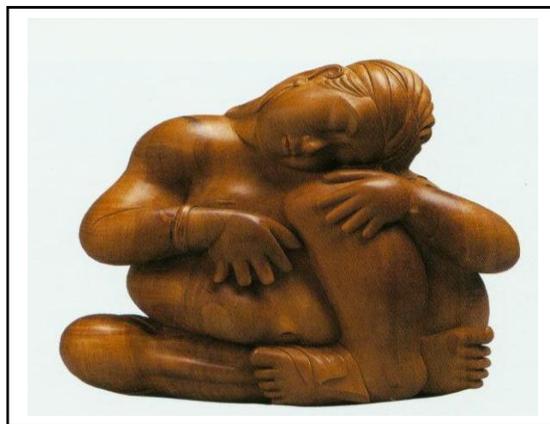
Gambar 15. Kompresor dan cat minyak

Sumber : Dokumen pribadi

Proses pewarnaan ini lebih banyak dikerjakan oleh kaum wanita karena biasanya lebih teliti dan sabar.

3.6.2. Produk Patung trend tahun 1986-1990

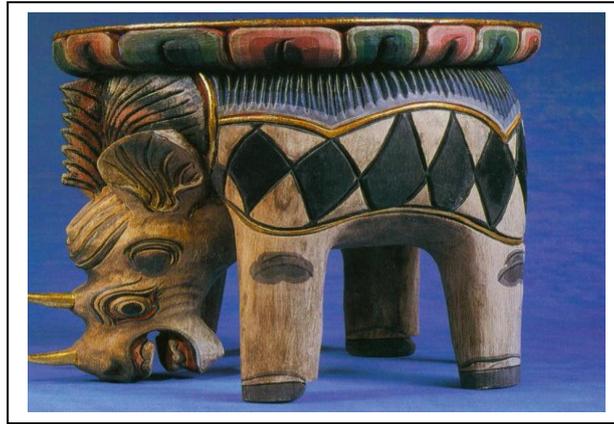
Pada periode ini perajin di Tegalalang masih dipengaruhi oleh gaya patung dari Desa Mas. Perajin hanya mengerjakan pesanan dengan desain yang telah disiapkan oleh pematung dari desa Mas. Bahan yang dipergunakan adalah kayu-kayu lokal seperti panggal buaya, bentawas, kamboja. Proses pengerjaannya lebih menekankan pada nilai-nilai estetis dan cenderung menggunakan warna-warna natural.



Gambar 16. Patung Anak laki-laki sedang tidur
Bahan : Kayu Panggal Buaya
Sumber : Dokumen pribadi



Gambar 17 : Keluarga Bebek
Bahan : Panggal Buaya
Sumber : Dokumen pribadi



Gambar 18 : *Leopard*
Fungsi : Tempat duduk
Bahan : Kayu Bentawas
Warna : cat acrylic
Sumber : Dokumen pribadi

3.6.3. Produk Patung *Pop Art* Kategori *Flora dan Fauna* 1990-1995

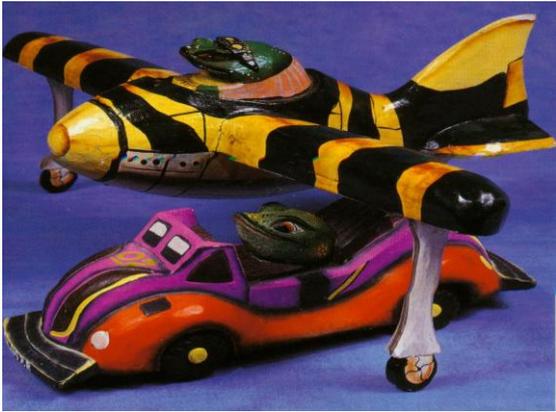
Tingginya kriteria kualitas yang dituntut untuk mengerjakan pesanan patung dari desa Mas mengakibatkan perajin patung Tegalalang mulai mencari gaya tersendiri pada tahun 1990 sampai 1995. Tema yang dipilih diambil dari kehidupan disekitar seperti patung pohon pisang, kaktus, teratai dan lain-lain dengan penekanan pada pewarnaan dengan warna-warna yang kontras dan harga jual yang lebih murah.

Untuk mencapai harga jual yang murah dan meningkatkan jumlah produksi maka perajin memilih menggunakan kayu lokal yang memiliki masa tumbuh lebih singkat dan lebih murah seperti kayu bentawas, albasia dan lain-lain. Pengerjaan patung tidak menekankan pada estetis dan detail melainkan pada pewarnaan. Jumlah produksi juga sangat tinggi karena biasanya pesanan untuk desain patung yang sama dapat mencapai ratusan sampai ribuan buah.

Pewarnaan menggunakan warna-warna kimia yang biasa digunakan untuk bangunan dan menggunakan bantuan mesin, seperti kompresor, mesin amplas, alat bakar sebagai pengganti amplas. Semuanya itu bertujuan untuk menghemat waktu dan biaya produksi dan mengurangi tenaga kerja yang diperlukan. Mulai diperkenalkan sistem *knock down* untuk menghemat kayu dan mempermudah pengiriman.

Peminat patung-patung jenis ini mayoritas dari luar negeri seperti Italia dan Prancis. Diproduksi secara besar-besaran dan dipasarkan di supermarket-supermarket di luar negeri.

Tabel 3. Jenis produk katagori *Flora dan Fauna*

	<p>Bahan: kayu Albasia Warna: Cat Minyak Finishing: natural Pasar: ekspor</p>
	<p>Fungsi : nampan. Bahan: Kayu Albasia Warna: Cat minyak Finishing: natural Pasar: domestik dan ekspor</p>
	<p>Bahan: Kayu Albasia Fungsi : Mainan anak-anak Warna: Cat minyak Finishing: Natural Pasar: Domestik dan ekspor</p>



Fungsi : Hiasan pensil
 Bahan: Kayu Albasia
 Warna: Cat minyak
 Finishing: Natural
 Pasar: Domestik dan ekspor



Bahan: Kayu Albasia
 Fungsi : Gantungan
 Warna: Cat minyak
 Finishing: Natural
 Pasar: Domestik dan ekspor



Kura-kura mini
 Fungsi : souvenir pernikahan
 Bahan: kayu Albasia
 Warna: cat minyak
 Finishing: natural
 Pasar: ekspor



Matahari
 Fungsi Hiasan dinding
 Bahan: Kayu Albasia
 Warna: perpaduan warna antik dan emas dari prada
 Finishing: natural
 Pasar: domestik dan ekspor



Buah-buahan

Bahan: Kayu Albasia

Warna: cat minyak

Finishing: natural

Pasar: domestik dan ekspor



Gebogan

Bahan: Kayu Albasia

Warna: cat minyak

Finishing: natural

Pasar: domestik dan ekspor

3.6.4 Trend patung Pop Art Tegalalang tahun 2000-....

Tema yang dipilih masih memiliki kesamaan dengan trend sebelumnya yaitu flora dan fauna. Perbedaan yang mendasar terletak pada proses pewarnaannya yang beralih ke warna-warna antik atau *soft*. Kondisi tersebut disebabkan oleh berubahnya trend arsitektur yang mengarah ke gaya minimalis sehingga pemilihan patung-patung untuk elemen estetisnya ikut mengikuti dengan menghilangkan warna-warna kontras yang sebelumnya sangat dominan.

Inovasi dengan penambahan unsur besi dan per sebagai penambah nilai keindahan mulai dicoba. Pemanfaatan alat bakar untuk memberi kesan antik sekaligus menghaluskan permukaan kayu tanpa harus diampelas diterapkan untuk menghemat waktu dan biaya.

Tabel 4. Daftar patung trend tahun 2000 -

	<p>Bangau dan burung hantu Bahan : kayu Albasia Inovasi : Dikombinasikan dengan per dari besi Warna: Cat acrylic dengan teknik yang menyerupai warna yang sudah tua (antik) Finishing: natural Pasar: domestik dan ekspor</p>
	<p>Kucing Bahan: Kayu Albasia Warna: Acrylic perpaduan warna antik dan emas dari prada Finishing: natural Pasar: domestik dan ekspor</p>
	<p>Bahan: kayu Albasia Warna: cat minyak dasar warna gelap dengan aksen dari titik-titik (mengadaptasi pewarnaan patung dari daerah Lombok) Finishing: natural Pasar: ekspor</p>

	<p>Bahan: Kayu Albasia Warna: Cat minyak, perpaduan warna antik dan emas dari prada Finishing: natural Pasar: domestik dan ekspor</p>
	<p>Bahan: Kayu Albasia Fungsi : tempat CD Warna: perpaduan warna antik dan emas dari prada Finishing: natural Pasar: domestik dan ekspor</p>
	<p>Pelikan Bahan: Kayu Albasia Warna: perpaduan warna antik dan emas dari prada Finishing: natural Pasar: domestik dan ekspor</p>
	<p>Bahan: kayu Albasia Fungsi : Mainan anak-anak Warna: warna alami kayu dengan aksen dari titik-titik (mengadaptasi pewarnaan patung dari daerah Lombok) Finishing: natural Pasar: ekspor</p>



Bahan: Kayu Albasia
Fungsi : Mainan anak-anak
Warna: perpaduan warna antik dan emas dari prada
Finishing: natural
Pasar: domestik dan ekspor



Edisi natal
Bahan: Kayu Albasia
Warna: dominan merah dan hijau
Finishing: natural
Pasar: dan ekspor



Bahan: Kayu Albasia
Fungsi : mainan anak-anak
Warna: perpaduan warna antik dan emas dari prada
Finishing: natural
Pasar: domestik dan ekspor



Edisi natal
Bahan: Kayu Albasia
Warna: dominan merah dan hijau
Finishing: natural
Pasar: dan ekspor

	<p>Edisi Natal Sinterklas Bahan: kayu Albasia Fungsi : Mainan anak-anak Warna: dominan warna hijau, merah dan putih Finishing: natural Pasar: ekspor</p>
	<p>Pohon Natal Bahan: Kayu Albasia Warna: Finishing: natural Pasar: domestik dan ekspor</p>
	<p>Edisi natal Sinterklas Bahan: Kayu Albasia Warna: dominan warna hijau, merah dan putih Pasar: domestik dan ekspor</p>
	<p>Boneka salju Bahan: Kayu Albasia Fungsi : mainan anak-anak Warna: dominan warna hijau, merah dan putih Pasar: domestik dan ekspor</p>
	<p>Edisi natal Bahan: Kayu Albasia Warna: dominan merah dan hijau Finishing: natural Pasar: domestik dan ekspor</p>

BAB IV
ANALISA SOSIAL EKONOMI KERAJINAN PATUNG *POP ART*
TEGALALANG

4.1 Potensi dan Kelemahan Kerajinan Patung *Pop Art* Tegalalang

Dalam usaha mengembangkan dan meningkatkan kualitas suatu produk diperlukan suatu analisa untuk mengetahui gambaran mengenai potensi yang dimiliki sentra industri dan peluang yang mungkin terjadi (analisa internal), serta permasalahan dan ancaman (analisa eksternal) yang perlu ditangani dan dipecahkan. Analisa ini juga bermanfaat agar sentra industri kecil dapat menyusun strategi dalam menjalankan usahanya di masa yang akan datang.

4.1.1 Analisa Internal (Kekuatan dan Kelemahan)

Kekuatan (Strength)

- Lokasi kecamatan Tegalalang cukup strategis, diantara dua obyek wisata terkenal di Bali yaitu Ubud dan Kintamani.
- Kondisi alam subur dan asri dikarenakan terletak di daerah pegunungan dan lembah dan dilalui sungai.
- Perajin trampil dan dalam jumlah banyak.
- Memiliki keunikan tersendiri dan harga yang terjangkau
- Bahan baku tersedia dengan cukup.
- Tersedianya infrastruktur berupa jalan raya yang cukup untuk dilalui kontainer pengangkut hasil kerajinan.
- Jalan desa dalam kondisi baik untuk pencapaian ke sentra-sentra kerajinan.

Kelemahan (Weakness)

- Perajin cepat berpuas diri dan tidak mencoba mengelola usahanya secara profesional.
- Budaya meniru sangat tinggi.
- Masih bersifat industri rumah, belum menuju arah disiplin industri
- Persaingan harga tidak sehat.
- Sangat tergantung pada pedagang perantara.
- Penghasilan perajin tidak sebanding dengan pedagang

4.1.2. Analisa Eksternal (Peluang dan Ancaman)

Peluang (Opportunity)

- Daya beli pasar stabil dan cenderung meningkat.
- Prospek pasar luar negeri terbuka lebar
- Minat generasi muda setempat untuk menekuni bidang ini cukup tinggi.

Ancaman (Threat)

- Situasi politik dan keamanan negara sangat berpengaruh terhadap penjualan.
- Berkembangnya sentra patung *Pop Art* dari negara lain seperti Vietnam, Thailand dan India yang menawarkan harga lebih murah dengan mutu yang setara.
- Tingginya tingkat peniruan mengakibatkan kerugian bagi pencipta desain.
- Perang harga yang menguntungkan pedagang perantara dan merugikan perajin.
- Kerusakan alam akibat penebangan kayu untuk bahan dasar kerajinan.
- Pembangunan toko-toko kerajinan yang mengakibatkan pergeseran yang tinggi pada rumah arsitektur tradisional.
- Tingginya tingkat persaingan yang tidak sehat dapat mempengaruhi hubungan sosial kemasyarakatan.

4.2 Konsep Pengembangan Desain Kerajinan Usaha Kecil

- Peningkatan Desain tidak hanya sekedar untuk memenuhi selera konsumen saja melainkan juga harus mampu meningkatkan daya saing.
- Peningkatan Desain perlu dilakukan secara berjenjang tidak menciptakan sesuatu yang sulit dicapai oleh pengusaha kecil.
- Peningkatan komparatif dengan desain yang ada lebih ditekankan kepada aspek pembinaan kualitas sumber daya manusia dan lingkungan daripada sekedar keuntungan sesaat.
- Peningkatan desain akan memberikan kontribusi terhadap peningkatan nilai tambah usaha kecil secara keseluruhan.

4.2.1 Alternatif pemecahan masalah industri kecil

- Perbaiki lingkungan kerja meliputi unsur kesehatan, keselamatan kerja, dan

pelayanan klinisnya.

- Diversifikasi produk sebagai implementasi tantangan pasar yang semakin kompetitif dengan pendekatan desain pasar bersaing.
- Sistem teknologi harus sejalan dengan kondisi lingkungan
- Industri kecil yang didirikan harus mempunyai tenaga ahli yang mampu membangun teknologi yang ada menjadi teknologi lanjut.
- Melepaskan ketergantungan kepada barang yang dibuat tidak melalui proses yang benar.

4.2.2 Strategi Pengembangan

Strategi pengembangan usaha kerajinan patung *Pop Art* antara lain dapat ditempuh dengan cara:

- Ada upaya sosialisasi pengembangan tanaman kayu albasia kepada masyarakat petani. Hal ini menjadi penting karena masa tumbuh kayu albasia membutuhkan waktu yang cukup lama (5 tahun) dan dapat dipakai alternatif yang potensinya masih sangat melimpah di Tegalalang dan daerah-daerah sekitarnya.
- Peningkatan upah kerja yang lebih untuk perajin layak perlu dipikirkan agar mutu kerajinan tetap terjaga dan meningkatkan taraf hidup masyarakat setempat dan perajin tidak meninggalkan pekerjaan kerajinannya pada saat ada alternatif pekerjaan lain.
- Penggunaan manajemen yang lebih serius dan peningkatan pengetahuan mengenai hal-hal yang menyangkut kontrak kerja dan kepentingan konsumen perlu untuk dipertimbangkan untuk menghindari penipuan-penipuan yang sering terjadi.
- Untuk menjaga kontinuitas produksi perlu dibentuk perjanjian kemitraan antara perajin dengan pemilik modal yang lebih mengikat dan menguntungkan kedua belah pihak.
- Kelompok perajin tidak mengikatkan diri pada tatanan kelembagaan yang formal. Maka untuk meningkatkan daya tawar mereka, diperlukan pemantapan kelembagaan kelompok perajin dalam bentuk formal.

- Pasar ekspor yang selama ini sudah berjalan harus tetap dipertahankan sambil terus berupaya mencari peluang ekspor baru. Peranan pemerintah daerah maupun pusat dapat memfasilitasinya dengan memberikan kesempatan kepada pengusaha untuk mengikuti pameran-pameran nasional, regional maupun internasional.
- Penggunaan media promosi perlu dikembangkan seperti galeri internet. Selama ini perajin bersifat pasif, hanya memajang hasil karyanya di toko-toko mereka dan menunggu pembeli datang.

4.3 Inovasi Dan Pemasaran

4.3.1 Inovasi

Dari beberapa sumber dapat dikemukakan bahwa pengertian inovasi adalah gagasan, produk atau barang yang dianggap baru oleh seseorang (Roggers & Shoemaker, 1987 :26).

Inovasi adalah tindakan yang memberi sumber daya kekuatan dan kemampuan baru untuk menciptakan kesejahteraan (Drucker, 1988 : 33)

Dari beberapa pendapat diatas maka dapat disimpulkan bahwa inovasi adalah salah satu usaha untuk menemukan suatu peluang baru yang meliputi gagasan, tindakan maupun produk, sehingga terjadi perubahan yang dapat bermanfaat bagi kesejahteraan masyarakat.

Ruang Lingkup Inovasi

Inovasi dimulai dari gagasan yang diikuti oleh tindakan merubah atau memperbaiki produk atau barang untuk kepentingan pemakai. Dengan demikian inovasi memiliki berbagai ruang lingkup, yaitu :

a. Inovasi Ekonomi

Inovasi ini berhubungan dengan daya beli pemakai sehingga perlu dicari cara pembeli yang tidak membebankan para pemakai. Contohnya pembelian cicilan.

b. Inovasi Teknologi

Inovasi ini berhubungan dengan benda dan bersifat teknis sehingga dapat merubah dan memperbaiki suatu produk yang sudah pernah dikerjakan. Maka dengan

teknologi baru dapat meningkatkan produktivitas, penjualan maupaun penghematan biaya.

c. Inovasi Sosial

Inovasi ini berhubungan dengan budaya dari pemakai dengan cara merubah nilai dan kepuasan konsumen. Inovasi ini dapat dicapai dengan meniru, mengimpor dan mengadaptasi inovasi teknik.

4.3.2. Pemasaran

Pengertian Pemasaran

Pemasaran adalah analisis perencanaan, implementasi dan pengendalian atas program yang dirancang dengan cermat untuk menciptakan pertukaran nilai yang dilakukan secara sukarela dengan pasar sasaran demi tercapainya tujuan-tujuan organisasi (Kotler & Bloom 1987 :5)

Pemasaran adalah fungsi manajemen yang mengorganisasi dan menjuruskan semua kegiatan perusahaan yang meliputi penilaian dan pengubahan daya beli konsumen menjadi permintaan efektif akan sesuatu barang atau jasa serta penyampaian barang atau jasa tersebut kepada konsumen atau pemakai terakhir sehingga perusahaan dapat mencapai laba atau tujuan lain yang ditetapkan (Foster, 1985 :8)

Dari beberapa pendapat diatas maka pengertian pemasaran dapat disimpulkan sebagai berikut: pemasaran adalah suatu sistem atau proses dari kegiatan bisnis yang dirancang untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang atau jasa yang dapat memuaskan konsumen.

Ruang Lingkup Pemasaran yang harus diperhatikan oleh perajin. Pemasaran memiliki ruang lingkup yang cukup luas, yaitu merupakan proses untuk mencapai tujuan/sasaran umum dalam melayani dan memenuhi kebutuhan konsumen melalui barang atau jasa. Oleh karena itu untuk kegiatan tersebut proses pemasaran dimulai dari penyelidikan, perencanaan dan penentuan.

- a. Penyelidikan meliputi penelitian untuk mengetahui apa yang diinginkan oleh konsumen. Sehubungan dengan ini riset pasar merupakan alat yang dapat membantu dalam menentukan keinginan konsumen.

- b. Perencanaan meliputi proses desain dan pengembangan produk atau jasa yang dapat memenuhi keinginan konsumen.
- c. Penentuan, yaitu memutuskan cara terbaik termasuk harga, mempromosikan dan mendistribusikan produk atau jasa agar sampai kepada konsumen. Dalam hal ini harus memaksimalkan penjualan supaya menghasilkan laba dalam jangka panjang.

Dengan demikian pemasaran adalah merupakan suatu proses integral yang terpadu dan interaksi dari berbagai kegiatan yang memerlukan strategi untuk mencapai keberhasilan.

4.4 Inovasi Dalam Pemasaran

Dalam inovasi teknologi yang berhubungan dengan produk dimungkinkan adanya perbaikan, penyempurnaan atau pengembangan produk agar mendapat keberhasilan dalam pemasarannya. Dengan demikian inovasi teknologi dapat berpengaruh pada pasar, sehingga perlu diketahui kondisi pasar dan apa saja masalah-masalah yang dihadapainya.

a. Fokus pasar

Inovasi yang berdasarkan pengetahuan dapat bertujuan menciptakan pasar bagi produknya. Oleh karena itu inovasi mempunyai sifat konseptual dan perseptual dimana seseorang perlu kelapangan untuk melihat, bertanya dan mendengarkan. Inovasi semacam ini harus berorientasi kepada pasar dan mengetahui masalah pasar.

b. Masalah Pasar

Pasar adalah orang-orang yang mempunyai kebutuhan untuk dipuaskan, mempunyai uang untuk dibelanjakan, dan kemampuan untuk membelanjakan (william j. Stanton, 1985 : 92)

Jadi tiga faktor yang perlu diperhatikan yaitu kebutuhan orang, daya beli dan perilaku pembeli.

Dalam arti kongkrit pasar berarti tempat dimana pembeli dan penjual bertemu untuk melakukan jual beli, sedangkan dalam arti abstrak adalah dimana pembeli dan penjual tidak bertemu, tetapi hanya mengirimkan atau mengetahui contoh barang. Dari pengertian diatas maka arti pasar akan melibatkan orang yang membutuhkan sesuatu barang atau jasa yang sesuai dengan kemampuan untuk memilikinya.

Menurut organisasinya maka pasar dibagi menjadi dua jenis yaitu :

- a. *Perfect market* adalah pasar yang terorganisasi dengan sempurna. Bentuk pasar ini telah mempunyai syarat-syarat seperti barang yang diperdagangkan adalah homogen, setiap pembeli dan antara pembeli dan penjual mengetahui situasi pasar.
- b. *In perfect market* adalah pasar yang tidak terorganisir dengan sempurna. Bentuk pasar ini tidak memenuhi syarat-syarat seperti pasar yang terorganisir dengan sempurna.

4.5. Persaingan

Didalam pasar persaingan terjadi bila barang-barang yang dijual sejenis. Berdasarkan kriteria jumlah pembeli dan penjual serta besar pembelian dan penjualan, maka bentuk persaingan menjadi tiga macam, yaitu persaingan sempurna/ bebas/murni/ *pure competition*, monopoli dan persaingan monopolistic (Rilam & Saladin, 1985 : 149)

- a. Persaingan sempurna/bebas/murni adalah suatu bentuk pasar atau persaingan dimana penjual individual tidak dapat mempengaruhi atau menjalankan politik harga, sedangkan pembeli dan penjual sedemikian banyaknya. Pada persaingan jenis ini menuntut syarat-syarat, yaitu barangnya homogen, harganya kontras, tidak adanya ikatan diantara pembeli, penjual dan pemerintah.
- b. Monopoli adalah suatu persekutuan penjual. Dengan demikian penjual bebas dalam menentukan harga karena tidak ada persaingan.
- c. Persaingan monopolistik adalah suatu bentuk pasar dimana terdapat lebih dari satu penjual seperti merk, kualitas dan lain-lain. Pada persaingan jenis ini memiliki sifat-sifat seperti barangnya heterogen, penjual dan pembeli cukup banyak dan penjual dapat mempengaruhi pembeli.

Dari uraian diatas, persaingan yang terjadi di sentra industri kerajinan Tegalalang adalah tipe persaingan sempurna/bebas/murni. Kondisi sebenarnya di sentra idustri Tegalalang tidak sepenuhnya sesuai dengan definisi persaingan sempurna, karena saat ini para perajin selain sebagai produksi juga menjadi pedagang perantara. Industri kerajinan dari daerah-daerah lain seperti Bangli, Kintamani, Klungkung sampai dari Lombok banyak

yang ‘dititipkan’ untuk dipasarkan di Tegalalang. Sebagian perajin yang sudah mapan saat ini sudah beralih menjadi agen yang adalah perpanjangan tangan pedagang kerajinan dari luar negeri.

4.6. Dampak Perkembangan Patung *Pop Art* Tegalalang

Dampak Positif

- a. Peningkatan perekonomian masyarakat Tegalalang.

Penduduk Tegalalang yang dahulu menggantungkan hidupnya pada pertanian telah beralih menjadi perajin dan pengusaha kerajinan dalam 15 tahun terakhir, merasakan peningkatan taraf hidup yang signifikan. Kondisi tersebut secara sepintas terlihat dari perkembangan pembangunan dan pendidikan. Menurut Bapak Suarta salah seorang kepala adat di Tegalalang mengatakan kemajuan yang dialami sangat pesat, hal itu dapat dilihat dari ratusan galeri, kios dan toko-toko disepanjang jalan utama Tegalalang yang menjual kerajinan patung *Pop Art* ini. Rumah-rumah penduduk dan inventaris bergerak seperti kendaraan dan alat-alat produksi hampir dimiliki oleh semua perajin. Dalam satu keluarga terdapat 2-3 anggota keluarga yang menekuni bidang kerajinan ini. Tingkat pendidikan juga mengalami peningkatan, dimana dahulu lulusan sekolah menengah atas (SMU) sudah dianggap cukup bagi masyarakat setempat, tapi saat ini sebagian besar generasi muda desa Tegalalang sudah melanjutkan ke universitas. Sawah yang dahulu dikerjakan sendiri, sekarang disewakan kepada petani penggarap dengan sistem bagi hasil. Kondisi ini memberikan penghasilan tambahan bagi perajin selain pendapatan dari kerajinan patung

- b. Peningkatan upah kerja bagi pekerja harian.

Upah minimal yang diterima oleh pekerja harian yang memiliki pengalaman di bawah 1 tahun adalah Rp 70.000 per hari ditambah dengan uang makan siang. Pendapatan tersebut jauh lebih baik dibandingkan mereka bekerja sebagai tukang bangunan, supir angkot atau bekerja sebagai pematung di luar Tegalalang.

- c. Penyediaan lapangan pekerjaan yang cukup

Sebelum industri patung *Pop Art* ini berkembang, sebagian masyarakat Tegalalang yang tidak memiliki lahan pertanian, biasanya merantau bekerja sebagai buruh tani, supir angkot atau pekerja harian di desa tetangga bahkan

sampai ada yang ikut program transmigrasi. Setelah industri ini berkembang dengan baik, penduduk yang dahulu merantau sebagian besar kembali ke desa mereka untuk menekuni pekerjaan sebagai perajin patung.

Tingkat kesulitan pembuatan kerajinan patung *Pop Art* yang tidak terlalu tinggi, juga memberi kesempatan pada kaum wanita untuk ambil bagian memberi tambahan pendapatan dengan bekerja menjadi *mulas* (tukang mewarnai) dan penyelesaian akhir patung karena kaum wanita cenderung lebih sabar dan teliti.

- d. Setelah industri kerajinan patung ini berkembang dengan pesat, perajin di Tegalalang tidak sanggup lagi memenuhi pesanan yang ada, kondisi ini memberi kesempatan kerja bagi desa-desa tetangga bahkan sampai diluar kabupaten Gianyar seperti di Bangli dan Klungkung. Pada mulanya mereka lebih banyak sebagai penyedia bahan baku kayu tapi dalam perkembangannya, saat ini mereka juga sudah bisa menjual kerajinan patung sampai pada tahap pola dasar (setengah jadi) dan dijual kepada perajin di Tegalalang. Kondisi ini lebih mendatangkan keuntungan karena nilai jual produk patung setengah jadi lebih tinggi dibandingkan dengan menjual bahan baku saja.

Dampak Negatif

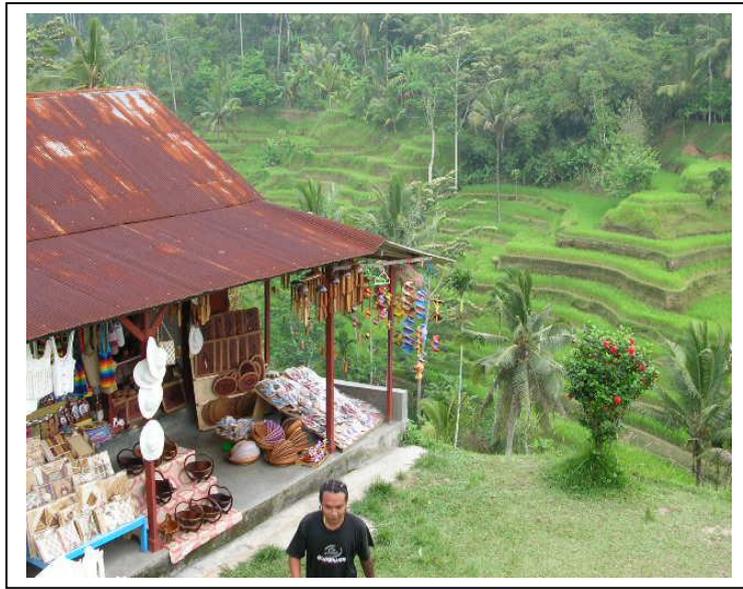
- a. Usaha kerajinan ini menjadi salah satu penyebab tingginya kerusakan hutan. Daerah-daerah sekitar Tegalalang seperti dari kabupaten Bangli dan Klungkung yang sebelumnya banyak memiliki hutan kayu lokal dieksploitasi secara berlebihan. Penebangan-penebangan tersebut berdampak pada rawan bencana longsor dan kekeringan pada musim kemarau. Kayu-kayu lokal seperti *panggal buaya*, *kwanditan*, *jempanis* dan lain-lain yang memiliki kualitas baik tapi memiliki masa tumbuh yang lama mulai sulit dicari dan di katagorikan punah.
- b. Pembangunan galeri, kios dan toko-toko kerajinan disepanjang jalan utama seringkali tidak diatur dengan baik sehingga merusak beberapa obyek wisata sawah terasering yang dahulu merupakan ciri khas pariwisata Tegalalang. Contohnya pada obyek wisata Ceking yang memiliki pemandangan alam yang indah, nyaris tertutup oleh banyaknya toko-toko kerajinan yang menjamur tidak tertata.



Gambar 19. Pembangunan yang tidak ditata dengan baik didaerah obyek wisata Ceking



Gambar 20. Obyek wisata yang dahulu bisa dinikmati dari tepi jalan, karena tertutup toko-toko kerajinan mengakibatkan wisatawan harus berjalan kaki cukup jauh untuk mencapai obyek yang diinginkan.



Gambar 21. Pembangunan yang tidak tertata juga mengakibatkan kesan kumuh yang menimbulkan keengganan wisatawan untuk berkunjung.

- c. Rusaknya sistem pengairan (subak) akibat pembangunan yang tidak tertata dengan baik. Kondisi tersebut mengakibatkan sawah yang dahulu menjadi sumber pendapatan menjadi tidak produktif dan menjadi lahan terbengkalai.
- d. Pudarnya warisan budaya rumah berarsitektur tradisional Bali.
Pembangunan galeri, kios dan toko-toko kerajinan yang hampir ada di setiap rumah tangga mengakibatkan perubahan yang mendasar pada pola rumah tinggal tradisional. Contohnya di keluarga Ketut Dirga. Terdapat 3 saudaranya yang menekuni usaha kerajinan ini. *Bale dauh* yang sebenarnya berfungsi untuk tempat tinggal dan menerima tamu sudah berubah menjadi ruang pajang. *Pemesuan* dan tembok *penyengker* sudah tidak dimiliki lagi karena area yang terletak di sisi jalan menjadi sangat berharga untuk dijadikan toko atau ruang pajang. *Bale daje* sekarang sudah difungsikan menjadi tempat kerja atau penyimpanan barang-barang kerajinan. Yang jarang dirubah biasanya bale dangin yang berfungsi untuk tempat upacara keagamaan.



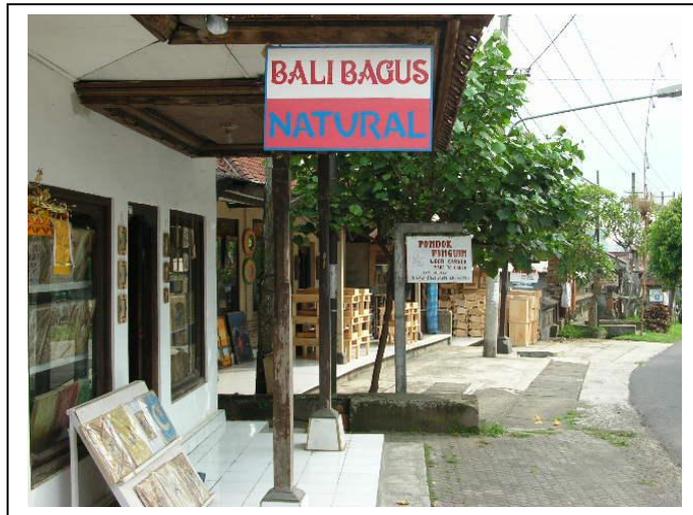
Gambar 22. *Bale dauh* yang sudah berubah fungsi menjadi ruang pajang



Gambar23. *Bale daja* yang sudah berubah fungsi menjadi ruang kerja dan penyimpanan kerajinan yang belum selesai.



Gambar 24. *Bale Daje* yang masih asli dan difungsikan sebagaimana dalam konsep arsitektur tradisional bali



Gambar25. *Pemesuan dan tembok penyengker yang sudah ditiadakan karena difungsikan sebagai galeri dan toko-toko*

- e. Tingginya tingkat peniruan yang mengakibatkan terjadinya persaingan yang tidak sehat antar sesama perajin. Kondisi ini mengakibatkan perajin menjadi enggan untuk menciptakan desain baru karena dalam waktu singkat sudah di tiru oleh perajin yang lain. Hal ini dapat menimbulkan kemandegan desain yang dapat berpengaruh pada pemasaran.

Perang harga dan saling menjatuhkan saingan di depan pembeli sering kali terjadi antar para perajin. Kondisi ini seringkali menimbulkan perselisihan terselubung antar saudara, tetangga dan warga masyarakat. Hal ini tidak jarang mengakibatkan perajin yang satu tidak bersedia saling bantu dengan yang lain bahkan untuk berbicara pun sulit. Hal tersebut seringkali menjadi bibit perpecahan di masyarakat. (Ketut Rete, wawancara 12 November 2004)

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

- a. Usaha kecil merupakan suatu kegiatan yang strategis sehingga perlu mendapat penanganan serius, baik oleh pemerintah maupun masyarakat secara bersama-sama. Tujuan pengembangan usaha kecil adalah pemerataan dan peningkatan pendapatan masyarakat yang pada gilirannya akan meningkatkan kesejahteraan masyarakat luas. Industri kerajinan patung *Pop Art* Tegalalang adalah sebuah upaya meningkatkan taraf hidup penduduknya. Dengan menitik beratkan pada nilai ekonomis dan desain yang berani keluar dari format patung tradisional Bali pada umumnya, kerajinan patung *Pop Art* Tegalalang meski menuai banyak kritik dari kalangan seniman patung di Bali, telah memberi dampak sosial ekonomi yang sangat besar. Mengubah mata pencaharian penduduk yang mayoritas sebagai petani menjadi perajin yang dalam perkembangannya sebagai pemilik toko kerajinan dan eksportir. Memberikan lapangan pekerjaan yang baik untuk penduduk. Peningkatan taraf hidup tersebut juga memberi peningkatan pada pembangunan daerah, meningkatnya minat melanjutkan sekolah dan lain-lain.
- b. Kemajuan dari segi ekonomi tersebut ternyata juga memberi dampak negatif seperti kerusakan lingkungan dan penggundulan hutan, persaingan yang tidak sehat, tingginya tingkat peniruan dan memudarnya warisan budaya rumah berasitektur tradisional Bali.
- c. Pemasaran merupakan suatu proses integrasi yang terpadu dan berinteraksi dari berbagai kegiatan, dengan demikian memerlukan suatu strategi yang sesuai untuk mencapai keberhasilannya. Adapun salah satu strategi yang sesuai dengan keseluruhan program adalah strategi yang mengarah untuk memperoleh kepemimpinan pasar, dimulai dari berfokus pada pasar dan digerakkan oleh pasar untuk memenuhi kebutuhan pasar. Inovasi mempunyai keterkaitan yang erat dengan pemasaran dan merupakan rangkaian dalam mencapai tujuan usaha. Peranan inovasi terletak pada proses desain dan pengembangan produk kerajinan dan penyempurnaan produk kerajinan yang sudah ada. Strategi penggabungan antara kepentingan pasar dan desain dimaksudkan untuk mengambil jalan tengah

atau suatu kompromi (titik temu) antara permintaan pasar dan keinginan/kemauan para ahli desain (dalam hal ini desain).

Pasar dan desain masing-masing mempunyai beberapa variasi kepentingan tentang tujuan yang ingin dicapai.

5.2 Saran

- a. Upaya pengembangan kerajinan dan sistem teknologi yang dipakai hendaknya sejalan dengan kondisi dan pelestarian lingkungan. Dampak negatif seperti penggundulan hutan akibat tingginya kebutuhan bahan baku kayu hendaknya dicari solusinya seperti sosialisasi pengembangan budi daya kayu yang memiliki masa tumbuh tidak terlalu lama.
- b. Peraturan mengenai tata wilayah dan pembangunan galeri, toko-toko kerajinan hendaknya lebih bijaksana untuk menghindari rusaknya citra daerah sebagai daerah tujuan wisata yang alami dan memiliki keindahan alam yang sudah dikenal sejak lama.
- c. Diperlukan adanya pembinaan yang berkelanjutan dan secara berkala pada perajin patung *Pop Art* khususnya mengenai kemampuan berinovasi.
- d. Pentingnya sosialisasi mengenai kemampuan membaca kebutuhan dan selera pasar.
- e. Keberhasilan dalam sektor ekonomi hendaknya tidak mengalahkan segalanya.
- f. Perlunya perhatian dan upaya untuk mengembalikan jatidiri orang bali yang menghormati tradisi dan kepercayaannya.

DAFTAR PUSTAKA

1. Drucker, Petter F. *Inovasi dan kewiraswastaan*, Erlangga, Jakarta, 1998
2. Edi Sedyawati, *Kria Dalam Kebudayaan Indonesia*, Makalah konsprensi Tahun Kria dan Rekayasa, Bandung, 1999.
3. Gelebet, I Nyoman, *Arsitektur Tradisional Bali*. Departemen Pendidikan dan kebudayaan. Bali. 1981.
4. Kotler Philip & Paul N Bloom. *Teknik memasarkan Jasa Profesional*, Intermedia, Jakarta, 1985
5. Moerdowo, *Seni Budaya Bali*, Fadjar Bhakti, Surabaya, 1963.
6. Rogers, Everest M & Floyd Shoemaker, *Memasyarakatkan Ide-Ide baru*, Usaha Nasional, Surabaya, 1987.
7. Sarbini, *Motif Perkembangan Patung Bali*, Skripsi, 1975.
8. Stanton, William J, *Prinsip Pemasaran*, Erlangga, Jakarta, 1985
9. Yudoseputro, Wiyoso. *Seni Kerajinan Indonesia*, Direktorat Pendidikan Menengah Kejuruan, Dirjen P&K 1983.