

DESAIN INOVATIF KERAMIK KASONGAN MEMASUKI PERSAINGAN PASAR GLOBAL

INNOVATIVE DESIGN KASONGAN CERAMIC ENTERING GLOBAL MARKET COMPETITION

Moh. Rusnoto Susanto

FKIP Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa Yogyakarta

Pos-el: m_rusnoto@yahoo.com

Abstrak

tujuan penelitian ini adalah mengetahui dan mengukur efektivitas pengembangan desain inovatif di Sentra Keramik/Gerabah Kasongan dalam konteks pengembangan industri kreatif memasuki persaingan pasar Global. Jenis penelitian deskriptif kualitatif dipergunakan secara reflektif untuk menggurai seluruh data visual maupun data statistik secara akurat yang berkaitan dengan seluruh cakupan aspek penelitian sebagai hasil peneitian secara detail dan konprehensif. Instrumen penelitian menggunakan teknik wawancara terstruktur dan uji triangulasi mengenai perkembangan desain inovasi dan pengaruhnya dengan daya serap pasaar global. Proses pengembangan desain di sentra industri gerabah Kasongan secara umum mengadopsi unsur lokal dan mengadaptasi berbagai aspek kebutuhan artistik modern maupun kontemporer. Kecenderungan mengamati-mencermati, meniru atau pengadopsi, dan menambahkan atau memberikan sentuhan kreativitas baru sebagai langkah inovasi artistik semakin hari semakin meningkat untuk melayani tuntutan pasar global. Dengan demikian pergerakan ekonomi yang berbasis pada orientasi ekonomi kreatif semakin maju dalam mewujudkan program pemerintah dalam memberdayakan sentra-sentra industri kreatif yang mandiri dan berani bersaing dengan produk ekonomi kreatif negara-negara maju lainnya.

Kata kunci: Industri Keramik Kasongan, eksplorasi desain inovatif, industri kreatif dan persaingan pasar global

Abstract

The principal aim of this study was to determine and measure the effectiveness of the innovative design development at the Center Ceramics / Pottery Kasongan in the context of the development of the creative industries to enter global market competition. Type a descriptive qualitative study used reflexively to description entire visual data and statistics accurately related to all aspects of the scope of the study as a result of detailed fieldwork and comprehensive. The research instrument used structured interview techniques and triangulation test on the development of design innovation and influence with global market absorption. Design development process in the industrial pottery Kasongan generally adopted local elements and adapted many aspects of modern and contemporary artistic needs. The trend observed-observe, imitate or adopters, and add a touch of creativity or new as a measure of artistic innovation is increasingly rising to serve the demands of the global markets. Thus the movement of the economy based on the orientation of the creative economy moving forward in realizing the government's program to empower the creative industry centers are independent and brave creative economy to compete with other developed countries.

Keywords: Sentra Industri Keramik Kasongan, exploration of innovative design, creative industries and global market competition

A. Pendahuluan

Wilayah Kasongan Bantul merupakan *landscape* sentra industri kreatif keramik atau gerabah yang mampu melakukan konstruksi sosial sebagai perajin keramik secara turun-temurun hingga kini. Bermula dari seorang Kiai Song yang mencikalbakali keberadaan keramik Kasongan 320 tahun yang lalu (1675-1765) di daerah tersebut yang kini disebut Kasongan (Gustami, 1988:17). Pada saat itu produk-produk yang dihasilkan mencakup peralatan keperluan sehari-hari dari alas makan dari gerabah sebagai pengganti alas makan dari bahan batu maupun dedaunan yang dikenal dengan cobek (*cowek*, *cuwo*). Pada perkembangannya tahun 1745-1825 aktivitas pembuatan keramik di desa Kasongan yang dilakukan Mbah Jembuk mulai menunjukkan peningkatan dalam variasi bentuk (Haryono, 1995-1996:17). Sejak tahun 1971-1972, Desa Wisata Kasongan mengalami kemajuan cukup pesat. Sapto Hudoyo (seorang seniman besar Yogyakarta) membantu mengembangkan Desa Wisata Kasongan dengan membina masyarakatnya yang sebagian besar perajin, dengan sentuhan seni dan komersial bagi desain kerajinan gerabah sehingga gerabah yang dihasilkan tidak menimbulkan kesan yang membosankan dan monoton, namun dapat memberikan nilai seni dan nilai ekonomi yang tinggi. Keramik Kasongan dikomersialkan dalam skala besar oleh Sahid Keramik sekitar tahun 1980-an (<http://id.wikipedia.org/wiki/Kasongan>).

Kemudian pada era 1990-an sentra Keramik Kasongan telah mencapai tingkat diversifikasi produksi tinggi, tidak hanya pada produk fungsional praktis, akan tetapi telah menjadi objek estetis, yaitu elemen estetis interior dan eksterior. Semenjak itulah Sentra Industri Keramik Kasongan masuk pada jejaring globalisasi baik secara sosiokultural maupun managerial pemasarannya.

Industri kreatif memiliki orientasi penghasilan *creative capital* merangsang industri kreatif lokal untuk memiliki daya saing yang baik

dan tak lagi memiliki ketergantungan pada industri manufaktur dalam hal pembayaran lisensi-lisensi terhadap produk asing. Hal tersebut dapat diatasi dengan semangat untuk melakukan penelitian, pengembangan, dan penguasaan teknologi tepat guna dalam perspektif penciptaan nilai inovasi. Inovasi selalu berkaitan dengan penguasaan teknologi tinggi berangsur berubah orientasinya bahwa inovasi juga berkembang pada wacana dan praktik industri kecil dan menengah seperti pengembangan sentra industri kerajinan yang menghasilkan nilai-nilai baru.

Nilai baru yang bermula dari sebuah konvergensi teknologi-teknologi sebelumnya sehingga menghasilkan ide baru atau metodik tepat guna yang baru. Kemampuan beradaptasi dan konvergensi dalam dunia industri kreatif ditempuh untuk melahirkan ide kreatif baru yang *fresh* dan *up to date* membutuhkan daya imajinasi dan daya visualisasi yang baik. Kemampuan ini paling menonjol didapat pada kreator yang berorientasi kreatif dan melakukan penerjemahan kembali terhadap kebutuhan kepraktisan (*profan*) masyarakat kontemporer yang muncul pada sentra industri kreatif.

Proses adaptasi dan konvergensi dalam proses penciptaan seni yang berbasis penemuan nilai kreatif dan inovatif pada desain produk seni kerajinan. Proses pengembangan desain di sentra industri gerabah Kasongan secara umum mengadopsi unsur lokal dan mengadaptasi berbagai aspek kebutuhan artistik modern maupun kontemporer. Kecenderungan mengamati, mencermati, meniru atau mengadopsi, dan menambahkan atau memberikan sentuhan kreativitas baru sebagai langkah inovasi artistik semakin hari semakin meningkat untuk melayani tuntutan pasar global. Dengan demikian pergerakan ekonomi yang berbasis pada orientasi ekonomi kreatif semakin maju dalam mewujudkan program pemerintah dalam memberdayakan sentra-sentra industri kreatif yang mandiri dan berani bersaing dengan produk ekonomi

kreatif negara-negara maju lainnya. Tulisan ini membahas permasalahan berikut.

1. Faktor-faktor apa saja yang mendorong munculnya desain inovatif Keramik Kasongan dalam meningkatkan daya saing terhadap pasar Global?
2. Bagaimana desain inovatif keramik Kasongan memberi pengaruh terhadap perubahan, tuntutan peningkatan, dan membangun segmentasi Pasar Global?
3. Bagaimana desain inovatif keramik Kasongan mendorong pertumbuhan ekonomi kreatif pada sentra industri keramik Kasongan dalam memasuki persaingan Pasar Global?

B. Konsep Teori

1. Desain Inovatif

Desain Inovatif secara harafiah dapat didefinisikan sebuah perancangan produk yang memiliki kreasi, kreasi kebaruan dari perancangan-perancangan sebelumnya. Munculnya desain inovatif lazim dikarenakan dorongan kreativitas, tuntutan kebutuhan estetik sehari-hari masyarakat yang kian meningkat dan memenuhi target-target mutu internasional ketika menjadi bagian penting dalam persaingan pasar global. Perubahan maupun perkembangan desain inovatif mampu menuhi selera pasar dan tuntutan pasar global. Kreasi kreatif bisa berbasis pada inovasi baru, artistik baru, dan pencapaian teknologi baru yang belum pernah dibuat atau dipikirkan oleh orang lain (Deperindag, 2008:70). Kreasi kreatif yang dilakukan secara intens dan menghasilkan kebaruan-kebaruan dan meningkatkan citra estetik dan nilai artistik berarti sebuah temuan desain inovatif.

2. Keramik Kasongan

Keramik merupakan produk budaya yang sangat penting dan sebagai salah satu sarana yang melaluinya dapat diperoleh suatu hubungan dengan masa lalu. Sebagai produk budaya materi, keramik dapat dipandang

sebagai objektivikasi ide, nilai, norma, dan peraturan maupun perilaku masyarakat (Lury, 1998:58). Pada hakikatnya Keramik Kasongan adalah suatu produk-produk keramik atau gerabah yang tumbuh, hidup, dan diproduksi di desa Kasongan yang kemudian berkembang menjadi sebuah sentra industri kerajinan gerabah Kasongan.

Bermula dari seorang Kiai Song yang mencikalbakali keberadaan keramik Kasongan 320 tahun yang lalu (1675-1765) di daerah tersebut yang kini disebut Kasongan (Gustami, 1988:17). Pada era 1990-an sentra Keramik Kasongan telah mencapai tingkat diversifikasi produksi tinggi, tidak hanya pada produk fungsional praktis, akan tetapi telah menjadi objek estetik, yaitu elemen estetik interior dan eksterior.

3. Industri Kreatif

Definisi Industri Kreatif yang saat ini disebut beberapa pihak berdasarkan UK DCMS Task Force 1998 dalam Deperindag (2008:4), adalah, *creatives Industries as those industries which have their origin in individual creativity, skill talent, and which have a potential for wealth and job creation through the generation and exploitation of intellectual property and content*. Industri kreatif berasal dari pemanfaatan kreativitas, keterampilan dan bakat individu untuk menciptakan kesejahteraan serta lapangan pekerjaan melalui penciptaan dan pemanfaatan daya kreasi dan daya cipta individu tersebut. Seperti studi yang dilakukan departemen perindustrian RI 2007 menggunakan acuan ini untuk merumuskan program pengembangan ekonomi kreatif Indonesia 2009-2025. Ketika produk keramik Kasongan berorientasi ke arah objek estetik dengan tingkat keberhasilan ekonomis dan telah deversifikasi pada produksi tinggi dalam pemenuhan kebutuhan pasar yang lebih luas. Hal itu mendorong peningkatan pada aspek ekonomi kreatif yang diprogramkan pemerintah pada tahun Industri kreatif 2009-2025.

4. Persaingan Pasar Global

Persaingan Pasar Global merupakan wujud sikap kompetitif dalam sektor perdagangan dan perindustrian pasar internasional. Jangkauan pasar internasional (global) dengan berbagai kualifikasi baik bentuk, corak, gaya, cita rasa, dan lain-lain mendominasi produk-produk baru –non-tradisional-. Fenomena ini dimungkinkan oleh karena investor dan pasar menjadi pembentuk cita rasa dan membentuk nilai-nilai budaya bangsa (Francis, 1991:29). Diawali oleh Graham Bell yang menemukan telepon di tahun 1876, dunia mulai memasuki era komunikasi yang kemudian terus berkembang dengan pesat. Teknologi komputer, internet, teknologi nirkabel (*wireless*) yang memungkinkan orang berkomunikasi tidak hanya lewat suara tetapi juga gambar, berhasil menyingkirkan jarak dan menyatukan dunia, menciptakan globalisasi. Dunia global yang tanpa batas ini mengeluarkan orang dari keterisolation dan keterasingan. Dunia bisnis semakin terbuka *beyond the state boundary*. Perajin batu putih dari Gunungkidul dapat menjual hasil karyanya kepada peminat di Italy atau Canada tanpa harus bertemu muka. Daya serap global yang tinggi tentu karena munculnya desain-desain inovatif.

Kebaruan dalam seni mengarah pada keragaman stilistik didorong oleh tujuan ekonomi melalui campur tangan berbagai *stakeholder* pada wilayah kreatif perajin dan patron. Perkembangan bentuk produk non tradisional menjadi orientasi penciptaan keramik Kasongan didasarkan pada ide-ide dari luar yang tumbuh karena tuntutan konsumen yang berubah sesuai perubahan gaya hidup dan kebutuhan masyarakat pasar global.

C. Metode Penelitian

Penelitian berlangsung Maret-Agustus 2012, di sentra industri keramik/gerabah Kasongan. Sumber data utama korporat yang mapan dan berorientasi pasar global, yakni

studio keramik Timbul Raharjo dan Arie Saksono serta beberapa perajin gerabah yang seringkali melayani pasar luar negeri dengan tuntutan pengembangan desain inovatif yang memenuhi standar kualitas internasional.

Data dalam penelitian ini diperoleh dengan menggunakan teknik observasi, wawancara, dan dokumentasi data visual. Observasi dilakukan dengan mengamati berbagai aktivitas warga kasongan sejak pagi hingga sore hari sebagai pemandangan rutin di Kasongan. Wawancara dilakukan dengan pengusaha keramik, Timboel Raharjo (pengusaha Keramik, eksportir dan Dosen Keramik Pascasarjana ISI Yogyakarta) dan Bapak Arie Saksono (pengusaha eksportir keramik Kasongan) serta beberapa sampel perajin Keramik Kasongan yang representatif. Data visual berupa dokumentasi lapangan yang melingkupi subjek penelitian yang disajikan dalam bentuk paparan hasil penelitian.

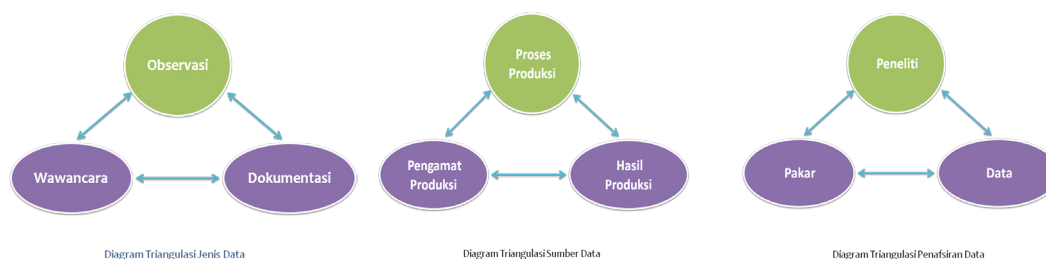
Analisis data dilakukan melalui tahapan inventarisasi data, reduksi data, klasifikasi, dan interpretasi data. Data yang terhimpun sebagai bahan analisis untuk menjawab permasalahan penelitian ini. Reduksi memunculkan data pokok yang sudah disaring dan disesuaikan dengan konteks penelitian ini, sehingga paparan data lebih fokus, terstruktur, dan rinci. Analisis data dilakukan dengan mengomparasi data lapangan, referensi dan hasil wawancara yang diolah dalam bentuk deskripsi. Mengolah data visual berupa gambar lokasi dan berbagai aktivitas perajin keramik Kasongan serta data visual produk-produk dengan desain inovatif yang biasa diserap pasar global.

Dalam penelitian ini penulis melakukan triangulasi data, sumber data, dan penafsiran data. Triangulasi data dilakukan dengan membandingkan atau melakukan pengecekan silang antara data yang satu dengan data yang lainnya. Dalam hal ini data hasil observasi, hasil telaah dokumentasi dan hasil wawancara, satu sama lain dibandingkan. Triangulasi sumber data dilakukan dengan

mengelompokkan sumber, proses produksi, dan hasil produksi. Dalam proses ini, narasumber, fakta prosedural proses produksi, dan barang jadi sebagai hasil produksi, satu sama lain dibandingkan untuk menemukan kesetaraan atau kesesuaian informasi data. Triangulasi penafsiran dilakukan dengan membandingkan kembali tafsiran hasil analisis yang dilakukan oleh penulis dengan data yang tersedia, kemudian membandingkannya pula dengan pendapat seorang pakar yaitu Timbul Raharjo dan SP Gustami selaku guru besar seni Kria ISI Yogyakarta, serta temuan-temuan para penulis yang dapat dijumpai dalam berbagai kepustakaan.

spirit, ruh, dan jiwa budaya bangsa yang menyiratkan pencapaian kualitas estetik seni kriya Indonesia pada periode sejarahnya.

Hal tersebut kemudian dapat dijadikan tanda penting sejarah seni tradisional Indonesia yang memiliki kualitas tinggi, monumental, dan menyejarah. Sebuah ruang eksplorasi dan kreasi yang sangat panjang untuk menghadirkan nilai dari rumusan konsep, ekspresi, dan makna berkesenian yang menjadi acuan proses penciptaan selanjutnya. Perkembangan kebutuhan hidup masyarakat kemudian menggiring pembentukan pola kebudayaan baru dalam berkesenian yang menuntut kepekaan cita, rasa, karsa sebagai



Gb . 1 Diagram Triangulasi Jenis Data, Diagram Triangulasi Sumber Data, Diagram Triangulasi Penafsiran Data

D. Hasil dan Pembahasan

Kehadiran seni kriya (keramik) telah berlangsung dalam waktu yang begitu panjang berdampingan dengan kebudayaan lain di Jawa. Sejak kehidupan masyarakat yang dimulai dari berburu dan meramu yang selalu berpindah-pindah pemukimannya, kemudian disusul kehidupan menetap dan tradisional hingga berkembang pada zaman modern dan era global. Awal kehadirannya sebagai karya seni profan semata yang dipergunakan untuk penunjang kebutuhan sehari-hari secara fungsional dari kebutuhan rumah tangga hingga ritual adat dalam pemenuhan kebutuhan jasmani dan rohani. Joseph Fischer dalam Gustami (2007:303) menyatakan bahwa fakta yang menunjuk eksistensi seni kriya di Indonesia, khususnya di Jawa, mengandung tiga muatan penting, yaitu: (1) mitologi; (2) ritual; (3) simbol. Ketiga muatan tersebut terajut padu yang mencerminkan kandungan

pemicu pengembangan dan perwujudan seni kriya. Visualisasi konsep nilai, idealisasi, dan gagasan kreatif dibangun berdasarkan keyakinan dan keseimbangan kosmologis, persilangan aspek mitologis, ontologis, dan aspek fungsional. Paling tidak itu yang mendasari proses berkesenian kriya sejak zaman prasejarah hingga saat ini.

1. Faktor-Faktor yang Mendorong Munculnya Inovasi Desain Keramik Kasongan

Sebagai ilustrasi bahwa sejak tahun 1971-1972, Desa Wisata Kasongan mengalami kemajuan cukup pesat ketika Supto Hudoyo (seorang seniman besar Yogyakarta) membantu mengembangkan Desa Wisata Kasongan dengan membina masyarakatnya yang sebagian besar perajin untuk memberikan berbagai sentuhan seni modern dan komersial bagi desain kerajinan gerabah. Pada perkembangannya gerabah yang

dihasilkan tidak melulu menimbulkan kesan yang membosankan dan monoton, namun memberikan nilai seni dan nilai ekonomi yang tinggi. Sejak itulah keramik Kasongan dikomersilkan dalam skala besar oleh Sahid Keramik sekitar tahun 1980-an.

gempa yang sebanyak 401 unit. Jumlah tenaga kerja yang terserap juga bertambah menjadi 2.367 orang. Sebelumnya hanya 1.995 orang.

Pada awalnya, perajin keramik desa Kasongan melakukan kegiatan untuk membuat gerabah yang berfungsi untuk



Gb. 2. Aktivitas kreatif dan proses pembakaran gerabah yang dikenal dengan proses biscuit di salah satu perajin gerabah profan di Kasongan. (atmosfer semacam ini menjadi pemandangan sehari-hari pada hampir semua penduduk Kasongan). Proses *Quality Control* produk kerajinan Keramik/Gerabah dan persiapan *packing* untuk pengiriman ekspor produk ke luar negeri oleh Bapak Arie Saksono (Proses QC dilakukan untuk standart mutu ekspor)

Keramik sebagai produk budaya yang sangat penting dan salah satu sarana penghubung dengan masa lalu. Sebagai produk budaya materi, keramik dapat dipandang sebagai objektivikasi ide, nilai, norma, dan peraturan maupun perilaku masyarakat (Lury, 1998:58). Pada hakikatnya Keramik Kasongan merupakan suatu produk keramik atau gerabah yang tumbuh, hidup, dan diproduksi di desa Kasongan yang kemudian berkembang menjadi sebuah sentra industri kerajinan gerabah Kasongan.

Sebagian besar penduduk di Kasongan bekerja sebagai perajin gerabah, Kasongan daerah korban gempa bumi Yogyakarta dan Jawa Tengah pada 27 Mei 2006 lalu. Kawasan yang terdiri dari lima dusun ini menjadi salah satu daerah yang mengalami kerusakan paling parah. Produk kerajinan gerabah kasongan mengalami penurunan hampir 50% karena bencana tersebut. Mereka perlahan-lahan mulai bangkit kembali. Produksi kerajinan gerabah Kasongan sebagian besar sudah diekspor ke beberapa negara Eropa dan Australia. Dinas Perindustrian Perdagangan dan Koperasi Kabupaten Bantul mencatat, pada 2009, unit usaha kerajinan gerabah Kasongan jumlahnya mencapai 441 unit, melebihi jumlah sebelum

memenuhi keperluan rumah tangga sehari-hari. Akibat pengaruh eksternal dan internal, terjadi perubahan dari pembuatan gerabah untuk keperluan rumah tangga sehari-hari menjadi cinderamata yang berciri khas untuk memenuhi kebutuhan wisatawan. Berbagai faktor pendukung yang mendorong Munculnya Inovasi Desain Keramik Kasongan adalah sebagai berikut.

- a) Kasongan memiliki letak geografis strategis dengan DI. Yogyakarta sebagai kota wisata dan budaya, sehingga mudah dikunjungi.
- b) Usia tradisi kerajinan keramik Kasongan cukup tua sehingga sering dijadikan lokasi penelitian dan pengembangan.
- c) Akdemisi, praktisi, dan peneliti seni cukup di Kasongan atau yang berminat meneliti Kasongan cukup banyak.
- d) Dukungan pemerintah daerah dan pemerintah pusat sangat ideal dalam mewacanakan Kasongan sebagai lokasi Wisata Industri Kerajinan dan Sentra Industri Kerajinan Keramik oleh Deperindag RI.
- e) Dukungan Pemda dalam mengupayakan izin usaha dan pengelolaan ruang bisnis.
- f) Dukungan sosiokultural dan antropologis yang memadai secara turun-temurun.

- g) Terbukanya jaringan kerjasama luar negeri dengan usahawan di Kasongan.
- h) Frekuensi perdagangan yang cukup dinamis.
- i) Daya serap pasar global.
- j) Dukungan expatriate dengan perajin dan penduduk pribumi Kasongan yang harmonis.
- k) Sekitar 20% usahawan asing yang menanam modal pada bisnis ini bermukim dan menikah dengan penduduk setempat membangun pergerakan bisnis menjadi dinamis.
- l) Pengalaman dan kepiawaian merevitalisasi desain inovatif para perajin sangat tinggi.
- m) Konvergensi muatan tradisi lokal dengan perkembangan desain modern dan kontemporer cukup baik.

2. Desain Inovatif Keramik Kasongan Meningkatkan Daya Saing Pasar Global.

Berbagai bentuk dari desain keramik kasongan yang mengalami perubahan dan inovasi-inovasi ialah sebuah keniscayaan seiring dengan semangat globalisasi. Pada dasarnya desain produk apa saja selalu berkembang menyesuaikan perkembangan zaman dan tuntutan kebutuhan masyarakat penggunaannya. Hal ini tidak lepas dari berbagai faktor yang mendorong perubahan dan perkembangan desain maupun konsep estetika yang muncul sebagai upaya melakukan inovasi kreatif. Inovasi-inovasi yang bermuara pada bagaimana pemenuhan kebutuhan pasar global yang disajikan dalam persilangan konsep estetika lokal dan universal. Perancangan desain inovatif sudah barang tentu menggunakan rujukan-rujukan lokal (baik bentuk, isi maupun konsep filosofis) yang akan dikembangkan dengan rujukan estetika modern maupun kontemporer yang menjadi bagian dari perkembangan nilai cita rasa masyarakat masa kini.

Dengan begitu, proses penciptaan seni kriya hendaknya bertumpu pada nilai fungsi estetis dan disesuaikan dengan perubahan zamannya, kendati tetap bertumpu pada

kekuatan aspek lokal sebagai pertukaran karakteristik dan nilai. Nilai dalam pengertian seluas-luasnya. SP Gustami (2007:329-330) menyatakan bahwa penciptaan seni dapat dilakukan secara intuitif, tetapi dapat pula ditempuh melalui metode ilmiah yang direncanakan secara seksama, analitis, dan sistematis. Aspek estetika dalam wujud tiga dimensional maupun dua dimensional (meski berkecenderungan relief) membawa nilai artistik dan kedalaman estetikanya masing-masing. Dalam tinjauan bentuk visual maupun aspek ornamentasi, pengolahan kompleksitas teknologi dan penguasaan media seni saling terkait secara signifikan. Ide kreatif dan inovatif sesungguhnya hadir sebagai spirit kebaruan desain-desain representasional yang menjawab kebutuhan pasar global.

Eksplorasi terhadap nilai-nilai tradisi kemudian menjadi sumber inspirasi dan kekuatan nilai bentuk yang memberi pengaruh pada perwujudan hasil akhir inovasi keramik kasongan yang mencoba menjawab tantangan pasar global. Sebagai pengembangan baru desain inovatif keramik menuntut eksplorasi bentuk, motif, dan media ekspresi yang menuntut penerapan teknologi tepat guna. Raharjo (2011:9) menyatakan bahwa dalam penciptaan suatu karya kriya (keramik), di satu sisi masih tampak usaha inovatif yang mengarah pada karya individual, di sisi lain ada usaha untuk mengacu pada unsur-unsur masa lalu yang kemudian diterapkan pada rancangan produk masa kini.

3. Inovasi Desain Keramik Kasongan dalam Mendorong Pertumbuhan Ekonomi Kreatif Memasuki Persaingan Pasar Global

Penelitian ini difokuskan pada sebuah organisasi atau korporasi yang memproduksi, mengelola, dan mengembangkan desain inovatif di antaranya pada studio keramik Timboel. Timboel Keramik merupakan perusahaan skala rumah tangga (*Home Industry*) yang memproduksi kerajinan keramik atau gerabah dengan desain yang khas dan

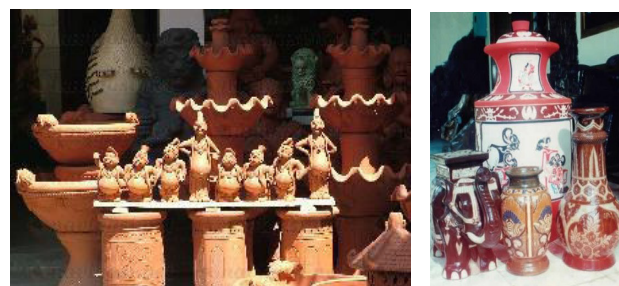
menarik. Inovasi desain pada varian-varian produknya. Usaha yang dirintis sejak 1996 berlokasi di sentra industri keramik Kasongan, Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta. Sentra Kerajinan Keramik, Desa Kasongan, Bantul Indonesia telp: +62-274-370542, 447537 fax: +62-274-370542. Timbul Raharjo dan Ani Faiqoh mendirikan usaha kerajinan ini dari usaha kecil di rumah sendiri dengan dua orang pegawai. Kini Timboel Keramik telah berkembang menjadi UKM yang besar dan maju di Kasongan dengan bantuan tenaga produksi lebih dari 100 orang pegawai. *Show room* yang berada tepat di samping timur sungai Bedog, Jalan Raya Kasongan memiliki potensi pengelolaan profesional dan secara managerial melayani ekspor. Usaha ini tak lepas dari kekuatan visi dan komitmen terhadap semua *stakeholder*.

Dengan jargon usaha *Total Customer's Solution*, Timboel Keramik senantiasa mengembangkan dan menciptakan desain-desain baru sebagai pengembangan maupun ekspresi pribadi. Bahkan Timboel Keramik sempat mencatatkan namanya di MURI (Museum Rekor Indonesia) sebagai pengembang dan pemilik gamelan keramik pertama di Indonesia. Sampai saat ini, Timboel Keramik memiliki 4 (empat) toko atau *showroom* yang semuanya berlokasi di sekitar Kasongan. Di toko-toko tersebut tersedia berbagai macam kerajinan, mulai dari guci gerabah, patung, *aroma therapy*, *chime*, bermacam-macam souvenir menarik, kaos, dan masih banyak lagi. Toko ini diutamakan untuk pasar lokal dengan melayani penjualan eceran sekaligus berfungsi sebagai ruang *display* produk andalan bagi peminat asing yang kebetulan berwisata di Yogyakarta. tidak jarang mereka memesan dalam jumlah banyak.

Lebih lanjut ia menyatakan, meski terdapat kecenderungan kooptasi produk global lainnya seperti membanjirnya produk sejenis asal China yang memasuki pasaran Indonesia, namun barang-barang impor tersebut belum mampu menyaingi produk

seni kerajinan keramik Kasongan. Produk seni kerajinan keramik Kasongan memiliki gaya seni yang khas, yang tidak dibuat di tempat lain. "Uniknya pembeli dari luar negeri selain menyukai produk keramik dengan desain lokal, juga memesan produk keramik sesuai dengan selera mereka. Bahkan di antara mereka membawa contoh desain produk dari negeri asalnya yang memiliki nilai jual seperti patung Budha, patung tentara China, guci, pot dan sebagainya," jelasnya.

Lebih lanjut Timbul mengungkapkan seni kerajinan keramik Kasongan memiliki kemampuan dan prospek yang signifikan untuk bersaing di pasar global. Dampak globalisasi terhadap kehidupan sosial masyarakat desa Kasongan meliputi pola tingkah laku, kehidupan keluarga, pendidikan, tatanan sosial dan penglaris. "Dampak positif dan negatif tentu ada, namun yang jelas masyarakat Kasongan sadar, mereka hidup sangat terkait dengan perdagangan global. Dampak terhadap produk seni kerajinan keramik meliputi desain, teknologi, dan pasar. Diperoleh hasil bahwa desain dan pasar selalu berjalan seiring dan seimbang," ungkap Timbul yang dinyatakan lulus dengan predikat *cumlaude* dan menjadi



Gb. 3. (a) Aplikasi desain inovatif yang mengacu pada nilai *local genius* sangat diminati pasar Asing. (keramik masih *biscuit* dan belum di *finishing*) (b) Eksplorasi desain inovatif yang terinspirasi motif wayang namun dengan pencitraan bentuk dan finishing oriental China. Persilangan desain tradisi Jawa dan China dalam cita rasa kontemporer.

doktor ke-962 yang diluluskan UGM (<http://www.ugm.ac.id/index.php?page=rilis&artikel=1451>).

Sebagian besar perajin keramik Kasongan menciptakan produk kerajinan keramik

masih merujuk muatan lokal atau citra tradisional. Pengolahan bahan baku, material, dan penggunaan teknik secara tradisional. Sebagian kecil perajin sudah biasa menggunakan alat bantu berteknologi modern (mesin) sebagai pengaruh teknologi canggih untuk membantu teknologi pengolahan sebagai solusi peningkatan jumlah produksi dan pertimbangan kualitas produk standar internasional dengan cepat, tepat, efektif, dan efisiensi biaya produksi. Hal ini biasanya dilakukan industri keramik yang memasok produk-produknya untuk pemenuhan kebutuhan ekspor ke manca negara maupun Eropa.

Tinjauan umum kecenderungan desain dipengaruhi ideologi karya-karya kriya sebelumnya yang berbasis pada peruntukan nilai profan dan merujuk pada tipikal karya seni tradisi. Kecenderungan yang lain adalah upaya saling memengaruhi dari aspek perancangan, motif, eksplorasi media, dan penguasaan teknik yang ditemukan di sentra industri keramik Kasongan yang memiliki kemiripan bentuk maupun *style*. Hal tersebut dapat dipahami sebagai bagian integral pada pola dan karakteristik seni yang berbasis pada seni tradisional yang mempresentasikan citra lokal dengan mengutamakan kecakapan teknis (*craftmanship*).

E. Dinamika Pasar

Jika tidak cakap mencermati semua persoalan yang tumbuh dan melekat pada industri kerajinan keramik di Kasongan tentu saja tak mampu mendekati problematikanya sebagai bagian penting analisis SWOT yang mendukung langkah manajemen strategik. Perihal modal usaha, pengembangan industri kecil dan menengah, peningkatan mutu SDM, Total Quality Management (TQM), dan aneka persoalan perluasan jaringan pemasaran dapat diamati lebih detail sehingga pelaku industri kerajinan dapat bekerjasama dengan semua *stakeholder* untuk merumuskan langkah-langkah strategis. Misalnya, industri keramik

Kasongan telah mengalami penurunan tajam pada produksi skala besar yang dipengaruhi daya serap pasar global pada kurun 2008 silam ketika krisis global mengguncang negara-negara Eropa dan Amerika. Hal ini justru berbeda dengan situasi pasar pada 1998 saat krisis moneter melanda negeri ini.

Saat itu, era reformasi dibarengi krisis moneter justru pasar industri keramik mengalami lonjakan luar biasa. Disinyalir oleh sebagian besar pengusaha kerajinan keramik bahwa produk seni kerajinan ini dikonsumsi oleh pasar secara sehat mengingat tidak terjadi krisis global, namun pergolakan ekonomi dan politik dalam negeri saja. Menurut Ambar Polah yang dinyatakan Timbul Raharjo, tahun 2008 pasar seni kerajinan secara umum tengah sekarat. Ini disebabkan negara-negara Eropa dan Amerika mengalami *shock* perekonomiannya disebabkan krisis global sehingga terjadi depresi luar biasa dalam menginvestasikan dananya yang bersifat sekunder. Ketika itu, semua investor seni dan produk kerajinan jeda untuk membelanjakan dananya pada bidang ini. Hal tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap daya serap produk industri kerajinan di Indonesia. Penurunan ekspor produk sekitar 50% untuk Eropa dan Amerika, dibandingkan tahun 2007.

Pasca krisis global pada tahun 2012 menunjukkan pergerakan pasar menggem-birakan untuk merespons berbagai eksplorasi inovatif desain-desain keramik Kasongan yang melibatkan sejumlah pengusaha UKM dan ekspatriat. Sekitar 20% ekspatriat tertarik dalam bisnis kerajinan dengan bekerjasama dengan pengusaha lokal atau dengan menikahi warga pribumi dan mengembangkan izin usahanya di Kasongan. Tak sedikit dari mereka menjadi pemasok bagi perluasan pemasaran perajin keramik Kasongan dengan variasi kerjasama yang disepakati pengusaha, perajin atau perorangan yang berperan sebagai broker. Dari para ekspatriat inilah awalnya para perajin dan pengusaha industri keramik

Kasongan mengintip peluang pasar global melalui eksplorasi desain yang mereka pesan, karena mereka sering terlibat dalam pemesanan desain dan langkah-langkah inovasi desainnya sesuai permintaan pasar global. Hal ini juga sering dilakukan para pemesan asing yang langsung datang ke Kasongan ketika survei produk sebelum memutuskan impor. Importir dari Eropa dan Amerika tak segan-segan mempersyaratkan kualitas bahan baku dan finishingnya yang dapat disesuaikan dengan iklim di sana.

Nilai inovasi seni kemudian mengarah pada keragaman stilistik yang didorong oleh tujuan ekonomi melalui campur tangan berbagai *stakeholder* pada wilayah kreatif perajin dan patron yang selama ini dianut memberikan kesan kompromistik. Perkembangan bentuk produk non-tradisional kemudian menjadi orientasi penciptaan keramik Kasongan didasarkan pada ide-ide dari luar yang tumbuh dari tuntutan konsumen yang berubah sesuai perubahan gaya hidup dan kebutuhan masyarakat pasar global. Pola ini dipahami sebagai pola konvergensi kreatif perajin lokal dengan kepentingan *stakeholder*-nya.



Gb. 4. Bagan alur penemuan metode kaizen berupa penemuan dari hasil perbaikan karya sebelumnya. Secara terus menerus dilakukan perbaikan untuk memperoleh produk baru

(Sumber: Raharjo, 2011: 12)

Bagan kaizen di atas sesungguhnya dapat diinterpretasi sebagai acuan pengembangan pola baku untuk melakukan perubahan produk inovatif. Semua aspek yang muncul ke permukaan dalam sudut pandang produktivitas industri sangatlah lazim, pandangan ini

mengalami persilangan teknologi industri lokal dengan sistem penerapan teknologi canggih yang biasa disebut *kaizen*. Hal ini dapat dicermati pada jenis produk yang berteknologi canggih dari Jepang, seperti pada pembuatan desain produk industri otomotif dan industri *manufacturing* lainnya. Perubahannya pelan, tidak radikal, dan memengaruhi konsumen secara emosi atas citra produk sebelumnya kemudian menghadirkan varian terbaru. Strategi produksi semacam ini untuk menekan biaya produksi karena sebagian biaya produksi diorientasikan untuk *research and development*. Hal itu sesungguhnya dihasratkan untuk mengikat konsumen agar loyal dengan perubahan yang berangsur namun memiliki *brand differences* yang signifikan.

F. Simpulan

Inovasi desain keramik Kasongan disebabkan oleh Keberadaan Provinsi DIY sebagai tujuan wisata dan pusat budaya. Tradisi keramik Kasongan yang cukup tua sering dijadikan lokasi penelitian dan pengembangan dari kalangan akademiki, praktisi, dan dunia industri. Dukungan pemerintah daerah dan pemerintah pusat sangat ideal dalam mewacanakan Kasongan sebagai lokasi Wisata Industri Kerajinan dan Sentra Industri Kerajinan Keramik oleh Deperindag RI.

Hal tersebut didukung oleh daya serap pasar global. Dukungan ekspatriat dengan perajin dan penduduk pribumi Kasongan yang harmonis. Sekitar 20% usahawan asing menanam modal pada bisnis ini bermukim dan menikah dengan penduduk setempat membangun pergerakan bisnis menjadi dinamis.

Dukungan sosiokultural dan antropologis yang memadai secara turun-temurun, dan terbukanya jaringan kerjasama luar negeri dengan usahawan di Kasongan. Pengalaman dan kepiawaian merevitalisasi desain inovatif para perajin sangat tinggi. Konvergensi muatan tradisi lokal dengan perkembangan desain modern dan kontemporer cukup baik.

Inovasi selalu berkaitan dengan penguasaan teknologi tinggi yang berangsur berubah orientasinya. Inovasi juga berkembang pada wacana dan praktik industri kecil dan menengah seperti pengembangan sentra-sentra industri kerajinan yang menghasilkan nilai-nilai baru. Ia melakukan berdasarkan patron leluhurnya mulai dari pengolahan bahan, proses pembuatan, pembakaran biskuit, hingga pemasaran yang bersifat tradisional.

Nilai baru bermula dari konvergensi teknologi-teknologi sebelumnya. Menghasilkan ide baru atau metodik tepat guna yang baru membutuhkan sikap kreatif dan visi *leadership* yang andal. Kemampuan beradaptasi dan konvergensi dalam dunia industri kreatif ditempuh untuk melahirkan ide kreatif baru yang segar dan *up to date* membutuhkan daya imajinasi, daya visualisasi yang baik dalam penguasaan teknik artistik dan kecanggihan teknologi untuk sebuah *output* yang berdaya saing tinggi. Kemampuan ini umumnya paling menonjol pada kreator yang berorientasi kreatif dan melakukan penerjemahan kembali terhadap kebutuhan kepraktisan masyarakat kontemporer yang muncul pada sentra industri kreatif.

Daftar Pustaka

- Deperindag. 2008. *Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia 2025*. Jakarta: Departemen Perdagangan RI.
- Francis, Abraham M. 1991. *Modernisasi di Dunia Ketiga: Suatu Teori Umum Pembangunan*. Yogyakarta.
- Gustami, SP. 2007. *Butir-Butir Mutiara Estetika Timur, Ide Dasar Penciptaan Seni Kriya Indonesia*. Yogyakarta: Prasista
- Gustami, SP. 1988. "Seni Kerajinan Kasongan, Yogyakarta: Kontinuitas dan Perubahannya." *Tesis S2 Universitas Gadjah Mada Yogyakarta*.
- Haryono, Bedjo. 1995-1996. *Pembuatan Kerajinan Tanah Liat Tradisional*. Yogyakarta: Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, Bagian Proyek Pembinaan Permuseuman DIY.
- Lury, Celia. 1998. *Budaya Konsumen* (terj. Hasti T. Champion). Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.
- Raharjo, Timbul. 2011. *Seni Kriya & Kerajinan*. Yogyakarta: Program Pascasarjana ISI Yogyakarta.
- <http://id.wikipedia.org/wiki/Kasongan>
[www.ariesaksono.wordpress](http://www.ariesaksono.wordpress.com)
<http://www.ugm.ac.id/index.php?page=rilis&artikel=1451>
<http://pidato.isi.ac.id/wp-content/uploads/downloads/2012/04/KREATIFITAS-KERAMIK-KASONGAN-PROSES-INOVASI-DAN-PERUBAHAN.pdf>