

PERAN SENI KRIYA DALAM MEMBERI ARAH INOVASI SENI KERAJINAN DI ERA PERDAGANGAN GLOBAL¹

Dr. Timbul Raharjo, M. Hum.

A. Pendahuluan

Pada saat berkesempatan berkunjung di pameran internasional Abiente di Frankfurt Jerman 2007 lalu, penulis dikejutkan dengan kenyataan pameran yang agak berbeda penampilannya yakni pada *stand* milik negara Vietnam. Mereka menyajikan bentuk *exhibition* yang dikemas apik, berkolaborasi antara kriyawan dan pengusaha seni kerajinan. Padahal pameran tersebut adalah sebuah ajang perdagangan *home accessories* yang hanya menyajikan produk yang ditawarkan kepada *buyer* untuk kegiatan ekspor dengan pasar Eropa. Namun, tampaknya Vietnam memiliki kiat yang patut dicontoh untuk menunjukkan jati diri para kriyawannya yang memiliki talenta berkreasi dalam menampilkan produk baru. Ada sekitar lima belas kriyawan yang memamerkan hasil karya kriyanya. Layaknya pameran tunggal, masing-masing kriyawan men-*display* dengan baik pada tiap *booth* yang mereka tempati, tata lampunya pun baik, juga dilengkapi dengan *curriculum vitae*, foto diri seniman, dan katalog. Penulis mencoba mencari tahu ternyata peran pemerintah Vietnam cukup besar dalam mengkolaborasi antara kriyawan yang kreatif dengan korporasi. Kriyawan menciptakan desain baru dengan *prototype*-nya dan pihak korporasi berperan sebagai *follow up* tiap produk yang mendapat respons *buyer* ketika bertransaksi dan memesan.

Pihak korporasi sebagai penyandang dana tentu saja disubsidi pemerintah Vietnam dalam membiayai dan menciptakan desain baru serta sekaligus mewujudkannya. Antara kriyawan dan pihak korporasi sama-sama mendapatkan keuntungan: kriyawan memperoleh pembagian keuntungan dalam bentuk *royalty* dan pihak korporasi mendapatkan keuntungan dengan adanya *order* yang berarti ada pekerjaan dalam usaha mereka. Kriyawan pun dapat mengekspresikan ide-

¹Disampaikan dalam Acara Seminar Akademik 2008, Fakultas Seni Rupa Institut Seni Indonesia Yogyakarta, tanggal 10-11 Desember 2008.

idenya dalam membuat karya, juga menumbuhkan kepercayaan dari para kriyawan bahwa pekerjaan sebagai *craft designer* merupakan pekerjaan yang menguntungkan. Pihak pemerintah pun juga mendapatkan keuntungan tersendiri, terutama pajak penerimaan negara.

Nilai orisinalitas pada karya seni kriya adalah hasil kreativitas seorang kriyawan dalam menciptakan karya baru dengan menyesuaikan *trend* pasar yang sedang berkembang. Inovasi baru itu kemudian diproduksi secara massal sebagai barang seni kerajinan. Dengan bentuk kerjasama semacam itu, maka kriyawan dapat juga mempelajari berbagai bentuk produk karya seni kriya baru dari negara lain yang sejenis melalui info dari pihak korporasi, *buyer*, dan survei ketika ada pameran bersama. Produk buatan dari luar negeri sebagai kompetitor dapat dijadikan bagian sumber inspirasi pembuatan karya baru yang dipakai sebagai dasar penciptaan target pameran tahun berikutnya. Kriyawan pun akhirnya memiliki kepekaan yang baik dalam membaca pasar dari gejala-gejala yang dilihatnya. Di samping itu dapat pula mengombinasikan antara seni tradisi dengan seni modern sehingga membantu para pengrajin seni kerajinan untuk membuat produk yang memenuhi kebutuhan *home accessories* rumah modern saat ini.² Dalam menindaklanjuti pekerjaan produksi, ternyata aspek korporasi memiliki teknologi yang baik dalam membuat produk seni kriya menjadi produk massal guna memenuhi permintaan para *buyer* untuk diperdagangkan ke negara manca Negara..

Bagaimana dengan di Indonesia? Peran dari berbagai lembaga swasta maupun pemerintah seperti perajin, kriyawan, pemerintah melalui Deperindagkop (Departemen Perindustrian, Perdagangan, dan Koperasi), dan lain sebagainya sangatlah diperlukan. Menurut penulis, bentuk pola kerjasama semacam di negara Vietnam itu sangat mungkin dilakukan di Indonesia, hanya saja sebagian dari pemangku otoritas belum begitu sadar soal pentingnya para kreator seni kriya untuk diberi peluang menampilkan karya kriya dari hasil kreativitas mereka sebagaimana yang telah dilakukan negara Vietnam tersebut. Sungguh suatu

²“Design Meet Artisan” Craft Revival Trust, Artesanfas de Columbia S.A., Unesco, 2005, p. 4.

kolaborasi yang baik, bagaimana dengan kita? Mampukah seni kriya menjadi komando dalam mengeksplorasi seni kriya baru yang dapat memberikan arah perkembangan bagi seni kerajinan Indonesia secara luas?

B. Seni Kriya

Sejalan dengan perkembangan zaman dan tuntutan masyarakat, seni kriya pun mengalami perubahan dan perkembangan yang signifikan. Bahkan sering tumpang-tindih dengan bidang seni murni dan disain. Penulis mencoba memberi definisi secara umum tentang batasan seni kriya, yaitu sebagai salah satu bentuk produk seni rupa, yang fungsional maupun non-fungsional, dengan mengutamakan pada nilai-nilai dekoratif dan kerja tangan yang mengacu pada nilai *craftmanship* tinggi. Pada umumnya, aspek estetika dalam seni kriya pun digali dari nilai-nilai tradisi yang bersifat unik. Definisi ini tampaknya memberi kelonggaran pada beberapa jenis produk sehingga bisa menjadi lebih luwes. Semua produk sejenis itu bisa terangkum dalam definisi ini, mulai dari *souvenir* perkawinan sampai pada jenis arca yang berukuran besar.

Berdasarkan definisi tersebut, maka kajian seni kriya dapat diperhitungkan dalam konteks yang juga luas, tidak hanya diklasifikasikan dari aspek fungsinya saja, tetapi juga aspek lainnya. Tampaknya, kelengkapan jangkauan seni kriya sehingga dapat menjadi lebih luwes dan menyeluruh, juga ditopang oleh keunikan yang muncul dari gerak ornamentasi dan bentuk. Hal tersebut memang memberikan nilai keunikan tersendiri terutama pada karakter setiap karya yang dihasilkan. Aspek estetika dengan tampilan tiga dimensional maupun dua dimensional pun membawa kedalaman, efek, dan bentuk yang secara visual bernilai lebih karena mengandung unsur relief ukiran serta goresan ornamentasi. Hal tersebut masih dapat dikombinasikan dengan adanya kompleksitas teknologi dan aspek material yang ternyata tidak terbatas. Memang, kecenderungan yang terjadi saat ini adalah media bukanlah persoalan signifikan namun aspek idelah yang menjadi panglima dalam menciptakan karya seni kriya. Ide kreatif dan

inovatif yang mengangkat isu-isu aktual seni kriya tentu saja menjadi tuntutan dalam mengikuti perubahan zaman.

Eksplorasi terhadap nilai-nilai tradisi pun kemudian menjadi sumber inspirasi tersendiri yang diwujudkan dalam bentuk karya kriya sehingga memiliki unsur artistik luar biasa yang akhirnya dapat diapresiasi sebagai suatu pengembangan baru dalam dunia seni. Wujud akhir yang muncul pun bernilai sangat eksploratif dalam hal bentuk, motif, dan media. Penciptaan suatu karya kriya pun di satu sisi tampak masih ada usaha inovatif yang mengarah pada karya individual. Namun, di sisi lain juga ada usaha untuk mengacu pada unsur-unsur masa lalu yang kemudian diterapkan pada rancangan produk masa kini. Hal inilah yang kini cukup menggejala di kalangan masyarakat kriyawan. Mereka melakukan upaya tersebut karena bertujuan menciptakan produk-produk yang bermuatan lokal atau bercitra tradisional dan berciri khas suatu budaya (bahkan pendalaman) terhadap budaya tertentu. Dalam menciptakan produk seni kriya, tentu saja tidak semuanya dikerjakan oleh tangan-tangan terampil akan tetapi sebagian lainnya dibuat dengan alat bantu (mesin) guna mengatasi masalah dalam pencapaian kuantitas dan kualitas produksi yang tepat dan efektif.

Menurut Gustami, proses penciptaan seni kriya memerlukan daya kreativitas. Pengembaraan jiwa tentu memberi pengalaman batin yang menimbulkan sikap arif dan berbudi luhur serta terpancar pada seni kriya yang diwujudkannya.³ Daya kreativitas inilah yang ternyata mampu menyesuaikan dengan perkembangan zaman. Oleh karenanya, pada tahun 1970-an Gustami mencoba untuk sedikit keluar dari patronisasi nilai-nilai tradisi tersebut kemudian memunculkan seni lukis batik. Nilai-nilai yang terkandung dalam seni batik pun memiliki kedalaman dalam hal teknologi proses produksi, bentuk, dan simbolisasi motif-motif pada hasil karya seni batik yang dianut masyarakat tertentu. Perubahan itu kemudian tidak lantas memberi efek degradasi terhadap nilai estetikanya, namun justru menjadi sebuah fenomena baru dalam menggali budaya tradisi nusantara. Teknologi membatik untuk mengekspresikan batin yang semula

³Sp. Gustami, *Proses Penciptaan Seni Kriya "Untaian Metodologis"*, Program Penciptaan Seni Pascasarjana Institut Seni Indonesia Yogyakarta, 2004, p. 35.

bermedia alat *canthing* akhirnya menjadi kuas dan menghasilkan goresan-goresan yang tidak beraturan. Inovasi Gustami tersebut ternyata mampu menginspirasi beberapa seniman batik dalam menerapkan cara-cara membuat seni lukis batik. Pada tahun 1980-an pun seni lukis batik menjadi berkembang lebih signifikan lagi.

Di dalam seni terapan, Wiyoso Yudoseputro berpendapat bahwa dalam upaya pengembangan seni kriya sebagai seni terapan masa kini, diharapkan mampu menampilkan nilai-nilai guna baru berdasarkan daya imajinasi para kriyawan. Kecenderungan untuk memandang produk kriya sebagai hasil produksi massal dan sebagai karya kriya ulang sering mengecilkan arti dari kandungan nilai ekspresi pribadi sebagaimana karya seni terapan.⁴ Kaitannya dengan seni kriya sebagai seni terapan dan ekspresi para perupa, maka munculnya perkembangan seni kriya pun tak dapat lepas dari semangat karya-karya pendahulunya, karya-karya yang menjadi *masterpiece* tiap zaman. Dalam konteks ini, upaya pengaruh dan mempengaruhi antarpertumbuhan dan perkembangan seni kriya seringkali tak dapat dihindari. Artinya, antara karya kriya yang satu dengan yang lainnya seringkali ada kemiripan, bisa pada tema atau ide dasar maupun pada persoalan kemasan estetis atau wujud visual. Namun demikian, hasil akhirnya tetap ditentukan pada ciri pribadi setiap senimannya.

Kemiripan antarkarya seni kriya juga sering dipengaruhi oleh adanya teks atau teori perihal seni kriya yang sebelumnya telah ada. Karenanya, karya yang ada ini pun kemudian mempengaruhi secara ideologis penciptaan karya seni kriya selanjutnya. Bentuk-bentuk tipografi karya, misalnya, akan terpengaruh oleh karya seniman atau perupa yang lebih terkenal, yang hidup pada zaman sebelum karya seni kriya bersangkutan lahir. Saling meniru dan mempengaruhi sebagai hal yang dapat memberikan rujukan inspirasi pada karya baru hasil dari gubahan karya lama. Ini bisa dilihat, analoginya dalam ilmu produktivitas perpaduan dan penerapan teknologi canggih yang disebut *kaizen*, yakni pada jenis produk yang berteknologi canggih dari Jepang, misalnya dalam pembuatan desain motor yang

⁴Wiyoso Yudoseputro, *Seni Kriya dalam Budaya Masa Kini*, Pameran Seni Terapan, Jakarta, 1993-1994, p. 3.

setiap tahun berganti seri dan tipenya dengan perubahan yang tidak signifikan. Aspek perubahan pun dilakukan secara pelan, tidak radikal, dan mempengaruhi konsumen dengan ingatan produk lama bernuansa baru sehingga biaya *research and development*-nya juga dapat dihemat. Demikian juga pada seni kriya, meskipun banyak juga muncul corak-corak maupun gaya dalam menciptakan karya seni, namun pola penciptaannya ada dua hal, yakni yang pertama *kaizen* dan kedua inovasi menyeluruh atau penemuan baru. Hasil dari perubahan tersebut tentu menjadi hal yang baru demikian juga hasil dari seni inovasi dengan menciptakan barang yang memang sebelumnya belumlah ada. Maka yang pertama tidak begitu menghiraukan aspek perubahan, namun pada yang kedua sangatlah menitikberatkan pada nilai *novelty*-nya.

Dalam perkembangannya saat ini, beberapa peristiwa penting yang terjadi di wilayah seni kriya hampir tidak berkaca pada orientasi produk seni yang dikaitkan kebutuhan pasar. Sebagian orang menganggap jika mengikuti pasar maka dirasa bernilai tabu. Apalagi jika hal itu dikomparasikan dengan produk seni lain yang memang banyak menggali produk yang benar-benar disajikan secara murni. Meskipun tidak menutup kemungkinan juga ikut berdesakan dengan mencari peluang pasar dalam bentuk yang disamakan. Menurut Peter Dormer dalam beberapa evaluasi menyatakan bahwa pada kenyataannya *contemporary craft* sangat menyatu dengan kegiatan bisnis, namun beberapa orang juga menyatakan bahwa aspek *contemporary craft* tersebut dapat digolongkan dalam perspektif seni yang murni. Dengan demikian terjadi dua kemungkinan dalam aspek *contemporary craft* yakni *applied* dan *fine art*.⁵ Pandangan itu kemudian menjadi perdebatan manakala presentasi karya kriya muncul sebagai karya yang murni, sebab akan segera dikomparasikan dengan produk golongan lain yang sudah menyatakan dirinya sebagai seni murni. Namun demikian, penulis tidak mau terjebak pada definisi dan penggolongan atas seni kriya, seperti ketika membicarakan definisi seni yang selalu mengalami perkembangan baru dan sulit

⁵Peter Dormer (ed.), *The Culture of Craft: Status and Future*, Manchester University Press, Distributed Exclusively in The USA by St. Martin's Press, New York, 1997, p. 67.

diprediksi. Dalam banyak hal juga sulit dijelaskan karena aspek kreativitas yang selalu berkembang.

C. Seni Kerajinan

Kerajinan adalah suatu hal yang bersifat rajin, mengacu pada kegiatan atau kegetolan yang berwujud barang. Barang tersebut dihasilkan melalui keterampilan tangan. Umumnya, barang kerajinan banyak dikaitkan dengan unsur seni yang kemudian disebut seni kerajinan.⁶ Seni kerajinan adalah implementasi dari karya seni kriya yang telah diproduksi secara massal (*mass product*). Produk massal tersebut disiapkan para perajin. Umumnya, terdapat kelompok-kelompok perajin sebagai *home industry* yang banyak berkembang di beberapa wilayah Indonesia. Hal ini sebagai bagian kegiatan ekonomi kerakyatan. Oleh pemerintah pun digolongkan sebagai Usaha Kecil Menengah (UKM). Pada krisis moneter 1998 UKM tersebut dianggap sebagai usaha yang dapat bertahan di saat terpaan krisis datang ketika itu.⁷ Hal tersebut disebabkan karena UKM, terutama pada seni kerajinan, umumnya berbasis pada bahan dan keterampilan lokal, hanya saja tetap memiliki jangkauan pasar ekspor. Bahan dan tenaga kerjanya relatif murah serta perubahan merosotnya nilai tukar rupiah terhadap uang asing terutama dolar Amerika membuat produk manufaktur berbahan non-impor menjadi primadona dalam bidang ekonomi rakyat dan mampu meraih kesuksesan dalam masa krisis tersebut.

Keterampilan tangan yang spesifik pun dimiliki para perajin yang berkecimpung dalam bidang seni kerajinan yang akhirnya menjadi bentuk usaha *home industry* itu. Mereka membuat banyak produk dengan mengandalkan keterampilan tangan yang banyak dilakukan sebagai bentuk usaha keluarga. Keahlian dan keterampilan tangan tersebut umumnya didapat sejak lama bahkan turun-temurun. Data Biro Pusat Statistik (BPS) menunjukkan bahwa sebagian

⁶*Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Edisi Kedua, Departemen Pendidikan dan Kebudayaan dan Balai Pustaka, Jakarta, 1996, p. 881.

⁷Adler Haymans Manurung, *Wirausaha Bisnis Usaha Kecil Menengah*, Penerbit Buku Kompas, Jakarta, 2006, p. ix.

besar usaha kecil itu tidak berbadan hukum serta umumnya pelakunya berpendidikan dasar. Hal ini terlihat bahwa pada tahun 2003 berjumlah 9.774.940 orang atau sekitar 65 persen.⁸ Usaha keluarga tersebut kemudian mampu berkembang dengan baik manakala terjadi keseimbangan antara faktor produksi dan pemasarannya. Munculnya sentra seni kerajinan karena adanya pasar yang selalu membutuhkan tersedianya barang-barang seni kerajinan. Dengan demikian seni kerajinan akan tumbuh subur apabila terjadi interaksi antara produksi seni kerajinan dan pasar. Jika salah satu terjadi kemacetan maka sebuah sentra atau usaha itu akan berhenti. Saling membutuhkan menjadi hukum ekonomi yang statis yakni antara *demand* dan *supply*. Oleh karena itu, munculnya sentra seni kerajinan pasti dibarengi dengan potensi *market*-nya.

Seni kerajinan berkembang dengan baik pada beberapa wilayah di Indonesia. Tumbuh dalam sentra-sentra seni kerajinan, seperti sentra seni kerajinan keramik Kasongan, sentra seni kerajinan tenun Alat Tenun Bukan Mesin (ATBM) di Gamplong Sleman, sentra seni kerajinan bunga kering di Jodog Bantul, sentra kerajinan mebel Jepara, sentra kerajinan rotan di Jati Wangi Plumbon Cirebon, Trangsan Klaten, dan lain sebagainya. Sentra-sentra itu memproduksi seni kerajinan yang banyak dikonsumsi konsumen pasar mancanegara. UKM tersebut juga banyak menggali potensi bahan baku dan keterampilan lokal yang dibuat produk seni kerajinan sebagai komoditi ekspor. Wilayah-wilayah itu adalah kantong-kantong ekonomi yang banyak menyerap tenaga kerja. Seperti yang diungkapkan oleh Soeharto Prawirokusumo, bahwa UKM mampu berkembang menjadi usaha yang tangguh dan mandiri serta dapat memperkuat struktur ekonomi nasional dan menyerap banyak tenaga kerja. Hal tersebut merupakan bentuk ekonomi rakyat yang memiliki tantangan besar dan harus diperjuangkan. Tantangan itu pun dipertimbangkan dengan adanya beberapa masalah yang berkembang di dalam tubuh UKM serta di dalam sentra seni

⁸Tika Nurjaya (ed.), *Usaha Kecil Indonesia Tinjauan Tahun 2002 dan Prospek Tahun 2003*, Indonesia Small Business Research, Perkumpulan untuk Meningkatkan Usaha Kecil bekerjasama dengan LP3ES dan Kadin, Jakarta, 2003, p. xx.

kerajinan. Tantangan yang terlihat nyata misalnya dalam hal pendanaan, manajemen, desain, dan pasar.⁹

Memang, persoalan semacam itu sangatlah klasik bagi para perajin. Namun, jika hal itu tidak diperhatikan maka seni kerajinan yang ada akan mengalami penurunan terutama pada era krisis global tahun 2008 ini. Perkembangan pasar ekspor seni kerajinan pada era krisis global mengalami penurunan tajam, berbeda dengan krisis moneter tahun 1998 lalu. Seni kerajinan pada tahun 1998 justru mengalami peningkatan luar biasa, sebab produk seni tersebut dikonsumsi oleh pasar yang sehat, sementara yang sekarat adalah kondisi ekonomi dalam negeri. Namun, sekarang yang sekarat adalah pasar seni kerajinannya. Saat ini, masyarakat Barat dalam hal ini Amerika dan negara-negara Eropa lainnya sedang mengalami tekanan krisis sehingga mereka takut menginvestasikan pada kebutuhan yang sifatnya sekunder. Seni kerajinan termasuk dalam kategori kebutuhan yang bukan pokok. Masyarakat Amerika dan Eropa lebih baik menahan uang dan bersikap pasif. Oleh karena itu maka semua sektor ekonomi di Barat pun berhenti sejenak. Hal demikian tentu saja berpengaruh amat signifikan terhadap kondisi kehidupan seni kerajinan di Indonesia. Terutama perajin yang banyak mengekspor ke Amerika dan Eropa dipastikan kondisinya sangat menurun sebagaimana yang dikatakan Ambar Polah bahwa kondisi tahun 2008 turun sampai 50 persen jika dibandingkan tahun 2007.¹⁰

Meski begitu, tetap banyak juga muncul perusahaan seni kerajinan yang dikelola secara profesional. Mereka hadir dengan penampilan yang baik dalam melakukan usaha seni kerajinan itu. Perusahaan itu tidak saja dilakukan oleh masyarakat bangsa Indonesia, namun banyak juga Perusahaan Modal Asing (PMA) yang memberi nuansa kompetisi dalam usaha seni kerajinan. Usaha-usaha itu mengalami pertumbuhan yang baik, misalnya pengusaha asing mendirikan

⁹Soeharto Prawirokusumo, *Ekonomi Rakyat (Konsep, Kebijakan, dan Strategi)*, Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta, 2001, p. 5.

¹⁰Wawancara dengan Ambar Polah pada tanggal 29 November 2008 di kantor Asmindo Yogyakarta jam 11.00 WIB.

usaha di wilayah tertentu. Bahkan sebagian mendirikan usaha melalui orang Indonesia baik sebagai partner, istri, maupun suami. Segala bentuk perijinan pun dilakukan orang Indonesia namun sebagai penggerak utama adalah orang asing itu sendiri. Ia juga memegang kendali.

Biasanya, dalam melakukan usahanya, pengusaha asing memilih secara diam-diam karena sistem perijinan yang berbelit-belit dan faktor orang-orang pajak yang sering melakukan pungli dengan cara menakuti akan mendeportasi mereka. Cara tersebut tentu saja membuat pengusaha asing itu enggan menempuh usaha secara benar. Seperti pernyataan Mudrajad Kuncoro bahwa terjadi kerumitan pada aspek perijinan dan garangnya perpajakan, maka tidak sedikit pengusaha asing yang mengecilkan diri (*down sizing*) menjadi usaha kecil yang tidak terlalu formal.¹¹ Studi Kuncoro menunjukkan adanya penyalahgunaan lembaga birokrasi, penyuaipan, dan banyaknya pungli serta manipulasi data dari para pengusaha atas desakan petugas pajak. Hal itulah yang salah satunya menjadikan kegiatan usaha yang dirintis takut menjadi besar.

Namun demikian, keberadaan pengusaha ekspatriat itu menjadi partner perajin yang menjadi *supplier*-nya dalam memasarkan produk ke manca negara. Sebagai contoh, di wilayah Kabupaten Bantul Yogyakarta, terkenal dengan produk seni kerajinan yang banyak diperjualbelikan sebagai komoditi ekspor seperti keramik, mebel, anyam, bahan alam, dan lain sebagainya. Wilayah ini memiliki penduduk yang hampir 20 persen melakukan kegiatan membuat seni kerajinan. Hal ini menarik para investor asing yang datang dan ingin mengembangkan usaha di wilayah ini. Oleh karena itu desain-desain baru seni kerajinan selalu muncul dari Bantul dan wilayah ini cukup memiliki reputasi internasional yang baik.

Perkembangan seni kerajinan saat ini telah sampai pada kompetisi antarbangsa. Negara Cina sebagai raksasa ekspor dunia tampaknya telah banyak menguasai kebutuhan harian masyarakat dunia termasuk seni kerajinan. Demikian juga negara Vietnam, Thailand, Filipina, dan Malaysia juga telah menata sistem

¹¹Mudrajad Kuncoro, *Ekonomi Industri Indonesia Menuju Negara Industri Baru 2030?*, Penerbit Andi Yogyakarta, Yogyakarta, 2007, p. 402.

kerja seni kerajinannya untuk dapat bersaing dengan negara lain. Tentu telah menjadi pertimbangan tersendiri dalam perkembangan seni kerajinan, yakni tidak dapat lepas dari aspek pendekatan seni kriya. Pengembangan secara terus-menerus harus selalu dilakukan sebab persaingan dalam dunia bisnis seni kerajinan dirasa semakin ketat.

D. Perdagangan Seni Kerajinan

Perdagangan seni kerajinan sebetulnya memiliki dua wilayah pasar yakni pasar lokal-nasional dan internasional. Lokal Indonesia umumnya menjangkau pada wilayah-wilayah dimana wilayah tersebut sebagai tujuan wisata serta kota-kota metropolis yang banyak terdapat kehidupan masyarakat dengan tingkat ekonomi menengah ke atas. Mereka banyak memerlukan *home accessories* untuk menghias tempat huniannya. Wilayah lokal sebagai tujuan wisata seperti di kota Kuta Denpasar Bali banyak dikunjungi wisatawan asing yang membeli produk untuk kepentingan *souvenir* mereka. Meskipun dijual secara lokal namun barang tersebut akan menyertai tamu wisata tersebut keluar negeri. Demikian juga wisatawan domestik yang juga mengoleksi barang-barang *souvenir* dari tempat yang telah mereka kunjungi.

Pada tataran internasional, umumnya kegiatan penjualan dilakukan dalam kuantitas banyak dalam bentuk peti kemas yang terkoordinasi dalam bentuk kegiatan ekspor. Kegiatan ekspor seni kerajinan ini menjangkau negara-negara seperti Belanda, Italia, Spanyol, Perancis, Australia, Kanada, dan negara-negara Karibian. Negara-negara tersebut merupakan pasar dunia yang potensial sebagai negara-negara penentu dalam era globalisasi. Dalam kegiatan penjualan produk ke pasar global tentu tidak lepas dari aturan perdagangan dunia. Era globalisasi itu telah menjadi realitas yang banyak dialami, baik oleh negara, perusahaan, komunitas maupun individu di seluruh belahan dunia. Tentu mereka bersepakat untuk mengatur komitmen bagaimana agar proses perdagangan dunia menjadi

lebih baik dan tertata, maka muncullah *World Trade Organization (WTO)*.¹² Aturan-aturan pada perdagangan bebas, membawa konsekuensi logis bagi setiap negara untuk melakukan proteksi diri dari berbagai macam perubahan yang berindikasi membahayakan pada kegiatan perdagangan dalam negeri di masing-masing negara, bahkan sampai pada bahaya *environment* seperti penyebaran penyakit. Oleh karena itu ada kesepakatan supra negara yang membuat ketentuan dan aturan sehingga memunculkan zona perdagangan seperti *Asia Pacific Economic Cooperation (APEC)*¹³, *General Agreement on Tariff and Trade (GATT)*, dan lainnya. Oleh sebab itu dalam membuat produk yang khusus untuk ekspor tentu harus memenuhi standar-standar agar dapat diterima oleh negara tujuan ekspor atau pasar yang bersangkutan. Para perajin diharuskan memahami tentang sebab-akibat yang memungkinkan timbulnya aturan tersebut. Maka, perajin harus menjaga kualitas terhadap seni kerajinan yang akan dijual di mancanegara. Seperti aturan tentang standar *packaging* yang kemungkinan mengandung bibit penyakit membahayakan. Negara Kanada sangat ketat dengan aturan fumigasi, yakni *International Standard Phytosanitary Measure (ISPM#15)* dan juga negara Australia. Tidak jarang seni kerajinan yang dikirim melalui laut berbentuk peti kemas akan kembali sebagai barang impor, bahkan dibakar atau dimusnahkan sebagai barang yang banyak mengandung penyakit karena dikhawatirkan membahayakan masyarakat wilayah negara tujuan.

Aturan dan ketentuan yang muncul di setiap negara membawa konsekuensi terhadap seni kerajinan untuk memenuhi kualitas ekspor. Berbagai ketentuan itu tertuang dalam bentuk dokumen ekspor yang berupa sertifikat fumigasi, *Bill of Lading (BL)*, *Certificate of Original (COO)*, *Invoice Packing List*, dan ISPM#15 itu sendiri. Dokumen itu harus berada di tangan pembeli sebelum *container* sampai di pelabuhan yang dituju. Di samping berkas dokumen itu juga yang tidak kalah penting adalah kualitas barang yang mencakup kualitas

¹²Sugeng Bahagijo (ed.), *Globalisasi Menghempas Indonesia*, LP3ES dan Perkumpulan Para Karsa, Jakarta, 2002, p. 22.

¹³John Naisbitt, *Megatrends Asia: Delapan Megatrend Asia yang mengubah Dunia*, PT. Gramedia, Jakarta, 1995, p. 4.

bahan, pengerjaan, dan ketepatan waktu pengiriman. Kondisi wilayah konsumen tentu saja merupakan negara yang berbeda dengan di Indonesia. Seni kerajinan yang tampaknya baik dipakai di Indonesia belum tentu sama di luar negeri, di mana aspek budayanya berbeda, juga musim, cuaca, dan tren yang berkembang. Dengan demikian dalam memasarkan seni kerajinan harus benar-benar diperhitungkan secara cermat berbagai aspek yang berkaitan dengan kualitas produk seni kerajinan tersebut.

Usaha-usaha memasarkan seni kerajinan pun semestinya dilakukan, yakni melalui internet, pameran-pameran perdagangan yang bertaraf internasional, *art shop*, dan lain sebagainya. Dalam usaha penjualan tentu menampilkan berbagai aspek yang baik agar profesionalisme pengusaha terlihat, salah satu hal yang penting yaitu tentang karya baru dengan desain baru. Karya baru sebagai bentuk usaha menarik simpati masyarakat konsumen untuk suka kembali lagi dan membeli. Di samping itu komunikasi yang baik terutama bahasa asing sehingga dapat berinteraksi secara jelas. Dengan demikian instrumen untuk memasarkan harus dilakukan dalam keadaan yang komplit sehingga *buyer* yang akan membeli produk seni kerajinan itu mendapatkan informasi awal yang juga komplit.

Dalam beberapa pameran yang penulis ikuti menunjukkan bahwa persoalan yang berkaitan dengan desain memegang peran yang sangat penting. Belum ada kesadaran di antara para pengusaha soal pentingnya *Research and Development (R&D)* dalam menggali potensi baru, desain baru, produk baru, dan material baru yang inovatif serta kreatif. Pengusaha masih sibuk dengan saling meniru terhadap barang baru yang lagi laku sehingga dalam beberapa pameran produk mengalami stagnasi yang mengakibatkan *buyer* tidak tertarik. Mereka juga belum sadar arti pentingnya menggali desain baru dengan mengutamakan tren desain yang berkembang di negara-negara tujuan ekspor. Apalagi pada krisis global saat ini membuat daya beli masyarakat Barat sangat menurun, sementara pasar ekspor seni kerajinan paling banyak yang dituju adalah Amerika dan negara-negara Eropa. Namun demikian, mereka tetap datang ke Indonesia, mereka hanya mau membeli produk-produk yang memiliki nilai jual tinggi. Dengan demikian

aspek memperhatikan desain atau produk baru yang dapat menangkap peluang tersebut adalah mutlak.

Perdagangan seni kerajinan memang mengalami pasang dan surut, beberapa kemungkinan untuk dapat berkembang secara kontinyu adalah menciptakan desain baru yang sesuai dengan tren desain. Tren umumnya dimulai dengan hadirnya perubahan mode pakaian dan mode rumah. Jika jeli mengamati akan muncul tren warna, tren bentuk, dan tren bahan. Hal ini hanya dapat tercipta dari kepekaan seorang pengusaha dan karyawan yang jeli melihat perubahan-perubahan tersebut.

E. Kolaborasi Seni Kriya dan Seni Kerajinan

Produk seni kerajinan dapat mengalami perubahan yang sangat cepat. Terkadang produk baru atau desain baru yang muncul belum tentu dapat dijual atau bahkan telah dianggap usang, maka produk baru tersebut harus melalui *test market* terlebih dahulu. Produk baru itu belum tentu laku di pasaran, meskipun laku mungkin hanya beberapa saja atau malah juga *booming* luar biasa. Produk semacam itu masih memerlukan langkah yang panjang untuk memperoleh kemungkinan diproduksi secara kontinyu. Memang, kenyataannya para kreator seni kriya memiliki daya kreativitas tinggi, namun sayangnya selama ini belum dapat bekerjasama dengan para perajin. Persoalan yang pelik adalah tidak adanya penghargaan yang layak terhadap para karyawan atas jasanya dalam menciptakan produk baru. Kesadaran terhadap pentingnya produk baru dalam mendorong perkembangan perusahaan juga seringkali terlupakan.

Memang, selama ini antara dunia seni kriya dan seni kerajinan secara formal jarang sekali dikelola secara baik agar memiliki hubungan yang saling menguntungkan. Banyak karyawan yang enggan berhubungan dengan para pengusaha seni kerajinan yang dianggap sebagai korporasi karena dikhawatirkan akan siap menyaplok kreativitasnya. Karyawan merasa dirugikan. Beberapa desain yang diciptakan kemudian direproduksi oleh pengusaha itu tanpa memberikan imbalan yang layak terhadap para karyawan. Hal inilah yang menjadi jurang

pemisah antara kriyawan dan pengusaha. Memang, salah satu penyebabnya adalah pola pikir yang sangat berbeda. Kriyawan lebih berkonsentrasi pada kemampuan kesenimanannya untuk menciptakan produk baru yang sama sekali tidak mempedulikan pasar. Sementara, pengusaha orientasinya adalah keuntungan sehingga desain yang tercipta selalu dikaitkan dengan wacana pasar. Bagi pengusaha, produk yang bagus adalah produk yang laku dijual sementara bagi kriyawan produk yang bagus adalah memenuhi kriteria *basic design* dan kesesuaian dengan suara batin. Oleh karena itu antara kriyawan dan seni kerajinan jika digabungkan akan memiliki kekuatan yang dahsyat. Kekuatan inilah yang menjadi andalan bagi produk seni kerajinan dari Indonesia untuk memenangkan pertarungan dalam perdagangan seni kerajinan di pasar lobal. Seperti apa yang dilakukan oleh para kriyawan dari Vietnam. Mereka dapat bersatu dengan perajin. Hal itulah yang membuat Vietnam pada tahun 2005 menjadi meteor baru untuk produk seni kerajinan. Menurut Mr. Enrico, produk negara Vietnam memiliki keunikan tersendiri dan juga memiliki harga yang kompetitif.¹⁴ Beberapa saat lamanya, dalam lima tahun, Vietnam menjadi idola para *buyer* yang juga sering berkunjung ke Indonesia.

Pelajaran tentang negara Vietnam menurut penulis menjadi satu model pembinaan bagi para kriyawan dan pengrajin untuk dapat berkolaborasi dalam suatu kerjasama yang saling menguntungkan. Keuntungan dari pihak kriyawan maupun dari pihak pengrajin adalah aspek pengembangan usaha yang bisa menjadi lebih baik. Kriyawan pun dapat berekspresi dan memberi arah pada pertumbuhan seni kerajinan terutama pada konteks penciptaan produk baru.

F. Penutup

Terjadi kerjasama antara pengrajin dan kriyawan dalam menciptakan produk-baru guna meraih pasar terutama konteks pasar global. Sebab pasar untuk produk seni kerajinan datang dari luar negeri. Pasar yang telah mengglobal tentu membutuhkan tata kelola perdagangan dunia yang kian hari kian rumit, seperti

¹⁴Enrico Vacetti, importir dari Karu, Milano, Italia. Wawancara pada tanggal 20 November 2008 di Kasongan Yogyakarta.

adanya aturan proteksi, deregulasi, dan lain sebagainya. Dengan demikian aspek persaingan pun semakin sulit dalam kancah pengembangan seni kerajinan untuk pasar global. Apalagi krisis global seperti sekarang sedang berkecamuk yang disebabkan oleh pasar Amerika yang bangkrut sehingga mengakibatkan negara-negara Eropa juga turun aspek daya belinya. Dari pengamatan pada pameran Trade Expo Indonesia (TEI) bulan Oktober 2008 lalu, barang-barang seni kerajinan yang memiliki inovasi baiklah yang dapat merebut pasar. Para *buyer* tetap berhati-hati tentang kemungkinan salah investasi barang. Yang paling baik adalah mengoordinasi pola pengembangan dengan cara kerjasama antara kriyawan dan seniman. Jika ini terjadi maka desain inovatif akan segera muncul dengan sendirinya. Pada gilirannya, aspek ekonomi kreatif yang sedang diwacanakan saat ini pun dapat terealisasi dengan baik.

Memang, beberapa kriyawan telah juga menjadi bagian dari korporasi seni kerajinan yang ada. Namun keberadaan mereka sebagai desainer korporasi itu belumlah memiliki arah, cenderung sesuai imajinasinya sendiri. Aspek penciptaan pun agak terganggu ketika ada intervensi dari pimpinan apalagi yang terlalu dalam. Namun demikian, beberapa kriyawan semestinya tetap secara benar mengurus perusahaannya menjadi sebuah perusahaan yang mengedepankan aspek kreativitas dan inovasi baru sehingga dapat bersaing dengan siapa pun yang ada di sekitarnya.

G. Daftar Pustaka

Adler Haymans Manurung, *Wirausaha Bisnis Usaha Kecil Menengah*, Penerbit Buku Kompas, Jakarta, 2006.

“Design Meet Artisan” Craft Revival Trust, Artesanfas de Columbia S.A., Unesco, 2005.

John Naisbitt, *Megatrends Asia: Delapan Megatrend Asia yang mengubah Dunia*, PT Gramedia, Jakarta, 1995.

Kamus Besar Bahasa Indonesia, Edisi Kedua, Departemen Pendidikan dan Kebudayaan dan Balai Pustaka, Jakarta, 1996.

Mudrajad Kuncoro, *Ekonomi Industri Indonesia Menuju Negara Industri Baru 2030?*, Penerbit Andi Yogyakarta, Yogyakarta, 2007.

Peter Dormer (ed.), *The Culture of Craft: Status and Future*, Manchester University Press, Distributed exclusively in the USA by St. Martin's Press, New York, 1997.

Sp. Gustami, Proses Penciptaan Seni Kriya "Untaian Metodologis", Program Penciptaan Seni Pascasarjana, Institut Seni Indonesia Yogyakarta, 2004.

Soeharto Prawirokusumo, *Ekonomi Rakyat (Konsep, Kebijakan, dan Strategi)*, Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta, 2001.

Sugeng Bahagijo (ed.), *Globalisasi Menghempas Indonesia*, LP3ES dan Perkumpulan Para Karsa, Jakarta, 2002.

Tika Nurjaya (ed.), *Usaha Kecil Indonesia Tinjauan Tahun 2002 dan Prospek Tahun 2003*, Indonesia Small Business Research dan Perkumpulan untuk Meningkatkan Usaha Kecil bekerjasama dengan LP3ES dan Kadin, Jakarta, 2003.

Wiyoso Yudoseputro, *Seni Kriya dalam Budaya Masa Kini*, Pameran Seni Terapan, Jakarta, 1993-1994.

Wawancara dengan Ambar Polah pada tanggal 29 November 2008 di kantor Asmindu Yogyakarta jam 11.00 WIB.

Wawancara dengan Enrico Vacetti, importir dari Karu, Milano, Italia pada tanggal 20 November 2008 di Kasongan Bantul Yogyakarta.

H. Lamporan Gambar Foto



Gambar 1. Akar Pohon Jati dari Ngrao Cepu Jawa Tengah. Akar ini dimanfaatkan sebagai *home accessories* setelah melalui proses pembersihan dan pemberian base (Foto: Timbul Raharjo, 2008).