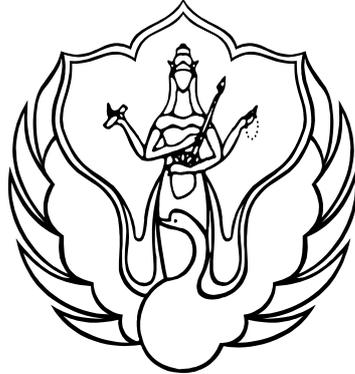


LAPORAN AKHIR PENELITIAN

HIBAH BERSAING



JUDUL PENELITIAN

**PENCIPTAAN SENI KERAJINAN KERAMIK
KOMODITI EKSPOR BERBASIS MATERIAL *EARTHENWARE* DAN
TEKNOLOGI LOKAL**

Tahun ke 2 dari rencana 2 tahun

Ketua:

Joko Subiharto, S.E., M.Sc.

NIDN: 0014037505

Anggota:

Dra. Dwita Anja Asmara, M. Sn.

NIDN: 0020076404

Dibiayai DIPA ISI Yogyakarta Tahun 2014
Nomor: DIPA-02304.2.506315/2014, Tanggal 5 Desember 2013
Sesuai Surat Perjanjian Pelaksanaan Penelitian
Nomor: 1884/K.14.11.1/PL/2014, Tanggal 29 April 2014

INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA

November 2014

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Kegiatan : Penciptaan Seni Kerajinan Keramik Komoditi Ekspor Berbasis Material Earthenware & Teknologi Lokal

Peneliti / Pelaksana

Nama Lengkap : JOKO SUBIHARTO S.E., M.Sc.

NIDN : 0014037505

Jabatan Fungsional :

Program Studi : Kriya Seni

Nomor HP : 0816689184

Surel (e-mail) : joko_yk@yahoo.com

Anggota Peneliti (1)

Nama Lengkap : Dra. DWITA ANJA ASMARA M.Sc.

NIDN : 0020076404

Perguruan Tinggi : Institut Seni Indonesia Yogyakarta

Institusi Mitra (jika ada)

Nama Institusi Mitra :

Alamat :

Penanggung Jawab :

Tahun Pelaksanaan : Tahun ke 2 dari rencana 2 tahun

Biaya Tahun Berjalan : Rp. 43.000.000,00

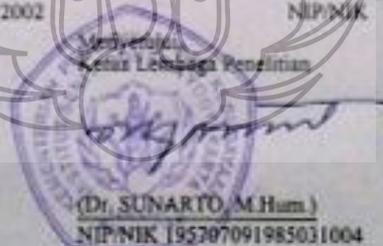
Biaya Keseluruhan : Rp. 92.000.000,00



(Dr. SUASTIWI, M.Ped.)
NIP/NIK 195908021985032002

Yogyakarta, 4 - 11 - 2014,
Ketua Peneliti,

(JOKO SUBIHARTO S.E., M.Sc.)
NIP/NIK



(Dr. SUNARTO, M.Hum.)
NIP/NIK 195707091985031004

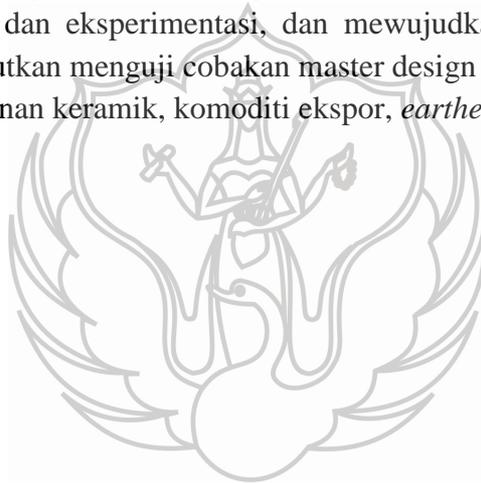
RINGKASAN

Penelitian ini bertujuan menciptakan bentuk seni kerajinan keramik menyelaraskan dengan *trend design* yang berkembang di luar negeri. Fokus utamanya adalah terciptanya produk keramik bernuansa natural khas Indonesia yang dapat diterima oleh masyarakat dunia, dapat meningkatkan ekspor non migas, dan meningkatkan nilai seni serta ekonomi para pengrajin seni kerajinan keramik. Target penelitian pada tahun pertama berhasil menciptakan 25 produk prototipe seni kerajinan keramik bermaterial *earthenware* dengan teknologi lokal, yakni berbagai bentuk guci sebagai *master design*.

Pada tahun kedua diciptakan varian baru dengan desain yang berbeda sejumlah 25 produk prototipe, sehingga pada akhir tahun ke dua ini akan didapatkan total sejumlah 50 desain keramik baru. Setelah itu akan diadakan uji pasar, mendaftarkan hasil penelitian ke HKI, juga menyusun artikel ilmiah dan melaporkan hasil penelitian.

Penelitian ini menggunakan *frame* estetis dan ekonomis, penciptaanya melalui studi pustaka dan lapangan untuk mengetahui kecenderungan *trend*, dianalisis, mengadakan eksplorasi dan eksperimentasi, dan mewujudkan produk keramik yang unik sesuai *trend*, dilanjutkan menguji cobakan master design ke pasar.

Kata Kunci: Seni kerajinan keramik, komoditi ekspor, *earthenware*, ketrampilan lokal.



PRAKATA

Alhamdulillah, puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, yang telah memberikan kekuatan, rahmat, serta hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan akhir penelitian tahun ke 2 dengan judul Penciptaan Seni Keramik Komoditi Ekspor Berbasis Material Earthenware dan Teknologi Lokal, yang diselenggarakan oleh DP2M Dikti Kemdikbud..

Penulis meyakini bahwa laporan akhir penelitian ini masih banyak kekurangan, maka penulis mengharapkan berbagai macam kritikan atau saran untuk mengevaluasi laporan ini sehingga dapat lebih baik lagi pada masa yang akan datang. Selain itu, penulisan laporan akhir penelitian ini tidak akan dapat terselesaikan dengan baik tanpa adanya bantuan dari berbagai pihak, oleh karenanya penulis mengucapkan terimakasih kepada pihak-pihak tersebut, diantaranya adalah:

1. DP2M DIKTI, atas kesempatan yang diberikan untuk dapat melaksanakan penelitian hibah bersaing.
2. Dr. Sunarto, M.Hum selaku Ketua Lembaga Penelitian ISI Yogyakarta yang telah memberikan ijin kepada penulis untuk melakukan penelitian ini.
3. Dekan Fakultas Seni Rupa ISI Yogyakarta dan Ketua Jurusan Kriya, atas perkenannya memberikan ijin kepada penulis untuk melakukan penelitian.
4. Staf karyawan di Lembaga Penelitian ISI Yogyakarta atas bantuannya dalam pengurusan administrasi.
5. Semua pihak yang telah membantu penulis dan tidak dapat disebutkan satu persatu.

Demikian kata pengantar dari penulis, besar harapan semoga penelitian ini dapat berguna untuk pihak-pihak yang membutuhkan.

Yogyakarta, November 2014

Joko Subiharto, S.E., M.Sc.

DAFTAR ISI

Halaman Sampul	i
Halaman Pengesahan.....	ii
Ringkasan	iii
Prakata.....	iv
Daftar Isi.....	v
Daftar Gambar.....	vi
Daftar Lampiran	vii
BAB I. PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Luaran yang diharapkan	4
C. Indikator capaian yang terukur	4
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA.....	5
A. Tinjauan Pustaka	5
B. Road Map	8
BAB III. TUJUAN DAN MANFAAT	10
A. Tujuan Penelitian.....	10
B. Manfaat Penelitian.....	10
BAB IV. METODE PENELITIAN	11
BAB V. HASIL DAN PEMBAHASAN	13
A. Eksplorasi material <i>Earthenware</i> dan teknologi lokal	13
B. Keramik Sebagai komoditi Ekspor.....	15
C. Trend Desain 2015.....	17
D. Proses Perwujudan	22
E. Pembahasan/Hasil Akhir.....	22
BAB VI. KESIMPULAN DAN SARAN	54
DAFTAR PUSTAKA	55
LAMPIRAN	56

DAFTAR GAMBAR

Gambar

1. Pengolahan Bahan Baku.....	13
2. Teknik Putar Kaki.....	14
3. Teknik Putar Miring.....	15
4. Sub Tema Alliance.....	17
5. Sub Tema Biomimetic.....	18
6. Sub Tema Adroit.....	19
7. Sub Tema Veracious.....	20
8-13. Desain Tema Alliance.....	22-29
14-20. Desain Tema Biomimetic.....	30-36
21-26. Desain Tema Adroit.....	37-42
27-32. Desain Tema Veracious.....	43-48
33. Proses pembentukan dengan alat putar.....	49
34. Proses pembentukan sampai produk jadi.....	50
35. Tungku bak terbuka, bebahan bakar kayu.....	50
36. Hasil Produk Tema Alliance.....	51
37. Hasil Produk Tema Biomimetic.....	51
38. Hasil Produk Tema Adroit.....	52
39. Hasil Produk Tema Veracious.....	53

DAFTAR LAMPIRAN

Acceptence Letter Journal International	57
Naskah Artikel Journal International	58
Hak Kekayaan Intelektual (Desain Industri).....	78
Personalia Tenaga Peneliti dan Kualifikasinya.....	80



BAB 1. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Era globalisasi telah menjadi sesuatu yang nyata dalam dunia perdagangan. Berbagai kesepakatan perdagangan seperti WTO di Maroko pada 1994 maupun kesepakatan pasar bebas ASEAN atau masyarakat ekonomi ASEAN (MEA) tahun 2015 merupakan salah satu bentuk nyata dari globalisasi. Terjadinya kesepakatan terutama dengan diberlakukannya pasar bebas kawasan maupun dunia yang tidak hanya *free trade* tetapi juga *fair trade* telah membuka kesempatan yang sangat luas bagi pelaku usaha. Dengan demikian seni kerajinan pada era global ditentukan oleh keunggulan produk yang lebih efisien, unik, dan ekonomis. Pada era global tidak ada lagi hambatan tarif dan proteksi terhadap suatu komoditi ketika memasuki suatu negara. Namun untuk WTO, persetujuan itu tidak langsung diterapkan sepenuhnya, melainkan ada tenggang waktu dan belum mencapai semua komoditi. Negara yang sedang berkembang seperti Indonesia masih punya waktu untuk mempersiapkan hingga 2020, sedangkan untuk negara-negara maju sampai 2015. Proteksi hampir tidak ada sehingga arus barang yang masuk dalam satu negara tidak terelakkan. Produk yang memiliki nilai kompetisi baik dapat memenangkan persaingan di dalam maupun di luar negeri. Produk menjadi bebas dibuat di mana pun pada negara yang tergabung dalam kesepakatan WTO itu sehingga wilayah yang memiliki efisiensi produksi akan dijadikan tempat investasi.

Pada beberapa pameran produk kerajinan skala internasional, produk seni keramik memiliki peminat tersendiri. Apalagi jika produk keramik tersebut memenuhi selera *trend* desain pasar global saat ini. Namun, dalam sejumlah pengalaman pameran internasional pula terlihat, masih lemah dalam penciptaan desain baru yang bernilai alternatif, terutama untuk menjangkau pasar yang lebih luas. Belum adanya pengembangan desain dalam bentuk *research and development* di kalangan para perajin yang mengeksplorasi desain bernilai alternatif yang sesuai dengan *trend* dunia. Sebenarnya potensi pasar sangat terbuka, terutama benda-benda yang memiliki nilai etnisitas seperti seni kerajinan

keramik Indonesia. Kebanyakan perajin terlihat hanya menerima pesanan berupa gambar dari pembeli atau hanya meniru teman dan tetangga perajin lain. Oleh karena itu, eksplorasi desain produk baru yang bernilai alternatif atas seni kerajinan keramik Indonesia harus dilakukan, yakni perlu penciptaan produk baru sesuai dengan selera atau keinginan konsumen. Sebab, seni kerajinan keramik adalah salah satu komoditas ekspor Indonesia dan banyak menyerap tenaga kerja. Penciptaan dengan mencari dan meneliti serta mewujudkannya dalam bentuk *prototype*, kemudian dipromosikan dalam sebuah pameran perdagangan internasional seperti IFFINA maupun Trade Expo Indonesia di Jakarta dapat menjaring *buyers* internasional, yaitu para pengimpor produk seni kerajinan dari Indonesia ke negaranya. Dengan demikian terjadi interaksi dalam menawarkan desain baru tersebut sebagai upaya uji pasar dan kemungkinan pemesanan.

Bahan baku seni kerajinan keramik adalah tanah liat *earthenware*, depositnya tersebar di seluruh belahan bumi Indonesia mulai dari Sabang sampai Merauke. Sehingga, bahan baku tersebut sangat mudah didapat dan murah harganya untuk pembuatan seni kerajinan keramik. Bahkan beberapa perajin membuat produk seni kerajinan keramik yang berbahan baku tanah liat hanya dengan mengambil dari lingkungan tempat tinggal mereka.

Pada umumnya, keterampilan membuat kerajinan keramik telah dikuasai para perajin secara turun-temurun. Selain itu pula mereka membuat produk keramik yang dipakai sebagai barang yang bernilai fungsional, seperti terwujud pada alat memasak dan tungkunya. Para perajin dengan setia membuat seni kerajinan yang berfungsi sebagai pemenuh kebutuhan rumah tangga, terutama peralatan dapur. Mereka masih menguasai teknik pembuatan berupa keterampilan mewujudkan keramik itu, hanya saja ketika barang peralatan rumah tangga pabrikan yang terbuat dari plastik dan logam menjadi pesaing kuat, maka membuat kerajinan keramik semakin sulit dalam pemasarannya. Sementara kelemahan tentang penciptaan produk baru keramik yang berfungsi sebagai benda seni belum mereka kuasai. Pemahaman tentang seni kerajinan keramik yang bernilai sebagai produk baru tersebut masih memprihatinkan, sementara permintaan pasar dengan desain yang sesuai dengan *trend design* tertentu

memiliki peluang yang cukup baik. Meskipun beberapa sentra seni kerajinan di Indonesia seperti di Banyumulek Nusa Tenggara Barat, Kasongan Yogyakarta, Pleret Purwakarta, Bayat Klaten, dan Klampok di Banjarnegara Jawa Tengah masih memproduksi dan sebagian di antaranya dikonsumsi ekspor, namun produk yang ada mendapat persaingan di pasar global dengan produk keramik negara tetangga seperti Vietnam, Thailand, India, maupun China.

Pada beberapa komoditas seni kerajinan memiliki kesamaan produk dengan negara-negara lain yang memproduksi barang sejenis dan segmen pasar yang sama. Akibat krisis global sejak 2008 terjadi *over* produksi di negara-negara produsen seperti China, Jepang, India, Thailand, Vietnam, dan lain sebagainya. Produk mereka mengalami kemacetan pasar dan berpikir sama untuk mencari peluang pasar yang sekiranya tidak terkena dampak krisis. Seperti di negara Timur Tengah, Amerika Latin, Karibia, dan lain sebagainya bahkan mereka berpikir bahwa Indonesia adalah sebagai salah satu tujuan ekspor potensial. Sementara Indonesia juga memposisikan sebagai negara produsen seni kerajinan keramik tersebut.

Pameran-pameran internasional di Eropa pun banyak diikuti pengusaha dari China dan India. Hal ini disebabkan, karena *wholesalers* yang biasa menampung dan mendistribusikan di wilayah mereka dalam posisi tersendat seperti yang ada di negara-negara Eropa, Amerika, maupun Australia. Maka, mereka kemudian berpikir untuk mencoba melakukan ekspansi pasar sendiri di negara-negara tersebut. Terlihat dominasi peserta pada pameran internasional tersebut adalah dari produsen langsung. Hal ini tentu mengakibatkan perubahan pola hirarki perdagangan yang signifikan. Kebanyakan produsen bisa jadi menjadi agen langsung para *retailer* yang ada di dunia Barat. Sebab sejak tahun 2011 terindikasi bahwa terjadi peningkatan pada tataran perdagangan *retail*. Mungkin hal ini diakibatkan adanya peluang baru bagi *retailer* untuk mendapat kesempatan memilih barang yang benar-benar memiliki kualitas baik terutama dalam hal desain baru yang memiliki daya jual tinggi.

Dalam kondisi yang kurang menguntungkan para perajin keramik di beberapa wilayah potensial di Indonesia terutama di Kasongan Bantul, Banyuwangi, Lombok, Pleret Purwakarta Jawa Barat yang beberapa tahun ini mengalami penurunan produksi. Salah satu upaya yang paling strategis untuk kembali meningkatkan produksi adalah menciptakan desain keramik baru khas Indonesia dengan menyesuaikan *trend* warna, bentuk, dan karakter sesuai pasar global.

B. Luaran yang diharapkan

Tahun Kedua

1. Varian desain baru seni kerajinan keramik produk ekspor, sebanyak 25 *prototype*.
2. Artikel Ilmiah nasional/internasional
3. HKI.

C. Indikator capaian yang terukur

Tahun Kedua

1. Berhasil mewujudkan *prototype*, berupa produk seni kerajinan keramik untuk ekspor.
2. Produk yang memiliki kreativitas dan inovasi yang mampu menjawab kebutuhan pasar internasional.
3. Terlaksananya hasil penelitian diujicobakan pasar
4. Hasil penelitian dipublikasi dalam jurnal ilmiah.
5. Berhasil mendapatkan HKI