

PENETAPAN HARGA LUKISAN: Sebuah Kajian Teoritik¹

Mikke Susanto, Lono L. Simatupang dan Timbul Haryono

Salah satu bagian utama dari infrastruktur seni adalah pasar. Pasar telah memberi dinamika yang luar biasa, utamanya pada saat transaksi lukisan terjadi. Pasar menjadikan bisnis lukisan, kian lama kian mengejutkan. Sejumlah dinamisator pasar yaitu kolektor, *dealer*, dan investor menjadikan lukisan bernilai citra yang luar biasa. Lukisan tidak pernah kehabisan “pewaris”, “penerus”, maupun (maaf!) “korban”, meskipun harga yang ditawarkan tidak pernah turun.

Banyak sekali transaksi lukisan yang membuat kening berkerut. Di antara hal yang paling misterius di dalamnya adalah persoalan harga. Turun atau naiknya harga lukisan menjadi perbincangan yang tak berkesudahan. Ini semua tidak lepas dari wacana lukisan sebagai investasi ekonomi, dianggap sebagai aset keuangan di masa depan. Lukisan memiliki nilai konsumsi, nilai estetika sekaligus prestise bagi pemiliknya. Begitu banyak yang menganggap lukisan sebagai investasi, menyebabkan seni menjadi fokus penelitian ekonomi yang menarik di tahun-tahun terakhir.²

Artikel ini berupaya untuk menelisik berbagai persoalan penetapan harga lukisan dalam perspektif teoretik. Lebih tepatnya menjawab rumusan persoalan tentang wacana penetapan harga dalam berbagai kerangka yang ideal. Di dalamnya membahas sejumlah topik yang berhubungan antara pasar lukisan dengan teori penetapan harga. Dalam akhir artikel disinggung pula wacana penetapan harga lukisan yang berimbas pada konteks budaya.

Lukisan Berharga

Lukisan menjadi benda paling mahal dalam khazanah ekonomi, dibandingkan dengan karya seni lainnya. Dalam beberapa lelang, lukisan ditempatkan sebagai benda yang paling banyak ditransaksikan oleh para kolektor dengan capaian harga yang mencengangkan sepanjang masa. Pada tataran yang lebih dalam, lukisan kanvas adalah benda seni yang memiliki posisi tertinggi dalam klasifikasi lelang di seluruh dunia. Untuk itu, alangkah baiknya memahami terlebih dahulu konsep lukisan sebagai benda koleksi.

Lukisan sebagai komoditas yang paling berharga menempati ruang khusus bagi kolektor. Hal ini disebabkan lukisan memiliki hakikat sebagai benda hasil keterampilan kreatif, dikerjakan secara manual, memiliki keunikan, menggunakan pula rasa dan jiwa, serta bersifat terbatas dan abadi. Dengan demikian lukisan menjadi benda eksklusif yang sangat mungkin diperebutkan oleh sejumlah peminat.

¹ Artikel ini merupakan bagian dari disertasi penulis yang bertajuk “Penguatan Indikator-indikator Penetapan Harga pada *Panduan Penilaian Koleksi Karya Seni Istana Kepresidenan Republik Indonesia*”, dengan pembimbing dua promotor, yakni Dr. Lono Lastoro Simatupang dan Prof. Dr. Timbul Haryono, M.Sc. pada Program Studi Pengkajian Seni Pertunjukan dan Seni Rupa, Sekolah Pascasarjana, Universitas Gadjah Mada (PSPSR UGM) Yogyakarta, 2017. Artikel ini terbit menjadi bagian dalam buku *KELOLA SENI: Lukisan, Wayang, Film, hingga Jazz*, (Penerbit Ombak, Yogyakarta, 2018)

² Arzu Aysin Tekindor, “Uniqueness in Art Market Specialization in Visual Art” dalam *Selected Paper* prepared for presentation at the Agricultural & Applied Economics Association’s 2012 AAEA Annual Meeting, Seattle, Washington, August 12-14, 2012.

Meskipun demikian, ternyata tidak semua lukisan memiliki posisi yang sama alias tidak selalu menjadi komoditas bernilai tinggi. Sebagian diantaranya bahkan mungkin dianggap tidak perlu dikoleksi. Menurut Ron Davis, seorang *art dealer* sekaligus kolektor, setidaknya terdapat cara menelaah lukisan yang ada di depan kita. Berikut tiga klasifikasi lukisan atau karya seni yang dikaitkan sebagai benda bernilai koleksi menurutnya.³

Pertama, karya seni dekorasi (*decorative art*), yakni sebuah lukisan atau karya seni yang memiliki tujuan sebagai penghias ruang atau sering pula dianggap sebagai suvenir. Temanya berkisar pada hal-hal yang biasa dilukis oleh kebanyakan pelukis seperti pemandangan alam, gunung, bahari, kehidupan sehari-hari dan olahraga. Nilai intrinsik lukisan dekorasi tergolong rendah. Jarang dilukis oleh seorang pelukis yang masuk dalam daftar pelukis penting. Seni jenis ini pun bisa mahal, terutama jika itu telah menjadi antik, apalagi berbahan yang bagus serta terpelihara dengan baik. Oleh karena itu, karya seni jenis ini bukan pilihan investasi yang bijaksana sebagai benda investasi jangka panjang.

Kedua, karya seni layak koleksi (*collectable art*). Karya semacam ini biasanya dikerjakan oleh pelukis kelas regional, atau pelukis dengan kualitas “pekerjaan siswa”, bisa bukan akademis dan bukan profesional. Jenjang jenis ini bisa berupa lukisan yang ditandatangani atau *unsigned*, “terdaftar” atau “tidak terdaftar” (dicatat dalam panduan harga dalam katalog lelang), tetapi ia bukanlah lukisan hiasan semata. Bisa jadi seni ini begitu laku di satu kota, tetapi tidak laku di kota lain. Namun, pelukis kelas ini bisa meningkat pada level berikutnya.

Ketiga, karya seni investasi (*investment art*). Karya seni jenis ini akan selalu meningkat nilainya. Seni-seni ini digubah oleh pelukis penting, materialnya rata-rata berkualitas tinggi. Lukisan-lukisannya dicari oleh para kolektor, investor, dan *dealer* karena memiliki prospek di masa depan. Sering digesek sebagai sebuah karya yang dapat memenuhi permintaan nasional dan internasional. Oleh karena itu, jika Anda memiliki seni semacam ini, dengan mudah dapat dijual untuk mencari keuntungan.

Dengan menggunakan klasifikasi di atas dapat dilihat berbagai pengaruh yang lahir atas ragam karya seni. Secara sengaja dalam artikel ini lebih mengaitkan wacana penetapan harga pada karya seni yang bersifat *collectable art*, dan sedikit menyinggung pada *investment art*. Keterkaitan ini dinilai wajar, karena penetapan harga akan dipengaruhi oleh lukisan-lukisan yang ditransaksikan. Pada dua jenis benda seni di atas, terjadi kompleksitas yang luar biasa dan mempengaruhi pasar secara keseluruhan. Adapun klasifikasi *decorative art* tidak banyak memiliki pengaruh dalam perkembangan pasar secara umum.

Asal Muasal Harga

Penetapan harga benda seni adalah pekerjaan yang melibatkan atau membandingkan sejumlah data dari berbagai sumber. Dengan asumsi ini, maka persoalan penetapan harga karya seni mengarah pada beberapa korelasi antar hal yang bersifat kompleks. Kajian penetapan harga pada akhirnya, memiliki beberapa pendekatan teoritikal. Meskipun ada dan telah terjadi praktik akal sehat untuk menghargai seni, misalnya pada saat terjadinya transaksi lukisan, namun sampai hari ini tidak ada rumus konkret dan definitif mengenai hal ini.

Padahal, penetapan harga benda seni amat penting bagi berbagai kalangan. Penetapan harga benda seni bertujuan tidak hanya untuk penghitungan aset koleksi, investasi, dan tujuan pembiayaan, tetapi bisa pula sebagai bagian dari penilaian yang mengaitkan karya untuk sumbangan amal, perencanaan pajak, asuransi, pinjaman tujuan agunan, biaya pemeliharaan dan

³ Ron Davis, *Art Dealer's Field Guide: How to Profit in Art, Buying and Selling Valuable Painting* (Jacksonville: Capital Letters Press, 2009), 9.

restorasi atau fungsi-fungsi lainnya. Penilaian atau penetapan harga semacam ini akhirnya menjadi lahan yang tidak terbatas bagi banyak *stakeholder* yang berhubungan dengan lukisan, misalnya pemerintah, lembaga pajak dan beacukai, pegadaian, galeri, kurator, museum, sampai rumah lelang.

Di tengah persoalan tersebut, dalam kesempatan ini perlu diketengahkan sejumlah metode penentuan harga, diantaranya dilihat dari sudut pandang kepemilikan lukisan: dari mana dan siapa pengusung harga lukisan. *Pertama*, penetapan harga ditentukan saat karya tersebut selesai dibuat dan harga ditentukan oleh pelukisnya. *Kedua*, penentuan harga jual ketika lukisan tersebut sudah di tangan kolektor atau orang kedua, ketiga dan seterusnya. *Ketiga*, harga yang didongkrak oleh kompetisi, misalnya pada peristiwa lelang atau kejuaraan. Tiga sudut pandang ini memiliki sifat dan cara penentuan harga yang berbeda.

Pada kasus pertama, pelukis bisa saja menggunakan metode persentase penggunaan waktu kerja dan modal yang dipakai. Setidaknya dapat memperlakukan penetapan harga dengan rumus yang paling umum, misalnya $HARGA = \text{material} (...%) + \text{jam kerja} (...%) + \text{ekstra (profit, pengeluaran untuk perantara, inflasi, ...%)}$. Sistem persentase ini dinilai paling fleksibel dan terukur. Masalahnya, ukuran yang membedakan antar pelukis satu dengan yang lain, adalah eksistensi atau prestasi, pameran, serta seberapa penting pelukis ini dalam perkembangan seni rupa. Adapun pada kasus kedua, penentuan harganya lebih kompleks. Kolektor perlu memahami berbagai faktor yang terkait dengan koleksinya. Berbagai faktor tersebut merupakan hal-hal yang mempengaruhi nilai lukisan menjadi mahal atau murah, tinggi atau rendah. Faktor-faktor penentu inilah yang secara terus-menerus dikupas oleh sejumlah peneliti dan ahli dalam persoalan penetapan harga. Setiap faktor penentu memiliki makna dan nilai tersendiri, sehingga penilaian lukisan yang ditransaksikan menjadi lebih rasional atau mendekati objektif.

Pada kasus ketiga, jauh lebih kompleks. Kompleksitas kasus ini adalah harga tidak bisa diprediksi atau terasa tidak rasional. Harga yang semula hanya bisa diestimasi oleh pelemang melalui riset pasar atau seperti kasus kedua, tiba-tiba mencuat tidak terkendali. Kasus ketiga ini biasa terjadi karena berbagai hal, misalkan karya berdaya tarik luar biasa sehingga menjadi rebutan, “rekayasa” lelang, maupun adanya individu yang ingin melakukan hal-hal tertentu, misalnya demi menaikkan eksistensi pelukis, maupun maksud-maksud lainnya.

Dari ketiga penentu atau asal usul harga tampak bahwa lukisan menjadi benda yang tidak mungkin memiliki satuan harga yang jelas dan tetap. Lukisan yang telah selesai dikerjakan di studio hingga laku dilelang akan mengalami perubahan harga secara terus menerus. Asal usul harga menjadi tidak menentu dan tergantung pada pemilik. Artinya setiap pelaku pasar memiliki peluang untuk melakukan penetapan harga sesuai kehendak hatinya. Itulah sebabnya, lukisan menjadi alat bisnis yang tidak mudah ditebak.

Bisnis Seni

Tingginya jumlah transaksi lukisan di seluruh dunia, menyebabkan bisnis seni menjadi pilihan yang menantang. Di lain pihak, tingginya bisnis seni tidak mungkin tanpa sebab. Menurut Ian Robertson dan Derrick Cong berbagai gejala dalam perkembangan terkini telah membuat bisnis seni begitu menarik untuk dikaji. Bisnis seni dipicu oleh sejumlah hal, diantaranya adalah munculnya karya seni rupa dan barang antik sebagai investasi alternatif; “perburuan” seniman kontemporer oleh para *dealer*; pertumbuhan pameran seni di seluruh dunia; globalisasi dengan hadirnya lokus-lokus signifikan dalam ekonomi seni (*art fair*, *biennale* dan *world expo*); munculnya pusat-pusat pasar seni baru di Timur Jauh (seperti Hong Kong, Beijing, Shanghai, dan Singapura) serta Timur Tengah (Dubai dan Abu Dhabi); masalah penjarahan dan pencurian

benda seni dan artefak budaya koleksi publik; pengenalan peraturan Uni Eropa tentang *droit de suite* (hak jual kembali artis); dan isu-isu tata kelola perusahaan yang menonjol dengan museum seninya. Selain itu, muncul perkembangan atau pameran seni yang berakar dari *sponsorship* yang menggelar pameran *blockbuster*; harga lelang karya seni selalu memecahkan rekor setiap saat; perayaan gaya hidup seniman *superstar*, *art dealer*, dan kolektor kontemporer—yang menggemparkan publik.⁴

Perkembangan ini menjadikan lukisan semakin erat kaitannya sebagai benda komoditas ekonomi. Mengutip pernyataan seorang *art dealer* bernama Larry Gagosian yang menyatakan bahwa orang bangun di pagi hari, tidak akan langsung memutuskan untuk membeli atau menjual karya van Gogh. Seni lebih dari sekadar benda biasa, seni lebih indah dari emas. Ia memiliki kualitas spiritual. Gagosian sendiri menganggap dirinya sebagai *dealer* pasar sekunder. Meskipun anggapan atas profesi *dealer* cukup miring (khususnya di Indonesia), ia tetap menganggap dirinya sebagai kolektor. Fenomena ini memberinya kredibilitas bahwa ia hanya memberi-dalam konteks jual atau beli-ide pada orang lain atas karya-karya yang bagus. Selama delapan tahun di dunia seni, Gagosian menganggap *dealer* telah muncul sebagai kolektor elite.⁵ Artinya, peran *art dealer* yang tajam dalam membaca situasi dan meresepsi karya dalam bisnis seni telah menjadi salah satu hal yang utama.

Hal ini senada dengan asumsi Howard S. Becker, yang menyatakan bahwa dalam bisnis seni, distributor ingin merasionalisasi produk karya kreatif yang relatif tidak stabil dan tidak menentu. Distributor ingin membuat proses yang sesungguhnya masih berantakan menjadi lebih tertib, memastikan stabilitas bisnis mereka sendiri dan menciptakan kondisi yang stabil, ketika seni dapat diproduksi secara reguler. Sistem distribusi sendiri memiliki variasi dan ragam jenis perantara yang menangani pergerakan bisnis dan uang antara seniman dan penonton, dan dalam kedekatan komunikasi dan pengaruh antara kedua kelompok tersebut.⁶ Dengan kata lain, distribusi memiliki efek yang sangat krusial terhadap reputasi perupa. Pakar bisnis seni, Hobbes (via Robertson) bahkan menyatakan bahwa yang dinamakan seni adalah ketika lukisan telah ditukar uang.⁷

Bisnis seni terpicu dan dipicu oleh harga lukisan.

Nilai Seni

Dalam kesempatan ini perlu dikemukakan bahwa lukisan dan benda-benda seni lainnya memiliki sejumlah cara pandang, apresiasi, dan penilaian. Merujuk pada riset yang dilakukan oleh Simone Teerink, setidaknya terdapat lima cara pandang atau penilaian terhadap benda seni, yakni Nilai Fundamental, Nilai Ekonomis, Nilai Kritis, Nilai Simbolis, dan Nilai Estetik.⁸

Nilai Fundamental sebuah lukisan sangat bergantung pada kemampuan artistik dan posisi pelukis dalam sejarah seni. Otoritas yang melegitimasi nilai fundamental adalah mereka yang memiliki pengetahuan sejarah seni dan mengerti bagaimana pengaruh peristiwa seni sang pelukis dalam konteks sejarah. Contohnya adalah pembelian karya pelukis oleh museum, pergelaran dan pameran-pameran, atau pembuatan buku-buku biografi maupun monografi seniman. Mereka

⁴ Iain Robertson and Derrick Chong, "Introduction to studies in art business" dalam Iain Robertson and Derrick Chong (ed.), *The Art Business* (Oxon: Routledge, 2008), 3.

⁵ Larry Gagosian, "Money and Art", dalam *Art in America*, summer, 1988.

⁶ Howard S. Becker, *Art Worlds* (California: University of California Press, 1982), 94.

⁷ Robertson, I., *Understanding International Art Markets and Management* (London: Routledge, 2005), 4.

⁸ Simone Teerink. "Unraveling Art Prices: A study about determinants influencing the price of art on the Dutch primary art market, 2000-2010", *Thesis*, Erasmus University Rotterdam, 2014, 17-20.

yang menjadi penentu nilai-nilai fundamental ini adalah konservator, kolektor, kritikus, dan makelar seni.⁹

Pada ranah berikutnya, lukisan masuk dalam tataran nilai ekonomis, karena dapat diperjualbelikan. Secara sederhana lukisan harus memiliki harga sejajar dengan nilai mata uang. Sejatinya, nilai ekonomis paralel dengan nilai pasar. Hal ini tergantung pada kesediaan konsumen membayar harga yang ditentukan oleh penjual. Artinya, nilai ekonomi bisa menjadi bagian dari nilai-nilai lainnya.

Adapun nilai kritis sebuah karya seni terdiri dari sejumlah perangkat yang membedakan satu bagian dengan bagian lainnya. Nilai kritis bertujuan untuk mengidentifikasi nilai-nilai objektif karya seni. Dalam konteks ini, lukisan setidaknya mampu diidentifikasi dalam tiga karakteristik umum: medium (kayu, kanvas, cat minyak, krayon dan sejumlah alat yang dipakai), komposisi, dan tanda tangan. Dari ketiganya, akan melahirkan banyak variasi bentuk, gaya, aliran, dan nilai-nilai lainnya.

Nilai simbolis merupakan nilai-nilai yang berada di luar persoalan intrinsik karya seni. Ide adalah bagian dari nilai simbolis. Ide sama pentingnya dengan objek/karya seni itu sendiri. Nilai ini juga bergantung pada cara pandang apresiasi. Termasuk di dalamnya adalah prestise pemilik lukisan. Asumsi para apresiasi terhadap lukisan juga akan mempengaruhi tinggi rendahnya nilai sebuah lukisan.

Pada tataran nilai estetika, lukisan ditentukan oleh pengetahuan artistik yang tepat pada diri seorang pelukis. Karya seni dapat dijelaskan berdasar pengalaman estetis yang dimiliki setiap orang dengan melihat atau mengalami dalam kehidupan nyata. Jadi, pendapat orang lain dapat membentuk opini sebuah karya seni. Dalam seni, pengalaman yang baik akan melahirkan penilaian estetika yang berbeda pada setiap orang. Semakin banyak nilai estetika yang dilahirkan dari sebuah karya, berarti karya tersebut semakin bernilai.

Intinya nilai sejarah, nilai intrinsik, nilai finansial, nilai sosial, nilai kritik, dan nilai simbolis saling mempengaruhi harga karya, meskipun harga tidak selalu merefleksikan semua nilai tersebut, terutama jika lukisan yang dijual tersebut ada di pasar.

Harga Lukisan

Dalam ilmu ekonomi, penetapan harga merupakan salah satu keputusan terpenting dalam pemasaran. Harga, merupakan unsur bauran pemasaran yang bersifat fleksibel, artinya dapat diubah dengan cepat. Dari sudut pandang pemasaran, harga merupakan satuan moneter atau ukuran lainnya yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang atau jasa. Peranan harga amat penting, maka jika diamanatkan pada konteks umum, peranan harga mempengaruhi persepsi umum terhadap produk atau merek dan berkontribusi pada posisi dalam pikiran konsumen. Peranan penting lainnya adalah harga menjadi alat atau wahana langsung untuk melakukan perbandingan antar produk yang saling bersaing.¹⁰

Sejumlah metode penetapan harga dalam ilmu ekonomi telah banyak dikaji. Penetapan harga seringkali dikaitkan dengan tujuannya. Menurut Fandy Tjiptono, terdapat sejumlah tujuan penetapan harga berdasarkan orientasinya, diantaranya penetapan harga yang berorientasi laba, berorientasi volume, berorientasi permintaan pasar, berorientasi pangsa pasar, berorientasi aliran kas, berorientasi menyamai pesaing, berorientasi prestise, dan berorientasi *status quo*.¹¹ Sejumlah

⁹ Moureau, N., *Analyse économique de la valeur des biens d'art: la peinture contemporaine* (Paris: Economica, 2000).

¹⁰ Fandy Tjiptono, Ph.D., *Strategi Pemasaran (edisi 4)*, (Yogyakarta: Penerbit Andi, 2015), 289-291.

¹¹ Fandy Tjiptono, 293-294.

orientasi di atas lebih cocok pada persoalan penetapan harga barang atau jasa yang dihasilkan untuk produk barang dan jasa untuk jual beli, dihasilkan oleh perusahaan, dan merupakan benda fungsional non-seni.

Adapun dalam kasus ini yang dihadapi adalah benda seni. Benda seni berupa lukisan, merupakan produk yang memiliki fungsi sebagai benda kreatif yang bernilai sejarah, bagian dari produk budaya *intangible* berupa karya seni murni, dikerjakan secara manual, bernilai artistik. Oleh karena itu, metode penilaian atau penetapan harga pada benda seni memiliki cara yang berbeda dengan pendekatan yang sudah ada.

Menurut Carter, terdapat perbedaan yang sangat kental dalam menentukan harga komoditi seni dan komoditi benda-benda fungsional biasa. Harga benda seni tidak hanya ditentukan oleh indikator produksi saja, misalnya HARGA = material + jam kerja + ekstra (profit, pengeluaran untuk perantara, inflasi). Diperlukan sejumlah komponen atau penyebab penilaian lain agar karya seni dapat dibedakan dengan komoditas lainnya. Carter menganggap bahwa komoditas budaya, seperti lukisan, tidak memiliki skema normal untuk mengevaluasi harga, meskipun di sejumlah tempat tampaknya berjalan baik. Di sini jelas bahwa kekuatan yang menentukan nilai tukar dalam seni tidak sama dengan yang beroperasi di alam ekonomi sehari-hari. Carter hanya menyebut secara umum bahwa banyak faktor yang menentukan tingkat penghargaan karya seni, seperti kondisi ekonomi negara, sejarah kepemilikan, reproduksi citra karya, infrastruktur, hingga persoalan eksistensi seniman, dan lain-lain.¹² Pernyataan Carter mengindikasikan bahwa harga sebuah lukisan ditentukan oleh berbagai indikator.

Kriteria dan Indikator Penilaian

Seperti halnya mata uang, nilai seni juga berdasarkan kesepakatan kolektif. Tidak ada landasan objektif atas nilai seni. Kesepakatan dan deklarasi antar individu adalah yang menciptakan dan mempertahankan nilai komersial atau harga.¹³ Pada sub-bab “*What makes a specific work of art valuable?*” Findlay menuliskan lima atribut atau indikator yang sering dipakai sebagai patokan penilaian, yakni sejarah akuisisi atau kepemilikan, kondisi, keotentikan, sebaran citra, dan kualitas.¹⁴

Paralel dengan pemikiran Findlay, terdapat pula kesepakatan publik pada riset peneliti lain, yaitu Victor Ginsburgh & Nicolas Schwed yang membahas tren harga untuk para pelukis Flemish-Belanda. Mereka meneliti hasil lelang publik selama 12 tahun (1980-1991) di hampir semua program yang dilakukan oleh dua balai lelang terkemuka dunia: Christie’s dan Sotheby’s.¹⁵

Victor Ginsburgh & Nicolas Schwed terutama menulis perihal indeks harga karya seni. Metode yang digunakan untuk membangun indeks harga komoditas (gandum, emas, minyak) atau saham dan obligasi hampir tidak dapat digunakan untuk seni. Ada dua alasan tentang hal ini. Pertama, komoditas dan saham adalah barang homogen, sedangkan lukisan, gambar pada umumnya tidak. Segantang gandum yang dijual di Chicago pada tahun 1947 hampir identik dengan gantang yang dijual di London 25 tahun kemudian, sementara dua lukisan Picasso mungkin sangat berbeda nilainya. Kedua, komoditas barang homogen dan saham bisa dikutip

¹² Michael Carter, *Framing Art: Introduction Theory and The Visual Image* (Sydney: Transvisual Studies, 1990), 103-122.

¹³ Michael Findlay, *The Value of Art* (London: Prestel, 2014), 13.

¹⁴ Findlay, 39.

¹⁵ Victor Ginsburgh & Nicolas Schwed, “Price Trends for Old Master’s Drawings 1980-1991” dalam *The Art Newspaper*, September 1992.

hampir terus-menerus (sekali sehari atau seminggu sekali), sedangkan karya seni tidak. Oleh karena itu, sangat mudah merancang indeks harga komoditas tertentu dengan hanya mengamati harga yang dikutip setiap hari atau minggu. Pengamatan semacam ini tidak dapat digunakan untuk karya seni. Karena itu, indeks karya seni sering dibangun dengan penambahan nilai-nilai penjualan.

Ginsburgh & Schwed menambahkan sebuah rangkuman tentang karakteristik harga. Di dalamnya termuat sejumlah indikator guna melihat perubahan nilai atau harga dalam penjualan karya seni. Berikut penjelasan beberapa indikator yang dikutip dari penelitian mereka pada kasus karya *drawing*.

Teknik. Teknik yang paling dekoratif, seperti kapur merah atau cat air tentu saja yang paling mahal; yang umum seperti pena dan tinta, kapur hitam, atau pastel yang lebih murah. Perbedaan dapat menjelaskan harga yang bervariasi antara 1 dan 4: pastel para pelukis Flemish-Belanda sekitar 3 X lebih murah daripada cat air; pastel pelukis Prancis 4 X lebih murah daripada cat minyak; hal ini tidak berlaku pada gaya lukisan Italia.

Subyek. Di sini tema yang paling umum (seperti religi dan perempuan telanjang) adalah yang paling murah. Sementara pemandangan alam dan mitologi bisa 2 X lebih mahal dibanding religi. Sekali lagi, berbeda dengan seni gaya Italia. Fakta bahwa lukisan perempuan telanjang Prancis relatif mahal, gaya ini berkembang di abad ke-18, terutama karya Boucher dan Greuze.

Asal. Tidak jarang melihat gambar biasa-biasa saja mencapai harga tinggi hanya karena dimiliki oleh seorang kolektor bergengsi, misalnya tercatat sejak tiga ratus tahun yang lalu. Perlu diketahui bahwa biasanya, gambar yang berasal dari kolektor yang baik dan tetap berkualitas baik, misalnya gambar-gambar yang dikumpulkan oleh seorang pelukis asli Belanda berkebangsaan Inggris abad ke-17, Sir Peter Lely, sekarang menjadi kebanggaan beberapa museum terbesar di dunia; koleksi gambar pelukis Vasari di abad ke-16, sudah tidak lagi bisa diperoleh di pasaran. Oleh karena itu, kami memperkirakan harga karakteristik “asal”, bagi mereka terlihat seperti bantalan stempel dari koleksi penting. Mungkin sangat signifikan untuk meningkatkan harga.

Ukuran. Pengaruh dimensi; penambahan tinggi atau lebar berpengaruh sekitar 0,2% pada harga.

Tanda tangan. Tanda tangan merupakan karakteristik gambar, lebih dari itu juga menjadi karakteristik seorang pelukis. Beberapa pelukis ada menggunakan tanda tangan, ada pula yang tidak, khususnya atau beberapa diantaranya adalah pelukis Italia. Karya para pelukis Flemish abad ke-17 dan abad ke-18 yang bertanda tangan meningkatkan harga sebanyak 40%.

Reproduksi. Kebanyakan gambar direproduksi dalam katalog yang diterbitkan sebelum lelang. Christie's dan Sotheby's jelas mereproduksi gambar berkualitas, dan ini muncul rata-rata, menjadi 2 sampai 2,6 kali lebih mahal daripada yang tidak direproduksi. Perhatikan bahwa harga mungkin juga didorong sebagai konsekuensi

reproduksi; itu tidak termasuk gambar reproduksi pada bagian sampul katalog. Hal ini berfungsi untuk menaikkan nilai jual karya.

Ruang penjualan. Gambar yang dijual oleh Sotheby's tampaknya ada 5 sampai 10 % lebih mahal daripada yang dijual oleh Christie's. Ini berefek secara statistik, namun tidak terlalu signifikan.¹⁶

Dalam penelitian lain, persoalan indikator juga dibahas dari sudut yang berbeda. Menurut Marshal & Forrest, proses pemasaran sebuah karya seni rupa secara alami dimulai dengan perupanya sendiri. Sebagai produsen karya seni, penilaian secara internal dikaitkan utamanya dengan reputasi dan pengalaman perupa, kekuatan merek atau pencitraan, keterampilan teknis, dan harga dasar yang diharapkan. Reputasi perupa termasuk unsur pendidikan formal (meskipun ini bukan faktor yang menentukan, bandingkan dengan para perupa otodidak dan perupa masa seni primitif berkembang sering sangat dihargai), penghargaan/keanggotaan dalam organisasi (seni maupun sosial masyarakat), dan sejauh mana museum, galeri telah mengoleksinya.

Penelitian Marshal menimbang situasi khusus perupa sebagai produsen; karya seni rupa sebagai produk; infrastruktur seni, kritikus dan komentator sebagai fasilitator; serta galeri sebagai perantara. Di sisi lain pembeli sebagai konsumen dan investor di bursa seni menghadapi subjektivitas, ketidakyakinan, dan risiko. Penelitian Marshal dalam konteks ini cukup baik dalam memberi bingkai kerja konseptual untuk mengembangkan penelitian mengenai pengaruh transaksi seni.¹⁷ Berikut hubungan antara berbagai indikator yang diungkapkan oleh Marshal & Forrest.

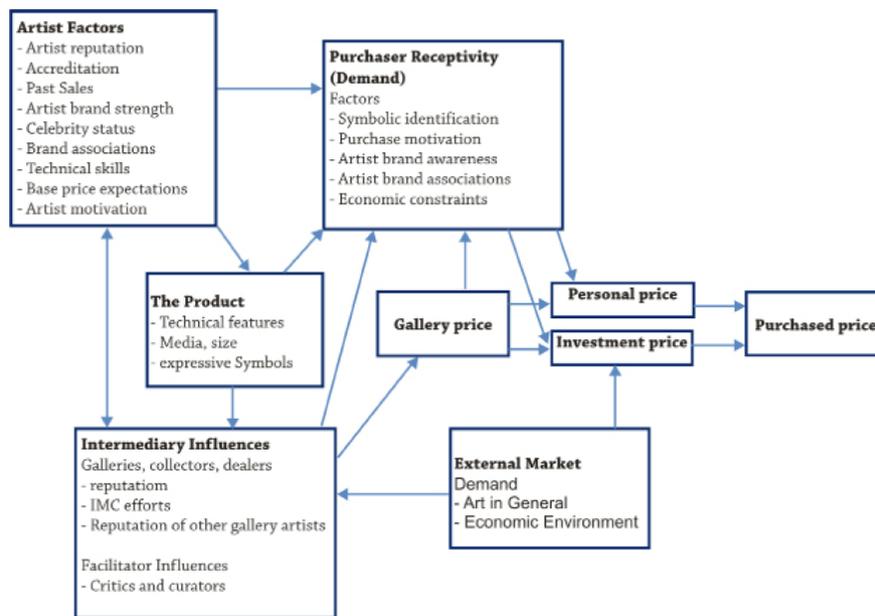


Diagram 1. Alur Pengaruh dalam “*Valuation of Art*”.
Sumber: Kimball P. Marshall & PJ. Forrest

¹⁶ Victor Ginsburgh & Nicolas Schwed, 4-6.

¹⁷ Kimball Marshall & PJ. Forrest, “A Frame Works for Identifying Factors that Influence Fine Art Valuation from Artist to Cunsumers” dalam *The Marketing Management Journal*, Volume 21, Issue 1, Spring, 2011, 111-123.

Sejumlah kriteria dan indikator dari tiga penelitian ini sudah dapat dimaknai sebagai sebuah pengejawantahan dalam persoalan penilaian aset atau penetapan harga lukisan. Kesepakatan publik atas nilai dan harga lukisan telah berkesan sebagai realitas bersama, baik pada sebuah pasar lelang maupun pasar non-lelang, meskipun harga sebuah karya seni sering tidak selalu cocok dengan nilai-nilai di dalamnya.

Harga pasar benda seni hari ini sering bernilai lebih dibanding hari sebelumnya. Pada kenyataannya, bias efek penilaian memang melindungi harga dan mencegah harga karya jatuh ke titik paling bawah. Hal ini menunjukkan bahwa transaksi karya seni adalah proses yang tidak demokratis, dilakukan secara diam-diam oleh perjanjian pribadi atau forum elite dan sering menampilkan ketidakseimbangan ditandai informasi antara penjual dan pembeli. Ketika harga begitu liar dan sering melebihi nilai di pasaran, koreksi harus segera dilakukan.¹⁸

Dalam penelitian disertai yang tengah dikerjakan penulis, sumber utama dalam penelitian adalah naskah *Panduan Penilaian Koleksi Karya Seni Istana Kepresidenan Republik Indonesia*. Naskah ini merupakan bagian dari proses dan program penetapan harga aset benda seni koleksi Istana Kepresidenan Republik Indonesia yang dilaksanakan pada 2011. Dalam naskah ini termaktub sejumlah 9 indikator penilaian aset dalam proses penetapan harga. Dalam panduan tersebut sejumlah indikator yang disebut antara lain: Sejarah & Prestasi Perupa, Ide & Tema Karya, Kondisi Karya, Media & Bahan, Ukuran, Alat dan Teknik, Sejarah Karya, Sejarah Akuisisi, dan Publikasi. Dengan perbandingan sejumlah kajian di atas berikut perbandingan indikator-indikator penilaian karya seni yang menjadi dasar dalam penetapan harga.

Tabel Perbandingan sejumlah indikator penilaian karya seni.

Kemenkeu & Kemensekneg Republik Indonesia	Michael Findlay	Victor Ginsburgh & Nicolas Schwed	Kimball P. Marshall & P.J. Forrest
Sejarah & Prestasi Perupa	Kondisi	Tanda tangan	Seniman
Ide & Tema Karya	Kualitas	Subjek	Produk
Kondisi Karya	Keotentikan	Ukuran	Permintaan
Media & Bahan	Kepemilikan	Teknik	Pengaruh perantara
Ukuran	Sebaran citra	Asal	
Alat & Teknik		Ruang penjualan	
Sejarah Karya		Reproduksi	
Sejarah Akuisisi			
Publikasi			

Penyusun: Mikke Susanto

Dari tabel di atas dapat dibaca sejumlah perbedaan yang cukup signifikan. Perbandingan yang paling terlihat dari keempatnya adalah adanya jumlah atau jenis indikator yang dipakai.

¹⁸ Ian Robertson, "Price before Value" dalam Ian Robertson and Derrick Chong (ed.), *The Art Business* (Oxon: Roulledge, 2008), 49

Tabel di atas membuktikan bahwa sejumlah indikator memiliki cara pandang yang berbeda, sesuai dengan sampel yang diajukan oleh masing-masing peneliti. Sejalan dengan itu, meskipun dalam konteks yang berbeda, kajian yang dilakukan Olav Veltuis untuk melihat determinan harga karya seni patut untuk dicermati. Menurut Veltuis, jika diminta untuk memberikan estimasi harga sebuah karya, tanyakan berapa ukurannya, teknik yang digunakan, dan mengapa karya seni tersebut dijual. Selain itu harus melihat pula dimana karya tersebut dijual, maksudnya level galeri yang mendistribusikannya.¹⁹

Penetapan Harga sebagai Agenda Budaya

Veltuis mengajak apresiasi untuk melihat konteks penelitian yang sedang dikaji. Veltuis lebih jauh memberi pernyataan bahwa ide penetapan harga suatu barang merupakan kegiatan sosial dan interpretasi budaya, meskipun hal ini seringkali diabaikan. Telah terjadi kontras yang tajam antara tindakan sosial dan urusan pasar, karena dikaburkan oleh sistem harga. Dalam konteks ini, harus dibedakan antara seni sebagai komoditas dan seni sebagai instrumen estetis, antara harga (*an sich!*) dan nilai intrinsik, antara konsumen biasa dan kolektor, antara kriteria artistik tambahan dan tuntutan yang benar-benar artistik, antara objek kesenangan dan objek keindahan, termasuk antara nilai (*value*) dan harga (*price*) itu sendiri. Aksiologi yang bersifat dualitas ini berbicara tentang wacana ganda atas persepsi tentang nilai.

Di satu sisi, ada wacana teori ekonomi: uang, perdagangan, teknologi, industri, produksi-konsumsi, pekerja-konsumen. Di sisi lain, ada wacana estetika: budaya, seni, jenius, penciptaan dan apresiasi, seniman dan penyuka seni (kolektor biasa hingga *connoisseurs*). Dalam tataran pertama, yaitu ekonomi, peristiwa dijelaskan dalam hal perhitungan, preferensi, manfaat, keuntungan, harga, dan utilitas. Dalam konteks kedua yakni seni, peristiwa dijelaskan atau lebih tepatnya perbedaan atau oposisi “dibenarkan”, dalam hal ini inspirasi, rasa (seperti rasa yang baik, rasa tidak enak, tidak ada rasa), nilai intrinsik, dan nilai transenden bersatu.

Dalam hal ini terdapat wacana yang bersifat oposisi. Satu wacana berbicara dalam hal “utilitarianisme” atau “utilitas teori” yang mengandaikan “rasionalitas instrumental” sebagai satu-satunya konsep yang dapat mengesahkan dan memberi nilai. Wacana lain berbicara atas nama “humanisme” dan “anti-utilitarianisme” yang mengandaikan “nilai rasionalitas” atau “rasionalitas substantif” sebagai satu-satunya konsep yang sah atas sebuah penentu nilai. Sehubungan dengan nilai seni, tipe ideal yang diwujudkan oleh sudut pandang tradisional ketika seni dan pengalaman estetik memiliki nilai sendiri, yang melampaui setiap “utilitas” harus dilindungi terhadap upaya penyederhanaan.²⁰

Teori Baudrillard paralel dengan hal di atas, misalnya saat mengusung konsep “nilai guna” (*use-value*) dan “nilai tanda” (*sign-value*). Hal ini menarik untuk disikapi sebagai wacana penting. Dalam diagnosis sejumlah praktik budaya kontemporer, Baudrillard menghadapkan kita dengan instrumentalisasi budaya secara radikal. Ledakan sirkulasi dan distribusi komoditas, misalnya, telah mereduksi “nilai guna” menjadi “nilai tukar”.²¹

Ketika seseorang melihat lukisan Van Gogh, yang berjudul *Dokter Gachet* misalnya, lukisan ini baginya merupakan penanda, yang dapat digunakan secara acak untuk menandakan “selera

¹⁹ Olav Veltuis, “Chapter 4: Determinants of Prices” mencermati harga berdasarkan pasar dan terkait dengan seni rupa kontemporer di Belanda dan Amerika. Pernyataan Veltuis di atas terdapat dalam Olav Vethuis, *Talking Prices: Symbolic Meanings of Prices on the Market for Contemporary Art* (New Jersey: Princeton University Press, 2005), 112.

²⁰ Antoon van den Braembussche, “The Value of Art A Philosophical Perspective” dalam Arjo Klamer (ed.), *The Value of Culture on the Relationship between Economics and Arts* (Amsterdam: University Press, 1996), 34-35.

yang bagus”. Lukisan kehilangan makna aslinya dan pada saat yang sama hanya karena merupakan sebuah objek nilai tukar. Jika lukisan ini hanya dianggap sebagai nilai tukar, lukisan akan kehilangan nilai otentik dan estetik. Hal yang sama terjadi ketika lukisan Van Gogh berjudul *The Sunflowers* dijual di lelang. Di sini lukisan tersebut hanya berfungsi sebagai alibi untuk pengeluaran keuangan. Nilai simbolis dari lukisan itu hancur dan lelang hanya melegitimasi ide lukisan dalam cara yang absolut: karena lukisan ini terkenal, bukan karena makna atau kisahnya yang dalam. Artinya hubungan antara harga dan nilai berada pada wilayah abu-abu. Penetapan harga dapat dianggap sebagai agenda budaya yang memunculkan persepsi dan aroma yang berlapis-lapis.

Semua memang bergantung dari mana kita duduk saat mengapresiasi sebuah lukisan.

Daftar Pustaka

- Becker, Howard S. *Art Worlds*. California: University of California Press, 1982.
- Carter, Michael. *Framing Art: Introduction Theory and The Visual Image*. Sydney: Transvisual Studies, 1990.
- Davis, Ron. *Art Dealer's Field Guide: How to Profit in Art, Buying and Selling Valueble Painting*. Jacksonville: Capital Letters Press, 2009.
- Findlay, Michael. *The Value of Art*. London: Prestel, 2014.
- Gagosian, Larry. “Money and Art”, dalam *Art in America*, summer, 1988.
- Ginsburgh, Victor & Nicolas Schwed. “Price Trends for Old Master's Drawings 1980-1991” dalam *The Art Newspaper*, September 1992.
- Klamer, Arjo (ed.). *The Value of Culture on the Relationship between Economics and Arts*. Amsterdam: University Press, 1996.
- Marshal, Kimball & PJ. Forrest. “A Frame Works for Identifying Factors that Influence Fine Art Valuation from Artist to Cunsumers” dalam *The Marketing Management Journal*, Volume 21, Issue 1, Spring, 2011.
- Moureau, N. *Analyse économique de la valeur des biens d'art: la peinture contemporaine*. Paris: Economica, 2000.
- Robertson, Iain. *Understanding International Art Markets and Management*. London: Routledge, 2005.
- Robertson, Iain and Derrick Chong (ed.). *The Art Business*. Oxon: Roulledge, 2008.
- Teerink, Simone. “Unraveling Art Prices: A study about determinants influencing the price of art on the Dutch primary art market, 2000-2010”, *Thesis*, Erasmus University Rotterdam, 2014.
- Tekindor, Arzu Aysin. “Uniqueness in Art Market Specialization in Visual Art” dalam *Selected Paper* prepared for presentation at the Agricultural & Applied Economics Association's 2012 AAEE Annual Meeting, Seattle, Washington, August 12-14, 2012.
- Tjiptono, Fandy. *Strategi Pemasaran (edisi 4)*. Yogyakarta: Penerbit Andi, 2015.
- Vethuis, Olav. *Talking Prices: Symbolic Meanings of Prices on the Market for Contemporary Art*. New Jersey: Princeton University Press, 2005.