

## Industrialisasi Seni Kriya Di Desa Mas, Gianyar

Ni Wayan Sukarini<sup>1</sup>, Ni Luh Sutjiati Beratha<sup>2</sup>, I Made Rajeg<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup>Program Studi Sastra Inggris, Fakultas Ilmu Budaya, Universitas Udayana,  
Jalan Pulau Nias No 13, Denpasar, 80114, Indonesia

Penelitian Unggulan Udayana, Fakultas Ilmu Budaya,  
Jalan Pulau Nias No 13, Denpasar, 80114, Indonesia

*wayan\_sukarini@unud.ac.id*

---

Seni kriya merupakan salah satu seni kerajinan. Desa Mas di Kabupaten Gianyar Bali penduduknya memiliki nilai seni yang tinggi untuk berkreasi dalam seni kriya sehingga produk-produknya diminati oleh wisatawan. Artikel ini bertujuan mencermati perkembangan seni kriya di Desa Mas yang sebelumnya dikerjakan dengan tangan (*handmade*) namun sekarang pengerjaannya dilakukan dengan bantuan mesin karena permintaan yang terus meningkat dan bisa dikatakan bahwa seni kriya sudah diproduksi secara massal sehingga sudah terjadi industrialisasi terhadap seni kriya; mendeskripsikan industrialisasi yang terjadi pada seni kriya serta mencermati gagasan-gagasan baru terkait dengan pemertahanan identitas kebudayaan Bali melalui produk seni kriya yang mengalami proses industrialisasi dan memiliki daya saing tinggi di pasar pariwisata. Metode yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif yang mencakup teknik pengamatan terlibat dan wawancara mendalam serta analisis data secara deskriptif, holistik, dan interpretatif. Hasil yang diperoleh adalah pemahaman mendalam tentang seni kriya yang mengalami dinamika dari aslinya sebagai akibat dari industrialisasi di tengah perkembangan pariwisata yang semakin pesat.

*Kata Kunci: industrialisasi, seni kriya, kebudayaan Bali.*

### ***Industrialization Of Craft Art At Mas Village, Gianyar***

Mas Village in Gianyar Bali has a very high artistic creative value in the art of craft so that its products are in demand by tourists either local, national, or international. This article aims to examine the development of craft art at Mas Village which was previously done handmade but now is with the help of machines because of the increasing demand (mass produced) so that there has been industrialization of the art of craft. This article also describes the industrialization happens in the art of craft and observes new ideas related to the preservation of Balinese cultural identity through craft art products industrialization process which have high competitiveness in the tourism market. Qualitative research method is applied in this research which includes observation technique and in-depth interviews. All data is analysed descriptively, holistically, and interpretatively. The results obtained are an in-depth understanding of the art of craft that gone through the dynamic process from its original as a result of industrialization in the mid of the rapidly growing tourism development.

*Keywords: industrialization, art of craft, Balinese culture.*

---

Proses Review : 7 - 25 Januari 2019, Dinyatakan Lolos: 29 Januari 2019

## PENDAHULUAN

Pariwisata budaya yang dijiwai oleh Agama Hindu adalah jenis kepariwisataan yang dikembangkan di Bali seperti tertuang dalam Perda Nomor 2 Tahun 2012. Pariwisata Budaya adalah pariwisata yang dalam perkembangan dan pengembangannya bertumpu pada kebudayaan Daerah Bali yang berlandaskan Agama Hindu dan merupakan bagian dari kebudayaan nasional. Pengembangan kepariwisataan di Bali diharapkan agar terjalinnya hubungan yang serasi, selaras, dan seimbang antara pariwisata dan kebudayaan. Tujuan pengembangan pariwisata budaya adalah untuk memperkenalkan, mendayagunakan, melestarikan, dan meningkatkan mutu objek dan daya tarik wisata, mempertahankan norma-norma dan nilai-nilai kebudayaan, agama dan kehidupan alam Bali yang berwawasan lingkungan hidup, mencegah dan meniadakan pengaruh-pengaruh negatif yang dapat ditimbulkan oleh kegiatan pariwisata (Ardika, 2008).

Perkembangan pariwisata yang begitu pesat tak terkecuali di Bali tentu membawa konsekuensi di berbagai bidang sehingga semakin terbuka kesempatan dan peluang bagi masyarakat Bali untuk berkarya dan berinovasi terutama untuk menunjang sektor industri kecil dan industri rumah tangga. Industri merupakan suatu kegiatan untuk memproses dan membuat barang dengan menggunakan sarana dan peralatan. Hal ini dapat dipahami dari adanya industrialisasi pada produk seni kriya. Bukti ini sesuai dengan pendapat Burns dan Holden (1995:112—113) bahwa pariwisata dapat menimbulkan proses industrialisasi terhadap budaya masyarakat lokal. Budaya yang dianggap sebagai daya tarik wisata dapat dikonsumsi oleh wisatawan baik secara langsung maupun tidak langsung. Fenomena seperti ini telah terjadi di Bali, dan menunjukkan bahwa Budaya Bali khususnya yang berupa barang-barang kerajinan telah dijadikan komoditas atau mengalami proses industrialisasi untuk dikonsumsi oleh wisatawan sehingga menimbulkan kesan komersialisasi, bahkan memungkinkan terjadinya penurunan kualitas.

Kegiatan dalam industri kerajinan ini dapat mengubah barang-barang secara mekanis yaitu membuat produk baru sesuai dengan pesanan (*made to order*), sebagai komoditas wisatawan. Di Bali, terdapat industri kerajinan tangan yang sangat beragam, misalnya industri pembuatan kerajinan barang-barang anyaman, kerajinan perak dan emas, kerajinan ukiran kayu, dan lain-lain. Desa-desanya yang ada di Bali khususnya yang terdapat di Kabupaten Gianyar sudah sangat terkenal dengan seni kerajinannya berdasarkan ciri khas dari masing-masing desa, misalnya Desa Tegallalang terkenal dengan seni patung, Ubud dengan

seni lukis dan ukiran kayu, Celuk terkenal karena seni kerajinan emas dan perak. Hasil kerajinan dari desa-desa tersebut memiliki kekhasan tersendiri, seperti patung burung garuda merupakan hasil produksi Desa Pakudui Tegallalang, Ubud dengan patung binatang lumba-lumba, lukisan, sedangkan perhiasan emas ataupun perak berukir dengan teknik tairiam granulasi terap-terapan ukiran ciri khas Desa Celuk, Gianyar. Barang-barang kerajinan ini dibuat untuk dijual atau diekspor ke manca negara. Di samping itu, dewasa ini ada pula wisatawan yang memesan (*made to order*) barang-barang kerajinan tersebut. Dari hasil pengamatan tampaknya bahwa ada industrialisasi yang terjadi pada barang-barang kerajinan yang diproduksi oleh desa-desa tersebut, terutama barang-barang kerajinan yang dibeli melalui pesanan (*made to order*). Dengan kata lain barang-barang kerajinan *made to order* telah mengalami proses industrialisasi.

Studi yang dilakukan oleh Graburn menunjukkan bahwa sejak tahun 1959 patung-patung manusia dari suku Indian Inuit telah diciptakan untuk dijual dan diekspor. Lebih lanjut Graburn mengatakan bahwa patung-patung yang dipesan oleh para wisatawan mengalami industrialisasi karena disesuaikan dengan selera pemesan. Menurut Graburn, sejak tahun 1980–1990, hasil karya seniman Inuit (suku bangsa Indian di Kanada Selatan) mendapat pengaruh yang kuat dari budaya barat melalui pariwisata, televisi, dan media lainnya. Para seniman Inuit mulai menghasilkan komposisi yang kompleks dari hasil kerajinannya. Ini bertujuan untuk memperkenalkan hasil kerajinan yang bersifat non Inuit karena isu sosial. Tujuan utamanya adalah agar industri kerajinannya bisa berhasil. Keberhasilannya dapat ditunjukkan oleh siapa pembelinya (dari negara mana saja pembelinya). Fenomena serupa juga terjadi pada desa-desa yang memproduksi seni kerajinan di Bali saat ini.

Sejauh ini belum ditemukan kajian yang mendalam tentang industrialisasi yang terjadi pada hasil seni kriya akibat selera pasar (pemesan). Oleh sebab itu, penelitian untuk mengetahui implikasi industrialisasi terhadap seni kriya perlu dilaksanakan. Industrialisasi yang terjadi terhadap barang-barang seni kriya karena keinginan pemesan perlu mendapat perhatian.

## TEORI DAN METODE PENULISAN

Teori yang mendasari penelitian ini adalah teori globalisasi. Menurut Appadurai (1993:296), arus kebudayaan global (*global cultural flow*) dapat dimengerti melalui hubungan antara kelima komponen yang menjadi ciri-ciri kebudayaan global. Kelima komponen tersebut adalah: (1) *ethnoscapes*, (2) *technoscapes*, (3) *mediascapes*, (4) *finanscapes*, dan (5)

*ideoscapes*. Kelima komponen dalam penelitian ini sekaligus dijadikan parameter untuk menentukan kebudayaan global, karena analisis penelitian ini meliputi: *Ethnoscapes*, yaitu perpindahan penduduk atau orang dari suatu negara ke negara lain. Sebagai contoh wisatawan, imigran, pengungsi, tenaga kerja yang merupakan ciri dari kebudayaan global. *Technoscapes* atau sering pula disebut dengan arus teknologi yang mengalir begitu cepat ke semua negara. *Mediascapes* adalah penyebaran informasi melalui media ke semua belahan dunia. *Finanscapes* merupakan aspek finansial yang tampaknya agak sulit untuk diprediksi di era globalisasi. *Ideoscapes* mengacu kepada komponen yang memiliki kaitan dengan masalah politik, seperti demokrasi, kedaulatan, kesejahteraan, hak, kebebasan.

Melalui kelima parameter di atas industrialisasi yang terjadi pada seni kriya bisa diteliti, karena dapat terjadi pada sistem produksi yang meliputi bahan, bentuk, ukuran, dan warna, dan lain-lain. Oleh sebab itu, globalisasi dapat melibatkan pasar kapitalis, dan relasi sosial, serta aliran komoditas yang melampaui batas-batas nasional menuju masyarakat global. Dengan melihat kondisi seperti ini, teori globalisasi seperti yang diuraikan di atas sangat tepat untuk diterapkan pada penelitian ini karena mampu memecahkan ketiga permasalahan penelitian ini.

Lokasi penelitian ini di desa yang menghasilkan barang kerajinan yang ada di Kabupaten Daerah Tingkat II Gianyar, Bali, yaitu desa Mas. Desa tersebut dipilih sebagai lokasi penelitian karena kerajinan membuat ukiran dan patung dari kayu, aktivitas sebagian anggota masyarakat sebagai mata pencaharian hidup, sehingga di desa tersebut berkembang industri besar, sedang, kecil, atau industri rumah tangga. Industri kerajinan di desa Mas menjadi industri budaya yang berkembang sangat pesat sejak tiga dasa warsa terakhir ini. Industrialisasi tersebut disebabkan oleh adanya pembeli barang-barang kerajinan dengan memesan atau *made to order* dalam jumlah banyak sehingga harus diproduksi secara massal. Penjualan barang kerajinan seperti ini mengikuti selera pembeli yang umumnya adalah wisatawan manca negara. Oleh sebab itu, originalitas atau kekhasan kerajinan yang pembuatannya menggunakan keterampilan tangan mengalami perubahan karena menggunakan mesin.

Metode yang digunakan untuk memperoleh data pada penelitian ini adalah pengamatan langsung (*participant observation*), wawancara mendalam, dan studi dokumentasi. Informan yang dipilih sebagai narasumber atau pemberi informasi dalam penelitian ini adalah beragam, meliputi kaum laki-laki dan perempuan yang memproduksi seni kriya. Ke-

beragaman ini dimaksudkan, selain untuk memperoleh data dan fakta yang banyak dan bermutu, juga agar diperoleh informasi penting untuk dianalisis. Pemilihan informan dilakukan dengan teknik purposif, yakni dengan memilih para perajin dan pengusaha kerajinan. Selanjutnya, dengan memposisikan para perajin tersebut sebagai informan kunci maka dilakukan teknik menggelinging (*snowball*). Artinya, dari informan informan kunci digali identitas informan lain yang dibutuhkan dalam penelitian ini. Para informan kunci itulah yang memberikan informasi tentang jenis-jenis barang kerajinan yang dipesan, bentuk-bentuk yang berubah dan penyebab terjadinya industrialisasi yang selanjutnya juga memberikan informasi mengenai calon informan lainnya. Teknik wawancara dan observasi juga digunakan dalam penelitian ini. Namun jenis wawancara dalam hal ini adalah wawancara mendalam, terutama wawancara mengenai pengalaman individu yang biasanya disebut sebagai metode penggunaan data pengalaman individu (*individual life history*) atau dokumen manusia (*human document*) (Koentjaraningrat, 1989:158). Teknik wawancara ini dilengkapi juga dengan wawancara mendalam biasa (bukan *life history*). Hal-hal yang diamati atau diobservasi adalah situasi sosial di kediaman informan, termasuk orang-orang yang terlibat dalam situasi tersebut lengkap dengan peranannya masing-masing.

Analisis data dan informasi dilakukan dengan analisis interpretatif yang dirangkaikan dengan pendekatan emik dan etik, sehingga kemungkinan adanya masalah dengan informan yang telah melakukan sesuatu tetapi tidak mampu menginformasikan maknanya sebagaimana dikatakan oleh Brian Fay (2004) dapat dihindari. Proses analisis ini sejalan dengan proses wawancara dan pengamatan, artinya analisis dilakukan secara bergantian dengan wawancara dan pengamatan dalam satu paket waktu. Setiap informasi penting yang diperoleh dari informan langsung dianalisis untuk membentuk hipotesis-hipotesis kecil yang kemudian digunakan untuk mengajukan pertanyaan berikutnya. Dengan demikian teknik analisis dan wawancara tersebut mengacu kepada hal yang disebut dengan istilah *go hand-in-hand* (Taylor dan Bogdan, 1984:128).

Data yang terkumpul dalam penelitian ini sebagian besar berwujud data kualitatif. Data ini dianalisis dengan melakukan berbagai kegiatan, yakni reduksi data, menyajikan, menafsirkan, dan menarik simpulan (Miles dan Huberman, 1992; Hikmat, 2000). Reduksi data meliputi berbagai kegiatan, yakni penyeleksian, pemokusan, simplifikasi, pengkodean, penggolongan, pembuatan pola, foto dokumentasi untuk situasi atau kondisi yang memiliki makna subyektif, kutipan wawancara yang memiliki makna



**Gambar 1.** *Terra-cotta*



**Gambar 2.** Hiasan dinding

subyektif, dan catatan reflektif. Penyajian data dan penafsiran berkaitan dengan penyusunan teks naratif dalam kesatuan bentuk, keteraturan, pola-pola, penjelasan, konfigurasi, alur sebab akibat, dan proposisi. Sedangkan penarikan kesimpulan atau verifikasi antara lain mencakup hal-hal yang hakiki, makna subyektif, temuan konsep, dan proses universal. Kesemuanya ini tidak terlepas dari masalah yang ditelaah. Kegiatan pengumpulan data, reduksi data, penarikan simpulan dan penyajian data, merupakan rangkaian kegiatan yang terkait dan bisa berlangsung secara ulang-alik, sampai mendapatkan hasil penelitian akhir, yakni etnografi yang bersifat holistik dan sarat makna, dalam konteks pemberian jawaban terhadap masalah yang dikaji dalam penelitian ini.

Penelitian ini menyajikan hasil analisis data melalui kombinasi dari dua metode, yaitu metode formal dan informal. Metode formal diwujudkan melalui penggunaan tanda-tanda dan lambang termasuk tabel dan gambar. Dengan metode formal, penyajian hasil analisis data menjadi lebih ringkas, padat agar pembaca lebih mudah memahami hasil penelitian ini. Penyajian informal direalisasi dalam bentuk kata-kata dan kalimat, termasuk penggunaan istilah teknis. Penggunaan kata-kata yang bermakna ganda dihindari sejauh mungkin agar penyampaian informasinya jelas. Semua ini disajikan tanpa mengabaikan kaidah-kaidah penulisan akademik.

### **Penyebab Terjadinya Industrialisasi Pada Seni Kriya Di Bali Pada Era Global**

Industri pariwisata di Bali pada jaman moderen ini telah menjadikan sejumlah budaya masyarakat lokal sebagai produk atau komoditas seperti halnya seni kriya yang dapat dikonsumsi oleh wisatawan, baik wisatawan lokal, nusantara, maupun wisatawan manca negara. Produk seni kriya ini memiliki nilai estetika dan nilai sosial budaya yang mampu memberikan kepuasan batin kepada konsumen di satu sisi dan memberikan keuntungan ekonomi bagi para perajin seni tersebut di sisi lainnya. Kepuasan pada pihak konsumen menimbulkan adanya aktivitas industri kerajinan pada industri pariwisata. Permintaan wisatawan atau konsumen barang-barang kerajinan tersebut meningkat seiring dengan memungkinkannya konsumen tersebut membeli barang melalui pesanan

(*made to order*). Pesanan ini berimplikasi pada produksi produk seni kriya yang meningkat pula melalui industrialisasi. Industrialisasi adalah proses produksi seni kriya yang kreatif dan inovatif dalam rangka memenuhi keinginan pasar, mendukung pendapat Ardika (2008) yang menyebutkan bahwa terdapat dua faktor utama terjadinya proses industrialisasi, yaitu faktor eksternal dan internal. Kedua faktor tersebut dijelaskan secara rinci sebagai berikut.

### **Faktor Eksternal**

Pariwisata berimplikasi positif terhadap perekonomian masyarakat, salah satunya ialah bahwa pariwisata mendorong meningkatnya ekspor barang-barang kerajinan hasil industri seni kriya. Ekspor ini didukung juga oleh produksi seni kriya yang diciptakan oleh perajin kreatif dan inovatif serta mengarah pada produk budaya massal. Budaya massal ini disebut juga budaya populer yang diproduksi secara massal dengan wujud yang kreatif dan inovatif untuk memenuhi konsumsi masyarakat berdasarkan ideologi pasar. Pasar yang dimaksud ialah konsumen, baik konsumen dalam negeri maupun luar negeri yang tertarik dengan produk yang dipasarkan melalui pameran-pameran yang dilakukan.

### **Proses Produksi melalui Industrialisasi**

Berkembangnya industri seni kriya tidak lepas dari perkembangan pariwisata yang begitu pesat di Bali. Peranan masyarakat sebagai sumber daya manusia serta peran pihak swasta sebagai pengusaha yang mewadahi aktivitas industri pariwisata, utamanya terkait dengan distribusi hasil produksi.

Salah seorang perajin sekaligus pengusaha, Ketut Sidadja, yang diwawancarai menyatakan bahwa usaha produksi seni kriya yang digeluti diawali dengan ikut membantu badan usaha milik orang tuanya yang saat itu memiliki dua divisi, yakni divisi ritel dan divisi ekspor. Dari pengalaman membantu usaha tersebut dibangunlah pabrik berbadan usaha CV Dharma Sidadja, yang bergerak khusus di bidang ekspor dan telah beroperasi sejak tahun 1998. Sejak saat itu, dia mulai belajar dan terjun mengurus segala hal yang berhubungan dengan pabrik kerajinan, dari proses awal hingga produk dikirim ke pembeli di luar negeri. Untuk mendukung proses produksi, dilakukan

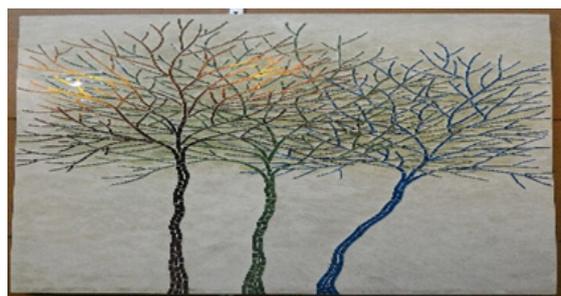


**Gambar 3.** Patung jerapah

ekspansi dengan membangun pabrik–pabrik baru di Desa Lod Tunduh dan Desa Tengkulak, Ubud, serta di Yogyakarta yang didirikan pada tahun 2004. Dengan semangat kapitalisme, kerajinan *terracotta*, vas-vas, dan hiasan dinding telah diproduksi menjadi komoditas produk yang disesuaikan dengan selera pasar. Proses produksi ini didukung oleh kemampuan kreativitas kelompok desain miliknya untuk berinovasi dalam menciptakan desain-desain baru yang didukung dengan kemajuan teknologi.

Produksi bahan mentah *terracotta* (barang–barang gerabah) dilakukan di Lombok periode tahun 2000 – 2005, kemudian penyelarasan akhir dilakukan di *workshop* ‘bengkel kerja’ miliknya. Dalam satu tahun, CV Dharma Siadja mampu mengirim hingga satu juta buah kerajinan *terracotta*, dari ukuran paling kecil sampai berbentuk gentong. Kemudian, periode tahun 2005–2006, usahanya lebih banyak memproduksi vas–vas yang berukuran besar yang diambil dari Yogyakarta. Kerajinan vas yang diambil di Yogyakarta, proses penyelarasan akhirnya juga dilakukan di Bali, atau dengan mengirim tenaga penyelarasan akhir dari Bali ke Yogyakarta. Kemudian, produk yang sudah siap, dikirim langsung dari Yogyakarta ke Pelabuhan Tanjung Perak untuk diekspor ke luar negeri. Untuk hal tersebut, Ketut Siadja membatasi pesanan produknya menjadi minimum 50 buah. Dijelaskan pula bahwa usaha yang dipimpinya bisa memperoleh dan mengambil barang dari mana saja semasih dapat diproduksi secara massal, serta kualitas dan kuantitas bisa dijaga.

Untuk saat ini, Ketut Siadja lebih banyak memproduksi hiasan dinding (*wall decoration*) karena kecenderungan atau *trend* pasar saat ini adalah hiasan dinding. Hiasan dinding ini banyak dipajang di ruang tamu, ruang keluarga, dan bahkan kamar mandi. Hiasan dinding yang diproduksi terdiri atas berbagai berbentuk di antaranya ada yang berbentuk bulat dan persegi. Hiasan atau relief yang terdapat pada hiasan dinding ada berbagai macam seperti relief flora dan fauna namun ada juga kecenderungannya disesuaikan dengan musim yang sedang berlangsung dari negara si pemesan. Hiasan-hiasan dinding tersebut ada yang berupa lukisan, ukiran dan juga cermin yang dibing-



**Gambar 4.** Hiasan dinding musim gugur

kai dengan ukiran.

Selain pewarnaan, MDF (*Medium-Density Fibre-board*) merupakan salah satu jenis bahan baku yang digunakan dalam produksi produk CV Dharma Siadja. MDF adalah papan material yang tersusun dari kombinasi serat kayu dan serbuk kayu yang dipadatkan dalam tekanan dan suhu yang tinggi dengan bantuan *resin* dalam prosesnya. Seperti halnya *plywood*, MDF banyak dipakai untuk rangka mebel atau *furniture*. Perlu diketahui bahwa MDF merupakan bahan baku yang memiliki jenis yang berbeda–beda, antara lain: F1, F2, dan seterusnya. Namun, hasil penampilan produk dengan menggunakan MDF jenis F1, F2, atau jenis yang lainnya tampak sama saja. Perbedaannya terlihat ketika diadakan uji laboratorium dari sebuah produk apakah produk tersebut memakai MDF jenis F1, F2, atau jenis lainnya. Untuk hal ini, Ketut Siadja berpatokan pada permintaan pemesan. Jika pemesan memintanya untuk memakai MDF jenis F1, maka produk dibuat memakai bahan baku yang diminta untuk menghindari terjadinya ganti rugi dan menjaga kepercayaan pemesan dan konsumen. Ketut Siadja menegaskan bahwa satu hal yang membedakan satu jenis MDF dengan jenis MDF lain adalah kandungan kimianya. Beliau berasumsi bahwa tingkat keamanan jenis MDF F1 dan MDF F2 berbeda, sehingga dapat mempengaruhi harga bahan baku tersebut.

Untuk penamaan produk, Ketut Siadja merelakan produknya dinamai oleh pemesan atau konsumennya karena beliau tidak terlalu menghiraukan hal tersebut. Juga dikatakan bahwa ada pemesannya yang menamai produknya diawali dengan kata ‘Dharma’ dan ditambahkan dengan kata lain.

### **Distribusi**

Seperti telah disebutkan pada pembahasan sebelumnya, bahwa produk kerajinan cinderamata atau komoditas yang dihasilkan industri seni kriya merupakan salah satu pendukung komponen pariwisata. Adapun komponen terkait ialah pasar, dalam hal ini adalah konsumen dan pemasaran. Pemasaran suatu produk dalam pariwisata disebut juga distribusi yang meliputi saluran, yaitu suatu media bagaimana komoditas atau produk diinformasikan dan didistribusikan kepada pasar–konsumen (Danesi, 2010:2).

Perajin dan pengusaha Ketut Siadja mempromosikan usahanya dengan membuka pameran di *stand* kerajinan tangan di Bali Galeria Nusa Dua, Bali pada tahun 1993, disusul dengan pameran – pameran lainnya, seperti di Bali Beach Hotel dan Galeria Kuta serta kembali membuka tiga ruang pameran di area Bali Nusa Dua. Kemudian, sistem jemput bola dan pemetaan pasar ekspor di kancah internasional dilakukan untuk meningkatkan jumlah peminat dan pembeli yang sebelumnya relatif tetap. Sistem lain yang dilakukan untuk mengenal kompetitornya adalah dengan melakukan tur promo bisnis ke Amerika dan Eropa. Ditambahkan bahwa pertemuan dengan calon pemesan atau pembelinya dilakukan di pameran yang diadakan secara rutin setahun sekali di Eropa dan Jakarta, atau calon pemesan dan pembeli biasanya datang langsung ke galerinya di Ubud, Bali pada bulan April dan atau Oktober setiap tahunnya. Untuk pemasaran dalam negeri sendiri, Ketut Siadja hanya menjual produknya ke Vinoti Living dengan persentase kurang dari 0,5% dari *total omzet* perusahaannya.

Pemasaran produk dengan mengadakan ataupun mengikuti pameran, menurut Ketut Siadja sangatlah penting untuk meningkatkan promosi dan eksistensi di bidang bisnis tersebut. Menurutnya, berpartisipasi di dalam sebuah pameran sangat penting dilakukan. Namun, dia harus tetap jeli dalam memilih pasar serta disesuaikan dengan kategori produk dan pasar itu sendiri. Oleh karena itu, Ketut Siadja lebih memilih untuk memamerkan produknya di Amerika atau Eropa, di mana kebutuhan primer dan sekunder masyarakatnya sudah terpenuhi dengan baik, sehingga kebutuhan tersiernya dapat terpenuhi dengan membeli produk–produk yang ditawarkan oleh Ketut Siadja.

### Konsumen

Dalam industri pariwisata komponen yang paling menentukan adalah pasar-konsumen, yang memiliki keterkaitan dengan komponen lainnya seperti pihak swasta dalam hal ini pengusaha di bidang industri pariwisata seperti pengelola hotel, restoran, dan pengusaha di bidang industri cinderamata. Produksi seni kriya yang inovatif dan kreatif selalu disesuaikan dengan desain-desain yang laku di pasaran, dalam arti bahwa desain-desain yang diminati oleh konsumen (yaitu wisatawan lokal, domestik, dan wisatawan manca negara). Konsumen-wisatawan melakukan perjalanan wisata di samping untuk menikmati keindahan objek wisata secara langsung tetapi juga menikmati objek yang diproduksi dalam bentuk cinderamata sebagai komoditas. Cinderamata yang laku di pasaran ialah replika objek wisata itu sendiri dan produk cinderamata yang telah diproduksi dengan desain kreatif dan inovatif sesuai sel-

era pasar. Konsumen, dalam hal ini, wisatawan telah menentukan sejak awal untuk membeli cinderamata yang telah ditawarkan melalui berbagai media oleh perajin dan pengusaha di bidang seni kriya. Produk yang dibeli dimanfaatkan semata-mata sebagai cinderamata atau dibeli dan juga dipesan dalam jumlah banyak untuk keperluan bisnis di negaranya.

Konsumen dapat membeli produk secara langsung dan tidak langsung. Secara langsung artinya konsumen yang membeli produk seni kriya dengan datang langsung ke tempat industri kerajinan patung tersebut diproduksi dan pembelinya bisa secara eceran (*retail*), dan bisa dalam jumlah besar atau partai. Pemesanan secara tidak langsung dilakukan oleh konsumen pada saat para pengusaha dan perajin melakukan pameran dagang, *trade fair*, baik di dalam maupun di luar negeri, melalui pemesanan atau *made to order*.

Ketut Siadja memfokuskan pasarnya pada importir dan toko–toko besar di luar negeri. Mitra dagang perusahaan yang berasal dari Eropa dan Amerika berharap agar produk yang mereka pesan melalui *made to order* secara tidak langsung memiliki kualitas yang baik walaupun selalu dipesan dalam jumlah banyak. Untuk memenuhi harapan konsumen, pihak industri atau perusahaan harus sanggup bekerja keras agar tercipta produk–produk yang sesuai selera mereka baik dari aspek kreativitas maupun aspek inovasi. Untuk konsumen yang memesan dari hotel dan atau toko–toko kecil dengan jumlah pemesanan yang kecil disarankan agar mereka membeli produknya dari importir yang sudah membeli produknya sebelumnya.

### Faktor Internal

Perkembangan pariwisata di Bali yang begitu pesat tidak dapat dipungkiri telah memberikan pengaruh terhadap budaya masyarakat lokal dan berkembang ke arah budaya yang kreatif dan inovatif. Dinamika ke arah paradigma baru tersebut adalah pendorong utama para perajin untuk berimajinasi menciptakan produk–produk yang diminati di pasaran dalam rangka mewujudkan tingkat kesejahteraan yang lebih baik. Faktor ekonomi ini dilakukan melalui produksi seni kriya yang memiliki nilai ekonomi tinggi, yaitu tidak saja memproduksi produk yang diminati di pasaran tetapi juga memproduksi produk dengan jumlah yang cukup tinggi. Agar memperoleh manfaat ekonomi yang sesuai, perajin dan pengusaha, Ketut Siadja, menentukan jumlah pemesanan produksi minimum 50 buah. Diapun memiliki teknik dan strateginya sendiri untuk menghadapi dan mengikuti perkembangan zaman, terutama di bidang bisnis ekportir. Dia mampu menangkap dan mempelajari selera dan peluang pasar yang sedang *trendy*. *Trend*

pasar inilah sebagai salah satu strategi penting dalam mengembangkan pasarnya di kancah internasional. Misalnya, *trend* pasar yang diminati juga saat ini ialah seni patung jerapah yang diproduksi dengan desain kreatif dan pewarnaan yang berbeda dengan seni patung jerapah hasil produksi perajin lain.

Kreativitas menciptakan seni kriya dengan paradigma baru merupakan respon dari keinginan pasar yang menghendaki adanya seni kriya inovatif namun tetap memiliki nilai seni budaya masyarakat lokal yang dipadukan dengan seni dan keindahan budaya alam dan masyarakat konsumen. Produksi seni kriya dengan paradigma inovasi baru ini, oleh perajin dan pengusaha Ketut Siadja dilakukan dengan membentuk kelompok desain yang khusus mendesain produk-produknya sehingga dengan mudah dapat dibedakan dari desain produk-produk perajin dan pengusaha lainnya. Kelompok desainer ini mendesain sebuah produk dengan “baju” yang berbeda dari produk lain yang sudah ada. “Baju” yang dimaksud adalah pewarnaan yang dapat membedakan produknya dengan produk dari daerah lain di Bali. Ditegaskan pula bahwa dalam persaingan pasar, bentuk produk boleh serupa, tetapi kualitas dan warna harus berbeda, sehingga hal itu memberikan ciri khas tersendiri untuk produk tertentu. Misalnya cara pewarnaan produknya disesuaikan dengan musim di negara tujuan karena perbedaan musim menentukan perbedaan warna.

Faktor internal lain yang mendorong terjadinya industrialisasi seni kriya ialah kemampuan kreativitas perajin untuk bereksplorasi secara kreatif dan inovatif. Eksplorasi kreatif adalah suatu kreativitas untuk memproduksi kreasi-kreasi baru sebuah karya seni melalui inovasi-inovasi. Mereka menyampaikan dalam wawancara bahwa produksi dengan kreasi dan inovasi baru mencakup inovasi produksi yang dulunya memproduksi *terra-cotta* (terakota, barang-barang gerabah yang diambil dari Pulau Lombok) dari ukuran kecil sampai ukuran besar berbentuk gentong ‘gerabah’ dalam periode tahun 2000-2005. Dengan teknik manajemen yang profesional dan kiprah promosi yang terarah, ditambah dengan bakat Ketut Siadja menangkap selera serta peluang pasar, menjadikan CV Dharma Siadja mampu menembus pencapaian gemilang yang belum pernah dicapai oleh generasi-generasi sebelumnya. Hal ini dibuktikan dalam satu tahun mampu menjual sampai satu juta buah kerajinan *terra-cotta*. Kemudian pada periode tahun 2005-2006 beralih ke produksi vas-vas berukuran besar. Walaupun bahan baku kerajinan tersebut diperoleh dari luar Bali, seperti Pulau Lombok dan Yogyakarta, hasilnya memiliki kualitas terjamin dan dapat diproduksi secara massal. Hal ini dibuktikan dengan meledaknya pesanan dan ekspor yang melebihi kuota yang pernah dicapai sebelumnya. Saat ini perusa-

haannya merupakan salah satu usaha industri yang merajai pasar ekspor di Indonesia.

## SIMPULAN

Simpulan yang dapat diambil berdasarkan pembahasan di atas adalah bahwa para perajin seni kriya di Desa Mas melakukan industrialisasi produk seni kriya dari jumlah minimum 50 buah sampai partai besar karena dua faktor, yaitu faktor eksternal dan faktor internal. Faktor eksternal disebabkan oleh permintaan pasar atau pesanan dari konsumen (*made to order*). Di samping itu industrialisasi seni kriya ini dipandang sebagai respon positif terhadap perkembangan pariwisata, sehingga berdampak pula pada adanya pola produksi seni kriya yang kreatif dan inovatif sesuai dengan selera pasar, baik dari segi bahan, bentuk, ukuran, dan pewarnaan. Faktor lainnya adalah media promosi yang terus menerus dilakukan melalui pameran-pameran dagang dan industri baik berskala lokal, nasional, dan internasional. Dengan demikian, distribusi informasi terkait produk dan distribusi hasil produksi dapat tersalurkan dengan baik. Media distribusi ini juga tidak terlepas dari peranan organisasi KADIN yang mewadahi semua aktivitas dagang dan industri di bidang pariwisata. Sedangkan faktor internal mencakup paradigma baru perajin dan pengusaha untuk berkreasi dan berinovasi. Dinamika paradigma ini dilakukan dengan membentuk kelompok desain yang kreatif dan inovatif yang melibatkan imajinasinya sehingga menghasilkan produk dengan desain-desain baru sesuai *trend* pasar dan diminati di pasaran. Kreativitas dan inovasi pada bentuk, bahan, ukuran, dan pewarnaan yang dilakukan oleh perajin dan pengusaha dalam produksi seni kriya bertujuan untuk memperoleh manfaat ekonomi yang lebih tinggi sehingga mampu mensejahterakan sumber daya manusia yang berperan serta dalam proses produksi tersebut.

Uraian di atas mencerminkan bahwa industrialisasi seni kriya yang kreatif dan inovatif mengekspresikan hubungan timbal balik sebagai respon positif terhadap dinamika pariwisata di satu sisi dan sebagai salah satu komponen pariwisata yang saling terkait dengan komponen lainnya seperti pasar dan konsumen, pihak swasta atau pengusaha, dan sumber daya manusia yang kreatif dapat mendukung keberlanjutan pariwisata di Bali lainnya. Sehingga dalam era global ini, industrialisasi seni kriya berimplikasi terhadap hasil produksi budaya populer yang menggambarkan perpaduan antara budaya lokal dan budaya global. Namun demikian, produk ini tetap mengekspresikan identitas budaya lokal yang dinamis yang mengikuti perkembangan teknologi.

## DAFTAR PUSTAKA

Ardika, I Wayan. 2008. *Pariwisata dan Komodifikasi Kebudayaan Bali dalam Pusaka Budaya dan Nilai-Nilai Religiusitas*, (I Ketut Setiawan ed.) 1 – 9. Denpasar: Fakultas Sastra, Unud.

Ardika, I Wayan, dkk. 2012. Pengembangan Pariwisata Budaya Bernuansa Ekonomi Kreatif yang Berkeadilan dan Berkelanjutan di Bali. Laporan Penelitian. Denpasar: Universitas Udayana.

Barker, C. 2005. *Cultural Studies Teori dan Praktik dalam For a Critique of the Political Economy of the Sign* (Jean Baudrillard ed.). Yogyakarta: PT Benteng Pustaka.

Fairclough, N. 1995. *Discourse and Social Change*. Cambridge: Policy Press.

Moleong, L. J. 2000. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosda Karya.

Piliang, Y. A. 1999. *Hiper-Realitas dan Kebudayaan*. Yogyakarta: LkiS

Rai Sukmawati, Ni Made. 2011. Komodifikasi Kerajinan Seni Patung Kayu di Desa Mas, Kecamatan Ubud, Kabupaten Gianyar. Tesis pada Program Studi Magister (S2) Kajian Pariwisata. Denpasar: Universitas Udayana.

Richards. 1996. *Cultural Tourism in Europe*. London: Cab International.

Ryan, C. 2005. 'Who Manages Indigenous Tourism Product – Aspiration and Legitimization?' *Indigenous Tourism: The commodification and Management of Culture* (Chris Ryan dan Michelle Aicken, ed.). Oxford: Elsevier.

Sida Arsa, I Ketut dan I Nyoman Laba. 2014. Inovasi Kerajinan Perhiasan Melalui Pemanfaatan Limbah Kuningan di Desa Celuk, Sukawati, Gianyar, Bali. Laporan Tahunan Peneliti Hibah Bersaing. Denpasar: Institut Seni Indonesia Denpasar.

Sutjiati Beratha, Ni Luh, Ni Wayan Sukarini, I Made Rajeg. 2015. Implikasi Made to Order dalam Autentisitas Kerajinan Bali. Laporan Penelitian. Denpasar: Universitas Udayana.

Sutjiati Beratha, Ni Luh, Ni Wayan Sukarini, I Made Rajeg. 2016. Hibridisasi Kerajinan Bali di Era Global. Laporan Penelitian. Denpasar: Universitas Udayana.

Thomas. 1992. *The Arts and Their Interrelation*. New York: USA Press.

Tunis, Roslyn and Nelson Graburn. 2000. 'The Nelson Graburn and the Aesthetics of Inuit Sculpture'. Curatorial Notes at the Phoebe A. Hearst Museum of Anthropology, Berkeley, California October 2000 through September 2001.

Turner, B. S. 1992. *Max Weber: From History to Modernity*. London: Routledge.

Udiana, Nindhia Pemayun, Tjokorda. 2009. Komodifikasi Patung Garuda di Banjar Pakudui Desa Kedisan: Sebuah Kajian Budaya.