

PERANAN INDUSTRI SENI KERAJINAN PERAK DI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA SEBAGAI PENDUKUNG PARIWISATA BUDAYA*

A. Daliman¹⁾

Pengantar

Sejak dahulu di wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta telah berdiri pusat-pusat kerajaan, silih berganti, yang sekaligus menjadi pusat-pusat kebudayaan, peradaban, dan seni. Peninggalan-peninggalan sejarah dan budayanya masih dapat disaksikan hingga sekarang ini seperti candi-candi, bangunan kraton, tata-upacara serta adat-istiadat, kesenian, dan kerajinan rakyat tradisional, yang sebagian besar masih lestari secara turun-temurun dan malahan berkembang sampai saat sekarang. Maka dari itu, adalah tepat dan sesuai dengan akar-akar historis dan kultural, apabila kebijakan Pemerintah Daerah Istimewa Yogyakarta, yang lebih-lebih didorong oleh tidak mungkin lagi sektor pertanian menjamin kehidupan rakyat, kemudian mengembangkan program unggulan Yogyakarta sebagai pusat budaya dan tujuan wisata budaya dengan didukung industri seni kerajinan rakyat.

Di antara industri-industri seni kerajinan rakyat Yogyakarta ini, yang menjadi primadona dan memberikan identitas kepada kota ini adalah industri seni kerajinan perak. Terkait dengan hal-hal tersebut di atas setelah secara selintas dikupas akar-akar sejarah dan profil industri seni kerajinan perak yang pada dasarnya memusat di kawasan Kotagede, dalam tulisan dikedepankan pula

peranannya sebagai pendukung pariwisata budaya, strateginya dalam menanggulangi krisis ekonomi (1998—1999), beserta prospek dan tantangan global yang dihadapinya.

Kerangka Teori dan Metodologi

Pengembangan pariwisata setidaknya tidaknya mempersyaratkan dua hal, yakni pertama, penampilan eksotis (*exotic*) suau pariwisata, dan kedua, pemenuhan bagi kebutuhan orang modern dengan apa yang disebut sebagai hiuran waktu sengang (*leisure*) (Wit, 1987 : iii).

Hampir semua industri pariwisata senantiasa mengidentifikasi produk dan objek wisatanya sebagai sesuatu yang eksotis. Eksotisme pariwisata buanlah sesuatu yang sama sekali belum dikenal atau diketahuinya. Lebih dari itu, eksotisme menawarkan suatu bentuk penjelajahan, petualangan, dan peneuan baru. Maka dari itu, tidaklah mengheanan dengan berbagai rekayasa citra buaya eksotisme tujuan wisata seringkali ditampilkan sebagai sesuatu yang masih asli dan membuat pesertanya bertambah harga dirinya.

Hiburan waktu senggang (*leisure time*) memiliki makna yang semakin penting sebagai bagian dari nilai tambah kerja dan produksi seseorang. *Leisure* ditawarkan sebagai sebuah produk pariwisata. Citra yang

Artikel ilmiah ini dikembangkan dari analisis hasil penelitian penulis mengenai "Industri-Industri Kerajinan Perak di DIY" dengan dibiayai oleh Proyek P2IPT dengan Kontrak No. 017 / P2IPT / DM / VI / 1999 Tanggal 1 Juni 1999.

¹⁾ Doktorandus, Magister Pendidikan, Staf Pengajar Jurusan Pendidikan Sejarah Fakultas Ilmu Sosial (FIS) Universitas Negeri Yogyakarta.

A. Daliman

ditampilkan adalah baha orang perlu berwisata untuk mendapatkan kesegaran yang telah hilang dari dirinya karena bekerja (Spillane, 1994: 14-17).

Eksotisme Yogyakarta sebagai pusat dan tujuan wisata terletak pada faktor budayanya. Yang dimaksud budaya menakup keduanya, baik dalam arti bentuk-bentuk bangunan monumental peinggalan sejarah dan peradaban masa lampau yang statis maupun produk dinamika warga masyarakat, seniman dan budayawannya dengan segala aktiitas dan kreativitasnya. Program unggulan Yogyakarta sebagai pusat budaya dan tujuan wisata budaya, karenanya, bukanlah tanpa aset dan mampu menjamin kedua persyaratan pariwisata, eksotise, dan hiburan waktu senggang (*leisure*). Orisinalitas objek pariwisata budaya yang ditawarkan pun bukanlah seauu hasil rekayasa.

Ada lima ciri utama industri pariwisata budaya sebagai suatu bisnis jasa dan pelayanan, ialah: (1) sifatnya yang tak berwujud (*intangible*), (2) sulit diukur standar kualitasnya, (3) proses produksi dan konsumsi bersifat simultan, (4) produk pariwisata tidak dapat disimpan, dan (5) karena sifatnya yang tak berwujud, tampaknya si pembeli jasa tidak memperoleh sesuatu dari transaksinya dengan si penjual jasa (Spillane, 1989: 445). Sebagai sektor ekonomi pariwisata juga merupakan sektor yang tidak kelihatan dalam data statistik (*statistically invisible*).

Oleh sebab itu, industri pariwisata sebetulnya lebih besar daripada pariwisata itu. Ada aspek-aspek kegiatan yang berhubungan secara langsung seperti fasilitas rekreasi, atraksi wisata, toko-toko dan jasa-jasa lokal, dan tidak kalah pentingnya pula adalah aspek yang tidak langsung (sebagai pendukung) seperti pertanian, industri dan kerajinan cinderamata, dan lain-lain. Industri pariwisata tidak berdiri sendiri dan memerlukan dukungan ganda (*multiplier support*) (Spillane, 1994 : 39).

Pendukung utama bagi industri pariwisata budaya di Yogyakarta berasal dari industri-industri seni kerajinan cinderamata (*souvenir*) seperti kerajinan kulit, batik, dan kerajinan perak sebagai primadonanya. Untuk melihat peranan industri cinderamata sebagai pendukung pariwisata dapat dikaji besarnya pengeluaran wisatawan yang

dibelanjakan untuk cinderamata sebagai tampak dalam Tabel 1 di bawah ini.

Tabel 1
Persentase Pengeluaran Wisatawan
Mancanegara menurut
Jenis Pengeluaran di Indonesia Tahun
1984/5 dan 1988.

Jenis Pengeluaran	1984/1985	1988
Akomodasi	34,9	30,7
Nakanan dan Mimunan	17,7	16,8
Cinderamata	15,2	18,1
Hiburan	8,5	5,5
Perjalanan Wisata	7,0	13,4
Penerbangan Domestik	6,7	7,7
Bus dan Kereta Api	2,4	2,0
Lain-lain	7,6	5,8
Jumlah	100,0	100,0

Sumber: Biro Pusat Statistik, *Survey Pengeluaran Wisatawan Mancanegara* (Jakarta, 1989).

Tampak dalam tabel di atas bahwa besarnya pengeluaran yang dibelanjakan oleh wisatawan mancanegara untuk cinderamata menduduki peringkat ketiga di antara kedelapan kebutuhan dalam pariwisata. Cinderamata sebagai bagian dari pariwisata berfungsi untuk menyimpan kenangan-kenangan sebagai produk kegiatan pariwisata yang bersifat *intangible* dan *invisible*.

Untuk mengungkap peranan industri seni kerajinan perak sebagai pendukung pariwisata budaya di Daerah Istimewa Yogyakarta digunakan metode dan pendekatan multidimensional. Data-data digali dan dihimpun dengan penggunaan berbagai metode secara simultan melalui observasi, wawancara, studi dokumen, dan kepustakaan. Demikian pula untuk menganalisisnya dipergunakan secara simultan pendekatan-pendekatan ekonomik, historis, budaya, dan seni. Semua itu dimaksudkan untuk

memperoleh pemahaman yang utuh dan komprehensif.

Sejarah dan Profil Industri Seni Kerajinan Perak

Pengalaman negara-negara maju menunjukkan bahwa *fundamental ekonomi* suatu bangsa hanya bisa dibangun secara kokoh di atas tradisi dan pengalaman usaha

(*entrepreneurship*) bangsa tersebut. Tradisi dan pengalaman usaha industri kerajinan perak di Kotagede, Yogyakarta, yang telah mengalir turun-temurun selama empat abad akan memberikan jaminan bagi Pemerintah Daerah Istimewa Yogyakarta untuk menjadikan industri seni kerajinan sebagai primadona pendukung usaha Yogyakarta sebagai pusat budaya dan tujuan wisata budaya.

a. Asal-usul Industri Seni Kerajinan Perak

Tumbuhnya seni kerajinan perak, juga emas, dan tembaga adalah bersama-sama dengan tumbuhnya kerajaan Mataram Islam yang berpusat di Kotagede sebagai ibukota kerajaan (*kuthagara*) pada abad ke-16 dan 17, bahkan ada indikasi sejak lebih awal lagi, yaitu sekitar abad ke-9 (Soekiman, 1993 : 71). Seni kerajinan tersebut pada masa itu merupakan pekerjaan para *abdi dalem* (pegawai kraton) yang disebut *abdi dalem kriya* dalam memenuhi perlengkapan dan kebutuhan kraton akan berbagai perhiasan dari emas dan perak dan alat-alat serta perlengkapan rumah tangga lain. Para *abdi dalem kriya* tersebut tinggal mengelompok pada suatu perkampungan yang memperoleh nama sesuai dengan jenis kerajinan yang mereka kerjakan, yang toponimnya hingga kini masih mudah diidentifikasi di sekitar Kotagede. Perkampungan bagi para *abdi dalem* perajin emas (dan perak) disebut *Kemasan*, bagi perajin alat-alat dari besi disebut *Pandean*, bagi perajin keris *Mranggi* atau *Mranggen* atau sekarang menjadi *Prenggan*, dan *Bathikan* bagi perajin batik (Sagimun MD dan Abu, 1981 : 70-71).

Ketika pusat kerajaan pindah dari Kotagede ke Yogyakarta para perajin emas dan perak tersebut tetap tinggal di Kotagede

serta tetap terus mengembangkan usaha kerajinannya. Namun, hubungan dengan Kraton Yogyakarta tidak terputus karenanya. Sultan Hamengku Buwana VIII (1912—1939), misalnya, adalah pelanggan dan konsumen utama produk kerajinan emas dan perak dari Kotagede. Dalam hubungan ini kraton berfungsi sebagai pelindung, pelestari dan penerus kesenian dan kebudayaan tradisional pada umumnya (Soekiman, 1993 : 72).

Tumbuhnya kelompok *pakaryan perak* mengembangkan kerajinan perak menjadi lebih komersial (Soekiman, 1993 : 71) tanpa meninggalkan nilai-nilai seni *adiluhung* (indah dan tinggi filosofi)-nya (Humas Propinsi DIY : 63). Masuknya pengaruh Barat (Belanda) telah memacu perkembangan industri kerajinan perak. Nilai dan apresiasi terhadap produk kerajinan perak menjadi meningkat ketika orang-orang Belanda mulai memesan dari industri seni kerajinan perak berbagai peralatan dan perlengkapan rumah tangga model Eropa, tetapi dengan motif serta ukiran hias Yogyakarta. Sejak saat itu pula produk-produk industri kerajinan perak bukan saja dipasarkan di kalangan orang-orang Belanda serta orang-orang asing yang bermukim di Indonesia, tetapi juga diekspor ke Eropa, terutama ke negeri Belanda. Orang Jawa sendiri rupa-rupanya lebih menyukai perhiasan-perhiasan yang terbuat dari emas yang dipandang nilai intrinsiknya lebih tinggi dibandingkan dengan perak¹.

Pemerintah Kolonial Belanda pun menaruh perhatian terhadap perkembangan industri kerajinan perak ini. Sejak tahun 1927 para perajin perak memperoleh pembinaan dengan diperkenalkannya teknik-teknik kerja baru, terutama teknik pembakaran, melalui dan atas biaya *Jogjasche Jaarmarktvereeniging* (Memori Serah Jabatan 1921-1930 : 448). Dalam kerangka upaya pembinaan industri kerajinan perak pula pada tahun 1933 atas inisiatif Gubernur Verohuur di Yogyakarta didirikan yayasan *Stichting Beverdering van Het Jogjakarta Kenst Ambacht* yang dengan singkat disebut *Pakaryan Ngayogyakarta*.

¹ Wawancara dengan Margono, Direktur Tom's Silver.

Tenaga ahli dan para peminat yang membantu yayasan ini adalah Ir. Sitsen, Ir. Ulvans, Ir. Gart van der Vet, Ir. Resink, demikian juga tenaga ahli pribumi seperti Ir. Supardi, Katamsi, G.T. Tedjakusuma, dan beberapa ahli dari Kraton Yogyakarta. Yayasan ini memberikan bimbingan dan pembinaan mengenai peningkatan teknik pengerjaan seperti menggambar, menghias dan meningkatkan kualitas perak beserta teknik garapannya, bahkan juga mendirikan dan menyelenggarakan *art shop* guna menampung dan memasarkan produksi seni kerajinan perak tersebut. Yayasan ini mengikuti pameran pada Pekan Raya di Jepang pada tahun 1937 dan pada tahun 1938 di Amerika Serikat (Atmodimulyo, 1997 : 2).

Perkembangan pesat industri seni terjadi sekitar tahun 1934-1939. Upaya-upaya peningkatan kualitas produksi dan dikembangkannya kreasi dan motif-motif baru mengantarkan usaha industri seni kerajinan perak ke masa-masa kejayaan menurut ukuran zamannya. Meningkatnya keuntungan menarik minat para golongan pemodal dan pedagang untuk mengalihkan usahanya ke bidang usaha industri dan perdagangan produk seni kerajinan perak. Masa-masa kejayaan industri perak tidak berlangsung lama. Perang Dunia II (1939—1945) memporak-porandakan industri seni kerajinan perak, meskipun tidak mematakannya. Industri seni kerajinan perak yang memberikan identitas dan ciri khas kepada Kotagede, Yogyakarta tidak lenyap karenanya. Mahalnya harga bahan baku perak pada masa pendudukan Jepang memaksa para perajin dan pengusaha menggunakan bahan baku yang lebih murah, seperti tembaga dan kuningan, yang kemudian *disepuh* dengan warna perak, sesuatu yang harus tidak boleh dipandang kemunduran (Soekiman 1993: 72), melainkan sebagai upaya perluasan usaha dengan kreasi dan variasi baru dengan mempertimbangkan bahan dan harga bahan dengan jangkauan masyarakat konsumen yang lebih luas pula. Dalam masa-masa sulit seperti itu terjadi pula diversifikasi usaha ialah dikembangkannya pula seni kerajinan dengan bahan-bahan baku seperti tempurung kelapa, tanduk dan tulang binatang. Produknya adalah berupa tusuk konde,

sisir, cincin, peniti dan lain-lain (Atmodimulyo, 1997 : 2).

Masa kemerdekaan mengantarkan industri kerajinan perak kepada usaha-usaha perdagangan dan industri seni kerajinan perak menuju pola manajemen baru dan modern. Langkah ini diawali dengan rintisan berdirinya Persatuan Pengusaha Perak Kotagede (P3K) pada tahun 1951 yang akhirnya pada 9 Februari 1960 memperoleh bentuk sebagai koperasi produksi dengan nama Koperasi Produksi Pengusaha Perak Yogyakarta (KP3Y) dan berlangsung hingga sekarang ini. Pengambilan nama "Yogyakarta" dimaksudkan untuk lebih mengedepankan identitas daerah kerjanya. Sebagai koperasi produksi, KP3Y bertugas membina, mengkoordinasikan, dan mewadahi aktivitas-aktivitas usaha perak di Yogyakarta.

b. Profil Industri Seni Kerajinan Perak Dewasa Ini

Industri seni kerajinan perak yang memberikan identitas dan ciri khas kepada Yogyakarta ini pada dasarnya hingga sekarang masih tetap terkonsentrasi di kawasan sekitar daerah Kotagede lama, bekas kuthanegara Kerajaan Mataram Islam abad ke-16 dan 17. Pada saat sekarang kawasan industri seni kerajinan perak tersebut utamanya menempati wilayah-wilayah Kelurahan Prenggan dan Kelurahan Purbayan (termasuk Kecamatan Kotagede, Kota Yogyakarta) dan Kelurahan Jagalan (Kecamatan Banguntapan, Kabupaten Bantul). Kalaupun terdapat pengusaha industri kerajinan perak di daerah wilayah Kabupaten Sleman, dan jumlahnya hanya 3 unit usaha, itu pun berada di sekitar kawasan konsentrasi industri kerajinan tersebut, yakni di sekitar Maguwoharjo. Yang berada di Wonosari sebanyak 5 unit usaha, itu pun merupakan perluasan usaha industri keluarga yang sudah ada. Bahkan, pada saat sekarang sudah ada juga pengusaha industri kerajinan perak dari Kotagede yang telah memperluas usahanya di Bali.

Sampai pada tahun 1997/1998 di Kanwil Departemen Perindustrian dan Perdagangan Propinsi DIY tercatat 95 unit usaha industri kerajinan perak, 75 unit usaha di Kotagede, Yogyakarta dan 20 unit usaha di

Kabupaten Bantul, yang mempekerjakan 1.269 orang tenaga kerja. Hanya 8 unit usaha di antaranya yang dapat dikategorikan sebagai industri kerajinan perak yang besar (Company Profile of Yogyakarta Municipality, 1998: 87-94), tetapi yang telah tercatat sebagai eksportir mencapai jumlah 17 unit usaha (Yogya Exporters Directory, 1999: 21—24).

Pada 1998 nilai investasi untuk tiap-tiap pengusaha industri kerajinan perak cukup bervariasi besarnya. Rata-rata sekitar Rp 283,3 juta. Nilai investasi tertinggi sebesar Rp 500 juta, dan yang terendah sebesar Rp 60 juta serta dengan nilai jual produksi yang tertinggi mencapai sekitar Rp 801 juta lebih dan yang terendah Rp 50 juta (Company Profile of Yogyakarta Municipality, 1998 : 87-94). Mengenai sumber investasi sekitar 40 % adalah milik sendiri dan sekitar 60% selebihnya berasal dari modal pinjaman bank (Profil Sentra Kerajinan Perak, 1998 : 1). Mengenai bahan baku, seluruhnya (100%) berasal dari dalam negeri. Bahan baku perak murni disuplai dari PN Aneka Tambang dari tambang emas dan perak di Cikotok, Jawa Barat (Tnunai, 1991 : 555).

Jumlah tenaga kerja pengrajin yang dipekerjakan di tiap-tiap pengusaha juga bergantung pada besar kecilnya usaha. Yang besar ada yang mempekerjakan lebih dari 200 orang, yang sedang sekitar 50-100 orang, dan yang kecil bahkan ada yang hanya mempekerjakan sekitar 5 orang (Rekapitulasi Data Perusahaan Perak 1997/1998: 1—3) dengan gaji/upah sekitar Rp6.000,00 per hari. Gaji/upah ini adalah gaji bersih (*take home pay*) sebab setiap hari mereka memperoleh makanan dan minuman dari perusahaan (pabrik). Di samping gaji dan makan para pekerja itu juga memperoleh fasilitas pakaian kerja, perawatan kesehatan, tunjangan hari raya, sumbangan perkawinan dan kematian, fasilitas olah raga, dan rekreasi setiap tahun².

Selain asosiasi utama para pengusaha perak ini, yaitu KP3Y, kini tumbuh pula berbagai asosiasi usaha lain seperti IWAPI, ASEPHI, APINDO, ASKRAKIINDO,

APIKRI, AKKPIA, AKKPI, ASITA dan KADIN sebagai tempat memperluas jaringan usaha mereka.

Sebagai Industri Cenderamata

Sektor industri kerajinan tampaknya semakin menjadi tumpuan harapan bagi masa depan Propinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. Sektor ini banyak menyerap tenaga kerja. Sekitar 95 % dari industri yang tumbuh adalah berwujud dan terdiri dari industri kerajinan rakyat. Di antara 9 bahan ekspor industri kerajinan dari Yogyakarta ini andalan utamanya adalah produk-produk industri seni kerajinan perak. Sebagai pendukung program unggulan Yogyakarta sebagai pusat budaya dan tujuan wisata (nomor dua sesudah Bali) industri kerajinan perak lebih diarahkan sebagai industri cinderamata dengan mengutamakan seni dan lebih berorientasi untuk konsumsi wisatawan, baik wisatawan nusantara, maupun wisatawan mancanegara serta untuk diekspor.

a. Nilai Seni yang Tinggi

Nilai lebih dari produk industri kerajinan tradisional perak di Yogyakarta adalah kualitas seninya yang tinggi (*adi luhung*). Sebagai identitas karya seni kota Yogyakarta, seni kerajinan perak memiliki daya tarik tersendiri bagi para wisatawan yang datang ke Yogyakarta. Produk-produk kerajinan perak lebih bersifat sebagai komoditas seni, dan karenanya, produk itu banyak dikemas dalam bentuk barang-barang souvenir atau cinderamata.

Sebagai komoditas seni maka proses produksi industri kerajinan perak tetap bersifat tradisional dan tetap masih mengandalkan kerja manual. Hanya bagian tertentu dalam proses kerja itu yang bagi beberapa pengusaha telah menggunakan mesin modern, misalnya dalam proses pembakaran. Sifat kerja industri kerajinan perak yang menitikberatkan segi-segi keindahan menyebabkan kerja manual tidak dapat digantikan dengan kerja mekanik. Ukiran untuk ragam hias dan proses *sangling* tetap memerlukan sentuhan-sentuhan tangan para seniman ukir perak.

Pola-pola ragam hias seni ukir yang memberikan ciri khas ragam hias masa Islam memperkaya nuansa motif-motif

² Wawancara dengan Margono, Direktur Tom's Silver dan Dalmono Budisantosa, Sekretaris II KP3Y

ornamen hias seni kerajinan perak. Motif-motif dasar sulur-sulur daun, bunga-bunga-an, binatang-binatang tersamar (seperti burung, ular, raksasa, makara, kalamakara dan kalamerga) serta aneka bentuk geometrik, bukan saja memperkaya serta mempertinggi corak dan keindahan seni kerajinan perak, sekaligus lebih mempermudah perkembangan-perkembangan untuk selanjutnya (Dirdjoamiguno, 1969 : ix).

Aneka macam produk industri kerajinan perak juga meliputi aneka ragam keperluan kehidupan, dari berbagai perhiasan, asesoris, souvenir, hiasan dinding, tanda penghargaan, miniatur-miniatur dan peralatan rumah tangga, yang semuanya senantiasa bernuansakan seni dan keindahan.

Di *show-room* atau *artshop* industri-industri kerajinan perak di Kotagede seperti di Tom's Silver di Jl. Ngeksigono 60. Kotagede atau di Narti's Silver di Jl. Tegalendu 22. Kotagede, misalnya, dapat dilihat dan dinikmati nuansa seni dan keindahan aneka produk kerajinan perak yang terpajang di situ. Produk-produk perhiasan wanita, misalnya bros, kalung, giwang, anting-anting, subang, tusuk konde, gelang, cincin, kancing manchet, peniti dan lain-lain. Berbagai miniatur tampak seperti miniatur berbagai candi dan patung, monumen, senjata, helm, miniatur binatang seperti kuda, gajah, harimau, naga, dan lain-lain. Peralatan rumah tangga, antara lain, adalah berbagai macam sendok, garpu, piring, cangkir dan gelas, tempat buah, tempat teh, kopi dan susu, kotak rokok, tempat abu (asbak), tempat surat, bingkai foto, tempat lilin, dan sebagainya. Aneka jenis *plate* (piringan) dan plaket serta bentuk-bentuk piagam lainnya juga disediakan bagi instansi-instansi yang bermaksud memberikan tanda-tanda penghargaan tertentu.

Apabila lebih cermat lagi mengamati produk-produk seni kerajinan perak tersebut, kita sungguh dikagumkan oleh aneka bentuknya yang indah-indah dengan pernik-perniknya yang halus. Tampak pula kejelian kerja ukirnya yang disertai dengan ketelitian presisi dalam berbagai aspek seperti besar-kecilnya barang (produksi), penggunaannya, letak relief ukirnya, harmoni, proporsi dan komposisi ragam hias, bentuk simetrisnya, alur gerak (ritme) ukiran, corak seni (artistik) dan corak watak (karakteristik)-

nya. Nilai seni bermutu tinggi ini akan tetap menandai produk-produk kerajinan perak sebagai produk unggulan.

b. Berorientasi pada Wisatawan dan Ekspor

Sebagai pendukung industri pariwisata, pangsa pasar produk-produk seni kerajinan perak adalah 40% untuk konsumsi wisatawan nusantara (wisnu) dan pasar dalam negeri, dan 60% selebihnya untuk konsumsi wisatawan mancanegara (wisman) dan pasar luar negeri (ekspor) (Profil Sentra Kerajinan Perak, 1998 :2).

Pemasarannya pun banyak menggunakan potensi pariwisata, baik melalui para wisatawan nusantara maupun wisatawan mancanegara dalam bentuk *shipping request* (barang cangkingan), yang transaksi pembelian atau pemesanannya dapat langsung melalui ruang pameran, atau melalui paket lokal bagi wisatawan nusantara dan melalui paket internasional bagi wisatawan mancanegara.

Besarnya nilai barang cangkingan produk kerajinan perak dari wisatawan mancanegara yang datang ke Yogyakarta pada tahun 1995 dapat mencapai sebesar Rp 10.485.365.00 (Laporan Tahunan Kanwil Perindustrian DIY, 1995: 77) dan naik menjadi sebesar Rp11.645.371,00 pada tahun 1996 (Laporan Pelaksanaan Tugas Pokok dan Fungsi Kanwil Deperindag DIY, 1996/1997: 41-43), suatu kenaikan sebesar 11%. Naik turunnya nilai *shipping request* akan banyak bergantung pada fluktuasi datangnya dan lama tinggal wisatawan mancanegara di Yogyakarta.

Sebagai produk unggulan dan identitas bangsa, pemerintah menggunakan produk-produk kerajinan perak dari Yogyakarta ini sebagai hadiah kenegaraan kepada tamu-tamu agung negara, termasuk kepada pengantin agung dari Inggris (Humas Propinsi DIY : 66). Untuk itu, pemerintah sejak 1968 telah menunjuk KP3Y menjadi *supplier* barang-barang souvenir perak bagi Rumah Tangga Kepresidenan guna diberikan sebagai hadiah kenegaraan bagi tamu-tamu agung negara atau Kepala Negara yang datang berkunjung atau dikunjungi oleh Presiden RI (Atmodimulyo, 1997: 7).

Usaha-usaha menembus pasaran luar negeri bagi produk-produk industri seni kerajinan perak telah dirintis sejak tahun 1962-an. Langkah-langkah promosi ke dunia internasional telah dilakukan. Hasilnya baru tampak sepuluh tahun kemudian, ialah pada tahun 1972 untuk pertama kalinya berhasil memasarkan produk industri kerajinan perak ke luar negeri. Negara tujuan ekspor adalah negara-negara di Asia (5%), Australia (5%), dan bagian terbesar adalah ke Eropa (60%) dan ke Amerika Serikat serta Kanada (30%).

Realisasi ekspor produk seni kerajinan perak Daerah Istimewa Yogyakarta untuk periode 1993-1997 sebagainya tampak pada Tabel 2 di bawah ini dapat memberikan gambaran peranan industri seni kerajinan perak tersebut sebagai program unggulan pendukung pariwisata.

Tabel 2
Realisasi Ekspor Produk Industri
Kerajinan Perak DIY Periode 1993-1997

Tahun	Volume Ekspor (kg)	Nilai Ekspor (US \$)
1993	1.698,04	585.061,78
1994	2.323,79	891.553,86
1995	2.496,98	977.040,53
1996	2522,83	913.234,89
1997	2.685,38	893.924,53

Sumber : Profil Produk Unggulan (Perak) Kanwil Deperindag DIY, 1997

Data di atas menunjukkan kecenderungan kenaikan volume ekspor sebesar 58,15% selama 5 tahun terakhir, periode 1993-1997. Namun bila dilihat dari nilai ekspornya (dalam US \$) terlihat fluktuasi harga yang cukup tajam ialah dengan kenaikan yang menanjak tajam sebesar 67% pada tahun 1995, untuk kemudian menurun terjal sebesar 53% pada tahun 1997. Ini rupa-rupanya disebabkan mulai terjadinya guncangan-guncangan nilai tukar rupiah terhadap US \$ pada tahun 1997. Namun, hal yang cukup menarik adalah bahwa nilai ekspor produk kerajinan perak

itu pada tahun 1998 masih naik menjadi sebesar US \$ 1.037.019,93 (Profil Produk Unggulan Perak, 1998 : 2), suatu kenaikan sebesar 16% dibandingkan dengan tahun 1997, suatu kenaikan yang cukup berarti, lebih-lebih bila dikaitkan dengan situasi krisis.

Krisis Ekonomi dan Peluang Global

Sampai akhir tahun 1997 pada dasarnya krisis moneter dan ekonomi yang melanda Indonesia ini belumlah berpengaruh pada industri seni kerajinan perak, bahkan sebaliknya. Dengan meningkatnya harga jual, keuntungan pun meningkat, yakni terutama bagi ekspor dan permintaan atau pemesanan wisatawan mancanegara yang dibayar dengan dollar AS sebab kedua sektor ini menjadi primadona pangsa pasar bagi produk-produk industri seni kerajinan perak. Pengaruh krisis masih terbatas pada pasaran lokal dalam negeri, sedang untuk pasaran luar negeri masih berjalan biasa.

a. Menghadapi Krisis Ekonomi (1998—1999)

Sesudah Mei 1998 ketika nilai tukar rupiah terhadap US \$ merosot tajam (hingga Rp 15.000,- per US \$) dan ketika tiada lagi wisatawan mancanegara masuk ke Indonesia sebagai akibat adanya berbagai gejolak politik serta kerusakan, maka krisis ekonomi-moneter mulai memukul industri seni kerajinan perak. Harga bahan baku perak melonjak naik, yang semula per kg seharga sekitar Rp400.000,00 naik tiga kali lipat lebih menjadi sekitar Rp 1,7 juta per kg, bahkan pernah naik 7 kali lipat menjadi sekitar Rp 3,25 juta per kg. Harga bahan baku penolong (seperti kuningan, tembaga, potas, pija dan lain-lain) dan alat-alat proses produksi (rempelas) ikut naik pula, juga sampai 7 kali lipat³. Akibatnya ialah menurunnya kemampuan usaha, anjloknya kemampuan menyuplai bahan baku dan merosotnya kapasitas berproduksi menjadi tak terhidarkan lagi, sementara tingkat serap pasar dalam negeri juga menurun, sedangkan kegiatan ekspor ke luar negeri

³ Wawancara dengan Margono, Direktur Tom's Silver dan Dalmono Budisantosa, Sekretaris II KP3Y.

hampir terhenti sama sekali. Apabila para pengusaha yang besar masih dengan gigih mencoba bertahan mengatasi keadaan, bagi para pengusaha kecil tidak ada pilihan lain kecuali menghentikan usahanya untuk sementara waktu sambil menantikan perkembangan situasi yang lebih baik.

Belum adanya kesatuan dan kesamaan visi dan misi para pengusaha dalam menanggulangi krisis ikut memperparah kondisi mereka. Para pengusaha cenderung lebih mengutamakan keuntungan dan kepentingan sendiri-sendiri daripada berupaya memajukan usaha industri seni kerajinan perak secara keseluruhan bersama-sama (Moeljiyapranoto, 1999: 4).

Secara organisatoris usaha terdapat tiga kelompok pengusaha industri seni kerajinan perak: (1) pengusaha-pengusaha yang tergabung dalam *asosiasi* pengusaha perak; (2) pengusaha-pengusaha yang tergabung dalam *koperasi* pengusaha perak; dan (3) pengusaha-pengusaha yang sama sekali *tidak* atau *belum* tergabung pada salah satu di antara kedua kelompok usaha, 1 atau 2. Bagi mereka yang sudah tergabung dalam kelompok asosiasi ataupun koperasi, kenaikan harga baku bukanlah merupakan masalah pokok sebab mereka akan memperoleh bahan baku perak dari PN Aneka Tambang sesuai dengan kebutuhan masing-masing. Pemerintah (cq PN Aneka Tambang) telah menyuplai bahan baku yang cukup sehingga tidak ada alasan untuk mengalami kesulitan mengenai persediaan bahan baku. Sebaliknya bagi pengusaha yang tergabung dalam kelompok asosiasi ataupun koperasi dan tergolong sebagai pengusaha kecil, pengaruh kenaikan harga bahan baku perak akan sangat terasa (Dirjen Industri Logam, Mesin dan Kimia, 1998 : 3).

Langkah-langkah makro strategis yang seharusnya diambil para pengusaha guna menanggulangi situasi krisis serta untuk mengantisipasi gejolak-gejolak pada masa depan adalah (1) bergabung dalam koperasi dan asosiasi sehingga mampu membentuk *economic power* yang lebih kuat serta memiliki *bargaining power* yang lebih besar pula. Melalui koperasi dan asosiasi para pengusaha, terutama para pengusaha kecil menjadi lebih terjamin dalam memperoleh bahan baku serta dalam mema-

sarkan produk-produknya. (2) Menentukan bersama standar harga guna menghindari persaingan yang tidak sehat, yang cenderung merugikan para pengusaha yang kecil. (3) Mengefektifkan pola mitrakerja bapak angkat-anak angkat yang saling menguntungkan akan mampu menjauhkan akibat-akibat krisis yang lebih jauh lagi. Pengusaha Bapak angkat bukan saja menjadi payung serta membantu pengembangan para pengusaha industri kerajinan perak yang kecil, tetapi juga memperoleh dukungan dengan menampung serta menghimpun usaha dan produk-produk mereka.

b. Prospek dan Tantangan Global

Pada saat memasuki milenium ketiga ini telah terlihat terjadinya pergeseran mendasar dalam prioritas penggunaan waktu senggang dan bekerja. Sejak dasawarsa tahun 1990-an seni dan budaya secara bertahap telah menggantikan olah raga sebagai kegiatan utama masyarakat dalam mengisi waktu senggang. Di mana-mana tampak terjadinya ledakan kegiatan seni dan budaya. Dari AS, Eropa, hingga kawasan pinggiran Pasifik, termasuk Indonesia, terutama di negara-negara yang telah makmur seperti Jepang dan Taiwan misalnya, telah tumbuh kebutuhan untuk mengkaji kembali makna kehidupan melalui seni dan budaya. Dengan telah berlalunya perang dingin, maka sebagian besar umat manusia kini lebih bebas untuk merenung dan untuk mengkaji kembali apa maknanya menjadi manusia.

Fenomena tersebut jelas merupakan suatu kebangkitan kembali spiritual, tetapi implikasinya di bidang ekonomi juga akan mencengangkan. Kebangkitan seni dan budaya ini akan merangsang peluang bisnis baru di bidang pasar seni dan pariwisata budaya yang menjanjikan keuntungan. Keuntungan itu lebih mencengangkan lagi apabila didasarkan pada pertimbangan citra, keaslian, kepribadian dan gaya hidup seni dan budayanya (Naisbitt dan Aburdene, 1990 : 11 - 12).

Sekalipun belum terlepas dari himpitan krisis ekonomi, dalam jangka ke depan tetap terbuka lebar peluang prospektif bagi industri seni kerajinan perak dalam peracutan global pasar seni dan pariwisata

budaya. Industri seni kerajinan perak yang tumbuh di lingkungan budaya tradisional kraton sejak abad ke-16 dan 17 memiliki potensi ekonomi yang tinggi sebagai pasar seni dan pariwisata budaya lokal dan tradisional (*indigenous and traditional*). Wisatawan-wisatawan mancanegara akan terus memburu produk-produk lokal yang orisinal serta bernilai seni dan budaya yang tinggi (*adi luhung*) seperti halnya industri seni kerajinan perak. Bahkan, sejak tahun 1930-an (Wheeler dan Maureen, 1993:249) dunia internasional telah mengenal ketenaran seni kerajinan dari Kotagede, Yogyakarta ini. Nama-nama seperti *MD Silver*, di Jl. Keboan, Kotagede; *Sri Moelyo's Silver* di Jl. Menteri Supeno, *Tam Yam An* di Jl. Mas Sangaji, dan *Tom's Silver* di Jl. Ngeksigondo bukan lagi nama asing di mancanegara sekalipun serta dicantumkan dalam berbagai buku panduan wisata seperti *Indonesia Handbook* oleh Bill Dalton (1986), *Indonesia. A Travel Survival Kit* oleh Bruce Ginny (1986), dan buku Eric Oey, *Java, Garden of The East* (1991).

Masalahnya sekarang adalah mampukah para pengusaha industri seni kerajinan perak di satu pihak dan di lain pihak pemerintah (cq Pemerintah Propinsi Daerah Istimewa Yogyakarta) menggunakan peluang global yang prospektif tersebut untuk menjadikan Yogyakarta sebagai pasar seni dan pariwisata budaya global sebagai bentuk realisasi program unggulan Yogyakarta sebagai pusat budaya dan tujuan wisata budaya dengan industri kerajinan rakyat (cq industri seni kerajinan perak) sebagai pendukungnya serta menjawab tantangan-tantangan yang dituntutnya ?

Jawaban atas permasalahan termaksud juga bergantung kepada kedua-duanya, yakni kebijakan pemerintah dalam memfasilitasi kepariwisataan di satu pihak serta di lain pihak kesediaan para pengusaha industri seni kerajinan perak untuk meningkatkan kualitas produk-produknya sesuai dengan tuntutan global.

Menjadi tugas pemerintah yang mendesak adalah melaksanakan normalisasi kehidupan politik dan keamanan yang menjadi prasyarat masuknya para wisatawan, baik wisatawan nusantara dan lebih-lebih bagi para wisatawan mancanegara. Untuk meningkatkan daya saing produk-produk

seni kerajinan perak dalam menghadapi datangnya pasar bebas dan AFTA tahun 2003 mendatang, pemerintah hendaknya menghapus PPN (pajak pertambahan nilai) baik PPN bahan baku perak murni maupun PPN produk jadi, yang selama ini dirasa oleh para pengusaha cukup memberatkan. Tanpa dihapuskannya aneka jenis PPN tersebut, mereka tidak akan siap memasuki era globalisasi yang sudah di ambang pintu (Haryanto, 2000 : 4).

Bagi para pengusaha guna menghadapi kompetisi global dalam usaha industri dan perdagangan seni kerajinan perak, di samping harus meningkatkan kemampuan manajerialnya, juga harus berani mengambil langkah-langkah antisipatif dalam upaya meningkatkan kualitas produk-produknya melalui (1) tetap mempertahankan standar kualitas produk peraknya dengan kadar 92,5% untuk produk barang-barang perhiasan dan 83,8% untuk produk nonperhiasan; (2) meningkatkan profesionalitas para perajinnya dengan mengembangkan teknik *know-how*-nya dan nilai seni serta nilai budayanya, sehingga menjadi lebih siap dan mampu mengembangkan diri ke arah industri yang lebih maju dan modern sesuai dengan tuntutan perkembangan global yang demikian cepat; (3) memberikan perspektif dan prospektif global akan potensi ekonomi industri seni kerajinan perak sebagai industri seni kerajinan lokal dan tradisional (*indigenous and traditional handicraft art industry*) guna meningkatkan motivasi kerja para perajin dalam era globalisasi ini.

Penutup

Sejarah industri seni kerajinan perak dalam perjalanannya selama empat abad telah mewariskan dari generasi ke generasi suatu sosok jiwa dan tradisi usaha yang mengakar, ulet, mandiri, mampu merekam dan menangkap makna setiap gejolak perubahan zaman serta konsisten terhadap nilai-nilai luhur seni-budaya bangsanya sehingga telah mewariskannya kepada generasi sekarang suatu citra kepribadian seni-budaya yang luhur pula yang terlekat pada industri seni kerajinan perak. Oleh sebab itu, peranan industri seni kerajinan perak menjadi sangat signifikan sebagai

pendukung program unggulan Yogyakarta sebagai pusat budaya dan tujuan pariwisata budaya .

Krisis ekonomi (1998—1999) memang menghantam industri-industri seni kerajinan perak, tetapi tidak mematikan mereka. Sifat-sifatnya sebagai industri rumah-tangga dengan kepemilikan sendiri aset-aset usahanya menyebabkan mereka mampu tetap bertahan. Meskipun krisis ekonomi kini belum berakhir, mereka juga telah mampu menangkap sinyal-sinyal peranaan prospektif global bagi industri seni kerajinan. Citranya sebagai produk seni budaya kerajinan asli dan tradisional (*indigenous, traditional, and cultural art*) memberikan peluang emas kepada industri seni kerajinan perak untuk ikut berkiprah dalam percaturan bisnis global pasar seni dan pariwisata budaya dengan diharapkan Yogyakarta sebagai pusatnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Atmodimulyo AY. 1997. *Riwayat Berdirinya Koperasi Produksi Pengusaha Perak Yogyakarta (KP3Y)*. Yogyakarta : KP3Y.
- Buku Tahunan Pemerintah Propinsi D.I. Yogyakarta 1997/1998*. Yogyakarta: Biro Humas Propinsi DIY.
- Company Profile of Yogyakarta Municipality 1997/1998*. Yogyakarta: Yogyakarta Municipality Government.
- Dalton, Bill. 1986. *Indonesia Hand Book*. New York : Moon Publication
- Dirdjoamiguna, Waridio, RP. 1969. *Seni Hias Kerajinan Perak Yogyakarta*. Jakarta: Bhartara
- Ginny, Bruce. 1986. *Indonesia, A Travel Survival Kit*. New York : Demco.
- Haryanto. 2000. Perajin Perak Kotagede Tak Siap Hadapi AFTA 2000: *Bernas*. 18 Maret 2000. Yogyakarta: P T Bernas.
- Kotamadya Yogyakarta. Yogyakarta : Biro Humas Kodya Yogyakarta*.
- Laporan Tahunan Kanwil Perindustrian DIY 1995*. Yogyakarta : Kanwil Perindustrian DIY.
- Laporan Pelaksanaan Tugas Pokok dan Fungsi Kanwil Deperindag DIY 1996/1997*. Yogyakarta: Kanwil Deperindag DIY.
- Memori Serah Jabatan 1921—1930 (Jawa Timur dan Tanah Kerajaan*. 1978. Jakarta : Arsip Nasional RI.
- Moeyapranoto, MD. 1999. Industri Perak Kotagede Memprihatinkan : *Bernas*, 5 Februari 1999. Yogyakarta: PT Bernas.
- Naisbitt, John dan Patricia Aburdence. 1990. *Megatrends 2000*. Jakarta : Warta Ekonomi.
- Oey, Eric. 1991. *Java, Garden of The East*. Illionis: Passport Books.
- Pemerintah Propinsi Daerah Istimewa Yogyakarta*. Yogyakarta: Humas Propinsi DIY
- Penelitian Pengaruh Depresiasi terhadap Perkembangan Kelompok Industri Logam, Mesin dan Kimia*, 1998. Jakarta: Dirjen Industri Logam, Mesin dan Kimia, Deperindag RI.
- Profil Perusahaan Daerah Istimewa Yogyakarta 1996/1997*. Yogyakarta: Kanwil Deperindag Propinsi DIY.
- Profil Produk Unggulan (Perak) 1992—1997*. Yogyakarta: Kanwil Deperindag Propinsi DIY.
- Profil Sentra Kerajinan Perak Kotagede Kodya Yogyakarta*. Yogyakarta: Kanwil Deperindag Propinsi DIY.
- Realisasi Ekspor Daerah Istimewa Yogyakarta per Mata Dagangan (Perak) Tahun 1994-1998*. Yogyakarta: Kanwil Deperindag Propinsi DIY.

A. Daliman

- Rekapitulasi Data Perusahaan Perak (sentra) Kotagede dan Dati II Bantul 1997/1998.* Yogyakarta: Kanwil Deperindag Propinsi DIY.
- Sagimun MD dan Abu, Rivai. 1981. *Sistem Kesatuan Hidup Setempat Daerah Istimewa Yogyakarta.* Yogyakarta : Depdikbud, Proyek Inventarisasi dan Dokumentasi Kebudayaan Daerah.
- Soekiman, Djoko. 1993. *Kota Gede.* Jakarta: Proyek Pengembangan Media Kebudayaan.
- Spillane, James J.. 1989. Pendidikan Kepariwisata di Indonesia. *Basis.* Desember 1989. Yogyakarta: Penerbit Andi Offset.
- , 1994. *Pariwisata Indonesia.* Yogyakarta: Penerbit Kanisius.
- Tnunai, Tontje. 1991. *Yogyakarta Potensi Wisata.* Klaten: CV Sahabat Klaten.
- Wheeler, Tony dan Maureen. 1993. *Indonesia.* Victoria : Lonely Planet Publicatons.
- Wit, Augusta De. 1987. *Java: Fact and Fancies.* Singapore: Oxford University Press.
- Yogya Exporters Directory.* Yogyakarta: Export Development Project 1998/1999, Department of Industry and Trade, Yogyakarta Provincial Office.