

PENGEMBANGAN PARIWISATA BERKELANJUTAN BERDASARKAN RANTAI NILAI INDUSTRI KREATIF DESTINASI PARIWISATA

Studi Kasus: Desa Wisata Kasongan, Yogyakarta

Tutun Seliari

Jurusan Arsitektur, Fakultas Arsitektur dan Desain, Universitas Kristen Duta Wacana
Gedung Agape lantai 5, Jl. Dr. Wahidin 5-25 Yogyakarta

*Email: seliaritutun@gmail.com

ABSTRAK

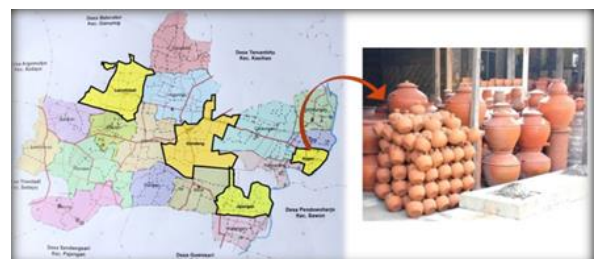
Desa Wisata Kasongan merupakan salah satu destinasi wisata unggulan di Yogyakarta, dengan produk wisata yang ditawarkan adalah kerajinan gerabah. Industri kerajinan gerabah dan pariwisata di Kasongan mempunyai peran terhadap peningkatan aktivitas perekonomian masyarakat di Kasongan. Penelitian ini bertujuan untuk memaparkan rantai nilai industri kreatif dalam pengembangan pariwisata berkelanjutan di kawasan Kasongan. Dalam pembahasan terdapat landasan rantai nilai industri kreatif yaitu kreasi, produksi, distribusi, dan komersialisasi yang digunakan sebagai dasar pembahasan. Pembahasan rantai nilai industri kreatif di Kasongan juga akan dikaitkan dengan perkembangan kawasan Kasongan sebagai desa penghasil gerabah mulai tahun 1925an hingga saat ini menjadi desa wisata gerabah. Metode yang digunakan pendekatan deskriptif kualitatif karena penelitian ini bermaksud untuk mendapatkan gambaran atau deskripsi mengenai peran industri kreatif dalam pengembangan pariwisata di Kasongan. Dari hasil pembahasan didapatkan bahwa dari aspek kreasi, seniman mempunyai peran penting dalam perkembangan variasi produk gerabah Kasongan. Penggunaan alat-alat modern dan sistem informasi menjadi aspek yang sangat penting dalam jaringan industri kreatif di Desa Wisata Kasongan terkait produksi, distribusi, dan komersialisasi. Saat ini tidak hanya gerabah, kerajinan kayu, batu, bambu, recycled material menjadi produk yang ditawarkan di Kasongan. Kehidupan masyarakat yang tetap menjaga nilai-nilai kelokalan dan kegiatan festival juga menjadi daya tarik tersendiri untuk Desa Wisata Kasongan. Hal ini menunjukkan bahwa industri kreatif sangat berpengaruh terhadap kegiatan pariwisata dan perekonomian.

Kata Kunci: pariwisata berkelanjutan; industri kreatif; rantai nilai; gerabah kasongan.

PENDAHULUAN

Sektor kerajinan merupakan salah satu subsektor dari industri kreatif dimana industri kreatif memberi pengaruh besar terhadap perekonomian. Berbagai macam produk dihasilkan di Yogyakarta, dari mulai barang-barang kerajinan, kesenian masyarakat, produk inovasi pangan, hingga produk kreatif yang berbasis ilmu teknologi. Terdapatnya berbagai macam industri kreatif tersebut secara langsung dan tidak langsung sangat berpengaruh terhadap berkembangnya pariwisata di Yogyakarta dan menjadi penguat daya saing tersendiri bagi Yogyakarta. Kasongan merupakan salah satu sentra industri gerabah yang penting, terutama dengan melihat perkembangan yang terjadi sampai saat ini. Sesuai Perda Kabupaten Bantul

Nomor 4 Tahun 2011 Tentang RTRW Kabupaten Bantul Tahun 2010-2030, Kasongan masuk dalam Kawasan strategis sosio-kultural, meliputi Kawasan Strategis Desa Wisata dan Kerajinan Kasongan-Jipangan-Gendeng-Lemahdadi (Kajigelem) (Gambar1).



Gambar 1. Peta Kawasan Strategis Kajigelem. Sumber: Diolah dari Peta Pertanahan Desa Bangunjiwo (2015)

Perkembangan secara ekonomis di Kasongan ditunjukkan oleh adanya aktivitas perekonomian yang makin meningkat, misalnya meningkatnya jumlah usaha penjualan keramik melalui *art-showroom* yang semakin banyak di sepanjang jalan Kasongan. Secara administratif Kasongan berada di Dusun Kajen, Desa Bangunjiwo, Kecamatan Kasihan, Kabupaten Bantul yang bisa kita lihat dalam bagan 1 berikut. Namun berbicara Kasongan sebagai sentra industri gerabah dan desa wisata, tidak dapat dibatasi secara administratif. Wilayah Kasongan sebagai sentra industri dan desa wisata tidak hanya di dusun Kajen tetapi juga mencakup sebagian dari Kelurahan Tirtonirmolo, Kecamatan Sewon.

Creative Economy Report yang dipublikasikan oleh UNCTAD (*United Nations Conference on Trade and Development*), memberikan definisi kreatifitas sebagai proses di mana gagasan dihasilkan, dihubungkan dan ditransformasikan kedalam wujud benda-benda yang bernilai, orisinal. Artinya menciptakan sesuatu dari sesuatu yang sebelumnya tidak ada atau mengulang kerja (mengerjakan kembali) sesuatu dari yang sudah ada. Di dalam konteks pemahaman kreativitas di bidang industri kreatif, konsepsi kreativitas dapat diasosiasikan dengan rantai proses penciptaan nilai yang umumnya memang terjadi di industri kreatif. Rantai nilai ini memiliki urutan linier sebagai berikut (Departemen Perdagangan RI, 2008):

1. Kreasi, dalam hal ini yaitu daya kreativitas, ketrampilan, dan bakat, orisinalitas ide yang sangat dipengaruhi oleh edukasi, inovasi, ekspresi, kepercayaan diri, pengalaman dan projek, proteksi, dan agen talenta.
2. Produksi, yaitu segala aktivitas yang dibutuhkan dalam mentransformasi input menjadi output, baik berupa produk maupun jasa seperti teknologi jaringan *outsourcing* jasa, dan skema pembiayaan.
3. Distribusi, yaitu segala kegiatan dalam penyimpanan dan pendistribusian *output* yang dipengaruhi oleh faktor negosiasi hak distribusi, internasionalisasi, dan infrastruktur.
4. Komersialisasi, yaitu segala aktivitas yang berfungsi memberi pengetahuan kepada pembeli tentang produk dan layanan yang disediakan, dan juga mempengaruhi konsumen untuk membelinya. Aspek yang mempengaruhi antara lain adalah pemasaran, penjualan, dan promosi.

Berdasarkan latar belakang tersebut dapat dirangkum rumusan permasalahan "bagaimana kontribusi industri kreatif terhadap pariwisata di Kasongan?". Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui rantai nilai industri kreatif subsektor kerajinan di Kasongan, dan peran industri kreatif terhadap perkembangan pariwisata di Kasongan.

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini digunakan tipe penelitian deskriptif, yaitu jenis penelitian yang memberikan gambaran atau uraian atas suatu keadaan se jelas mungkin tanpa ada perlakuan terhadap objek yang diteliti.

Menurut Sukmadinata (2007:54), penelitian deskriptif adalah metode penelitian yang ditujukan untuk menggambarkan fenomena-fenomena yang ada yang berlangsung pada saat ini atau saat yang lampau. Penelitian ini bermaksud untuk mendapatkan deskripsi dan gambaran mengenai rantai nilai industri kreatif subsektor kerajinan di Kasongan, sifat pendekatan penelitian ini termasuk dalam penelitian kualitatif.

Untuk mengumpulkan data dan mendapatkan gambaran dan deskripsi yang jelas tentang industri kreatif di Kasongan dilakukan wawancara terhadap 28 perajin gerabah kasongan dan survei langsung ke lapangan. Pada penelitian ini akan memfokuskan perkembangan Kasongan mulai dari tahun 1925an hingga saat ini. Sejak tahun 1925-an Kasongan mulai dikenal menjadi daerah penghasil gerabah. Secara garis besar perkembangan kerajinan gerabah Kasongan sebagai berikut:

1. Periode I (Tahun 1925-1970an)
Produksi gerabah di Kasongan pada masa ini untuk tujuan pemenuhan alat-alat rumah tangga. Unit keluarga sebagai unit produksi. Kemampuan pembuatan gerabah diperoleh dari turun-temurun.
2. Periode II (Tahun 1970an-1990an)
Arah perkembangan produksi gerabah mulai mendapat perhatian dari seniman, LSM, yayasan, mahasiswa seni, dan pemerintah. Gerabah mulai nampak sebagai hasil kerajinan. Pada tahun 1985 Didirikan Kantor UPT sebagai kepanjangan tangan pengrajin ke pemerintah. Memperkenalkan gerabah menjadi suatu industri melalui perbaikan mutu, desain, skala produksi. Kasongan mulai dikenal sebagai daerah wisata.

Terdapat fasilitas berupa bengkel kerja/showroom untuk mewadahi proses dan hasil produksi gerabah Kasongan.

3. Periode III (Tahun 1990an-sekarang)

Gerabah sebagai bagian dari hasil seni industri kreatif. Mulai berkembang kerajinan yang semula hanya industri gerabah juga industri keramik, tetapi juga berkembang kerajinan kayu dan batu. Produksi gerabah dan keramik merambah pasar luar negeri/ekspor. Gerabah menjadi daya tarik wisatawan dan pembeli dari dalam dan luar negeri.

HASIL DAN PEMBAHASAN

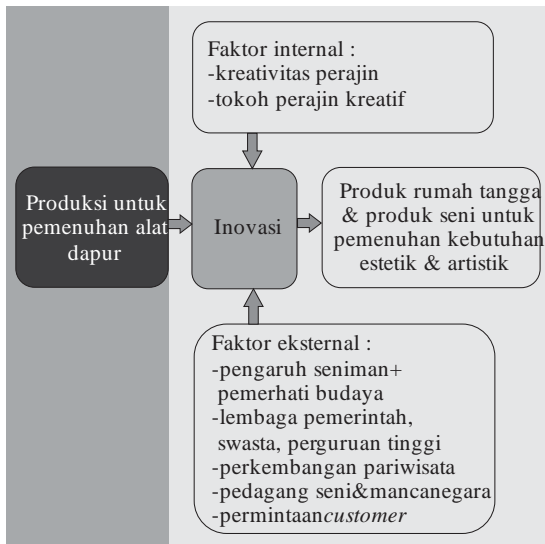
Rantai nilai yang menjadi pokok bahasan dalam penelitian ini memiliki urutan linear sebagai berikut: kreasi, produksi, distribusi, dan komersialisasi. Perkembangan Kasongan akan dibahas berdasarkan perkembangan dari Periode I hingga Periode III.

1. Kreasi

Kreasi adalah penciptaan dimana daya kreasi merupakan faktor suplai/input dalam industri kreatif dengan melibatkan segala hal yang berhubungan dengan cara-cara mendapatkan input, menyimpannya dan mengolahnya. Sehingga daya kreativitas, keterampilan dan bakat, orisinalitas ide adalah faktor suplai/*input* yang paling penting. Berdasarkan wawancara yang dilakukan terhadap 28 perajin gerabah di Kasongan dapat diungkapkan bahwa tidak semua perajin mempunyai background pendidikan tentang gerabah. Sebagian besar dari mereka mempunyai keterampilan sebagai perajin gerabah dengan otodidak ataupun secara turun temurun. Dari survey yang dilakukan terhadap 28 perajin, 9 perajin mengungkapkan bahwa mereka pernah mengikuti keterampilan ataupun kursus tentang gerabah. Mereka mengikuti kursus keterampilan ataupun pembekalan tentang gerabah antara lain di UPT Kasongan, KUB Setyobawana, dan dari seniman Bapak Sapto Hudoyo. Hasil produk kerajinan gerabah di kasongan seiring berkembangnya waktu mengalami perubahan tren desain. Berdasarkan survey, barang-barang kerajinan yang diproduksi perajin antara lain berupa patung, guci, pot, vas, anglo, celengan, souvenir.

Berdasarkan wawancara yang dilakukan terhadap 28 perajin, ide desain pembuatan produk berasal dari:

1. Inovasi sendiri, ide desain produk berasal dari kreasi hasil pemikiran murni perajin.
2. Dari media cetak dan elektronik, antara lain dari majalah, buku dan media internet.
3. Mengikuti tren yang sedang laku di pasaran, seperti yang diungkapkan Bapak Timbul sebagian besar perajin membuat produk berdasarkan tren yang sedang laku di pasaran.
4. Hal ini terkait dengan penjualan produk supaya laris di pasaran. Pernyataan Bapak Timbul tersebut terbukti dari survey yang dilakukan terhadap 28 perajin, 15 perajin mengungkapkan bahwa mereka mendapatkan ide desain hasil produk mereka dengan mengikuti tren yang sedang laku di pasaran.
5. Dari *costumer* atau pembeli, seperti yang diungkapkan oleh Bapak Surahman (Umi Keramik) ide desain produk hasil kerajinan gerabah berasal dari permintaan pembeli. Pernyataan Bapak Surahman ini diperkuat dengan pernyataan perajin Bapak Sigit Purnomo (Sanggar Purnama) dan Bapak M. Hidayad (Putra Insan Keramik) yang mengatakan bahwa pembeli datang ke perajin dengan membawa desain ataupun *sample* produk agar barang diproduksi oleh perajin dan diperbanyak. Perkembangan ide desain hasil produk kerajinan gerabah di Kasongan yang awalnya berupa pemenuhan produk alat dapur, mulai bergeser menghasilkan produk seni untuk pemenuhan kebutuhan estetik dan artistik. Hal ini tidak lepas dari pengaruh para seniman yang banyak terlibat dan memberikan masukan desain serta berkolaborasi dengan para perajin di Kasongan. Di Kasongan saat ini sudah banyak terdapat studio perajin dan *workshop* yang memungkinkan pengunjung atau wisatawan untuk langsung terlibat dalam pembuatan gerabah (Gambar 2).



Gambar 2 . Faktor yang Mempengaruhi Hasil Kreasi Produksi di Kasongan

2. Produksi

Peralatan yang digunakan dalam proses pembuatan seni kerajinan keramik Kasongan mengalami perkembangan. Pada awalnya pembakaran gerabah dilakukan secara manual yang dilakukan di pekarangan rumah saat ini sudah banyak yang menggunakan tungku/oven (Gambar 3). Pada umumnya alat produksi gerabah di Kasongan terdiri dari alat pembuat bahan, alat pembentuk, alat penghias, alat pembakar, alat *finishing*, dan alat *packing*. Proses pembuatan gerabah di Kasongan antara lain: persiapan bahan gerabah, proses desain kerajinan gerabah, dekor badan gerabah, pengeringan, pembakaran, *finishing*, pengepakan. Saat ini UPT Kasongan bekerja sama dengan Universitas Gadjah Mada sedang mengembangkan alat radiologi digital untuk hasil kerajinan gerabah di Kasongan. "radiologi digital" sebagai pengontrol kualitas produk kerajinan guna mendukung sektor industri kreatif. Alat ini merupakan inovasi pengembangan teknologi dari alat medis yang kami *create* untuk kerajinan. Alat ini diperuntukkan bagi para pelaku industri kreatif terutama kalangan perajin, guna mengetahui kualitas produk kerajinan hingga meningkatkan nilai jualnya. Industri kreatif di Kasongan mempunyai jaringan kegiatan industri yang sangat luas. Jaringan tersebut antara lain: pemasok bahan baku, tenaga kerja/karyawan yang sebagian bersasal dari Brebes, jasa pengepakan/*packaging*.



Gambar 3. Proses Pembakaran Gerabah Menggunakan Cara Tradisional di Pekarangan Rumah dan Menggunakan Tungku/Oven

3. Distribusi

Pada awalnya produksi gerabah Kasongan dijual dengan cara dipajang didepan rumah perajin dan dijajakan keliling dengan sepeda ataupun di pasarkan di pasar-pasar tradisional di seputaran daerah Yogyakarta. Saat ini berbagai macam produk gerabah Kasongan bisa didapatkan di toko-toko *artshop* di sepanjang jalan utama Kasongan. Sedangkan untuk pengiriman ke luar daerah ataupun ekspor biasanya menggunakan truk-truk *container*. Jaringan distribusi produk industri kerajinan gerabah di Kasongan tidak terlepas dari hubungannya dengan pemasok bahan baku dan pemasok produk ataupun barang setengah jadi. Seperti yang diungkapkan Bapak Wagiman (pengrajin gerabah dari dusun Sentanan), beliau mengungkapkan bahwa hasil produk yang beliau produksi merupakan produk setengah jadi (belum dibakar). Hasil produk tersebut nantinya akan diambil oleh pemesan dan dipasarkan hanya di lingkungan sekitar Kasongan. Menurut keterangan dari Bapak Suwarjo selaku Koordinator UPT Kasongan, produk yang dijual di Kasongan tidak hanya berasal dari para pengrajin di Kasongan, tetapi juga dari sentra industri gerabah Pundong Bantul dan Bayat Klaten. Hal ini terjadi karena Kasongan dinilai lebih dikenal oleh wisatawan ataupun masyarakat luas sebagai sentra industri gerabah daripada Pundong dan Bayat sehingga apabila dipasarkan di Kasongan mempunyai peluang

lebih besar untuk laku. Hasil produk gerabah Kasongan tidak hanya dipasarkan di Indonesia, bahkan sudah merambah ke pasar internasional. Seperti yang diungkapkan oleh Bapak Temu (Temu Ceramics), hasil produk yang dihasilkan oleh Temu Ceramics diekspor langsung ke luar negeri, antara lain ke Australia, Denmark, dan Belgia.

4. Komersialisasi

Komersialisasi merupakan segala aktivitas yang berfungsi memberi pengetahuan kepada pembeli tentang produk dan layanan yang ada di industri gerabah Kasongan. Aktivitas yang terjadi dalam tahap komersialisasi antara lain:

1. Pemasaran, berdasarkan wawancara yang dilakukan kepada para perajin gerabah di Kasongan segmen pasar yang dituju untuk pemasaran hasil produk utamanya adalah wisatawan yang berkunjung ke Kasongan, baik wisatawan nusantara maupun manca negara, ada pula yang mempunyai sasaran perusahaan di luar negeri dan kolektor. Selain Wisatawan bagi perajin yang menghasilkan barang produk berupa barang mentah/setengah jadi, produk mereka dipasarkan kepada agen atau penjual yang memerlukan produk barang mentah/setengah jadi (belum di-*finishing*).

2. Penjualan, Sistem penjualan industri gerabah di Kasongan dilakukan dengan beberapa cara, antara lain: penjualan langsung ke konsumen, disetor ke toko/agen, ada yang menggunakan sistem konsinyasi.
3. Promosi, promosi hasil produksi kerajinan gerabah di Kasongan ditempuh dengan berbagai cara, antara lain: melalui media cetak (surat kabar, brosur, leaflet), media elektronik (televisi, internet, *blog*, *facebook*, *twitter*), dari mulut ke mulut (*gethok tular*).

Berdasarkan keterangan dari Ibu Rara (Dinas Pariwisata Bantul, Bidang Promosi dan Kemitraan), Pemda Bantul juga sangat mendukung dalam promosi desa Kasongan, dengan cara membuat brosur dan buku saku yang ditiptkan saat pameran-pameran pariwisata dan kegiatan *travel dialog*.

Dari hasil pembahasan rantai nilai secara linier industri kreatif gerabah di Kasongan, dapat kita ketahui bahwa di setiap tahapannya sangat erat kaitannya dengan kegiatan pariwisata.

Secara garis besar dapat kita lihat dalam rangkuman Tabel 1 dan 2.

Gambar 4 merupakan skema peruangan di kawasan Kasongan berdasarkan komponen rantai nilai industri kreatif.

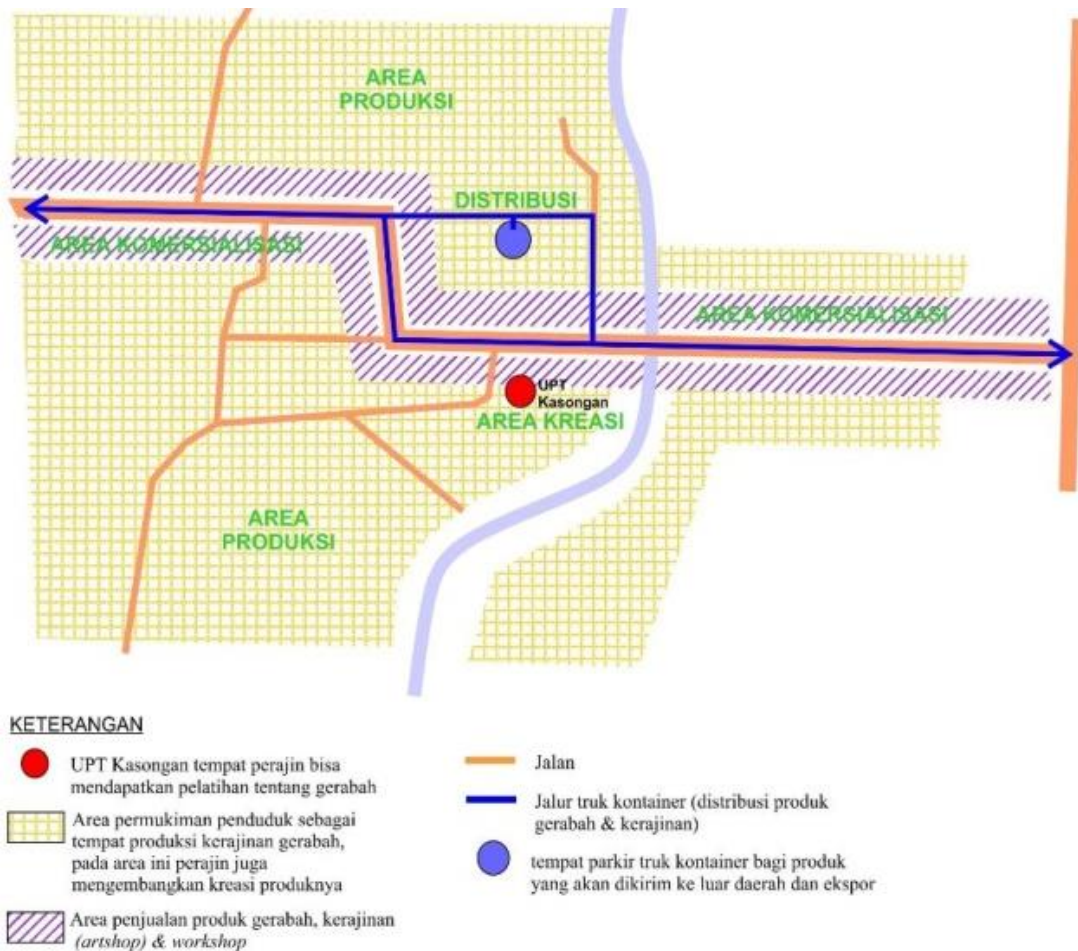
Tabel 1. Hubungan Komponen Rantai Nilai Industri Kreatif dengan Atraksi Wisata di Kasongan

Rantai Nilai	Periode I	Periode II	Periode III	Atraksi Wisata Di Kasongan
Kreasi	Produk gerabah untuk pemenuhan alat-alat dapur	Selain pemenuhan alat-alat dapur mulai bergeser menghasilkan produk seni.	Pemenuhan alat-alat dapur dan produk seni untuk pemenuhan kebutuhan estetik dan artistik. Selain gerabah juga mulai muncul produk lain, batu, kayu, <i>recycled material</i> .	Produk gerabah yang dipajang di <i>artshop</i> sepanjang jalan utama Kasongan menjadi daya tarik bagi wisatawan, dan juga kegiatan pembuatan gerabah menjadi daya tarik karena wisatan bisa terlibat langsung.
Produksi	Pembuatan gerabah & pembakaran dilakukan secara manual di pekarangan rumah. Masih jadi satu dengan unit hunian.	Mempunyai bengkel kerja/ <i>studio/workshop</i> , produk gerabah dipasarkan melalui toko-toko/ <i>artshop</i> .	Produksi gerabah dan keramik dipasarkan di dalam dan luar negeri. Gerabah dipasarkan dengan dipajang di galeri-galeri, ditiptkan di koperasi, dan ekspor. Walaupun masih banyak warga yang melakukan kegiatan produksi gerabah jadi satu dengan unit hunian.	
Distribusi	Dipajang di depan rumah, dijajakan keliling dengan sepeda dan di pasar-pasar tradisional.			

Rantai Nilai	Periode I	Periode II	Periode III	Atraksi Wisata Di Kasongan
Komersialisasi	Pemasaran produk langsung ke konsumen, informasi dari mulut ke mulut (<i>gethok tular</i>).	Hasil produksi gerabah mulai wilayah Pembeli berdatangan ke daerah Kasongan.	Promosi produk melalui media cetak elektronik, pameran wisata dan internet.	Agar lebih dikenal masyarakat luas dan wisatawan diadakan Kasongan Art Festival dan Terracotta Biennale.

Tabel 2. Perkembangan Atraksi Wisata di Kasongan

Atraksi	
Periode I	Gerabah sebagai hasil produksi alat-alat rumah tangga belum menjadi daya tarik
Periode II	<ol style="list-style-type: none"> Gerabah mulai dikenal sebagai barang seni kerajinan, mulai terdapat <i>artshop</i> yang menjual hasil kerajinan gerabah. Proses pembuatan gerabah juga sebagai daya tarik.
Periode III	<ol style="list-style-type: none"> Produk gerabah dan proses pembuatannya sebagai daya tarik, terdapat <i>artshop</i> dan <i>workshop</i> disepanjang jalur utama Kasongan. Wisatawan juga bisa terlibat dalam proses pembuatannya (<i>workshop</i> gerabah). Festival Kasongan sebagai daya tarik (seperti Kasongan Art Festival yang diadakan setiap tahun (mulai 2011 hingga sekarang, dan Terracotta Biennale). Keragaman hasil produk yang dijual di kawasan Kasongan selain gerabah antara lain kerajinan dari batu, logam, kayu, dan <i>home vintage decor</i>).



Gambar 4. Skema Peruangan Kawasan Kasongan Berdasarkan Rantai Nilai Industri Kreatif

Tabel 1. Hubungan komponen rantai nilai industri kreatif dengan atraksi wisata di Kasongan

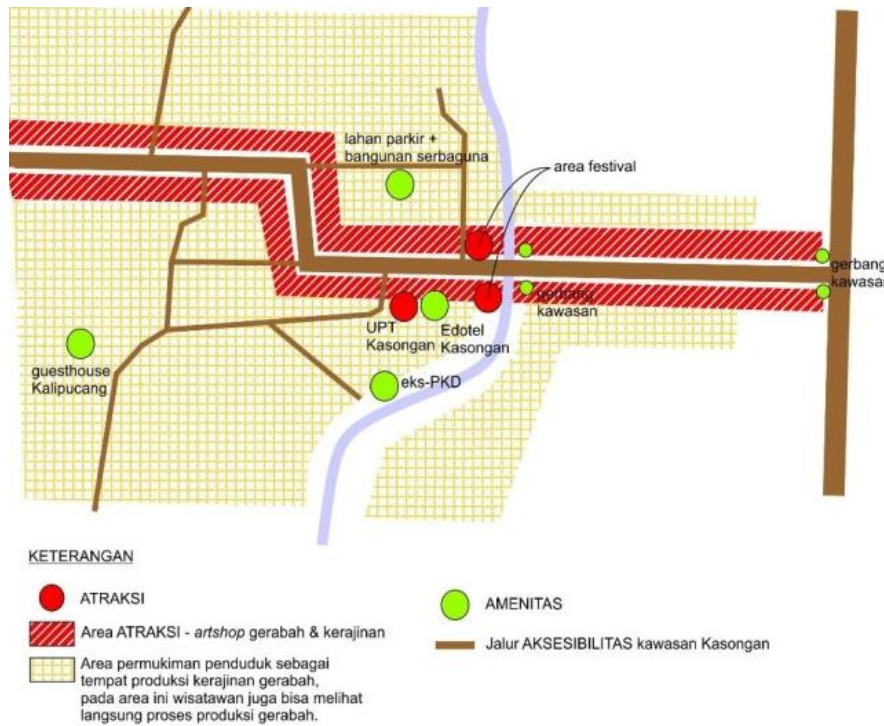
Rantai Nilai	Periode I	Periode II	Periode III	Atraksi Wisata Di Kasongan
Kreasi	Produk gerabah untuk pemenuhan alat-alat dapur	Selain pemenuhan alat-alat dapur mulai bergeser menghasilkan produk seni.	Pemenuhan alat-alat dapur dan produk seni untuk pemenuhan kebutuhan estetik dan artistik. Selain gerabah juga mulai muncul produk lain, batu, kayu, <i>recycled material</i> .	Produk gerabah yang dipajang di <i>artshop</i> sepanjang jalan utama Kasongan menjadi daya tarik bagi wisatawan, dan juga kegiatan pembuatan gerabah menjadi daya tarik karena wisatan bisa terlibat langsung.
Produksi	Pembuatan gerabah & pembakaran dilakukan secara manual di pekarangan rumah. Masih jadi satu dengan unit hunian.	Mempunyai bengkel kerja/studio/ <i>workshop</i> , produk gerabah dipasarkan melalui toko-toko/ <i>artshop</i> .	Produksi gerabah dan keramik dipasarkan di dalam dan luar negeri. Gerabah dipasarkan dengan dipajang di galeri-galeri, dititipkan di koperasi, dan ekspor. Walaupun masih banyak warga yang melakukan kegiatan produksi gerabah jadi satu dengan unit hunian.	
Distribusi	Dipajang di depan rumah, dijajakan keliling dengan sepeda dan di pasar-pasar tradisional.			
Komersialisasi	Pemasaran produk langsung ke konsumen, informasi dari mulut ke mulut (<i>gethok tular</i>).	Hasil produksi gerabah Kasongan mulai dikenal wilayah luar. Pembeli mulai berdatangan ke daerah Kasongan.	Promosi produk melalui media cetak elektronik, pameran wisata dan internet.	Agar lebih dikenal masyarakat luas dan wisatawan diadakan Kasongan Art Festival dan Terracotta Biennale.

Tabel 2. Perkembangan atraksi wisata di Kasongan

	Atraksi
Periode I	1. Gerabah sebagai hasil produksi alat-alat rumah tangga belum menjadi daya tarik
Periode II	2. Gerabah mulai dikenal sebagai barang seni kerajinan, mulai terdapat <i>artshop</i> yang menjual hasil kerajinan gerabah. 3. Proses pembuatan gerabah juga sebagai daya tarik.
Periode III	4. Produk gerabah dan proses pembuatannya sebagai daya tarik, terdapat <i>artshop</i> dan <i>workshop</i> disepanjang jalur utama Kasongan 5. Wisatawan juga bisa terlibat dalam proses pembuatannya (<i>workshop</i> gerabah). 6. Festival Kasongan sebagai daya tarik (seperti Kasongan Art Festival yang diadakan setiap tahun (mulai 2011 hingga sekarang, dan Terracotta Biennale). 7. Keragaman hasil produk yang dijual di kawasan Kasongan selain gerabah antara lain kerajinan dari batu, logam, kayu, dan <i>home vintage decor</i>).

Dari uraian di atas dipaparkan bahwa proses penciptaan produksi gerabah di Kasongan sangat erat kaitannya dengan kegiatan pariwisata di Kasongan. Berdasarkan Gambar 4, bisa kita ketahui bahwa *artshop* yang menjual barang produksi gerabah banyak terdapat di sepanjang jalan utama Kasongan. Hal ini sangat baik karena memudahkan wisatawan untuk mendapatkan langsung barang

yang dicari. Namun disatu sisi, hal ini juga merugikan bagi para perajin yang tidak mempunyai *artshop* di sepanjang jalan Kasongan. Biasanya mereka menitipkan barangnya kepada pemilik galeri/*artshop* yang berada di sepanjang jalan utama Kasongan.



Gambar 4. Skema Perancangan Pariwisata di Kasongan

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pembahasan terhadap rumusan masalah pada penelitian ini, maka dapat disimpulkan bahwa, perkembangan industri kreatif kerajinan gerabah di Kasongan sangat berpengaruh terhadap perkembangan pariwisata di Kasongan. Kontribusi industri kreatif terhadap pariwisata berdasarkan komponen rantai nilai sebagai berikut:

1. Kreasi, seniman dan perajin merupakan aktor penting dalam perkembangan produk gerabah di Kasongan. Dengan meningkatnya inovasi dan ragam produk di Kasongan meningkat pula daya tarik wisata di Kasongan.
2. Produksi, dengan berkembangnya teknologi semakin memudahkan proses produksi gerabah di Kasongan untuk mempercepat pemenuhan permintaan produk di pasaran. Di sisi lain masih banyak perajin yang masih menggunakan cara tradisional, hal ini merupakan keunikan tersendiri karena juga merupakan daya tarik bagi wisatawan. Wisatawan bisa langsung terlibat dalam proses produksinya.
3. Distribusi, pemajangan produk hasil gerabah di Kasongan di deretan *artshop* yang berada di sepanjang jalan utama

Kasongan menjadi daya tarik utama bagi wisatawan yang berkunjung di kawasan Kasongan.

4. Komersialisasi, dengan berkembangnya media internet memudahkan para perajin untuk mempromosikan daerah wisata Kasongan. Kasongan Art Festival dan Teracotta Binnalle yang sudah sering diadakan di Kasongan, menjadi atraksi yang wajib dikunjungi karena tidak hanya menampilkan produk gerabah tetapi juga ditampilkan kegiatan seni budaya dan nilai nilai lokal Kasongan. Bertambahnya daya tarik wisata Kasongan tidak hanya produk dan proses pembuatan gerabah, tetapi juga Kasongan *Art Festival* menambah daya tarik kawasan yang berakibat pada kebutuhan ruang ruang komunal (*common land*) untuk mewadahi atraksi wisata tersebut.

Berikut adalah strategi yang terkait industri kreatif yang sudah dilakukan di Kasongan sebagai penggerak sektor pariwisata sehingga tercipta pariwisata yang berkelanjutan di Kasongan, antara lain memperkuat posisi Kasongan dengan kluster industri kreatif (Kasongan berada di kluster wisata Kajigelem) dan mempersiapkan sumber daya manusia yang kreatif di Kasongan, antara lain bekerja sama

dengan para seniman, perguruan tinggi (ISI), pihak swasta dan pemerintah.

Sukmadinata, Nana Syaodih (2007) *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Daftar Pustaka

Barringer, Richard, et.al. (2004) *The Creative Economy in Maine: Measurement & Analysis*. The Southern Maine Review: University of Southern Maine.

UNCTAD (United Nations Conference on Trade and Development) (2010) *Creative Economy Report 2010*. PBB.

Simatupang, Togar M. (2010) *Manajemen Rantai Nilai Dalam Era Kreatif*. Pidato Ilmiah Guru Besar ITB.

Departemen Perdagangan RI. (2008) *Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia 2025: Rencana Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia 2009-2015*.

Yozcu, Özen Kıran dan İçöz, Orhan (2010) A Model Proposal on the Use of Creative Tourism Experiences in Congress Tourism and the Congress Marketing Mix. *PASOS*. Vol. 8(3) Special Issue 2010.

Effendi, Sofian dan Tukiran (Eds). (2012) *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: LP3ES.

Hermantoro, Henky (2011) *Creative-Based Tourism: Dari Wisata Rekreatif Menuju Wisata Kreatif*. Jawa Barat: Aditri.

Koestantia, Tantie (2013) *Disertasi: Pola Sebaran Industri Kreatif dan Implikasinya pada Sistem Keruangan Destinasi Pariwisata, Studi Kasus: Kota Bandung*. Yogyakarta: UGM.

Osman, dan Amin (2012) *Rumah Produktif: Sebagai Tempat Tinggal dan Tempat Bekerja di Permukiman Komunitas Pengrajin Emas (Pola Pemanfaatan Ruang Pada Usaha Rumah Tangga)*. Prosiding 2012 Volume 6 Desember 2012. Jurusan Arsitektur Universitas Hasanuddin.

Raharjo, Timbul (2009) *Historitas Desa Gerabah Kasongan*. Yogyakarta: Program Pascasarjana Institut Seni Indonesia Yogyakarta.

Raharjo, Timbul (2009) *Globalisasi Seni Kerajinan Keramik Kasongan*. Yogyakarta: Program Pascasarjana Institut Seni Indonesia Yogyakarta.

Silas, Johan (2000) *Rumah Produktif*. Surabaya: Laboratorium Perumahan dan Permukiman ITS.