

STRATEGI DALAM MEMAJUKAN INDUSTRI KREATIF DAN PENGEMBANGAN EKONOMI LOKAL

(Studi Kasus Industri Kerajinan Seni Desa Tegallalang)

Eka Diana Mahira¹

¹ Program Studi Teknik Industri, Fakultas Teknik, Universitas Mahendradatta Bali
Jl. Ken Arok No 12, Peguyangan Denpasar Utara, Bali 80115
Email: diana.mahira@gmail.com

Abstrak- Penelitian ini bertujuan untuk menentukan strategi pemecahan permasalahan permodalan dan pemasaran khususnya industri kerajinan tangan di Kabupaten Gianyar. Penelitian ini merupakan penelitian studi kasus dengan menggunakan metode analisis data deskriptif, dimana metode ini digunakan untuk menjelaskan suatu fenomena yang terjadi. Objek penelitian ini adalah industri kerajinan seni di Desa Tegallalang, Kabupaten Gianyar. Berdasarkan hasil survey lapangan dan studi literature, salah satu faktor yang menghambat pemberdayaan industri kerajinan kecil di Bali dan Indonesia pada umumnya adalah belum terdapatnya manajemen terpadu yang modern untuk mendukung produktifitas dan inovasi produksi. Situasi yang terjadi hingga kini adalah belum tertatanya secara menyeluruh berbagai macam komponen yang menggerakkan industri kecil. Industri kerajinan tangan yang menjamur di Desa Tegallalang menghadapi beragam persoalan serius terkait dengan permodalan, pemasaran, dan inovasi-inovasi produksi kain tenun cepuk sendiri. Sebagai usaha kerajinan tangan, daya serap tenaga kerja sebenarnya sangatlah besar. Banyak penduduk pedesaan yang masih menyandarkan hidupnya kepada industri kerajinan ini. Namun persoalan pemasaran kerajinan tangan ini tetap saja menjadi persoalan yang tidak dikembangkan secara maksimal. Berdasarkan permasalahan tersebut adapun strategi yang dilakukan adalah dengan melaksanakan kerjasama dengan mitra yaitu salah satunya Lembaga Mitra Bali. Mitra Bali memainkan peranan strategis sebagai fasilitator dalam memberdayakan para pengerajin dan mengembangkan jiwa kewirausahaannya. Pengerajin dimotivasi untuk terus menghasilkan desain-desain produk kerajinan tangan, memasarkan produk mereka ke manca negara, dan secara terusmenerus mencari jalan kegiatan promosi-promosi di dalam dan di luar negeri untuk produk kerajinan-kerajinan mereka. Kondisi ini tentu sangat kondusif dirasakan oleh pengerajin untuk terus mengembangkan usaha mereka. Namun untuk langkah kedepan sinergi berbagai pihak (pemerintah, swasta, pelaku pariwisata, dan pengerajin sendiri) dalam memberdayakan industri kerajinan tangan sangatlah penting dikembangkan.

Kata Kunci : Strategi, Industri, Kreatif, Tegallalang

Abstract- This study was aimed to determine strategies for solving capital and marketing problems, especially handicraft industries in Gianyar Regency. This research was a case study research using descriptive data analysis method, where this method was used to explain a phenomenon that occurs. The object of this research was the art craft industry in Tegallalang Village, Gianyar Regency. Based on the results of field surveys and literature studies, one of the factors that inhibits the empowerment of small craft industries in Bali and Indonesia in general is the lack of modern integrated management to support productivity and innovation in production. The situation that has occurred until now is that there has not been a comprehensive arrangement of the various components that drive small industries. The handicraft industry that mushroomed in Tegallalang Village faced a variety of serious problems related to capital, marketing, and the innovations of the production of cepuk woven fabrics themselves. As a handicraft business, the absorption of labor is actually very large. Many rural residents still rely on this craft industry. But the problem of marketing this handicraft is still a problem that is not maximally developed. Based on these problems as for the strategy carried out is by implementing cooperation with partners, one of which is the Bali Partner Institute. Mitra Bali plays a strategic role as a facilitator in empowering craftsmen and developing their entrepreneurial spirit. Craftsmen are motivated to continue to produce designs for handicraft products, market their products overseas, and continually find ways to promote domestic and foreign promotions for their handicraft products. This condition is certainly very conducive for craftsmen to continue to develop their businesses. But for the future steps of the synergy of various parties (government, private sector, tourism actors, and craftsmen themselves) in empowering the handicraft industry, it is very important to develop.

Keywords: Strategy, Industry, Creative, Tegallalang

PENDAHULUAN

Pulau Bali merupakan salah satu destinasi pariwisata dunia dengan beragam obyek wisata mulai dari wisata alam hingga wisata budaya. Sebagai destinasi wisata dunia, tentunya menjadi pangsa pasar yang sangat menjanjikan bagi berbagai industri kreatif, khususnya dalam bidang kerajinan (*craft*). Globalisasi yang melanda Indonesia sendiri membawa dampak pada perkembangan industri kreatif dan ekonomi kreatif. Ekonomi kreatif menjadi trend dunia untuk meningkatkan daya saing daerah dan memperkuat struktur perekonomian daerah. Seiring kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi informasi, kegiatan kreatif dikembangkan untuk tanggap dan menjawab perkembangan arus globalisasi dengan membangun *interpreneurship* masyarakat Indonesia. Ini menjadi tantangan dan peluang pembangunan ekonomi masa kini. Konsep ekonomi kreatif, industri kreatif, dan kota kreatif telah menjadi istilah populer di Indonesia. Pemerintah Indonesia melalui Kementerian Perdagangan menciptakan ekonomi kreatif dengan fokus pada pengembangan industri kreatif dan kota-kota kreatif. Setelah delapan tahun, industri kreatif Indonesia berkembang pesat dengan banyak komunitas kreatif yang berkembang berdasarkan ketrampilan kewirausahaan dan upaya mandiri.

Di Indonesia ekonomi kreatif dipahami sebagai industri yang berasal dari pemanfaatan cadangan sumber daya yang bukan hanya terbarukan, bahkan tak terbatas, yaitu ide, gagasan, bakat atau talenta dan kreativitas. Industri tidak dapat lagi bersaing di pasar global dengan hanya mengandalkan harga atau kualitas produk saja, tetapi harus bersaing berdasarkan inovasi, kreativitas dan imajinasi. Menurut Departemen Perdagangan, (2008) ada beberapa arah dari pengembangan industri kreatif ini, seperti pengembangan yang lebih menitikberatkan pada industri berbasis: (1) lapangan usaha kreatif dan budaya (*creative cultural industry*); (2) lapangan usaha kreatif (*creative industry*), atau (3) Hak Kekayaan Intelektual seperti hak cipta (*copyright industry*). Pengembangan sektor pariwisata didukung Inpres No 16 Tahun 2005 tentang kebijakan pembangunan kebudayaan dan pariwisata, terdapat tujuh kebijaksanaan yang tercantum yaitu: promosi digencarkan, aksesibilitas diperlukan, mutu produk dan pelayanan ditingkatkan, kawasan wisata dikembangkan, wisata bahari digalakkan, SDM ditingkatkan, sadar budaya, dan sapta pesona dibudayakan (Musaneff, 1995).

Kabupaten Gianyar Bali dikenal sebagai gudangnya seni di Bali, karena banyak desa-desa di Gianyar memiliki citra seni sendiri-sendiri. Seperti Celuk yang terkenal sebagai pusat kerajinan emas dan perak, Singapadu sebagai pusat seni ukir batu paras, Batubulan dengan atraksi barong dan kris dance, Ubud sebagai pusat seni lukis, Sukawati sebagai pusat seni ukir kayu, Tegalalang pusat kerajinan tangan, Keramas sebagai pusat seni lukis tradisional Bali yang lebih dikenal dengan aliran Keramas, Bona dikenal sebagai sentra kerajinan dari bambu, dan hamper semua desa lainnya memiliki ciri khas seni tersendiri. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana perkembangan pembangunan industri kreatif di Kabupaten Gianyar sebagai sentra seni budaya Bali.

PENGEMBANGAN EKONOMI LOKAL DAN EKONOMI KREATIF

The World Bank (2001) menjelaskan proses ekonomi yang dilakukan bersama oleh pemerintah, usahawan, dan organisasi non-pemerintah untuk menciptakan kondisi yang lebih baik untuk pertumbuhan ekonomi dan penciptaan lapangan kerja di tingkat lokal. Helmsing (2001) Pengembangan Ekonomi Lokal (PEL) dapat didefinisikan sebagai proses di mana kemitraan antara pemerintah daerah, kelompok berbasis masyarakat dan sektor swasta yang didirikan untuk mengelola sumber daya yang ada untuk menciptakan lapangan kerja dan mendorong perekonomian dengan baik sebuah wilayah tertentu. Ini menekankan pengendalian lokal, dengan menggunakan potensi manusia lokal, kelembagaan dan kemampuan fisik. Pembangunan ekonomi lokal memiliki inisiatif memobilisasi pelaku, organisasi, dan sumber daya, mengembangkan lembaga baru dan sistem lokal melalui dialog dan tindakan strategis. Fristia dan Navastara (2014) dalam penelitiannya yang berjudul "Faktor Penyebab Belum Berkembangnya Industri Kecil Batik Desa Kenongo Kecamatan Tulungan Sidoarjo" mengemukakan bahwa kebijakan yang dipandang tepat dan strategis dalam rangka pembangunan potensi wilayah adalah kebijakan pengembangan ekonomi lokal. Pengembangan ekonomi lokal adalah suatu proses yang mencoba merumuskan kelembagaan-kelembagaan pembangunan di daerah, peningkatan kemampuan sumber daya manusia untuk menciptakan produk-produk unggulan yang lebih baik, pencarian pasar, alih pengetahuan dan teknologi, serta pembinaan industri kecil dan kegiatan usaha pada skala lokal. Dalam perspektif pembangunan ekonomi lokal, interaksi antara

pariwisata dan wilayah menjadi fundamental. Pariwisata telah menjadi salah satu industri yang paling penting. Hal ini didasarkan pada globalisasi dan perannya dalam perkembangan global, sedangkan dimensinya adalah lokal dan terhubung dengan jaringan lokal perusahaan. Model pembangunan ekonomi daerah, lembaga harus menyadari masalah dan risiko dari program yang diselenggarakan tidak baik dan intervensi berkelanjutan di wilayah tersebut. Intervensi pemerintah harus menyatakan rute untuk pengembangan ekonomi lokal, terutama untuk apa yang menyangkut keberlanjutan. Pariwisata merupakan salah satu aktivitas ekonomi yang membantu daerah lokal untuk mengembangkan ke arah tujuan wisata. dengan adanya hal itu ada banyak efek yang terjadi, beberapa hal merupakan konsekuensi linear seperti munculnya hotel dan industri travel. efek positif yang mungkin terjadi adalah peningkatan kesejahteraan dan pertumbuhan ekonomi lokal, sedangkan efek lainnya yaitu menyangkut lingkungan dan konteks kultur sosial yang mungkin terpengaruh oleh adanya budaya baru dan gaya hidup (Pedrana, 2013). Menurut Romer (1993), bahwa ide adalah barang ekonomi yang sangat penting, lebih penting dari objek yang sering ditekankan di kebanyakan model dan sistem ekonomi. Di dunia yang mengalami keterbatasan fisik ini, adanya penemuan ide-ide besar, yang juga diiringi oleh jutaan ide-ide kecil telah menjadikan ekonomi tetap tumbuh secara dinamis. Ekonomi kreatif erat kaitannya dengan industri kreatif, namun ekonomikreatif memiliki cakupan yang lebih luas dari industri kreatif. Ekonomi kreatif merupakan ekosistem yang memiliki hubungan saling ketergantungan antarantai nilai kreatif (creative value chain); lingkungan pengembangan (nurturanceenvironment); pasar (market) dan pengarsipan (archiving). Ekonomi kreatif tidak hanya terkait dengan penciptaan nilai tambah secara ekonomi, tetapi juga penciptaan nilai tambah secara sosial, budaya dan lingkungan. Oleh karena itu, ekonomi kreatif selain dapat meningkatkan daya saing, juga dapat meningkatkan kualitas hidup Bangsa Indonesia. Untuk mengembangkan ekonomi kreatif, diyakini bahwa kolaborasi antara pihak yang berperan dalam industri kreatif yaitu cendekiawan (intellectuals), bisnis (business), dan pemerintah (government) menjadi mutlak dan merupakan prasyarat tersendiri. Tanpa kolaborasi ketiga elemen itu, maka dikhawatirkan bahwa pengembangan ekonomi kreatif tidak berjalan selaras, efisien dan saling tumpang tindih. Hal ini karena setiap aktor

memiliki peran yang signifikan, namun juga memerlukan kontribusi dari berbagai pihak. Bentuk kolaborasi antara cendekiawan, bisnis, dan pemerintah merupakan langkah utama yang perlu dirumuskan (Departemen Perdagangan, 2008). Industri kreatif merupakan penggerak penciptaan nilai pada ekonomi kreatif. Dalam proses penciptaan nilai kreatif, industri kreatif tidak hanya menciptakan transaksi ekonomi, tetapi juga transaksi sosial dan budaya. Proses umum yang terjadi dalam rantai nilai kreatif adalah kreasi-produksi-distribusi-komersialisasi, namun setiap kelompok industri kreatif memiliki rantai nilai kreatif yang berbeda. Definisi industri kreatif sendiri menurut Departemen Perdagangan dalam buku Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia 2025 (2008) adalah: "Kemampuan dari industri kreatif dalam memanfaatkan kreativitas, keterampilan, serta bakat individu untuk menciptakan kesejahteraan serta lapangan pekerjaan melalui penciptaan dan pemanfaatan daya kreasi dan daya cipta individu tersebut". Badan Ekonomi Kreatif Indonesia telah mengeluarkan sub sektor terbaru dari industri kreatif yaitu sebanyak 16 sub sektor industri kreatif, diantaranya adalah: arsitektur; desain interior; desain komunikasi visual; desain produk; fashion; film, animasi dan video; fotografi; kriya; kuliner; musik; aplikasi dan game developer; penerbitan, periklanan, seni pertunjukan, seni rupa, serta televisi dan radio. (Perpres No. 72 Tahun 2015).

Konsep pariwisata kreatif pada awalnya didasarkan pada pengalaman yang berhubungan dengan wilayah tradisional budaya dan kreativitas belajar. model yang lebih baru telah didasarkan pada integrasi pariwisata dan industri kreatif secara keseluruhan, yang terlibat tidak hanya konsumen tetapi juga produsen, pembuat kebijakan dan lembaga pengetahuan. sektor kreatif seperti desain, fashion, game dan animasi sekarang menyediakan akses ke pasar baru dan diversifikasi permintaan (OECD, 2014).

METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan metode analisis data deskriptif, dimana metode ini digunakan untuk menjelaskan suatu fenomena yang terjadi. Penelitian deskriptif adalah penelitian yang bertujuan untuk memberikan atau menjabarkan suatu keadaan atau fenomena yang terjadi saat ini dengan menggunakan prosedur ilmiah untuk menjawab masalah secara aktual (Sugiyono, 2007). Metode deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan,

menginterpretasikan sesuatu fenomena, misalnya kondisi atau hubungan yang ada, pendapat yang berkembang, dengan menggunakan prosedur ilmiah untuk menjawab masalah secara actual. Penelitian ini juga menggunakan metode naratif yang merupakan strategi penelitian dimana di dalamnya peneliti menyelidiki kehidupan individu dan meminta seorang atau kelompok individu untuk menceritakan kehidupan mereka. Menurut Bogdan dan Tylor sebagaimana yang dikutip oleh Moleong (2004) menyebutkan bahwa yang dimaksud dengan deskriptif kualitatif adalah metode yang digunakan untuk menganalisa data dengan mendeskripsikan data melalui bentuk kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati. Unit analisis dalam penelitian ini adalah orang-orang yang mengetahui, berkaitan, dan menjadi pelaku dari industri kreatif.

Dalam hal ini penulis membatasi lokus studi pada potensi Desa Tegallalang yang merupakan salah satu obyek wisata di Kabupaten Gianyar dan terkenal dengan seni kerajinan tangannya, mulai dari seni ukir patung kayu, keramik dan seni ukir lainnya. Studi lapangan dilakukan dengan melakukan pengamatan langsung keadaan di lapangan, wawancara terhadap beberapa informan, baik pelaku industri, pemangku kepentingan maupun dari pengunjung. Teknik analisis data yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah model interaktif Miles dan Huberman (Sugiono, 2009), dengan tahapan reduksi data, penyajian data dan verifikasi data. Data diuji dengan menggunakan model triangulasi baik triangulasi informan maupun sumber.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sekretaris Jenderal Kementerian Perindustrian Haris Munandar menilai industri kreatif potensial dikembangkan di Bali karena didukung pesona kearifan lokal yang telah terbukti disukai wisatawan mancanegara. Sebagai salah satu faktor pendukung industri pariwisata, menurut dia, industri kreatif merupakan sektor potensial yang dapat berkontribusi bagi pertumbuhan ekonomi termasuk penciptaan lapangan kerja di Bali. Sampai saat ini di Kabupaten Gianyar sendiri terdapat 23.185 industri kreatif. Angka ini tidak menutup kemungkinan akan bertambah dan mengalami peningkatan dari tahun ke tahun. Menurut Kadisperindag Gianyar, Wayan Suamba, Keberadaan industri kreatif ini telah mampu menyerap lapangan kerja sebanyak 114.328 pekerja atau sekitar 20% dari jumlah penduduk Gianyar. Dikatakan, selain telah mampu menyerap lapangan kerja, industri

kreatif di Kabupaten Gianyar mampu memberikan kontribusi terhadap pembangunan di Kabupaten Gianyar. Dimana kontribusi ini menduduki peringkat III setelah pariwisata sekitar 29%, jasa sekitar 24% dan industri kreatif sebesar 18,11%. Menurut Kadisperindag, hal ini angka di luar dugaan dan pihaknya berharap kedepannya industri kreatif mampu berada di bawah sektor pariwisata. Hal ini didukung di masing-masing kecamatan di Gianyar telah memiliki keunggulan tersendiri untuk pengembangan usaha kreatif. Sehingga masing-masing kecamatan bersaing untuk meningkatkan inovasi dan kualitas industri kreatifnya.

Salah satu faktor yang menghambat pemberdayaan industri kerajinan kecil di Bali dan Indonesia pada umumnya adalah belum terdapatnya manajemen terpadu yang modern untuk mendukung produktifitas dan inovasi produksi. Industri kerajinan kecil pada umumnya belum tertangani secara serius terutama dalam manajemen produksi yang menyeluruh agar menjadi industri kerajinan kreatif yang menopang perekonomian masyarakat. Situasi yang terjadi hingga kini adalah belum tertatanya secara menyeluruh berbagai macam komponen yang menggerakkan industri kecil. Hal yang paling mendasar daripada itu adalah belum tertanamnya manajemen berbasis kewirausahaan yang sebenarnya adalah pondasi dasar penggerak industri kecil dan menengah. Manajemen berbasis kewirausahaan adalah kesadaran dan praktik pengelolaan usaha berbasis kemandirian dan mengoptimalkan potensi diri serta lingkungan sekitarnya. Kewirausahaan merujuk kepada kemandirian untuk mengembangkan diri dan usaha untuk menghasilkan langkahlangkah inovatif. Industri kerajinan dan industri kreatif secara keseluruhan sangat membutuhkan pengelolaan manajemen kewirausahaan. Industri kerajinan tangan yang menjamur di Desa Tegallalang menghadapi beragam persoalan serius terkait dengan permodalan, pemasaran, dan inovasi-inovasi produksi kain tenun cepuk sendiri. Sebagai usaha kerajinan tangan, daya serap tenaga kerja sebenarnya sangatlah besar. Banyak penduduk pedesaan yang masih menyandarkan hidupnya kepada industri kerajinan ini. Namun persoalan pemasaran kerajinan tangan ini tetap saja menjadi persoalan yang tidak dikembangkan secara maksimal. Beragam persoalan yang dihadapi industri kerajinan tangan di Desa Tegallalang ini menunjukkan situasi yang membutuhkan terobosan terutama menyangkut cara berpikir yang holistik untuk menanganinya. Berbagai persoalan terkait

dengan permodalan, pemasaran, sumber daya manusia, inovasi produk membutuhkan penanganan manajemen yang berspektif kewirausahaan.

Pengerajin industri kerajinan tangan di Desa Tegallalang belum bisa mempraktikkan semangat kewirausahaan tersebut dengan dari awal. Mereka masih terkendal permasalahan dana sebagai modal awal usahanya. Hal lainnya tentu saja terkait di dalamnya yaitu pemasaran dan juga bahan baku yang terangkai menjadi rangkaian persoalan yang saling terkait satu dengan yang lainnya. Padahal di sisi lain semangat dari para pengerajin untuk mengembangkan usahanya secara mandiri sangatlah besar. Penanganan permasalahan industri kerajinan tangan yang ada saat ini belum secara menyeluruh. Salah satu harapan tersebut ada di tangan pemerintah, dalam hal ini Departemen Perindustrian dan Perdagangan. Selama ini program-program yang dilakukan tidak menyeluruh dan menyelesaikan permasalahan sampai ke akar-akarnya. Misalkan saja persoalan permodalan ditangani dengan memberikan modal jadi tanpa mengajak seniman untuk mempunyai semangat untuk mencari sendiri modal tersebut. Kondisi ini mengakibatkan seniman menjadi tergantung kepada uluran modal dari pemerintah dan menjadikan modal sebagai topeng untuk mematikan semangat kemandirian dan kewirausahaannya.

Modal awal untuk pembuatan patung yang disarankan oleh Dinas Perindustrian dan Perdagangan tersebut mencapai Rp. 25 juta dari mulai pembelian bahan hingga penyelesaian akhir. Untuk membuat patung sendiri yang bisa dijual sendiri tentu mustahil bagi Ardita. Kalaupun pemerintah terkendala dengan jumlahnya modal yang dibutuhkan oleh masing-masing pengerajin, hal lain yang bisa dilakukan adalah menyiapkan jaringan pemasaran dan program bantuan lainnya untuk membina pengerajin agar mandiri dan mengembangkan usahanya. Hal itupun sangat sulit didapatkan oleh para pengerajin.

Saat ini selain jaringan pemasaran alternatif yang dikembangkan oleh industri menengah yang menjadi perantara antara pengerajin dan konsumen, pasar-pasar seni juga telah jenuh dan penuh sesak. Kondisi pasar seni sekarang sangat tidak kondusif khususnya bagi pengerajin karena koleksi barang-barang yang ditawarkan itu-itu saja dan tidak ada perubahan. Kalaupun ada penambahan biasanya terjadi secara massal. Disamping itu peluang untuk memasarkan hasil produksi sangat sedikit di tengah persaingan di antara pedagang yang semakin ketat. Pihak

pemerintah, dalam hal ini Dinas Perindustrian dan Perdagangan, sebenarnya telah membangun kontak dan melakukan langkah-langkah dalam membantu pengerajin dengan berbagai cara. Pemerintah melalui Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Gianyar sebenarnya telah memberikan bantuan berupa peralatan-peralatan kerajinan kayu kepada kelompok-kelompok pengerajin yang ada di Gianyar. Namun tetap saja bantuan yang diberikan pemerintah hanya dapat menyasar sebagian kecil dari para pengerajin dan kelompok-kelompok yang ada. Dasar bantuan juga sangat tidak mendidik para pengerajin karena hanya memberikan bantuan setelah itu pergi tanpa pendampingan dan pembinaan bagaimana jalan yang bisa ditempuh secara mandiri oleh para pengerajin. Pemerintah sebenarnya bisa dengan maksimal untuk melakukan pembinaan dan pendampingan secara berkelanjutan dengan mencari jalan-jalan keluar terhadap permasalahan yang dihadapi para pengerajin. Namun yang terjadi sampai saat ini dalam situasi industri kecil di Bali adalah sangat lemahnya kelompok-kelompok pengerajin. Memang banyak sekali terdapat kelompok-kelompok pengerajin industri kerajinan tangan, namun dalam praktiknya kelompok-kelompok pengerajin ini tidaklah berjalan secara solid. Anggota dalam kelompok-kelompok berjalan sendiri-sendiri. Biasanya siapa yang mendapatkan order akan mengerjakan sendiri dengan alasan keuntungan. Ini kenyataan yang terjadi di lapangan.

KESIMPULAN

Kondisi usaha kecil dan menengah di Bali, khususnya industri kerajinan tangan di Kabupaten Gianyar, sangatlah tergantung kepada usaha pemecahan permasalahan permodalan dan pemasaran. Kedua permasalahan ini adalah permasalahan mendasar dalam penanganan industri kecil dan menengah. Permasalahan ini tidak akan pernah terselesaikan jika tidak ada sinergi antara pemerintah, swasta, pelaku pariwisata, dan sudah tentu pengerajin dan kelompok pengerajin itu sendiri. Inisiatif dan kreatifitas dari para pengerajin sendiri yang akan merubah nasibnya adalah semangat dari jiwa kewirausahaan dan kemandirian yang seharusnya dimiliki oleh para pengerajin. Temuan penelitian ini menggambarkan bahwa kreatifitas pengerajin dalam pembuatan-pembuatan desain baru serta usaha mereka untuk mencari bahan hingga memasarkan sendiri produk mereka adalah hal yang sangat menjanjikan untuk mengembangkan

kemandirian industry kerajinan tangan. Dalam usaha mengembangkan kemandirian, para pengerajin memerlukan bantuan lembaga menengah swasta yang memiliki komitmen dalam pemberdayaan industry kecil kerajinan tangan sembari terus melakukan usaha-usaha menanamkan semangat kewirausahaan di dalamnya. Penelitian ini menemukan bahwa lembaga Mitra Bali memainkan peranan strategis itu sebagai fasilitator dalam memberdayakan para pengerajin dan mengembangkan jiwa kewirausahaannya. Pengerajin dimotivasi untuk terus menghasilkan desain-desain produk kerajinan tangan, memasarkan produk mereka ke manca negara, dan secara terusmenerus mencari jalan kegiatan promosi-promosi di dalam dan di luar negeri untuk produk kerajinan-kerajinan mereka. Mereka dibebaskan untuk menerima pesanan dari pihak lain asalkan tidak menggunakan desain yang telah digunakan di Mitra Bali. Pengerajin juga dimotivasi untuk menghasilkan produk-produk kerajinan yang berkualitas agar bias bersaing dengan pasar produk kerajinan tangan di dunia. Kondisi ini tentu sangat kondusif dirasakan oleh pengerajin untuk terus mengembangkan usaha mereka. Namun untuk langkah kedepan sinergi berbagai pihak (pemerintah, swasta, pelaku pariwisata, dan pengerajin sendiri) dalam memberdayakan industry kerajinan tangan sangatlah penting dikembangkan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ditha, Asthariani. 2011. Fair Trade Jalan bagi Produsen Termarginalkan, *balebengong.net*, 22 Mei 2011
- Failyani, Farida Hydro dkk, 2009. Pemberdayaan Perempuan Perdesaan dalam Pembangunan (Studi Kasus Perempuan di Desa Samboja Kuala, Kecamatan Samboja, Kabupaten Kutai Kertanegara), *Jurnal Wacana* Vol. 12 No. 3 Juli 2009.
- Hariyati, Dr. Ratih, Penerapan Model Strategi Pemasaran Usaha Kecil Berbasis Web 2.0 sebagai Upaya dalam Meningkatkan Daya Saing Industri Kecil, *Jurnal UPI*, Tahun 11 No. 11 2011.
- Irsan A.,S.1991. Industri Kecil, Sebuah Tinjauan Perbandingan, Edisi II, LP3ES, Jakarta.
- Kartasasmita, Ginandjar. 2003. "Pemberdayaan Masyarakat: Konsep Pembangunan yang Berakar pada Masyarakat". Bahan Kuliah SP 605 Program Pascasarjana ITB 1 Desember 2003.
- Kuncoro, Mudrajad. 2000. "Usaha Kecil di Indonesia: Profil, Masalah dan Strategi Pemberdayaan" Makalah yang disajikan dalam Studium Generale dengan topik "Strategi Pemberdayaan Usaha Kecil di Indonesia", di STIE Kerja Sama, Yogyakarta, 18 Nopember 2000.
- Kuncoro, Mudrajad. 1997. Ekonomi Pembangunan (Teori, Masalah, Kebijakan), Yogyakarta: Akademi Manajemen YKPN Yogyakarta.
- Laksono, P.M. 2009. "Peta Jalan Antropologi Indonesia Abad Kedua Puluh Satu: Memahami Invisibilitas (Budaya) di Era Globalisasi Kapital". Pidato Pengukuhan Jabatan Guru Besar pada Fakultas Ilmu Budaya Universitas Gadjah Mada.
- Marijan, Kacung, 2005. Mengembangkan Industri Kecil Menengah Melalui Pendekatan Kluster, *Jurnal INSAN* Volume 7 No. 3 Desember 2005.
- Mubyarto. 1999. Reformasi Sistem Ekonomi: Dari Kapitalisme Menuju Ekonomi Kerakyatan, Aditya Medya, Yogyakarta.
- Munizu, Musran, 2010. Pengaruh FaktorFaktor Eksternal dan Internal Terhadap Kinerja Usaha Mikro dan Kecil (UMK) di Sulawesi Selatan dalam *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan* Vol. 12 No. 1, Maret 2010 hlm. 33-41.
- Ningsih, Tri Wahyu Rejeki, 2004. Mengukur Besarnya Peranan Industri Kecil dalam Perekonomian di Provinsi Jawa Tengah, *Jurnal Dinamika Pembangunan* Vol. 1 No. 2 Desember 2004, hlm. 125-136.
- Pahlezi SE.M.Si, Dr. Reza. 2006. "Strategi Penumbuhan Wirausaha Baru" dalam *Jurnal Infokop* No. 29 Tahun XXII.
- Saefullah, Asep Ahmad. 2007. "Kebijakan Pemerintah dalam Pembinaan Pengusaha Kecil dan Menengah: Studi Kasus di Provinsi Bali dan Sulawesi Utara" Makalah ini merupakan ringkasan dari laporan penelitian tentang "Pengembangan UKM di Indonesia" yang dilakukan oleh Pusat Pengkajian Pelayanan Data dan Informasi Sekretariat Jenderal DPR RI tahun 2007.
- Sumidi. 2004. Pemberdayaan Industri Bordir di Kabupaten Kudus dalam *Jurnal Dialogue JIAKP* Vol. 1, No. 2, Mei 2004. Hlm. 335-350.
- Sumodiningrat, Gunawang. 1999. Pemberdayaan Masyarakat dan Jaring

- Pengaman Sosial. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Soetomo, Sugiono, 2003. Riset Aksi Partisipatif sebagai Pemberdayaan dalam Pengembangan Pendidikan Perencanaan, Jurnal Tata Kelola, Jurusan Planologi Universitas Diponogoro Semarang Vol. 5 No. 2 Agustus 2003.
- Tambunan, Tulus, 1994. Mengukur Besarnya Peranan Industri Kecil dan Rumah Tangga di dalam Perekonomian Regional: Beberapa Indikator, Jurnal Agro Ekonomika No. 1 Thn. XXIV, Yayasan Agro Ekonomika, Yogyakarta.
- Tambunan, Tulus. 1989. "Mengapa Industri Kecil Penting bagi Indonesia". Harian Suara Pembaharuan, 12 Desember.
- Telagawathi, Ni Luh W. Sayang, 2011. "Model Pemberdayaan Kain Tenun Cepuk di Nusa Penida, Klungkung Bali", Laporan Penelitian Hibah Bersaing DIKTI 2011.
- Tjokrowinoto, M. 1993. Politik Pembangunan: Sebuah Analisi, Konsep, Arah dan Strategi. PT Tiara Wacana, Yogyakarta.
- Yaumidin, Umi Karomah. 2003. Strategi Perencanaan Pembangunan Ekonomi Kabupaten Gianyar dalam Jurnal Widyariset Vol. 4 Tahun 2003.