

BAGIAN DUA

PUSAT KERAJINAN BATU DI MUNTILAN

2.1. POTENSI DUSUN TEJOWARNO, TAMAN AGUNG, MUNTILAN

Dusun Tejawarno merupakan bagian dari beberapa permukiman yang mempunyai akses pariwisata di magelang. Dusun Tejawarno yang merupakan bagian dari Desa Tamanagung Kecamatan Muntilan Kabupaten Magelang adalah dusun yang mempunyai kegiatan utama sebagai kegiatan industri kerajinan batu dengan berbagai macam jenis dan keunggulan yang belum dimanfaatkan secara maksimal.

Karena disamping adanya spesifik daerah kerajinan pahat batu juga karena letaknya pada daerah jalur wisata Yogyakarta-Borobudur, maka pada perkembangan keberadaannya sebagai daerah perkembangan permukiman yang tumbuh pesat, sektor-sektor pendukung kehidupan diperhatikan pula seperti misalnya sentra perdagangan dan pengembangan sebagai sektor penarik wisata.

2.2. SEJARAH PERKEMBANGAN KERAJINAN BATU DI MUNTILAN

Pelopor sentra kerajinan pahat batu yang ada di Dusun Tejawarno berasal dari seorang yang bernama Dulkamit Joyoprono. Ia mempunyai seorang ayah yang bernama Joyo Pawiro yang tak lain adalah seorang *jlogro* yaitu orang yang membuat umpak, kijing/batu makam dan barang yang terbuat dari batu.

Pada tahun 1953 Dulkamit Joyoprono dapat ilham dari seringnya datang ke borobudur. Dia dengan kakaknya yang bernama Ali Rahmat dan Kasrin pertama kali datang ke borobudur atas perintah bapaknya yang telah terlebih dahulu bekerja ± pada tahun 1910 di bawah Insinyur Zeni T.van Erp dari Belanda yang ikut mengisi trap/tingkatan candi borobudur yang pernah rusak. Harapan ayahnya, dengan seringnya bermain ke candi borobudur siapa tahu jadi bisa meniru atau membuat bangunan seperti borobudur yang merupakan warisan nenek moyang.

Seiring dengan bergantinya hari, akhirnya Dulkamit Joyoprono sering pergi ke candi borobudur, yang akhirnya menjadi senang, cinta dan sayang borobudur, terutama karena candi borobudur sebagai karya warisan nenek moyang yang harus dilestarikan dan dijunjung tinggi. Akhirnya Dulkamit Joyoprono mulai timbul ide dan gagasan yang muncul dari ayahnya yang hanya sebagai pembuat nisan untuk makam, umpak dsb. Selanjutnya beliau mencoba membuat dengan cara mengamati, meraba, dan mengukur

salah satu patung yang ada di borobudur, dan kemudian mencoba membuat sendiri di rumahnya, yang pada akhirnya dapat dibuat dan diselesaikannya. Dengan bekal semangat dan keuletannya, dia terus berlatih membuat patung, walaupun pada saat itu untuk beberapa waktu belum ada orang yang berniat membelinya.

Dengan adanya dorongan ayahnya yang mengatakan bahwa “ saat ini mungkin belum ada yang tertarik membeli, tetapi siapa tahu dimasa yang akan datang ada yang berminat dan mau membelinya”. Kemudian seiring berjalannya waktu, pada tahap masa belajarnya yaitu pada tahun 1953-1956, yang selanjutnya pada tahun 1957 beliau melanjutkan sekolah di sekolah teknik magelang, yang sesaat kemudian pindah ke sekolah juru gambar di jogjakarta. Pada tahun 1959 beliau pindah ke jogjakarta selama setahun, kemudian pada tahun 1960 dia pulang ke kampung halamannya, sedangkan sekolahnya di juru gambar hanya berumur 2 tahun karena dia keluar yang seharusnya ditempuhnya dalam jangka waktu 6 tahun. Setelah itu Dulkamit Joyoprono mulai menggambar dan mulai membuat arca-arca yang pada waktu itu masih belum ada yang membelinya. Dan ternyata keyakinan ayahnya mulai terwujud, waktu itu pada tahun 1960 kebetulan dari Bapak Jendral Subroto memesan pintu gerbang yang terbuat dari batu yang dikerjakannya selama kurang lebih dua tahunan (th 1960-1962) dan ternyata dapat berhasil sesuai yang diinginkan.

Pembuatan kerajinan pahat batu pada waktu itu belum ada orang lain yang menekuninya selain dari beliau Dulkamit Joyoprono sendiri, walaupun masih belum ada juga orang yang berminat membeli patung buatannya. Dari keberhasilannya itu akhirnya dia mulai menekuni membuat patung, yang pada akhirnya mulai ada yang membeli dan mendapatkan pesanan.

Sejak saat itu dengan prospek kerajinan batu yang dianggap cerah, kerajinan pahat batu ini mulai diikuti oleh para tetangga. Dulkamit Joyoprono juga mulai mengajak teman dan saudaranya sekampung, yang lama kelamaan bisa berjalan dan berkembang serta sampai sekarang telah berjalan selama 43 tahun.

Kemudian sedikit demi sedikit teknik memahat batu mulai ditekuni juga oleh penduduk Tejawarno dengan cara mencoba, membuat dan meniru patung yang ada di candi serta dari adanya pesanan yang dikerjakan bersama-sama. Selain itu orang-orang yang ikut bekerja pada beliau Dulkamit Joyoprono yang sudah bisa mandiri, memisahkan diri dan mendirikan sanggar sendiri dan bisa berkembang.

Pada tahun 1974 Bp.Gubernur Jawa Tengah memesan candi miniatur, yang akhirnya beliau Dulkamit Joyoprono mencoba membuat miniatur candi borobudur, candi prambanan, dan candi yang ada di Jawa Tengah dan ternyata berhasil. Dari aktifitas pahat batu di kawasan Tejawarno yang dipelopornya mulai tahun 1974 akhirnya pada tahun 1990 beliau mendapat penghargaan dari pemerintah daerah dan pemerintah pusat termasuk jasa Upapradata dan Upakarti di Istana Negara.

Dari situlah maka Dusun Prumpung, Tejawarno dan sekitarnya menjadi berkembang pesat dan telah menjadi sentra pahat batu yang sekarang telah mencapai ± 35 sanggar dari skala kecil, sedang dan besar, serta mempunyai tenaga pahat ± 650 orang dari usia muda dan tua. Sentra pahat batu di Tejawarno ini bisa berhasil dirintis karena benar-benar diikuti oleh generasi yang rata-rata cenderung mempunyai bakat memahat.

Masuknya para pendatang dari luar daerah juga diterima baik oleh masyarakat Prumpung dan Tejawarno dan dianggap bukan sebagai saingan, salah satunya dari daerah Bali, yang akhirnya semuanya dapat berkembang dengan baik. Akhirnya Prumpung dan Tejawarno menjadi sentra pahat batu di Jawa Tengah dan mendapat sebutan "Prumpung Adiluhung" karena namanya yang sudah terdengar diseluruh pelosok dunia. Dusun Prumpung dan Tejawarno merupakan salah satu daerah pemula pembuat patung dan duplikat candi-candi yang telah membawa nama harum daerah kabupaten Magelang, yang pada akhirnya mendapatkan dukungan dari dinas purbakala, dinas pariwisata, dan dinas perindustrian dan perdagangan yang mereka kelola secara bersama dengan sebaik-baiknya.

Salah satu wujud bantuan yang diberikan yaitu berasal dari pemerintah daerah yang diwujudkan dengan membantu teknik-teknik serta pemasarannya, misalnya dengan membantu lewat pameran dan mengikutkan hasil kerajinan pahat batu, baik itu tingkat nasional ataupun internasional. Salah satu peserta yang pernah mengikuti pameran tingkat internasional adalah beliau Dulkamit Joyoprono dengan sanggarnya yang bernama sanjaya, yang pernah diikutkan dalam pameran di New York dalam pameran New York Fair 1994 yang menyertakan barang kerajinan batu, sekaligus sebagai perwakilan dari pahat batu yang ada di Indonesia.

Kerajinan pahat batu ini telah mempunyai pangsa pasar kedalam dan keluar negeri. Pangsa pasar kerajinan pahat batu ini dari tahun awal sampai kurang lebih tahun 1990 an, 95 % kedalam negeri, dan baru mulai tahun 1990 sampai sekarang mulai banyak

berdatangan orang asing yang berminat membeli yang kemudian dibawa keluar negeri melalui guide-guide dan para eksportir.

Diera globalisasi sekarang banyak para pemesan dari berbagai Negara, dan telah mencapai pasar Eropa, Amerika termasuk di Belanda dan Suriname. Yang konon katanya kerajinan pahat batu ini bisa diandalkan, dengan dasar itulah maka secara tak langsung menjadikan daerah prumpung dan tejawarno menjadi sentra pahat batu di Jawa Tengah.

Selain itu dari keluarga Dulkamit Joyoprono sendiri pernah mendapat pesanan untuk mengerjakan di Negara Uzbekistan dan dari kalangan pemahat juga pernah mendapatkan pekerjaan di Tibet untuk membantu atau membuat pekerjaan disana. Hal ini merupakan salah satu bukti adanya kerjasama yang baik antara pemerintah daerah dan pemerintah pusat sehingga kerajinan pahat batu ini bisa terus dipertahankan sampai sekarang.

Pengadaan bahan dan material arca batu berasal dari lereng gunung merapi yaitu di daerah Dukun, Keninger, Sumber kecamatan Dukun, yang merupakan daerah yang berlokasi di kaki merapi yang berjarak 8 km dari Muntilan. Adapun jenis batu yang digunakan adalah jenis batu andesit yang berada dibawah permukaan tanah yang merupakan batu yang sudah lama tertimbun didalam tanah. Batu ini sangat cocok untuk bahan pembuat patung karena tingkat kekerasannya yang rendah sehingga mudah untuk dipahat. Selain itu jenis batu ini setelah dicocokkan ternyata juga mempunyai jenis yang sama dengan jenis batu yang ada di candi Borobudur, Prambanan dan candi yang ada di Jawa Tengah.

Asal batu andesit ini berasal dari letusan gunung merapi yang berupa lava yang masuk kedalam sungai sehingga menjadi beku terkena air. Selama ratusan tahun lava itu mengendap dan ada sebagian yang tertimbun tanah sehingga menjadi batu yang disebut batu andesit dan sekarang karena banyaknya penggalian yang dilakukan oleh penambang, akhirnya mulai banyak pengrajin yang mencari alternatif bahan baku. Salah satu bahan alternatif yaitu batu yang berasal dari gunung wonosari yang berupa batu putih, batu kuning, dan batu hijau yang sekarang juga juga sudah mulai berkembang dengan prospek masa depan yang cukup bagus karena juga bisa laku dipasaran, tetapi tetap masih di bawah kualitas batu candi atau batu andesit.

Seiring berkembangnya kerajinan di Prumpung dan Tejawarno, banyak yang meniru dalam menghasilkan produk kerajinan pahat batu, tetapi dari hal itu jadi bisa terlihat dengan banyaknya macam produk yang dihasilkan, antara produk satu dengan

lainnya mempunyai kualitas yang berbeda, tergantung dari tingkat keahlian si pemahatnya.

Dari banyaknya pengrajin yang ada sekarang telah menjadikan daerah tersebut menjadi sentra pahat batu dan juga telah memiliki paguyuban yang sifatnya hanya sebagai sarana supaya setiap tahun dapat berkumpul dalam acara *perti dusun*, yaitu berkumpulnya pemahat dan warga dalam acara selamatan, dengan maksud supaya selamat dalam pekerjaannya dan banyak rezeki, sehingga acara tersebut merupakan acara syukuran yang diadakan setiap tahun yang sekaligus dapat menambah dan mempererat hubungan antara seniman dan pengrajin.

2.1. KEPEMILIKAN PUSAT KERAJINAN BATU

Pusat kerajinan batu di Muntilan ini sebagai fasilitas penunjang kepariwisataan, yang berusaha meningkatkan jumlah kunjungan wisata dengan menyediakan fasilitas penjualan kerajinan batu. Pusat kerajinan batu ini mewadahi fungsi komersial yaitu menjual produk kerajinan sebanyak-banyaknya dan fungsi wisata, yaitu menampilkan sekaligus memperagakan proses pembuatan kerajinan batu. Bangunan ini terletak ditengah-tengah antara sentra kerajinan batu dengan tempat wisata candi mendut, pawon dan borobudur, dan berada dijalur wisata sehingga mudah dikunjungi oleh wisatawan dengan melihat terbatasnya waktu wisatawan dalam mengunjungi obyek-obyek wisata yang ada di kab.Magelang.

Pusat kerajinan batu ini dimiliki oleh pemerintah daerah yang digunakan oleh pengrajin dengan sistem bagi hasil, Pemerintah daerah yang memiliki pusat kerajinan batu ini dengan alasan, selain sebagai tempat penjualan kerajinan khusus batu, juga pusat kerajinan ini sebagai objek wisata. Keunggulan pusat kerajinan ini menampung proses pembuatan secara langsung dari beberapa pengrajin secara bersama-sama dalam dimensi ruang yang cukup besar, sehingga mempunyai daya tarik tersendiri. Pengadaan proses pembuatan kerajinan ini supaya dapat meningkatkan penjualan yang diterima pengrajin, sehingga keberadaan pusat kerajinan batu ini tetap berlangsung.

2.3. PROSES PRODUKSI KERAJINAN BATU

Bahan baku yang digunakan untuk menghasilkan barang kerajinan batu di Dusun Tejawarno adalah batu andesit dan batu wonosari, tetapi tidak menutup kemungkinan untuk menggunakan alternatif batu yang dirasa cocok. Bahan penolong atau

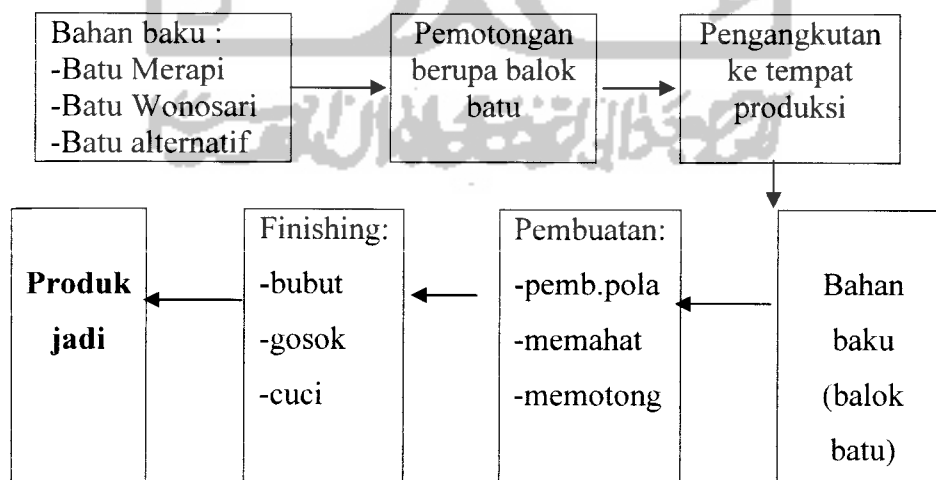
perlengkapan produksi terdiri dari : lem, semen, air dan cat, sedangkan peralatan yang digunakan dalam proses produksi adalah : Unit pengelolaan bahan baku, palu, tатаh, tungku pembakaran, alat putar, pompa air, gerenda, mesin bubut, mesin pemotong, kuas dan pisau gores.

Proses produksinya adalah mula-mula dengan pengambilan dan penambangan batu di kaki merapi yang berada di daerah Dukun, Keninger, Sumber kecamatan Dukun, dengan pemotongan berupa balok-balok batu dengan dimensi yang disesuaikan dengan ukuran patung/kerajinan yang akan dibuat.



Foto 1 : proses pemahatan dari balok batu
(Sumber : Dokumen Pribadi)

Kemudian diangkut menuju sentra kerajinan, setibanya ditempat balok itu ditempatkan pada tempat bagian produksi, dan dengan menggunakan tатаh dan mesin bubut balok batu itu dipahat sesuai dengan bentuk yang diinginkan atau sesuai dengan pesanan, setelah itu dihaluskan dengan mesin bubut dan proses terakhir dengan pembersihan dan pencucian dengan air. Adapun proses produksi dapat digambarkan sebagai berikut :



Sumber: Pengamatan lapangan



Foto 2 : proses pemahatan kerajinan batu
Sumber : Dokumen Pribadi



Foto 3 : Proses pemotongan batu potong
Sumber : Dokumen Pribadi

2.4. PROSES PEMASARAN KERAJINAN BATU

Untuk memasarkan barang-barang hasil industri kerajinan Batu Tejawarno kebanyakan dengan menerima pesanan, baik pesanan dalam negeri maupun pesanan dari luar negeri. Produk-produk yang banyak diminati terutama oleh pemesan luar negeri adalah patung Budha dan lampu taman yang merupakan benda yang paling banyak dicari pembeli. Alasannya, patung Budha dianggap sebagai benda yang eksotik, dan spesifik mewakili Asia⁷. Pemesan ada yang langsung datang ke pengrajin dan ada juga yang melalui perantara. Untuk pemesanan dari luar negeri kebanyakan datang langsung ke perajin dan mempercayakan pengirimannya pada eksportir.

Di sentral industri kerajinan Batu Tejawarno, pemasaran masih masih tergantung pedagang pengumpul, saluran pemasaran lain adalah dengan dipasarkan sendiri melalui tokonya sendiri atau pengusaha besar sebagai bapak angkat.

Adapun usaha-usaha yang seharusnya dilakukan oleh perajin untuk meningkatkan jangkauan pemasaran kerajinan batu Tejawarno Muntilan adalah :

- Dengan melakukan promosi yang dilakukan oleh pemerintah bila sedang ada pameran-pameran industri kecil
- Melalui promosi melalui pamflet dan website yang menyangkut potensi Muntilan

⁷ Tabloid Rumah No.Edisi 20-1 / 15-28 okt 2003

- Meningkatkan kualitas dan pelayanan tepat waktu kepada pemesan
- Meningkatkan ketrampilan agar dapat menyajikan produk sesuai dengan selera konsumen
- Melalui katalog dan brosur yang disebarakan

Tetapi usaha-usaha yang seharusnya dilakukan diatas kerap kali tidak semua perajin melakukannya karena banyaknya kendala-kendala yang dialami misalnya tidak adanya manajemen perusahaan, tidak adanya pengelolaan administrasi dan lain-lain.

Untuk pemasaran dalam negeri daerah tujuan adalah kota-kota besar di pulau Jawa, sedangkan untuk pemasaran luar negeri yang memesan dalam jumlah besar adalah Jerman, Perancis, Amerika, Belanda, Malaysia, Korea Selatan, dan Negara-negara di Timur Tengah

2.5. MACAM PENGELOMPOKAN KERAJINAN BATU

Dalam produksi kerajinan pahat batu ini dikelompokkan menurut ukuran besar kecilnya batu, menurut cara penempatan / peletakan barang.

Kerajinan batu yang dikelompokkan menurut ukurannya, yaitu :

- Ukuran kecil
Ukuran yang masuk dalam besaran dibawah 30 cm²



Foto 4 : Barang kerajinan ukuran dibawah 30 cm
(Sumber : Dokumen Pribadi)

- Ukuran sedang
Ukuran yang masuk dalam besaran antara 30-75 cm².



Foto 5 : Barang kerajinan ukuran 30-75 cm
(Sumber Dokumen Pribadi)



Foto 6 : Barang kerajinan ukuran 30-75 cm
(Sumber Dokumen Pribadi)

- Ukuran besar
Ukuran yang masuk dalam besaran lebih dari 75 cm².

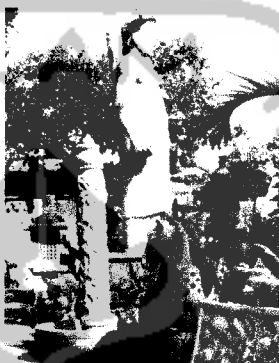


Foto 7 : Barang kerajinan ukuran diatas 75 cm
(Sumber Dokumen Pribadi)

Sedangkan kerajinan batu yang dikelompokan berdasarkan cara pembuatan dan peletakan barang kerajinan yaitu :

- Diletakan dengan bantuan perancah
Kerajinan yang pembuatan dan pengerjaannya dengan bantuan perancah/skafolding karena dimensinya yang cukup besar, misalnya : patung dan miniatur candi yang bersifat monumental.



Foto 8 : Barang kerajinan dengan pembuatannya dengan bantuan skafolding
(Sumber Dokumen Pribadi)

- Digantung

Kerajinan yang pembuatan dan penempatannya dengan cara digantungkan pada dinding, misalnya : hiasan dinding dan lain-lain.



Foto 9 : Barang kerajinan dengan pembuatan dan penempatan ditempel
(Sumber Dokumen Pribadi)

- Diletakan

Kerajinan yang pembuatan dan penempatannya dengan cara diletakan pada meja atau bidang yang lain, misalnya : asbak, patung / hiasan meja dan lain-lain.



Foto 10 : Barang kerajinan dengan penempatan diletakan
(Sumber Dokumen Pribadi)

2.6. PENGERTIAN PUSAT KERAJINAN BATU

a. Pengertian pusat

Kata pusat diartikan sebagai pokok, pangkal, atau menjadi tumpuan⁸. Definisi ini kemudian dikembangkan lagi oleh Habeyb, pusat berarti beberapa kelompok yang tersebar dalam suatu tempat dimana bentuk pelayanan, system pelayanan dan manajemennya diatur bersama.

b. Pengertian Kerajinan

Kerajinan merupakan kata benda yang berasal dari kata rajin = giat bekerja atau kerajinan adalah barang yang dihasilkan melalui keterampilan tangan⁹. Hasil karya kerajinan dapat mengkomunikasikan pengalaman-pengalaman batin pengrajinnya, kemudian pengalaman batin tersebut disajikan secara menarik baik dari segi penampilan maupun bobot seninya.

⁸ WJS Poerwadarminto, 1976

⁹ Daryanto.S, 1997

c. Pengertian Batu

Batu merupakan kandungan sumberdaya alam berupa mineral padat yang mudah didapati dan memiliki beragam jenis. Batu juga dapat dimanfaatkan sebagai barang kerajinan apabila memiliki kreatifitas untuk mengolah batu tersebut menjadi sebuah kerajinan misalnya saja dibuat relief untuk hiasan dalam maupun luar ruang.

d. Pengertian Pusat Kerajinan Batu

Dengan demikian pengertian pusat kerajinan batu adalah kumpulan dari berbagai macam wadah kerajinan batu yang terorganisasi, sebagai tujuan pengenalan dan pengembangan kerajinan batu, yang meliputi kegiatan pelayanan informasi, promosi, pameran dan pemasaran yang dapat memuaskan bagi konsumen serta dapat mengembangkan kreatifitas bagi para pengrajin.

e. Pengertian informasi, promosi, pameran dan pemasaran

- Informasi : Mendapatkan / memberikan keterangan
- Promosi : Adalah bentuk informasi yang menarik untuk mnggerakan minat dan kehendak sesuai dengan pihak komunikator.
- Pameran : Adalah suatu sarana untuk memajang / menunjukkan kepada orang banyak terhadap barang kerajinan / hasil karya / hasil seni yang layak untuk diperlihatkan / dipertontonkan

Kemudian, batu sebagai salah satu jenis bahan tambang mineral padat yang dapat dibuat suatu kerajinan tangan yang menarik, merupakan sesuatu yang bisa diwadahi dalam pusat kerajinan itu sendiri. Penentuan batu sebagai komoditas utama Pusat Kerajinan didasari oleh karena tidak adanya suatu pusat informasi, promosi, pameran, dan pemasaran mengenai kerajinan batu yang cukup memadai.

Penyampaian batu sebagai komoditas utama Pusat Kerajinan dapat dilakukan melalui beberapa cara, Informasi tersebut bisa melalui jenis batu itu sendiri maupun cara pembuatan batu menjadi kerajinan. Pusat kerajinan batu ini direncanakan untuk menyampaikan informasi, promosi, pameran dan pemasaran batu sebagai barang seni kerajinan yang bermutu tinggi. Penerapan Batu sebagai barang seni kerajinan bisa melalui beberapa cara yaitu dengan diukir, ditempa, dan dipahat. Penerapannya dapat dipakai sebagai hiasan berupa arca / patung maupun untuk memperindah dalam dan luar ruangan yang dapat ditempel di tembok maupun ditanah. Penentuan kerajinan batu

sebagai komoditas utama pusat kerajinan ini dilakukan berdasarkan kemudahan bagi pengunjung untuk menikmati produk kerajinan batu itu sendiri. Yang pada tujuannya adalah daerah pengrajin batu di muntilan dapat memiliki pusat kerajinan batu yang dapat menampung informasi, sarana promosi, pameran dan pemasaran.

Pusat kerajinan batu diharapkan dapat menjadi pengikat ruang kawasan desa pengrajin batu yaitu Dusun Tejowarno Kec.Muntilan, sehingga didalamnya antara wisatawan (konsumen) dan pengrajin akan bertemu. Pusat kerajinan Batu akan berperan sebagai pusat interaksi, informasi, promosi, serta edukasi bagi para wisatawan / pengunjung dan pengrajin. Diharapkan dengan adanya pola sirkulasi dan penampilan bangunan yang menarik beserta penyertaan elemen street furniture akan dapat memudahkan pencapaian ke permukiman penduduk, sehingga Pusat Kerajinan Batu secara keseluruhan menjadi suatu titik landmark pengikat ruang suatu kawasan permukiman.

2.7. FUNGSI PUSAT KERAJINAN BATU

1. Pusat kerajinan batu mempunyai fungsi pokok sebagai wadah untuk melayani kegiatan informasi, promosi dan pemasaran produk kerajinan batu bagi publik dengan pengenalan, peningkatan apresiasi dan pemasaran produk kerajinan batu.
2. Sebagai media informasi bagi publik, yaitu dengan cara komunikasi visual antara pengunjung dengan objek kerajinan melalui pameran, peragaan, pemasaran produk kerajinan batu.
3. Sebagai tempat mempromosikan produk karya kerajinan batu yang baru pada masyarakat umum.
4. Sebagai tempat untuk mengembangkan daya kreatifitas para seniman maupun pengrajin dalam membuat karya yang baru.
5. Memelihara, membina dan mengembangkan karya kerajinan batu yang bernilai seni.

2.8. KEGIATAN SERTA KARAKTERISTIK KEGIATAN PUSAT KERAJINAN BATU

Lingkup kegiatan yang terdapat pada fasilitas ini merupakan pewadahan fungsi pusat pameran dan promosi produk kerajinan batu. Jenis kegiatan yang ada secara umum dapat dikelompokkan dalam lima kegiatan utama.

2.8.1. PAMERAN DAN PROMOSI

Kegiatan pameran dan promosi merupakan kegiatan yang bertujuan mengenalkan, menunjukkan, memamerkan, dan menarik perhatian orang lain terhadap benda-benda seni kerajinan batu.

1. Karakteristik kegiatan pameran dan promosi pada fasilitas ini :
2. Menarik minat orang lain agar tertarik terhadap materi promosi.
3. Perlu adanya unsur kejutan / surprise agar orang tertarik dan menimbulkan keingintahuan.
4. Atraktif, unsur ini diperlukan untuk menarik perhatian.
5. Mengundang, agar pengunjung datang dan melihat.

Kegiatan ini dalam penerapannya dapat dirinci menjadi sub kegiatan :

a. Pameran Tetap

Pameran ini akan berlangsung dalam durasi/sepanjang satu tahun dengan sistem kontrak bagi penyewa kavling yaitu kalangan pengusaha dan seniman kerajinan batu. Kontrak sewa kavling ini untuk jangka waktu satu tahun dan dapat diperpanjang lagi. Produk-produk yang dipamerkan berupa produk-produk benda kerajinan batu.

b. Pameran Berkala / Temporer

Pameran ini menampilkan produk hasil seni kerajinan batu secara berkala, yaitu dalam jangka waktu satu bulan. Pameran ini bertujuan memberikan informasi produk kerajinan batu terutama untuk produk-produk kerajinan terbaru.

c. Pameran Perkembangan kerajinan

Pameran ini menampilkan produk kerajinan batu yang telah diseleksi secara ketat, baik dalam kriteria artistic, desain seni kerajinan dan produk yang dapat mewakili suatu wadah tertentu.

d. Promosi dan Peragaan Produk-Produk Kerajinan

Merupakan sebuah kegiatan yang dapat menarik minat masyarakat dan insan seni kerajinan batu yang diwujudkan dengan memperlihatkan kekhasan sebuah produk, dan proses desain dari sebuah desain produk kerajinan batu.

2.8.2. WORK SHOP

Merupakan kegiatan peningkatan sumber daya manusia terutama insane seni kerajinan batu, yaitu untuk meningkatkan mutu desain dan kualitas produk kerajinan batu.

Kegiatan workshop ini berlangsung dalam bentuk diskusi dan praktek langsung. Penyelenggara Work Shop ini dapat berasal dari pihak pengelola atau bisa juga oleh pihak lain dengan sistem sewa tempat dan sarana.

Karakteristik kegiatan Work Shop :

1. Edukatif
2. Interaktif
3. Kreatif

2.8.3. PERTUKARAN INFORMASI

Kegiatan informasi yang dimaksud ini adalah kegiatan yang bertujuan untuk mengkomunikasikan produk dan desain kerajinan, terutama antar insan seni kerajinan batu. Kegiatan komunikasi ini berwujud seperti seminar, yaitu merupakan pertemuan insane kerajinan batu untuk membahas permasalahan tertentu, melalui diskusi dan pengkajian, untuk mendapatkan sebuah kesimpulan atau keputusan bersama. Kegiatan ini memiliki karakteristik Interaktif, dalam penyampaian informasi, yaitu :

1. Mempunyai hubungan yang erat, misalnya mempunyai ketertarikan pada bidang yang sama.
2. Dinamis, kegiatan komunikasi ini dapat dilakukan oleh beberapa orang sekaligus dan dapat dilakukan terus menerus.

2.8.4. REKREASI YANG RELEVAN

Sebenarnya bagi pengunjung fasilitas ini, melihat-lihat dan menikmati hasil karya seni kerajinan ini sudah merupakan bentuk rekreasi tersendiri. Seperti disebutkan oleh Neumeyer bahwa rekreasi itu sendiri merupakan sebuah aktivitas yang diikuti pada waktu luang, menimbulkan kesenangan dan mempunyai daya tarik tersendiri ⁷(Neumayer, 1949).

Untuk mengatasi kejenuhan yang mungkin timbul bagi pelaku kegiatan pada fasilitas ini diperlukan sarana rekreasi yang relevan dengan fungsi fasilitas ini :

- Memasukan unsur alami dan citra lingkungan setempat sebagai daya tarik yang khas bagi wisatawan atau pengunjung.
- Untuk mengatasi kejenuhan akan alur pameran ini misalnya diatasi dengan menempatkan tempat beristirahat, dengan bangku dan taman.

- Kafe dan Restoran merupakan alternatif lainnya karena berhubungan dengan kebutuhan dasar dan kebutuhan rekreatif.
- Sedangkan untuk mengantisipasi keluarga yang mengunjungi fasilitas ini diperlukan tempat bermain anak-anak.

Kegiatan rekreasi memiliki karakteristik :

1. Bebas, lepas dari rutinitas
2. Riang, menyenangkan dan refreshing.
3. Pelaku kegiatan dan karakteristiknya

2.9.1. PENGELOLA

Merupakan sebuah lembaga yang terdiri dari instansi yang berkepentingan dengan dunia kerajinan batu. Instansi tersebut dapat merupakan gabungan dari Departemen Perindustrian, Departemen Pendidikan Nasional, dan Kantor Pariwisata. Selain dari instansi, juga ada dari kalangan pengrajin/pengusaha kerajinan batu.

Lembaga ini sebagai penyelenggara even-even pameran, promosi dan workshop kerajinan batu yang bertugas mengatur manajemen pada fasilitas ini, yaitu sebagai penyelenggara kegiatan sekaligus penyanggah dana.

2.9.2. SENIMAN/PENGRAJIN

Pengrajin adalah mereka yang memiliki minat, kemampuan, dalam bidang kerajinan batu. Karakteristik pekerja kerajinan batu :

1. Kreatif, dapat memadukan berbagai media/bahan, dengan desain produk yang tidak terbatas.
2. Dinamis, desain dan produk yang dihasilkan tergantung pada selera masyarakat, kondisi pasar, peradaban dan teknologi.
3. Keleluasaan dan kekayaan jiwa dalam merancang dan membuat produk kerajinan batu.
4. Orientasi yang beragam, ada yang berorientasi tradisional dan ada yang modern.

2.9.3. PENGUNJUNG

Pengunjung ini dapat dibedakan menjadi dua golongan, yaitu masyarakat aktif dan pasif, masyarakat aktif adalah yang dekat dengan kerajinan batu, misalnya saja

kritikus seni, wartawan, dan pemerhati/peminat kerajinan. Sedangkan masyarakat pasif, yaitu yang menggunakan fasilitas ini sebagai wadah keingintahuan mereka, untuk membeli produk kerajinan dan wadah rekreasi.

Karakteristik masyarakat, baik sebagai pengunjung fasilitas ini maupun sebagai pemerhati seni kerajinan batu.

1. Mempunyai rasa ingin tahu yang besar, hal ini dapat dijelaskan dari prosentase jumlah penduduk yang berpendidikan.
2. Terbuka, terhadap hal-hal yang baru, meskipun tetap mempertahankan tradisi.
3. Dinamis, karena selera masyarakat terhadap kerajinan batu selalu berubah.

2.9.4. PENGUSAHA

Mereka yang bergerak dalam bisnis industri kerajinan batu. Pengusaha ini dapat diartikan baik sebagai perorangan, yaitu pengrajin yang sekaligus pengusahanya maupun perorangan atau kelompok pengelola sebuah usaha produk kerajinan batu.

Karakteristik dunia usaha dan industri kerajinan batu :

1. Dinamis, karena menawarkan produk yang selalu berubah dan berkembang sesuai kondisi pasar mutakhir.
2. Kuat, produk, produk kerajinan batu merupakan produk kerajinan yang dapat bertahan dan mandiri, dari segi ekonomi dan pangsa pasar dunia.
3. Mengalir, produk kerajinan batu ini merupakan komoditas yang harus selalu mengalir mengikuti selera pasar.

2.10. KESIMPULAN

- Kerajinan batu sudah melekat di desa Tejawarno sejak kurang lebih 43 tahun yang lalu, sehingga kerajinan batu memang menjadi ciri khas wilayah muntilan dan membuat kerajinan batu merupakan pekerjaan mayoritas penduduk di desa Tejawarno.
- Proses pemasaran kerajinan batu di desa Tejawarno, selama ini memang sudah menyebar baik didalam negeri maupun di luar negeri tetapi tempat secara khusus yang dapat mewadai pemasaran menyeluruh bagi semua perajin Batu belum ada karena selama ini pemasaran masih tergantung kepada pedagang pengumpul.

- Dengan melihat keadaan pemasaran saat ini , tidak semua perajin batu mendapatkan dapat memasarkan kerajinannya dengan jalur yang mudah, karena tidak semua perajin mendapatkan pedagang pengumpul, bahkan kadang ada perajin yang harus memasarkan produk kerajinannya sendiri tanpa bantuan pihak lain.
- Oleh karena itu keberadaan Pusat Kerajinan Batu sebagai wadah untuk pameran, promosi dan pemasaran sangatlah dibutuhkan untuk menghindari adanya ketidak merataan pemasaran sekaligus sebagai faktor daya tarik wisata.
- Pemasaran yang dibutuhkan dalam Pusat kerajinan Batu adalah pemasaran yang terorganisasi serta didukung dengan kegiatan pameran dan promosi.

