

DAMPAK PARIWISATA TERHADAP PERKEMBANGAN KERAJINAN KERAMIK KASONGAN

Oleh:
Wahyu Tri Atmojo¹

***P*eramic crafting of Kasongan experience of the change and growth. One factor to that change is tourism. Among impact that happened from that tourism world is appearance design newly which have never preexisted. Design represent the cultural contiguity outside conducting business contact by craftsman is Kasongan. Appearance artshop-artshop alongside walke the Kasongan nor release the existence of tourism world.**

A. Pendahuluan

Pariwisata yang berkembang pada saat ini tidak lepas dari sebuah perjalanan yang dilakukan oleh seseorang baik individu maupun berkelompok. Sebuah analisis yang mengutarakan tentang perjalanan, pertama kali dilakukan oleh Herodotus yang mengamati terhadap suatu perjalanan yang dilakukan oleh orang-orang pada masa kekaisaran, seperti Kekaisaran Mesir, Kekaisaran Yunani, dan Kekaisaran Romawi. Mereka memperkenalkan upacara adat dengan kidmat, arak-arakan, dan puji-pujian yang dipersembahkan kepada para dewa. Mereka yang melakukan perjalanan dan berkunjung ke tempat-tempat bersejarah yang konon banyak harta karunnya, mereka meninggalkan pesan bahwa mereka telah pernah datang ke sana dan mereka pulang dengan membawa barang-barang cenderamata yang mengingatkan mereka akan perjalanannya ke suatu tempat (Robert Christie Mill, 2000 : 4). Perjalanan wisata selanjutnya banyak dilakukan oleh orang-orang Yunani dan Romawi.

Perjalanan yang mereka lakukan masih terbatas pada tiga hal pokok yakni untuk festival keagamaan, untuk kegiatan olah raga (olympiade), dan untuk mengunjungi kota-kota yang ada di Athena. Kegiatan perjalanan yang mereka lakukan merangsang tumbuhnya perdagangan dan penjualan produk wisata serta munculnya kalangan menengah ke atas yang tentu punya banyak uang untuk bekal dalam perjalanannya. Kondisi seperti itu juga ditunjang oleh beberapa faktor seperti sarana transportasi yang telah memadai dengan menggunakan jalan darat dan jalan laut. Demikian juga komunikasi cukup lancar dengan Bahasa Yunani dan Latin yang menjadi dua bahasa utama, sistem hukum yang memberikan perlindungan, dan memberi kepastian keamanan bagi mereka-mereka yang melakukan perjalanan.

Perkembangan perjalanan wisata tersebut terus berlanjut sampai pada orang-orang Eropa, dan mencapai puncak kejayaannya pada awal abad ke-16 yang merupakan era baru dari rasa ingin tahu dan penjelajahan dunia dengan istilah yang populer yakni 'perjalanan akbar' atau 'perjalanan besar' (Robert Christie Mill, 2000 : 10).

* Wahyu Tri Atmojo, Staf Pengajar Fakultas Bahasa dan Seni Universitas Negeri Medan (Unimed), saat ini sedang menempuh studi di Program Pascasarjana UGM.

Konsep perjalanan akbar terus berkembang sampai abad ke-17 dan abad ke-18 yang kemudian kondisi seperti itu berubah menjadi suatu hal yang biasa sampai saat ini.

Faktor penting yang mempengaruhi perkembangan pariwisata pada akhir abad ke-18 dan awal abad ke-19 hingga sekarang adalah ditandainya dengan adanya revolusi industri yang mempercepat perpindahan masyarakat dari pedesaan ke perkotaan, atau dari masyarakat agraris ke masyarakat industri dan juga berkembangnya mesin uap dalam bentuk kereta api dan kapal yang merupakan sarana untuk menunjang terlaksananya suatu perjalanan besar.

Perkembangan dunia pariwisata itu terus berlanjut sampai saat ini. Pada awal abad ke-20 kemakmuran ekonomi dunia semakin membaik dan banyak waktu luang yang mereka miliki serta sarana yang baik menyebabkan kegiatan perjalanan wisata makin banyak. Pada tahun 1994 perjalanan wisata dunia telah mencapai 500 juta orang, dan bahkan di era globalisasi yang sedang berlangsung saat ini jumlah wisatawan yang melakukan perjalanan di seluruh dunia mencapai 700 juta hingga 1 milyar orang (Richard Sihite, 2000: 10). Para pelaku bisnis melakukan perjalanan dengan transportasi yang modern dengan menggunakan jasa pesawat terbang, kapal, mobil, dan kereta api dengan teknologi mutakhir, sehingga dapat memberikan pelayanan yang lebih maksimal, cepat dan praktis, dan seluruh keluarga ikut juga melakukan perjalanan wisata itu.

Indonesia yang memiliki berbagai peninggalan budaya dan objek-objek wisata yang mempesona juga tidak luput dari sasaran para wisatawan mancanegara. Perhatian pemerintah

terhadap sektor pariwisata itu sangat serius. Hal itu tampak adanya peningkatan dari tahun ke tahun dengan meningkatkan pembangunan berbagai prasarana dan sarana pariwisata yang dimaksudkan untuk menarik wisatawan, khususnya wisatawan mancanegara, agar berkunjung ke Indonesia. Dengan semakin banyaknya kunjungan wisatawan mancanegara maka diharapkan dapat memberikan sumbangan devisa untuk negara, bahkan sektor pariwisata ini diharapkan mampu menjadi pemasok devisa utama sebagai pengganti sektor non migas, dan bahkan sektor pariwisata diharapkan mampu menggeser peran industri tekstil dan pengolahan kayu yang menjadi primadona sebagai pemasok devisa selain migas (R.M. Soedarsono, 1999 : 2).

Upaya-upaya yang dilakukan oleh pemerintah untuk menggalakan industri pariwisata ini terus dilakukan secara efektif dan insentif. Hal itu tertuang dalam Kabinet Pembangunan IV, bahwa Departemen Perhubungan dipecah menjadi dua departemen, yaitu Departemen Perhubungan yang meliputi Direktorat Jenderal Perhubungan Darat, Direktorat Jenderal Perhubungan Laut, dan Direktorat Jenderal Perhubungan Udara dan Departemen Pariwisata, Pos, dan Telekomunikasi yang meliputi Direktorat Jenderal Pariwisata dan Direktorat Jenderal Pos dan Telekomunikasi. Beberapa peristiwa penting lainnya yang berkaitan dengan perkembangan kepariwisataan di Indonesia adalah didirikannya Badan Promosi Pariwisata Indonesia (BPPI) pada tahun 1989, diselenggarakannya Konferensi *Pacific Area Travel Association* (PATA) di Bali pada tahun 1991, dan secara kelembagaan mencapai puncaknya ketika pada tahun 1994 Menteri

Parpostel Joop Ave dipilih sebagai Presiden PATA (Marsis Sutopo, 1999 : 16).

Upaya-upaya yang dilakukan oleh pemerintah dengan mempromosikan secara insentif terhadap sektor pariwisata termasuk pelayanan pendukung, barang-barang cenderamata, atraksi, budaya, etnisitas dan hiburan, hasilnya cukup menggembirakan. Selama beberapa tahun, yaitu mulai dari tahun 1985 sampai dengan tahun 1992, pendapatan devisa negara dari sektor industri pariwisata mengalami pertumbuhan yang cukup besar yakni sebesar 29,90%. Jika pada tahun 1985 pendapatan devisa dari sektor industri pariwisata hanya sebesar 525,30 juta US\$, maka pada tahun 1992 devisa dari sektor industri pariwisata sudah mencapai 3.278,19 juta US\$ (Kodhyat, 1996, 93).

Bangsa Indonesia terdiri dari beberapa kepulauan, seperti: Pulau Jawa, Pulau Sumatra, Pulau Sulawesi, Pulau Irian Jaya, Pulau Kalimantan, Pulau Bali dan lain sebagainya. Masing-masing pulau tersebut memberikan jaminan objek-objek wisata alam maupun wisata budaya dengan menyajikan berbagai produk wisata yang mempesona dan penunjang wisata lainnya seperti barang-barang cenderamata yang otentik dari daerah wisata tersebut sebagai tanda kenang-kenangan untuk keluarga atau sanak saudaranya dirumah. Wisatawan akan lebih mantap jika kunjungannya ke suatu daerah banyak membawa kesan dan kenangan manis yang diperoleh dari daerah setempat dengan ciri khas yang dimiliki.

Wisatawan mancanegara yang berdatangan ke keindonesia pada tahun 1994 mencapai 4.000.000 orang lebih, bahkan pada tahun 1997 jumlah itu

telah meningkat menjadi lebih dari 5.000.000 orang (R.M. Soedarsono, 1999: 7). Sebenarnya untuk tahun 1998 pemerintah menargetkan wisatawan mancanegara yang berkunjung ke Indonesia sebesar 6.500.000 wisatawan (Richard Sihite, 2000:169). Namun demikian sasaran itu tampaknya menjadi sirna. Hal itu dikarenakan oleh datangnya krisis ekonomi dan politik yang terjadi di Indonesia yang bergejolak pada tahun 1998 dengan ditandai lengsernya Presiden Soeharto yang telah berkuasa selama kurang lebih tiga puluh dua tahun. Tidak selang lama kemudian, kondisi seperti itu ditambah lagi peristiwa ledakan bom mengerikan yang terjadi di Legian Kuta pada tanggal 12 Oktober 2002.

Peristiwa tersebut jelas memiliki dampak yang sangat merugikan kehidupan masyarakat yang daerahnya menjadi tujuan wisata utama baik wisatawan mancanegara maupun wisatawan nusantara seperti Bali dan DIY. Semenjak peristiwa itu pemerintah melalui Kementerian Kebudayaan dan Pariwisata menaruh perhatian yang serius untuk menggalakkan lagi dunia pariwisata. Pemerintah dengan gencar melakukan promosi ke berbagai mancanegara bahwa saat ini Indonesia kondisinya sudah kondusif sehingga diharapkan akan gairah kembali kehidupan pariwisata.

Daerah Istimewa Yogyakarta merupakan daerah yang memiliki potensi dan daya tarik wisata nomor dua setelah Bali. Potensi objek-objek wisata yang terdapat di Daerah Istimewa Yogyakarta tersebar di berbagai pelosok daerah. Menurut Analisis Direktorat Jenderal Pariwisata Indonesia, potensi objek dan daya tarik wisata budaya tersebut antara lain peninggalan sejarah dan purbakala, museum, art galery, taman budaya, seni pertunjukan, desa

kerajinan atau perkampungan tradisional, dan upacara adat (Ditjen. Pariwisata, 1994 : 57).

Hal pokok yang menarik dan menjadi perhatian khusus dalam tulisan ini adalah salah satu dari potensi objek dan daya tarik wisata yang ada yakni desa kerajinan atau perkampungan tradisional. Salah satu desa yang merupakan objek dan tujuan wisata tersebut adalah Kasongan. Kasongan yang hampir sebagian besar masyarakatnya sebagai perajin keramik maka tidak mengherankan dalam kesehariannya mereka bergulat dengan media tanah liat. Keberadaan Kasongan saat ini merupakan salah satu desa kerajinan yang menjadi salah satu daerah tujuan wisatawan. Sejauhmana wisatawan itu mempengaruhi terhadap keberadaan kerajinan keramik Kasongan dan bagaimana dampak yang muncul dengan adanya pariwisata itu? Guna mengetahui sesuatu yang terjadi adanya hal tersebut maka dalam tulisan ini akan dipaparkan lebih lanjut.

B. Kasongan Desa Industri Kerajinan Keramik yang Mendunia

Kasongan merupakan salah satu wilayah pedusunan di Desa Bangunjiwo, Kecamatan Kasihan, Kabupaten Bantul, Yogyakarta. Meskipun tidak seluruh masyarakat desa kasongan berkegiatan di bidang kerajinan keramik, akan tetapi oleh karena kehidupan kesehariannya diwarnai oleh kerajinan ini, baik secara langsung maupun tidak langsung, maka masyarakat desa kasongan dapat dilihat sebagai satu kesatuan masyarakat perajin.

Sebagai satu kesatuan masyarakat perajin, mereka tersebut terikat menyatu yang dipadukan oleh satu

sistem sosial, spasial, fungsional, dan ekonomi. Adapun kesatuan masyarakat perajin ini secara sosial terdiri dari unit-unit keluarga yang juga merupakan unit produksi. Secara hierarkis kelompok keluarga itu terdiri dari kelompok-kelompok fungsional antara lain: pemroduksi, penjual, dan penyalur material. Masyarakat perajin Kasongan dalam kesehariannya bergelut dengan media tanah liat yang secara ringkas dan sederhana dapat diuraikan dari media tanah liat yang merupakan bahan pokok dalam pembuatan keramik yakni pengolahan bahan baku, pembentukan, penjemuran, dan kemudian dilakukan pembakaran. Dari pemaparan proses yang secara sederhana tersebut sehingga akan tercipta sebuah produk yang dinamakan keramik, walaupun kalau diuraikan dari masing-masing proses tersebut akan lebih kompleks dan jelas dari sebuah proses pembuatan keramik.

Satu hal lain yang menarik dari kegiatan industri kerajinan ini adalah bahwa para pengunjung dapat melihat secara langsung satu bentuk kegiatan perajin yang menyatu dengan kehidupan komunitas pedesaan. Hal ini disebabkan karena proses pembuatan dan penjualan keramik langsung dilakukan di lingkungan hunian mereka dan bahkan melibatkan seluruh anggota keluarganya. Keadaan ini dapat dilakukan bahwa desa kasongan memang merupakan desa kerajinan dan cukup beralasan apabila dengan hasil kerajinan lebih lanjut desa kasongan dikembangkan sebagai desa wisata. Sebagaimana kekhasan sebagai satu desa kerajinan, kegiatan kerajinan ini menyatu kuat dengan seluruh bentuk kehidupan masyarakat desa tersebut.

Praktek pembuatan keramik Kasongan tersebut telah berlangsung lama bahkan diduga sejak zaman

prasejarah sudah ada. Namun demikian hasil kajian yang lebih mendalam akan keberadaan sejarah kerajinan keramik Kasongan itu berlangsung ketika terjadi perang Diponegoro. Analisis itu didasarkan atas munculnya nama Kyai Song yang merupakan *abdi dalem* Pangeran Diponegoro yang turut melakukan perlawanan terhadap pemerintah Kolonial Belanda atau sering disebut Perang Jawa yang berlangsung mulai dari tahun 1825 sampai tahun 1830 (SP. Gustami, 1988 : 2-5).

Benda-benda yang dihasilkan pada waktu itu meliputi peralatan rumah tangga sehari-hari, seperti: *kuali, pengaron, anglo, keren, cobek*, dan lain-lain. Lambat laun seiring dengan kemajuan teknologi, pengaruh internal dan eksternal, serta adanya keterbukaan masyarakat Kasongan (meskipun perlu penyesuaian yang rumit) produk keramik yang dihasilkan mengalami kemajuan yang signifikan.

Kemajuan keramik Kasongan itu dipengaruhi oleh beberapa hal seperti: penguasaan ekonomi uang, komunikasi yang baik dan fasilitas transportasi, ekonomi internasional, dan peningkatan wisata nasional maupun internasional (Guntur, 2000 : 153). Munculnya produk keramik yang berbentuk celengan ditengarai adanya sistem uang sebagai pengganti sistem tukar maka uang menjadi instrumen penting dalam hal jual beli. Di bidang komunikasi, adanya sambungan telpon yang sudah masuk sejak tahun 1980-an memberikan kemudahan-kemudahan untuk melakukan komunikasi dengan berbagai pihak. Seperti misalnya selama ini pesanan yang dilakukan secara tatap muka mulai digantikan dengan memanfaatkan sarana komunikasi yang ada.

Dibangunnya jembatan yang melintas diatas sugai Bedok pada tahun

1970-an juga turut memberikan kelancaran dalam mobilitas masyarakat setempat dan para pengunjung dari dan ke Kasongan. Sementara itu keadaan pasar ekonomi internasional yang terjadi pertengahan pada tahun 1980-an juga memberikan andil yang cukup besar terhadap perkembangan keramik Kasongan. Hal itu ditandainya produk keramik Kasongan yang telah diekspor ke berbagai negara Asia maupun Eropa, meskipun hal itu belum dilakukan secara langsung oleh mereka sendiri. Namun demikian yang jelas dengan adanya persinggungan dunia internasional ini memberi warna baru bagi perkembangan keramik Kasongan. Barang-barang keramik yang diekspor itu biasanya produk yang bernuansa seni atau keramik hias yang difungsikan sebagai elemen interior maupun eksterior.

C. Dampak Pariwisata Terhadap Perkembangan Keramik Kasongan

Sampai pada tahun 1980-an, perolehan devisa bagi Bangsa Indonesia masih bertumpu pada penerimaan gas bumi dan minyak. Namun demikian semenjak pada tahun 1980-an itu pula juga ditandai adanya kemerosotan yang tajam pada harga minyak bumi dan gas di pasaran dunia serta terjadinya devaluasi rupiah terhadap dolar Amerika. Oleh karena itu pemerintah melalui Departemen Pariwisata, Pos, dan Telekomunikasi pada tahun 1980-an juga menekankan penggalakan industri pariwisata. Menurut pengamatan pemerintah melalui direktur Jenderal Pariwisata tersebut dikatakan bahwa wisatawan mancanegara itu ibarat 'tambang emas' yang harus digali. Sebelum dicanangkannya industri pariwisata itu,

wisatawan yang berkunjung ke Indonesia baru mencapai 825.035 orang, namun demikian setelah pencanangan tersebut wisatawan yang berkunjung ke Indonesia meningkat cukup besar, yaitu mencapai 1.060.000 orang (R.M. Soedarsono, 1999 : 1). Sementara itu, wisatawan yang langsung berujung ke daerah Istimewa Yogyakarta pada tahun 1996 mencapai 277.847 orang, sedangkan pada tahun 1998 wisatawan mancanegara yang berkunjung ke DIY sebesar 4.727 orang. Melihat data tersebut terjadi kemerosotan yang tajam atau wisatawan yang berkunjung ke DIY benar-benar jatuh. Sementara itu wisatawan nusantara yang berkunjung ke DIY pada tahun 1997 mencapai 4.048.591 orang, sedangkan pada tahun 1998 wisatawan yang berkunjung ke DIY juga mengalami kemerosotan yang tajam yakni sebesar 110.139 orang (Marsis Sutopo, 1999 : 72-73). Fenomena itu dipengaruhi oleh situasi dan kondisi krisis perekonomian dan politik yang melanda Bangsa Indonesia di kala itu. Ketika terjadi krisis terhadap minyak bumi dan gas tersebut sektor-sektor lain diharapkan muncul sebagai pengganti penerimaan devisa negara. Salah satu sektor tersebut adalah pariwisata dan sentra-sentra industri kerajinan yang berbasis pada industri skala kecil. Industri kecil yang merupakan pilar perekonomian rakyat tersebut sampai dewasa ini masih mampu eksis tanpa terpengaruh adanya krisis yang sedang terjadi, bahkan ada sebagian perajin yang mampu memanfaatkan krisis itu dengan mensiasati adanya fluktuasi rupiah terhadap dolar Amerika. Sektor pariwisata dan sentra-sentra industri kerajinan itu dapat bekerja sama dan berjalan seiring, karena keduanya merupakan dua unsur yang saling

mendukung dan melengkapi. Adanya industri pariwisata dengan mengharap kedatangan wisatawan berkunjung ke sentra-sentra industri kerajinan atau objek-objek wisata. Para wisatawan itu juga merupakan komunitas yang dalam kunjungannya selalu menyempatkan diri untuk belanja sesuai dengan kebutuhannya. Salah satu kebutuhan mereka adalah benda-benda cenderamata, yang bentuknya kecil sehingga mudah di bawa, unik, dan representatif dari daerah setempat. Barang-barang cenderamata tersebut diperuntukkan sebagai tanda kenangan untuk dirinya maupun sanak saudaranya sebagai tanda bahwa mereka telah pernah mengunjungi ke objek atau desa wisata tersebut. Jauh dari itu para wisatawan tidak hanya berkunjung kemudian membeli barang-barang cenderamata, tetapi kedatangan mereka itu sebagai wisatawan pebisnis yang menjalin kerjasama. Hubungan mereka itu tidak lagi sebagai wisatawan yang datang kemudian pergi membawa barang-barang yang diinginkan, tetapi mereka menjadi *partnership* yang saling menguntungkan kedua belah pihak.

Dampak positif terjadinya hubungan dagang yang mereka jalin itu secara sederhana terdapat dua sisi yang dapat ditangkap. Pertama bahasa dan kedua desain. Komunikasi yang lancar dengan para wisatawan mancanegara yang kebanyakan orang asing ini memberikan peluang besar dan sekaligus tantangan bagi para perajin. Oleh karena mereka juga jarang yang mampu berbahasa Indonesia, sebaliknya para perajin pada umumnya juga kurang fasih dalam berbahasa asing (Inggris). Bagi mereka yang mampu berkomunikasi secara lancar dan baik memberikan keuntungan yang besar, sehingga mereka menjalin hubungan yang harmonis untuk

membicarakan bisnis mereka.

Wisatawan yang merupakan komunitas tersendiri itu dan merupakan kelompok-kelompok yang membawa budaya tertentu mempunyai peranan yang besar terhadap perkembangan kerajinan keramik Kasongan. Mereka menawarkan berbagai desain baru sehingga tidak mustahil muncul bentuk-bentuk baru pula yang sebelumnya tidak pernah dilakukan oleh para perajin lokal. Desain-desain baru itu kecenderungannya diterapkan pada keramik hias. Munculnya keramik hias seperti tempat lilin misalnya dan bentuk-bentuk hiasan yang lainnya merupakan pengaruh dari budaya luar. Sementara itu munculnya keramik hias seperangkat mebel yang terbuat dari tanah liat itu seperti kursi yang berbentuk segi enam atau silindris itu juga merupakan persinggungan dari budaya luar. Demikian juga desain-desain bentuk pot maupun guci yang unik dan barang-barang hiasan yang bermotifkan matahari juga hasil pengadopsian dari budaya luar. Budaya-budaya luar yang mempengaruhi keberadaan desain kerajinan keramik Kasongan tersebut seperti dari Meksiko, Korea, Australia, dan negara-negara lain yang menjalin hubungan dagang dengan menawarkan desain-desain baru pula seperti Belanda dan Kanada.

Selain desain yang mempunyai pengaruh yang cukup besar terhadap perkembangan kerajinan keramik Kasongan yang ditengarai dari adanya dunia pariwisata, juga berimbas pada berdirinya *artshop-artshop* yang bermunculan di tepi kanan dan kiri jalan utama menuju Kasongan. *Artshop-artshop* yang bermunculan itu bahkan tidak hanya menawarkan benda-benda keramik saja melainkan barang-barang

souvenir yang terbuat dari bahan lain seperti kayu, kulit, rotan dan bambu, serta adanya kolaborasi dari berbagai bahan yang ada, sehingga ada kemungkinan produk baru sesuai dengan karakter bahan tersebut. Kondisi seperti itu bila ditinjau dari segi ekonomi memang sangat menjanjikan dan menguntungkan bagi pengusaha, dengan demikian para wisatawan akan lebih dimanjakan sehingga dapat memilih barang-barang sesuai dengan selera yang diinginkannya dan disesuaikan dengan koceknya. Namun demikian disisi lain hal itu lambat laun akan mengurangi kredibilitas kasongan sebagai sentra industri keramik. Fenomena seperti itu tentunya harus menjadikan perhatian yang serius oleh pihak-pihak terkait untuk memberikan jaminan dan keteraturan dalam hal bisnis, sehingga mereka tidak saling merugikan tetapi justru sebaliknya dengan munculnya *artshop-artshop* yang menawarkan berbagai macam produk selain keramik akan menambah semarak bagi keberadaan Kasongan sebagai sentra industri kerajinan keramik yang produksinya telah mencapai mancanegara.

DAFTAR PUSTAKA

- Mill, Robert Christie. *Tourism The International Busines Edisi Bahasa Indonesia*. (Alih bahasa oleh Tri Budi Sastro), Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2000.
- Sihite, Richard. *Tourism Industri Kepariwisataaan*. Surabaya: SIC, 2000.
- Soedarsono, R.M. *Seni Pertunjukan Indonesia dan Pariwisata*. Bandung: MSPI, 1999.
- Sutopo, Marsis. "Menata Pariwisata Indonesia: Studi Kasus Di Daerah Istimewa Yogyakarta", Makalah di Program Studi Ilmu Lingkungan, Program Pascasarjana, Universitas Gadjah Mada, 1999. Tidak diterbitkan.
- Kodhiyat. *Sejarah Pariwisata dan Perkembanganya Di Indonesia*. Jakarta: Rasindo, 1996.
- Pariwisata Indonesia 1994*. Jakarta: Direktorat Jenderal Pariwisata, 1995.
- Gustami, SP. "Seni Kerajinan Keramik Kasongan Yogyakarta: Kontinuitas dan Perubahannya." Tesis untuk mencapai derajat Sarjana S-2 pada Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta, 1988.
- Guntur. "Keramik Kasongan Dan Disain Baru: Kontinuitas dan Perubahannya." Tesis untuk mencapai derajat Sarjana S-2 pada Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta, 2000.

STRATEGI PENINGKATAN KINERJA BAPPEDA KABUPATEN BANTUL

Oleh
Maya Shakuntala¹

The bureaucracy of public service in Indonesia into the report of The World Competitiveness Yearbook 1999, as Cullen & Cushman (Dwiyanto, 2002) in the most under series from 100 countries which more competitive in the world. In the implementation of the economic regional, the construction disposed by focus in the regency city area. With the result that the rule of Bappeda as Regional Construction Planning Board become more strategic, because that organization unit executed the problems of regional construction planning in regional regency or city. Such was the case of condition, Bappeda sued be able to bring about many innovation of strategic policy and oriented in internal inspite of the fact external organization environment to increasing performance.

These research purposes are identification of the strength and weakness factors in the internal environment with opportunity and obstacle in the external environment of the Bappeda organization in Bantul Regency. Identification strategic issue in faced of Bappeda for the efforts to increaseing it performance and formulate all of the strategic that must have be done for the efforts to respond to strategic issue exist so that achieved the optimal performance. The analysis technique of SWOT is an instrument that used for the result a construction institution strategic based on internal and external environment analysis.

A. Latar Belakang

Tuntutan peningkatan kinerja lembaga pemerintah merupakan bagian dari upaya untuk mewujudkan *good governance* yang harus diantisipasi dengan langkah-langkah strategis oleh setiap lembaga yang terkait. Bappeda sebagai lembaga yang strategis di daerah juga sangat membutuhkan upaya peningkatan kinerja sesuai dengan peran dan fungsinya. Lebih lanjut Drucker (1995) mengemukakan bahwa kegagalan organisasi pemerintah sebagai institusi penyedia jasa layanan (*service institutions*) disebabkan oleh tiga hal. Pertama, karena manajernya

tidak memiliki wawasan dan bakat bisnis. Kedua, mereka membutuhkan orang-orang baru. Ketiga, sasaran dan hasilnya bersifat tidak terukur dan tidak nyata.

Bagaimanakah penggunaan manajemen sektor pemerintah di Indonesia? Secara jujur harus diakui bahwa karena berbagai sebab, manajemen sektor pemerintah di Indonesia pada umumnya tertinggal jauh dibandingkan sektor swasta. Rata-rata sektor pemerintah (baik di pusat dan terutarna di daerah) masih berkutat pada manajemen generasi kedua atau setidak-tidaknya sampai pada manajemen generasi ketiga, yang lebih menekankan pada arahan dari atasan.

¹ Ir. Maya Sakuntala, M.Si., adalah Kepala Sub Bidang Peternakan, Kelautan dan Perikanan pada Bappeda Kabupaten Bantul.