



EKONOMI KREATIF KABUPATEN GIANYAR



DINAS PERINDUSTRIAN DAN PERDAGANGAN
KABUPATEN GIANYAR
2019

EKONOMI KREATIF KABUPATEN GIANYAR

I Wayan Dibia, I Gede Arya Sugiarta,
I Gusti Ngurah Seramasara, I Komang Sudirga,
Kadek Suartaya, I Kt. Suteja, I Wayan Suweca, I
Wayan Karja, D.A. Tirta Ray, I Wayan Gulendra,
I Wayan Setem, I Komang Arba Wirawan,
Nyoman Lia Susanthi



Dinas Perindustrian dan Perdagangan
Kabupaten Gianyar
2019

EKONOMI KREATIF KABUPATEN GIANYAR

Pelindung

I Made Mahayastra, SST, Par, MAP

(Bupati Gianyar)

Anak Agung Gede Mayun, SH

(Wakil Bupati Gianyar)

Ir. I Made Gede Wisnu Wijaya, MM

(Sekretaris Daerah Kabupaten Gianyar)

Penanggung Jawab

Ir. Wayan Suamba, MT

(Kepala Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Gianyar)

Pengarah

Ida Ayu Surya Adnyani Mahayastra

(Ketua Dekranasda Kabupaten Gianyar)

Tim Penyusun

Prof. Dr. I Wayan Dibia, SST., MA.

Prof. Dr. I Gede Arya Sugiarta, S,SKar.M.Hum

Dr. Drs. I Gusti Ngurah Seramasara, M.Hum

Dr. I Komang Sudirga, S.Sn., M.Hum.

Dr. Kadek Suartaya, S.Skar. M.Si.

Dr. I Kt. Suteja, SST., M.Sn.

I Wayan Suweca, S.Skar., M.Mus.

Drs. I Wayan Karja, MFA.

Drs. D.A. Tirta Ray, M.Si.

Drs. I Wayan Gulendra, M.Sn

Dr. I Wayan Setem, S.Sn., M.Sn.

Dr. I Komang Arba Wirawan, S.Sn., M.Si

Nyoman Lia Susanthi, S.S., MA

Desain Sampul

Made Gana Hartadi

Penerbit

Institut Seni Indonesia Denpasar
Jalan Nusa Indah, Denpasar, Bali
Telp./Fax. (0361) 227316, 236100

bekerja sama dengan

Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Gianyar

Jalan Airlangga, Gianyar, Bali
Telp. (0361) 943105

Cetakan Pertama
Desember 2019

ISBN

978-628-96944-6-3

Hak cipta pada Dinas Perdagangan dan Perindustrian Kabupaten Gianyar dan dilindungi undang-undang. Dilarang memperbanyak buku ini, namun dengan menyebutkan sumbernya, para pembaca dapat mengutip isi dari buku ini untuk kepentingan ilmiah, pencerahan, seminar, aplikasi, atau kegiatan ilmiah lainnya.

KATA PENGANTAR

Om Swastyastu,

Puji syukur kami panjatkan kehadapan Ida Sanghyang Widhi Wasa/Tuhan Yang Maha Kuasa, sehingga penyusunan buku yang berjudul *Ekonomi Kreatif Kabupaten Gianyar 2019* dapat diselesaikan. Penyusunan buku ini merupakan upaya untuk mengidentifikasi, ciri khas, keunikan, dan memetakan *Ekonomi Kreatif Kabupaten Gianyar* pada bidang seni pertunjukan, kriya dan kuliner. Mengingat Kabupaten Gianyar secara internasional telah ditetapkan sebagai *Word Craft City* oleh *World Craft Council* dan akan segera ditetapkan sebagai *World Culinary Tourism*. Sub sektor yang ditetapkan yakni; kriya, kuliner akan menjadi daya dorong dan seni pertunjukan yang merupakan semangat pemersatu di Kabupaten Gianyar. Ketiga sub sektor tersebut memiliki indikator untuk mewujudkan ekonomi kreatif di Kabupaten Gianyar.

Kami menyampaikan ucapan terimakasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada Pemerintah Kabupaten Gianyar melalui Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Gianyar dan semua anggota tim penyusun buku serta pihak-pihak yang berperan atas sumbangsih yang telah diberikan dalam penyusunan buku ini.

Buku *Ekonomi Kreatif Kabupaten Gianyar 2019* ini diharapkan dapat menghasilkan informasi, data, produk-produk inovasi dan respon cepat terhadap kebutuhan masyarakat yang dapat memberikan jawaban atas berbagai persoalan baik di daerah, nasional, dan global dalam bidang ekonomi kreatif.

Semoga buku ini dapat dijadikan rujukan dalam bentuk penelitian selanjutnya.

Om Santih, Santih, Santih, Om

Sambutan Rektor Institut Seni Indonesia Denpasar

Om Swastiastu

Puja dan puji syukur saya panjatkan kehadapan Tuhan Yang Maha Esa, Ida Sang Hyang Widhi Wasa, karena berkat rahmatnya kita dapat menyelesaikan penyusunan Buku Branding Gianyar Kabupaten Kreatif. Buku ini akan memberikan penjelasan proses pembuatan logo Gianyar Kreatif yang nantinya dapat digunakan sebagai media dalam melakukan kegiatan branding Gianyar sebagai kabupaten kreatif.



Saya ucapkan terimakasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada Bapak Bupati dan wakil bupati Gianyar, Ketua Dewan Kerajinan Nasional Daerah Kabupaten Gianyar, Kepala Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Gianyar yang telah merealisasikan kerjasama dengan Institut Seni Indonesia Denpasar melalui penyusunan Buku ini. Hal ini menunjukkan bahwa Kabupaten Gianyar memiliki komitmen yang besar di dalam memajukan Pendidikan, seni dan budaya. Penyusunan Buku ini juga merupakan momentum penting untuk menunjukkan eksistensi dan konsistensi ISI Denpasar dalam melaksanakan Tridharma Perguruan Tinggi yaitu bidang pendidikan, penelitian dan pengabdian kepada masyarakat. ISI Denpasar sebagai institusi seni memiliki tugas dan kewajiban dalam mengemban misi pemerintah yaitu melestarikan, membina dan mengembangkan seni, terutama seni tradisional yang ada dan berkembang di Bali melalui langkah-langkah nyata, salah satunya melalui kegiatan penelitian dan menghasilkan sebuah buku yang memberikan informasi, pengetahuan dibidang desain, seni, dan budaya.

Selamat kepada Kabupaten Gianyar yang telah memperoleh predikat Kabupaten Kreatif, dibidang seni pertunjukan, kuliner dan kriya, yang telah kita tahu bersama bahwa memang kabupaten Gianyar sejak dulu sudah banyak memunculkan kreatifitas seni, seperti: Tari, musik, kuliner, kriya, seni rupa, sehingga sudah sepatutnyalah memperoleh penghargaan dibidang kreatif.

Saya memberikan apresiasi dan terima kasih sebesar-besarnya kepada tim penyusunan Buku Branding Gianyar Kabupaten Kreatif, yang telah menyelesaikan tugasnya menyusun buku ini, kepada semua pihak yang membantu serta berperan aktif untuk kelancaran sehingga buku ini bisa selesai tepat waktu.

Om Santhi Santhi Santhi Om

Denpasar, 13 Desember 2019

Rektor,



A handwritten signature in black ink, appearing to be "I Gede Arya Sugiarta". The signature is written in a cursive style and is positioned to the right of the official seal.

Prof. Dr. I Gede Arya Sugiarta, S.Skar., M.Hum
NIP. 196612011991031003



DEWAN KERAJINAN NASIONAL DAERAH KABUPATEN GIANYAR

Sekretariat :Jalan Erlangga – Civic Centre - Telp. (0361) 943105, 943942,
Gianyar - Bali

KATA SAMBUTAN

Om Swasti Astu

Puji dan syukur kami haturkan kehadapan Ida Sang Hyang Widhi Wasa/Tuhan Yang Maha Esa, karena atas asung kertha wara nugrahanya, pada tahun 2018 Kabupaten Gianyar telah ditetapkan sebagai Kota Kerajinan Dunia (*World Craft City*) dan di tahun 2019 oleh Badan Ekonomi Kreatif (Bekraf) Kementerian Pariwisata Republik Indonesia Kabupaten Gianyar ditetapkan sebagai Kabupaten Kreatif dengan daya tarik global.

Dengan kedua predikat ini, telah mengukuhkan dan menguatkan jati diri, talenta seni,dan kreativitas seni,yang dimiliki oleh masyarakat Gianyar yang luar biasa. Banyak ragam talenta dan kreativitas yang tercipta dari hasil cipta, rasa, dan karya tangan-tangan terampil masyarakat Gianyar, Hal ini juga menunjukkan bahwa Ekonomi Kreatif di Kabupaten Gianyar telah diakui oleh Masyarakat luas bahkan dunia Internasional.

Kegiatan Ekonomi kreatif Gianyar yang walaupun definisinya belum banyak diketahui oleh masyarakat dan merupakan konsep ekonomi era baru, namun telah terlaksana dari sejak dulu sampai dengan saat ini, ditransformasikan kepada generasi penerus secara turun temurun melalui bimbingan dan tuntunan secara otodidak, yang dilakukan para orang tua kita sebagai suatu kewajiban moral, dan hanya sedikit dituangkan dalam bentuk tulisan atau buku khusus yang mengangkat ekonomi kreatif di Kabupaten Gianyar, serta peranan komponen terkait dalam membangkitkan ekonomi kreatif di Gianyar

Saya sangat mengapresiasi dan menghargai penyusunan “Buku Ekonomi kreatif Kabupaten Gianyar” dan saya berharap Buku ini nantinya dapat memperkaya pengetahuan dan menambah pemahaman masyarakat tentang ekonomi kreatif Gianyar.

Semoga buku ini dapat bermanfaat bagi para pembaca, dan dapat digunakan sebagai bahan advokasi, pendidikan masyarakat, dan promosi oleh semua pihak terutama oleh masyarakat Gianyar serta bahan masukan dalam merumuskan kebijakan dalam bidang Ekonomi kreatif di Gianyar

Kepada semua pihak yang telah membantu dan berperan serta dalam penyusunan buku ini, saya sampaikan apresiasi yang tinggi dan terima kasih yang sebesar-besarnya.

Om santih Santih Santih Om

Gianyar, Desember 2019
KETUA DEWAN KERAJINAN
NASIONAL DAERAH
KABUPATEN GIANYAR



NY. IDA AYU SURYA ADNYANI
MAHAYASTRA.



BUPATI GIANYAR

KATA SAMBUTAN

Om Swasti Astu

Puja pengastuti, sesanti lan angayu bagia, kehadiran Ida Sang Hyang Widhi Wasa / Tuhan Yang Maha Esa, karena berkat asung kertha wara nugraha-Nya, kita dapat menyelesaikan penyusunan buku "Ekonomi Kreatif Kabupaten Gianyar", dengan suasana penuh kedamaian.

Ekonomi kreatif adalah sebuah konsep di era ekonomi baru yang mengintensifkan informasi dan kreatifitas dengan mengandalkan ide dan pengetahuan dari sumber daya manusia (SDM) sebagai factor produksi yang utama. Konsep ini biasanya akan didukung oleh keberadaan industri kreatif.

Kebaradaan Insdustri kireatif di Kabupaten Gianyar sendiri tidak usah diragukan , intelektualitas para pelaku industri kreatif inilah yang menghasilkan kesempatan kerja , pendapatan serta kesejahteraan bagi masyarakat gianyar. Hal ini tidak hanya ditinjau dari sudut pandang ekonomi semata, tetapi juga ditinjau dari dampak positif yang ditimbulkan terutama bagi peningkatan citra dan identitas masyarakat Gianyar, menumbuhkan motivasi dan kreatifitas serta dampak sosial positif lainnya.

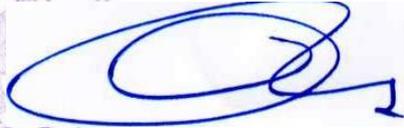
Inisiatif untuk menyusun buku "Ekonomi kreatif Kabupaten Gianyar" ini juga adalah suatu hal yang kreatif. Masyarakat perlu di edukasi tentang potensi kreatif yg mereka miliki , yang kadangkala tidak mereka fahami namun telah diaplikasikan dalam kehidupan turun temurun. Pemahaman akan makna ekonomi kratif adalah hal yang

penting, dan Pemerintah memiliki tugas dalam memberikan pemahaman bagi masyarakat Gianyar.

Saya berharap, buku ini dapat memperkaya pengetahuan dan pemahaman masyarakat Gianyar tentang *Ekonomi kreatif Kabupaten Gianyar* dan dapat digunakan sebagai pedoman, bahan advokasi, pendidikan dan promosi Kabupaten Gianyar oleh semua pihak, terutama oleh masyarakat Gianyar. Kepada semua pihak yang telah dengan tekun menyusun buku ini, saya sampaikan apresiasi yang tinggi dan terima kasih yang sebesar-besarnya.

Om Santih santih santih Om

Gianyar, Desember 2019
BUPATI GIANYAR



I MADE MAHAYASTRA,
SST. Par. MAP

DAFTAR ISI

Kata Pengantar	i
Kata Sambutan Rektor ISI Denpasar.....	iii
Kata Sambutan Ketua Dewan Kerajinan Nasional Daerah Kabupaten Gianyar	v
Kata Sambutan Bupati Gianyar	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Sejarah Kabupaten Gianyar	8
1.3 Visi dan Misi	13
1.4 Geografis	13
1.5 Jumlah Penduduk dan mata pencaharian	16
1.6 Pola Desa Adat	17
BAB II EKONOMI KREATIF	20
2.1 Pengertian Ekonomi Kreatif	20
2.2 Ciri-Ciri Industri Kreatif.....	25
2.3 Manfaat Industri Kreatif	27
2.4 Sub sektor Ekonomi Kreatif 2019	29
BAB III POTENSI EKONOMI KREATIF DI KABUPATEN GIANYAR	36
3.1 Sektor Seni Pertunjukan	36
3.2 Sektor Kuliner.....	41
3.3 Sektor Kriya.....	44
3.4 Sektor fashion/tekstil	65
3.5 Sektor Fotografi	65
3.6 Sektor Radio dan TV	70
3.7 Sektor Pasar Barang Seni	71
BAB IV KARAKTERISTIK EKONOMI KREATIF KABUPATEN GIANYAR	72
4.1 Bercirikan kearifan budaya lokal dan alam Bali.....	74
4.2 Sinergisitas antara berbagai aktor	79
4.3 Berbasis pada ide atau gagasan.....	84
4.4 Melakukan penyesuaian terhadap lingkungan dan teknologi baru	89

BAB V TIGA SUB-SEKTOR UNGGULAN EKONOMIKREATIF	
KABUPATEN GIANYAR	95
5.1 Sub-Sektor Seni Pertunjukan.....	95
5.2 Sub-Sektor Kuliner	104
5.3 Sub-Sektor Seni Kriya	106
BAB VI PENUTUP	109
6.1 Simpulan.....	109
DAFTAR PUSTAKA	110
LAMPIRAN	113
GLOSARIUM	116

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Peta Lokasi Kabupaten Gianyar	2
Gambar 2. Tempat latihan Sanggar Seni Saba Sari.....	98
Gambar 3. Legong Stil Saba Sari	98
Gambar 4. Sate Lilit	105
Gambar 5. Be Tutu Ayam	105
Gambar 6. Babi Guling	105
Gambar 7. Jajan Bendu	105
Gambar 8. Jajan Kelepon	105
Gambar 9. Barong Ket Hasil pengrajinan kriya dari Desa Puaya	107
Gambar 10 Berbagai jenis barong hasil pengrajin kriya Desa Puaya ..	107
Gambar 11. Gelungan Jauk hasil pengerajin kriya dari Desa Puaya, Sukawati	108
Gambar 12. Topeng Rangda hasil pengerajin kriya dari Desa Puaya, Sukawati	108

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Analisis Potensi Kegiatan Ekonomi Kreatif Kabupaten Gianyar.....	33
Tabel 2. Ekonomi Kreatif Pertunjukan Seni	38
Tabel 3. Ekonomi Kreatif Kriya Logam (Perak/Emas).....	46
Tabel 4. Ekonomi Kreatif Karya Kerajinan Kayu, Bambu, Rotan, dll ..	55
Tabel 5. Ekonomi Kreatif Sektor Fotografi	66
Tabel 6. Ekonomi Kreatif Sektor Radio dan TV.....	70
Tabel 7. Sub-Sektor Seni Pertunjukan	103
Tabel 8. Sub-Sektor Kuliner.....	106
Tabel 9. Sub-Sektor Kriya.....	108
Tabel 10. Gambaran Industri Kecil Menengah Kabupaten Gianyar	113
Tabel 11. Gambaran Industri Kecil Menengah Kabupaten Gianyar	114
Tabel 12. Produk Unggulan Kecamatan Kabupaten Gianyar	115

BAB I.

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kapasitas daerah Bali secara umum, dan Kabupaten Gianyar khususnya tidak memiliki sumber daya alam seperti minyak dan gas bumi (migas), namun Kabupaten Gianyar dikenal dengan keindahan alam, keramahtamahan penduduk dengan ketrampilan yang tinggi terutama di bidang seni dan kerajinan, serta kebudayaannya. Keindahan alam dan artefak arkeologis budaya peninggalan kerajaan Bali Tengah terdapat di Kabupaten Gianyar. Berdasarkan potensi sumber daya alam dan sumber daya manusia tersebut maka sudah seharusnya kebijaksanaan pemerintah Gianyar bertumpu kepada pelestarian alam lingkungan, peningkatan sumber daya manusia, adat, budaya, dan keyakinan terhadap Tuhan Yang Maha Esa. Ketiga jalinan unsur penyebab kebahagiaan itu disebut dengan Tri Hita Karana yang dibangun dengan unsur-unsur seni dan budaya lokal. Untuk menopang dan mensejahterakan masyarakatnya maka, pengembangan sektor pertanian, pariwisata dan industri seni dan kerajinan hendaknya secara terus menerus diupayakan peningkatannya.

Kabupaten Gianyar adalah sebagai salah satu dari 9 (sembilan) Kabupaten/ Kota di Bali, oleh banyak kalangan dikenal sebagai "roh"nya Bali. Kabupaten ini kaya akan nilai-nilai adat istiadat, kesenian, keindahan alam, warisan purbakala dan kerajinan seni. Potensi ini juga membawa Gianyar berpredikat sebagai gudang seniman. Sejarahpun telah membuktikan kalau Gianyar banyak melahirkan maestro seni, baik seni patung, seni lukis, seni tabuh, seni tari dan sebagainya. Warisan seni dan budaya yang tak ternilai itupun hingga kini masih berkembang seiring semangat *ngayah* masyarakat Gianyar dalam pengabdianya sebagai insan ciptaan Tuhan.

Gianyar juga terkenal dengan objek-objek wisata, misalnya kawasan wisata Goa Gajah, Tampak Siring, Gunung Kawi, Kawasan Wisata Gajah di Desa Taro, Bali Zoo Park, pusat-pusat perbelanjaan kerajinan seni, seperti Pasar Seni Sukawati dan Guang serta berbagai obyek wisata lainnya. Demikian juga aktivitas agama, adat dan budaya, sudah menjadi keseharian masyarakat Gianyar, hingga menarik bagi wisatawan sebagai atraksi wisata budaya.

Di Kabupaten Gianyar ekonomi kreatif telah melanda perkembangan seni dan kerajinan yang kreativitas pemasaran secara global dengan menggunakan teknologi informasi terkini. Perkembangan ekonomi kreatif adalah selain berjuang untuk memasarkan produk dengan kreativitas, tetapi juga bersaing untuk meningkatkan kualitas dan kuantitas produksi yang tinggi secara internasional. Kemajuan teknologi dan informasi memungkinkan terjadinya perkembangan ekonomi kreatif yang menjangkau seluruh lapisan masyarakat. Tiga komponen penting yang berperan dalam industri kreatif, adalah: 1) Para cendekiawan (kaum intelektual). 2) Dunia bisnis dan industri. 3) Pemerintah yang memfasilitasinya. Ketiga komponen tersebut sebagai persyaratan dasar dan soko guru berkembangnya ekonomi kreatif.



Gambar 1. Peta lokasi Kabupaten Gianyar
(Sumber: *baliglory.com*)

Perusahaan yang terkait dengan kreativitas dan metode komunikasi baru terus berkembang dan setiap kali peran sosial dan ekonomi mereka lebih penting. Saat ini nilai suatu produk lebih tinggi berdasarkan orisinalitas, keunikan, kinerja, dan penampilannya. Orang-orang kreatif dengan keterampilan komunikasi dan penyelesaian masalah lebih banyak dituntut di pasar tenaga kerja. Saat ini industri kreatif adalah alat untuk inovasi dan dapat diimplementasikan di banyak industri lain, menciptakan sinergi dengan sektor-sektor lain ini. Revolusi digital adalah reorientasi kebutuhan konsumen dan dengan demikian rencana dan tindakan produksi perusahaan. Kontribusi ekonomi kreatif menghadapi beragam tantangan yang sama di negara-negara maju termasuk di Inggris dan negara-negara Uni Eropa lainnya. Di mana tempat lahir dari industri kreatif dan ekonomi kreatif tersebut. Masih ada masalah struktural penting yang perlu investasi Kurangnya pengetahuan di sektor lain tentang cara membuat sinergi dengan industri kreatif. Kesulitan beberapa sektor industri untuk internasionalisasi mereka. Pelatihan kejuruan terbatas sesuai dengan dinamisannya. Meskipun ada kelemahan, potensi industri memang cukup kuat untuk mengatasi hambatan ini. Karena lingkungan di mana perusahaan dikembangkan dan keterbukaan pasar global, perusahaan perlu meningkatkan daya saingnya. Untuk alasan ini, membangun hubungan dan bekerja sama dengan perusahaan internasional sangat penting. Komisi Eropa menyadari nilai sektor kreatif dan kebutuhannya untuk melakukan internasionalisasi, terutama untuk perusahaan-perusahaan UKM, sehingga untuk memfasilitasi proses tersebut terdapat berbagai program yang berjalan. Program Eropa kreatif: bertujuan untuk mendukung sektor audiovisual, budaya dan kreatif Eropa untuk beroperasi secara transnasional dan untuk memperkuat daya saing mereka. Perajin patung menyelesaikan pembuatan patung dari batu padas di Batubulan, Kecamatan Sukawati: Batubulan dan Singapadu di Kecamatan Sukawati menjadi sentra pembuatan patung khususnya dari bahan campuran semen dan batu paras serta batu padas. Patung-patung tersebut diekspor hingga ke mancanegara. Gede Suarsa menjelaskan bahwa "Usaha ekonomi kreatif yang digeluti seniman dan perajin Gianyar mampu memberikan dampak susulan dari pesatnya sektor pariwisata, disamping menembus pasaran ekspor." Aktivitas kreatif yang berhubungan dengan perdagangan barang-barang asli, unik dan langka dan juga mempunyai nilai estetika seni yang tinggi dengan cara lelang, galeri, toko, pasar swalayan, dan

internet. Seperti: alat musik, percetakan, kerajinan, automobile, film indie-dokumenter, seni rupa dan lukisan.

Aktivitas kreatif yang berhubungan dengan kreasi, produksi dan distribusi produk yang dibuat dan dihasilkan oleh tenaga pengrajin yang bersumber dari desain awal hingga dengan proses penyelesaian produknya, diantaranya mencakup barang kerajinan yang dibuat dari batu berharga, serat alam ataupun buatan, kulit rotan, bambu, kayu, logam (emas, perak, tembaga, perunggu, besi), kaca, porselin, kain, marmer, tanah liat, dan dapur. Produk kerajinan pada umumnya hanya dibuat dalam jumlah yang relatif kecil (tidak untuk produksi massal). Guna mendukung program tersebut, pemerintah Kabupaten Gianyar berkomitmen menempatkan ekonomi kreatif sebagai salah satu program prioritas yang mendapatkan dukungan baik secara regulasi administrasi maupun penganggaran.

Ekonomi kreatif adalah suatu kegiatan ekonomi di mana input dan output adalah gagasan atau dalam satu kalimat yang singkat, esensi dari kreativitas adalah gagasan. Dan sebaiknya konsep kewirausahaan maupun konsep ekonomi kreatif terdapat unsur benang merah yang sama yakni terdapat konsep kreativitas, ide atau gagasan serta konsep inovasi. Ekonomi kreatif merupakan industri ekonomi yang bernaung di bawah Badan Ekonomi Kreatif atau disingkat BEKRAF.

BEKRAF adalah sebuah Lembaga Pemerintah Non Kementerian yang bertanggungjawab di bidang ekonomi kreatif dengan enam belas subsektor industri kreatif. Badan ini terbentuk sejak 20 Januari 2015 melalui Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 6 Tahun 2015 Tentang Badan Ekonomi Kreatif. Bekraf dipimpin oleh Kepala Badan yang dibantu oleh seorang wakil, sekretaris utama dan para deputy. Bekraf memiliki enam deputy yakni; Deputy Riset, Deputy Edukasi dan Pengembangan, Deputy Akses Permodalan, Deputy Infrastruktur, Deputy Pemasaran, Deputy Fasilitasi Hak Kekayaan Intelektual dan Regulasi dan Deputy Hubungan Antar Lembaga dan Wilayah. Badan Ekonomi kreatif yang bertanggungjawab di bidang ekonomi kreatif dengan enam belas subsektor. Adapun ke 16 sub sektor industri kreatif yaitu Aplikasi dan Pengembangan Permainan, Arsitektur, Desain Interior, Desain Komunikasi Visual, Desain Produk, Fashion. Film, Animasi dan Video; Fotografi, Kriya, Kuliner, Musik, Penerbitan, Periklanan, Seni Pertunjukan, Seni Rupa, Televisi dan Radio.

Sejalan dengan program Badan Ekonomi Kreatif, dalam paparannya ketua Dekranasda yang akrab disapa Dayu Surya menyampaikan bahwa Gianyar secara internasional telah ditetapkan sebagai *Word Craft City* oleh *World Craft Council* dan akan segera ditetapkan sebagai *World Culinary Tourism*. Ekonomi kreatif di Kabupaten Gianyar berkembang sangat pesat salah satunya di bidang wisata dan fasilitas penunjangnya. Kabupaten Gianyar terkenal dengan alamnya yang indah bukan hanya pantai tapi juga bangunan dan kebudayaan yang menarik hati wisatawan lokal maupun mancanegara. Tempat suci serta alamnya yang indah sangat mendukung Kabupaten Gianyar sebagai destinasi wisata spiritual kelas dunia. Gelombang pariwisata terakhir menempatkan daerah Gianyar terutama Ubud dan sekitarnya mendapatkan label baru yaitu berkembang sebagai wisata spiritual. Wisata spiritual adalah bentuk pariwisata berkualitas karena dalam praktiknya sangat menghargai budaya lokal, mencintai alam dan lingkungan, dan sebagian turisnya berasal dari kalangan yang berpendidikan. Potensi wisata spiritual untuk dikembangkan di Bali secara umum, dan Kabupaten Gianyar secara khusus sangat potensial. Karena alam dan praktek agama Hindu dengan berbagai ekspresi budayanya yang sangat cocok bisa di pantai, di gunung. Sebagai ciri utama ekonomi atau industri kreatif adalah menunjukkan keunggulan kreativitas dalam memperoleh desain kreatif yang melekat di produk barang/jasa yang dihasilkan.

Penyangga utama dalam ekonomi kreatif adalah kreativitas. Badan Ekonomi Kreatif (BEKRAF) merupakan lembaga non-kementerian baru yang bertanggung jawab terhadap keseluruhan perkembangan ekonomi kreatif di Indonesia. BEKRAF dibentuk pada tanggal 20 Januari 2015, di bawah Pemerintahan Presiden Joko Widodo, yang bertugas merumuskan, menetapkan, mengkoordinasikan, dan melakukan sinkronisasi kebijakan di bidang Ekonomi Kreatif. Kreativitas adalah kapasitas atau kemampuan untuk menghasilkan atau menciptakan sesuatu yang unik, solusi suatu masalah, atau sesuatu yang berbeda dari pakem (*thinking outside the box*). Informasi dan kreativitas menjadi sumber ekonomi baru. *Department of Culture, Media and Sport, DCMS* (2001) mendefinisikan ekonomi kreatif: *Creative industries which have a potential for wealth and job creation through the generation and exploitation of intellectual property and content*. Pasar seni lukis sangat sepi. Cerita seorang deler (penjual) karya seni lukis beberapa hari yang

lalu mengatakan bahwa dari tahun 1970 berjualan karya seni lukis tidak pernah terjadi seperti sekarang ini. Sangat sepi transaksi jual beli lukisan.

Menurutnya, ketika perang teluk (1991), krisis moneter (1997-1998) dan bom Bali (2001) tidak sesepi saat ini. Selain penjual lukisan para seniman lukis juga mengeluhkan hal yang serupa. Betapa sulitnya menjual lukisan terutama bagi pelukis pemula. "Painting is died" demikian pernah diungkap seniman lukis ternama Jerman Gerhard Richter. Kreativitas menunjukkan suatu tindakan kreasi dalam menciptakan sesuatu yang baru, baik dalam bentuk produk (barang atau jasa) maupun dalam pemecahan masalah yang memiliki nilai ekonomi. Kreativitas adalah kemampuan, kecakapan, talenta, dan sikap untuk menciptakan sesuatu yang baru (*creativity is the ability to generate something new*). Ada lima tahap proses kreativitas yang disebut *a five-fold mix of dreams and analysis intuitive jumps, and cold-blooded, calculation*. Kelima tahapan tersebut disingkat RIDER (*Review, Incubation, Dreams, Excitement, Reality check*). Ada empat jenis kreativitas yang membentuk ekonomi kreatif: a. ilmu pengetahuan kreatif (*scientific creative*), b. ekonomi kreatif (*economic creative*), c. budaya kreatif (*cultural creative*), d. teknologi kreatif (*technological creative*). Inovasi adalah penciptaan yang lebih baik atau lebih efektif tentang produk-produk, proses, pelayanan, teknologi, atau ide-ide yang telah tersedia untuk kepeluan pasar, pemerintah, dan masyarakat. Inti atau jantungnya ekonomi kreatif adalah industri-industri kreatif. Hasil berpikir kreatif adalah imajinasi, ide-ide, gagasan-gagasan, inspirasi dan mimpi-mimpi, yang dapat menghasilkan kekayaan/aset intelektual, seperti desain, merek dagang, hak cipta, paten, dan royalti sedangkan keinovasian adalah melakukan sesuatu yang baru. Hasilnya adalah dalam bentuk cara pemasaran baru, cara usaha baru, serta karakter baru lainnya yang bernilai komersial. Hakikat kreativitas adalah menciptakan sesuatu dari yang tidak ada atau memperbaiki kembali sesuatu yang telah ada. Esensi dari kreativitas terletak pada kemampuan menghasilkan gagasan baru, mengerjakan sesuatu dengan cara yang berbeda, dan memiliki pendekatan alternatif baru.

Ekonomi kreatif adalah suatu konsep perekonomian di era ekonomi baru yang mengintensifkan informasi dan kreativitas dengan mengedepankan ide dan ilmu pengetahuan dari kreativitas daya manusia sebagai faktor produksi yang paling utama. Menurut *United Nations*

Conference on Trade and Development (UNCTAD), ekonomi kreatif adalah konsep ekonomi yang berkembang berdasarkan pada aset kreatif yang berpotensi menghasilkan pertumbuhan dan perkembangan ekonomi. *United Nations conference on Trade and Development* mendefinisikan ekonomi kreatif: *an evolving concept based on creative assets potentially generating economic growth and development*. Dengan kata lain, konsep creative economy lebih mengedepankan kreativitas, ide, dan pengetahuan manusia sebagai aset utama dalam menggerakkan ekonomi. Tujuan utama adalah penjualan produk-produk pariwisata dan karya-karya seni kerajinan. Kementerian Perdagangan Indonesia menyebutkan bahwa ekonomi kreatif merupakan suatu upaya pembangunan ekonomi secara berkelanjutan melalui kreativitas dengan iklim perekonomian yang berdaya saing dan memiliki cadangan sumber daya yang terbarukan. Konsep ekonomi kreatif pertama kali muncul di tahun 2001, ketika buku karya John Howkins "*The Creative Economy: How People Make Money from Ideas*" diterbitkan. John Howkins mendefinisikan ekonomi kreatif sebagai *the creation of value as a result of idea*.

Kabupaten Gianyar menjadi satu dari 10 kabupaten/kota di Indonesia yang ditetapkan sebagai Kabupaten Kreatif Nasional dengan Kekuatan Daya Tarik Global oleh Badan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia. Gianyar menerima penghargaan yang diserahkan langsung Kepala Badan Ekonomi Kreatif RI Triawan Munaf. Guna mendukung program tersebut, pemerintah Kabupaten Gianyar berkomitmen menempatkan ekonomi kreatif sebagai salah satu program prioritas yang mendapatkan dukungan baik secara regulasi administrasi maupun penganggaran.

Ekonomi kreatif adalah suatu kegiatan ekonomi di mana input dan output adalah gagasan atau dalam satu kalimat yang singkat, esensi dari kreativitas adalah gagasan. Dan sebaiknya konsep kewirausahaan maupun konsep ekonomi kreatif terdapat unsur benang merah yang sama yakni terdapat konsep kreativitas, ide atau gagasan serta konsep inovasi. Ekonomi kreatif merupakan industri ekonomi yang bernaung di bawah Badan Ekonomi Kreatif atau disingkat BEKRAF. BEKRAF adalah sebuah Lembaga Pemerintah Non Kementerian yang bertanggungjawab di bidang ekonomi kreatif dengan enam belas subsektor industri kreatif. Badan ini terbentuk sejak 20 Januari 2015 melalui Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 6 Tahun 2015 Tentang Badan Ekonomi Kreatif. Bekraf dipimpin oleh Kepala Badan yang dibantu oleh seorang

wakil, sekretaris utama dan para deputi. Bekraf memiliki enam deputi yakni; Deputi Riset, Deputi Edukasi dan Pengembangan, Deputi AksesPermodalan,Deputi Infrastruktur, Deputi Pemasaran, Deputi Fasilitasi Hak Kekayaan Intelektual dan Regulasi dan Deputi Hubungan Antar Lembaga dan Wilayah.Badan Ekonomi kreatif yang bertanggungjawab di bidang ekonomi kreatif dengan enam belas subsektor. Adapun ke 16 subsektor industri kreatif yaitu Aplikasi dan Pengembangan Permainan, Arsitektur, Desain Interior, Desain Komunikasi Visual, Desain Produk, Fashion. Film, Animasi dan Video; Fotografi, Kriya, Kuliner, Musik, Penerbitan, Periklanan, Seni Pertunjukan, Seni Rupa, Televisi dan Radio.

1.2 Sejarah Kabupaten Gianyar

Kabupaten Gianyar memiliki jejak sejarah yang panjang. Sebelum ditetapkan berdiri sebagai sebuah kabupaten pada tanggal 2 April 2004 berdasarkan Peraturan Daerah Kabupaten Gianyar No.9 tahun 2004 tentang hari jadi Kota Gianyar, pada tahun 1770, kurang lebih 2 km di sebelah selatan Desa Bengkel (sekarang menjadi Desa Beng) dibangunlah sebuah puri baru dan disebut Griya Anyar (rumah baru). Berdirinya Keraton Griya Anyar atau yang kemudian menjadi Puri Agung Gianyar yang diresmikan dengan upacara pada tanggal 19 April 1771, menandakan telah lahirnya sebuah kerajaan baru, yang diperintah oleh Ida Anak Agung I Dewa Manggis Api atau juga disebut I Dewa Manggis Sakti.

Sekitar 2000 tahun yang lalu diketemukan situs perkakas (artefak) berupa batu, logam perunggu berupa nekara (Bulan Pejeng), relief-relief yang menggambarkan kehidupan candi-candi atau gua-gua di tebing-tebing sungai (tukad) Pakerisan. Teridentifikasi bahwa bukti-bukti tertulis tersebut berasal dari situs pusat-pusat kerajaan dari Dinasti Warmadewa di Keraton Singamandawa, Bedahulu. Setelah ekspedisi Gajah Mada (Majapahit) dapat menguasai Pulau Bali maka di bekas pusat markas laskarnya didirikan sebuah Keraton Samprangan sebagai pusat pemerintahan kerajaan yang dipegang oleh lima raja Bali, yaitu Raja Adipati Ida Dalem Krena Kepakisan (1350-1380), Ida Dalem Ketut Ngulesir (1380-1460), Ida Dalem Waturenggong (1460-1550), Ida Dalem Sagening (1580-1625), dan Ida Dalem Dimade (1625-1651).

Dua raja Bali yang terakhir, Ida Dalem Segening dan Ida Dalem Dimade telah menurunkan cikal bakal penguasa di daerah. Ida Dewa

Manggis Kuning (1600-an) penguasa di Desa Beng adalah cikal bakal Dinasti Manggis yang muncul setelah generasi kedua membangun Kerajaan Payangan (1735-1843). Salah seorang putra raja Klungkung Ida Dewa Agung Jambe yang bernama Ida Dewa Agung Anom muncul sebagai cikal bakal dinasti raja-raja di Sukawati (1711-1771) termasuk Peliatan dan Ubud. Pada periode yang sama, yaitu periode Gelgel muncul pula penguasa-penguasa daerah lainnya, yaitu I Gusti Ngurah Jelantik menguasai Blahbatuh dan kemudian I Gusti Agung Maruti menguasai daerah Keramas yang keduanya adalah keturunan Arya Kepakisan.

Pembangunan kota kerajaan yang berdaulat dan memiliki otonomi penuh merujuk kepada Ida Dewa Manggis Sakti, generasi ke-4 dari Ida Dewa Manggis Kuning. Sejak berdirinya Puri Agung Gianyar pada 19 April 1771 sekaligus sebagai ibukota pusat pemerintah Kerajaan Gianyar adalah tonggak sejarah. Sejak saat itu, Kerajaan Gianyar menjadi bagian dari sejarah kerajaan-kerajaan di Bali, yaitu Klungkung, Karangasem, Buleleng, Mengwi, Bangli, Payangan, Badung, Tabanan, dan Gianyar.

Saat Belanda sudah menguasai seluruh Pulau Bali, kerajaan-kerajaan di Bali tersebut tetap diakui keberadaannya oleh Pemerintah *Gouverneurmen* sebagai bagian wilayah Hindia Belanda dan dikepalai oleh seorang raja (*Selfbestuurder*) di daerah swapraja masing-masing. Selama masa revolusi, ketika Bali termasuk ke dalam wilayah Negara Indonesia Timur (NIT) otonomi daerah kerajaan (swapraja) disatukan ke dalam sebuah lembaga yang disebut Oka, Raja Gianyar diangkat sebagai Ketua Dewan Raja-Raja pada tahun 1947. Ketika Republik Indonesia Serikat (RIS) kembali ke Negara Kesatuan (NKRI) pada tanggal 17 Agustus 1950, maka daerah-daerah di seluruh Indonesia dengan dikeluarkan Undang-Undang No. I tahun 1957, yang pelaksanaannya diatur dengan Undang-Undang No. 69 tahun 1958 yang mengubah Daerah Swatantra Tingkat II (Daswati II). Nama Daswati II berlaku secara seragam untuk seluruh Indonesia sampai tahun 1960. Setelah itu diganti dengan nama Daerah Tingkat II (Dati II). Ketika dilaksanakannya Undang-Undang No. 18 tahun 1965, maka Dati II diubah dengan nama Kabupaten Dati II. Kemudian disempurnakan dengan dikeluarkannya Undang-Undang No. 5 tahun 1974 yang menggantikan nama Kabupaten. Kepala daerahnya tetap disebut Bupati.

Sedangkan Kecamatan Ubud sebagai primadona pariwisata di Kabupaten Gianyar memiliki sejarah panjang, sejak kedatangan Resi

Markandeya (abad 8 Masehi), berlanjut pada masa Bali Kuno (abad ke-10 M) sampai jatuhnya Bali ke tangan Majapahit pada 1343 M (abad ke-14 M). Ubud, yang berdekatan dengan Pejeng, berada di tepi barat Sungai Petanu, selalu mendapat perhatian dari pihak berwenang. Setelah kejayaan Majapahit runtuh, otoritas atas Kerajaan Ubud dipindahkan ke Samprangan (abad ke-14); Gelgel (abad ke-14-18); dan Klungkung (awal abad ke-18 hingga era kemerdekaan Indonesia). Ubud kemudian menjadi bagian dari kerajaan Klungkung.

Ubud merupakan bagian penting dari jejak sejarah Bali selama periode Bali Kuno. Sungai Pakerisan dan Petanu serta desa-desa (Pejeng dan Bedulu) yang berada di antara dua aliran sungai tersebut adalah daerah basis dari warisan budaya. Kedua desa pernah menjadi pusat kegiatan agama dan budaya, serta pusat kerajaan Bali kuno (Raka, 2015).

Di daerah Ubud, ada warisan budaya yang penting, yaitu kuil Jukutpaku yang terletak di tebing. Singakerta, sebagai tempat untuk roh leluhur Marakatta, yang semasa hidupnya sangat menghargai pertanian dengan organisasi subaknya. Ini berarti bahwa Ubud telah menumbuhkan budayanya sejak zaman Bali Kuno, ketika Resi Markandeya tinggal di Taro. Pura Payogan Agung (Kedewatan) dan Pura Campuhan adalah situs sakral penting lainnya yang terkait dengan ketahanan Resi Markandeya. Terlihat bahwa perkembangan Ubud sebagai pusat budaya dan sejarah telah dimulai sejak era Resi Markandeya, berlanjut di zaman Bali Kuno, dan memuncak pada era pariwisata global ini.

Potensi Gianyar dengan motto, “*Dharma Raksata Raksita*” artinya barang siapa yang berbuat kebaikan (*dharma*), ia akan dilindungi oleh *dharma* itu sendiri, demikian motto Kabupaten Gianyar. Di masa yang lampau, Gianyar menjadi salah satu pusat perkembangan seni sejak zaman Kerajaan Samprangan (Keraton Linggarsapura) sebagai ibukota Kerajaan Bali pada tahun 1351 hingga perkembangan seni saat ini. Nama Gianyar juga berasal dari nama sebuah keraton didirikan pada tanggal 19 April 1771. Fakta sejarah menjelaskan bahwa produk seni untuk kepentingan keraton (*puri*) sampai untuk keperluan adat dan keagamaan (*pura*) di masyarakat berkembang subur hingga zaman sekarang. Karena fenomena kesenian tersebut wajarlah Gianyar disebut sebagai “Kota Seni” atau “Kota Budaya”. Kriya kayu, kerajinan bambu, kriya logam, kuliner, tekstil/tenun.

Folk art, atau kesenian rakyat juga menjadi bagian dalam perkembangan seni lukis di Kabupaten Gianyar. Para pelukis tidak

melakukan *training* khusus tentang seni namun tumbuh berkembang di daerah pedesaan dengan sistem nyantrik, magang atau hanya ikut kegiatan seni di desanya. Dalam perluasan wilayah dilakukan dengan cara menugaskan para kerabat kerajaan memimpin rakyat di desa-desa seperti desa *Mancawarna* dan Bedulu. Pada awal perkembangan seni lukis Kabupaten Gianyar menyimpan potensi seni lukis hampir sama dengan daerah lain di Bali. Seni lukis yang menjunjung tinggi estetika simbolis wayang. Namun sejak 1920-an di Kabupaten Gianyar berkembang seni lukis yang merupakan wujud interaksi budaya lokal dengan Barat. Seniman Barat melakukan interaksi dengan seniman Gianyar yang terpusat di Kecamatan Ubud. Hasil interaksi itu menimbulkan saling keterpengaruh, seniman Barat terpengaruh dengan tema, teknik dan cara pandang seniman lokal. Sedangkan seniman lokal terpengaruh dengan aspek-aspek estetika dan teknik yang menghasilkan transformasi signifikan dari tradisional ke modern. Transformasi dari seni lukis yang baku, homogen, lokal dan kolektif, tema, bentuk yang khas lokal berubah drastis menjadi seni rupa yang variatif, heterogen, internasional, dan individual. Penggarapan tema, bentuk, dan ruang disesuaikan dengan fenomena kehidupan masyarakat pedesaan saat itu. Perombakan ini terjadi secara menyeluruh, terutama struktur dan tata nilai masyarakat yang semakin bervariasi. Masyarakat agraris berubah menjadi semakin urban. Perkembangan ini disebut dengan mazab seni lukis Bali baru. (neo-tradisional).

Istilah “Seni Lukis Gianyar,” bukan bermaksud mengkotak-kotakan seni lukis Bali yang sudah terwadahi dalam “Kotak kecil” (pulau kecil), tetapi lebih bersifat “Evaluasi” dalam melihat potensi, kekuatan, kelemahan, peluang dan tantangan dalam pengembangan seni lukis Gianyar di masa yang akan datang. Perkembangan seni lukis di Kabupaten Gianyar pada 1930-an dirintis oleh bangsawan dari Puri Ubud, namun setelah zaman kemerdekaan, pihak penguasa justru menaruh perhatian yang belum memadai terhadap pengembangan dan pelestarian seni lukis. Pada hal Kota Gianyar mendapat predikat “Kota Budaya”. Mayoritas penghasilan penduduknya hidup dari mencipta seni dan membuat kerajinan tangan. Untuk itu pembinaan-pembinaan seni lukis secara melembaga yang diprakarsai pemerintah nampak sangat penting dilakukan untuk tetap tegarnya predikat Gianyar Kota Budaya.

Dalam melakukan evaluasi itu, dipandang perlu untuk karya lukis yang akarnya telah tumbuh subur dari awal tahun 1920-an. Ketika

perkembangan seni lukis mulai mendapat sentuhan internasional, maka pada tanggal 29 Januari 1936 didirikan Pita Maha (jiwa/kreativitas yang tinggi). Walaupun keanggotaannya menyebar di seluruh Bali, tetapi Ubud tetap merupakan pusat perkembangannya. Tujuannya untuk memajukan dan mengembangkan seni rupa Bali, meningkatkan mutu seni dan menyalurkan karya anggota agar dapat dinikmati oleh masyarakat. Medali perak dan *Diploma de Medaile d'Argent* diraih oleh dua anggota Pita Maha tahun 1937. Prestasi puncak itu berlanjut, terutama terlihat dengan pertumbuhan seni lukis di Ubud dan di desa-desa sekitar sebagai wujud lukisan turunan Pita Maha. Kekuatan seni lukis inilah menjadi lokal *genius* yang menjadi salah satu modalitas kekuatan seni lukis kontemporer di era globalisasi ini.

Sumber inspirasi dari alam dan budaya setempat merupakan inspirasi utama dalam penciptaan ekonomi kreatif. Intisari dari ajaran Hindu seperti kitab *Shilpa Shastra*, *Vastu Shastra*, *Vastu Purusha Mandala* secara tidak langsung dan sangat halus menginspirasi kreativitas berkesenian di Gianyar. Dalam kita *Shilpa Shastra* dijelaskan bahwa ada tiga unsur-unsur penting dalam berkreaitivitas seni, yaitu: 1) kegunaan, 2) estetis, dan 3) batin/spiritual. Kemudian era Hindu Jawa dilanjutkan dengan penulisan kesusastraan yang terinspirasi oleh energi/aura alam semesta dan isinya. Para kawi/pengarang menciptakan hasil karya dalam bentuk “*Ke-kawi-an*” (*kekawin*). Ilustrasi-ilustrasi dan gambar-gambar penjelasan dalam *kekawin* dan kesusastraan ini merupakan salah satu cikal bakal gambar-gambar *rerajahan* di Kabupaten Gianyar. *Rerajahan* yang dibuat di atas daun rontal/lontar awalnya merupakan ilustrasi dari tulisan “Kekawian” yang menjelaskan inti-inti ajaran hubungan manusia dengan Tuhan, hubungan sosial manusia antar manusia, dan manusia dengan alam lingkungan (*Tri Hita Karana*).

Di Kabupaten Gianyar lukisan-lukisan *prasi* dalam daun lontar dan ilustrasi-illustrasi pada *rerajahan*, sebagai artefak awal yang ditemukan terkait dengan seni lukis. Sebagian besar dibuat dengan detail dan sudah memperhitungkan ruang kosong. Selanjutnya dalam era modernisasi tradisi lokal, warisan artefak budaya ini terlihat dalam karya-karya I Gusti Nyoman Lempad. Lempad sangat kuat berdiri sendiri sebagai pelukis yang memperhitungkan komposisi lukisan yang tak berjejal. Sebagai pelukis yang hidup di tengah masyarakat kolektif, Lempad sangat berhasil dalam memunculkan gaya “Individu” khas

Lempad. Karya-karyanya memanfaatkan ruang yang sangat efektif. Sebagai pelukis Ubud kelahiran Desa Bedulu, Gianyar yang sangat terkemuka pada zamannya, Lempad telah berhasil gemilang dalam memanfaatkan eksistensi ruang dalam seni lukis “Minimalis” yang sangat efektif dalam penggunaan garis. Kehadiran warna kehadiran warna hitam, putih, merah, dan emas merupakan karya seni yang kuat menunjukkan akar warna yang dapat dijadikan sumber-sumber ekonomi kreatif. Lukisan Lempad disebut *linier* maksudnya adalah dominasi garis kontur hitam yang sangat kuat, *sigar mangsi* (gradasi) dari putih ke hitam, serta sedikit aksan warna merah dan/atau emas.

1.3 Visi dan Misi

Visi Kabupaten Gianyar terwujudnya masyarakat Gianyar yang bahagia, sejahtera, aman, dan damai, mandiri, berintegritas, berlandaskan *Tri Hita Karana*, melalui pola Pembangunan Nasional Semesta Berencana (diambil dari situs resmi Pemerintah Kabupaten Gianyar, Rabo, 16 Oktober 2019). **Misi** Kabupaten Gianyar adalah: 1). Membangun pertanian yang produktif, efisien dan mandiri. 2).Membangun pariwisata yang inklusif dan berbasis budaya. 3). Meningkatkan pertumbuhan ekonomi yang berkualitas berwawasan lingkungan. 4). Mengembangkan SDM yang berintegritas dan berdaya saing tinggi. 5). Mewujudkan penguatan desa adat yang bertumpu pada nilai-nilai adat, budaya, dan agama Hindu. 6). Meningkatkan kuantitas dan kualitas layanan publik.

Jadi fokus pembangunan Gianyar adalah memberdayakan masyarakat dan kebudayaan di daerah, lembaga-lembaga tradisional, lembaga-lembaga sosial yang telah tumbuh dan berkembang punya pendukung di dalam masyarakat. Kabupaten Gianyar memiliki *international cultural heritage*, serta kekayaan dan keindahan alam sebagai bahan baku ekonomi kreatif.

1.4 Geografis

Kondisi Geografis Kabupaten Gianyar adalah salah satu dari delapan kabupaten dan satu kota (sembilan kabupaten/kota) yang terletak di Pulau Bali. Kabupaten Gianyar terletak diantara 8⁰18' 48" hingga 80 38' 58" Lintang Selatan, dan di antara 115⁰ 13' 29" hingga 115⁰ 13' 23" Bujur Timur. Posisinya hampir di bagian tengah/di tengah-tengah Bali

Selatan, membujur dari utara adalah Desa Tampaksiring hingga ke pesisir pantai selatan Desa Lebih, Siyut, Cucukan, Keramas dan lain-lainnya. Batas-batas wilayah sebagai berikut: 1) sebelah utara Kabupaten Bangli; 2) sebelah timur Kabupaten Klungkung/Bangli; 3) sebelah selatan Kota Denpasar dan Selat Badung; dan 4) sebelah barat Kabupaten Badung. Luas Kabupaten Gianyar 368 Km² atau 36.800 Ha. Kabupaten Gianyar memiliki tujuh kecamatan, yaitu:

- 1) Kecamatan Sukawati dengan luas wilayah 55,02 Km² (14,95%);
- 2) Kecamatan Blahbatuh dengan luas wilayah 39,70 Km² (10,79%);
- 3) Kecamatan Gianyar dengan luas wilayah 50,59 Km² (13,75%);
- 4) Kecamatan Tampaksiring dengan luas wilayah 42,63 Km² (11,58%);
- 5) Kecamatan Ubud dengan luas wilayah 42,38 Km² (11,52%);
- 6) Kecamatan Tegalalang dengan luas wilayah 61,80 Km² (16,79%);
- 7) Kecamatan Payangan dengan luas wilayah 75,88 Km² (20,62%).

Luas wilayah Provinsi Bali adalah 563.286 Ha, jadi luas Kabupaten Gianyar hanya 6,53% dari luas wilayah Propinsi Bali.

Membahas tentang sumber air, Kabupaten Gianyar tidak memiliki danau, tetapi memiliki sungai yang mengalir sebagai berkah dan kekuatan alam kodrati (*supranatural*) sebagai kekuatan alam yang memberi kesuburan. Pengairan (*subak*) irigasi dilakukan lewat sungai yang sumber airnya dari danau Batur. Sungai mengalir dari daerah utara, daerah pegunungan ke arah selatan yaitu Samudra Indonesia. Adapun nama-nama sungai tersebut adalah sebagai berikut: 1) Sungai Yeh Oos panjangnya 44.000 meter, 2) Sungai Petanu panjangnya 38.100 meter, 3) Sungai Pakerisan panjangnya : 36.500 meter, 4) Sungai Sangsang panjangnya 32.500 meter, 5) Sungai Sangku panjangnya 6.500 M, 6) Sungai Dos panjangnya 453.500 meter, dan 7) Sungai Nangka panjangnya 7.000 meter. Sedangkan ada dua sungai lagi yang letaknya pada perbatasan Kabupaten Gianyar, yaitu Sungai Cangkir adalah perbatasan dengan Kabupaten Badung, dan Sungai Melangit pembatas dengan Kabupaten Klungkung.

Kabupaten Gianyar juga tidak memiliki gunung, namun memiliki dataran tinggi dan masih terkait dengan Gunung Agung dan Gunung Batur yang diyakini sebagai *stana Bhatara Gunung* (meminjam istilah Stutterheim, 1926). Dalam tatanan geografis-simbolis-kosmologis di Kabupaten Gianyar juga dikenal dengan istilah "*Segara-gunung*" atau *ulu* (hulu) dan *teben* (hilir). Gunung/utara, dataran yang lebih tinggi disebut sebagai *ulu*, sedangkan *segara*, laut yang terletak di arah selatan,

dataran rendah disebut sebagai *teben*. Di tengah-tengah kepercayaan masyarakat juga berkembang pendapat *ulu-teben* dikaitkan dengan *giri-danu*, gunung dan danau sebagai lambang kesuburan *lingga* dan *yoni*.

Arah mata angin juga menjadi bagian yang sangat signifikan dalam pemahaman kosmis di Kabupaten Gianyar. Petunjuk/pemahaman arah mata angin kanan-kiri lebih jarang digunakan, apabila dibandingkan dengan penggunaan sebutan *kangin-kauh* (timur-barat). Arah mata angin *kangin-kauh* adalah merupakan arah yang sangat sentral, dominan dan sering dikaitkan dengan kesakralan (nilai spiritual) suatu tempat atau wilayah. Selain dikaitkan dengan sumber energi kehidupan, terbit-terbenamnya *Sang Hyang Bhaskara Dipati/Surya Raditya* (matahari).

Dengan demikian dalam wacana tata letak suatu daerah, spirit lokasi sesuatu "*The Lure of the Local*" dalam kepercayaan setempat ada yang disebut *karang* atau tanah "Kawasan suci" atau sering juga dalam istilah lokal disebut dengan "*Tenget*"(keramat). Keberadaan tempat *tenget* tersebut juga dikaitkan dengan sirkulasi energi, spirit dan *aura* tempat tersebut, misalnya: pertemuan dua sungai (campuran atau *campuhan*); perempatan jalan, atau pertigaan jalan; gunung, lembah/jurang, tepi pantai, dan lain-lainnya. Keseimbangan ekologi, alam semesta dan lingkungan memberikan pengaruh yang sangat besar terhadap kehidupan manusia dan kosmologi Bali secara menyeluruh makro-mikro. Secara tegas dan sangat populer dituangkan dalam bentuk falsafah *Tri Hita Karana*.

Pemahaman terhadap adanya kesadaran tentang kosmos, *jagat alit* dan *jagat agung* telah mulai dari awal peradaban di Kabupaten Gianyar. Penghayatan terhadap dunia yang tak kelihatan namun diyakini ada merupakan suatu bentuk olah kesadaran yang diyakini ada sejak zaman pra-Hindu. Hubungan antara manusia dan alam terjadi dengan berbagai keyakinan dan kepercayaan di berbagai belahan dunia (*pra-religion*). Alam diyakini memiliki kekuatan yang maha dahsyat sehingga kekuatannya dipersonifikasikan sebagai Dewa (Dewa Matahari, Dewa Bulan, Dewa Bintang, Dewa Langit, Dewa Laut/Samudra, Dewa Api, Dewa Air, Dewa Angin, dan Dewi Tanah (Pertiwi). Kekuatan alam sebagai hubungan kesadaran manusia dalam menyembah alam, dengan demikian lahirlah simbol-simbol atau lambang.

1.5 Jumlah Penduduk dan mata pencaharian

Agama Hindu sebagai agama tertua telah berkembang sekitar 3000 tahun sebelum masehi di India, dengan jumlah penganutnya sekitar 800 juta jiwa di seluruh dunia. Sementara Bali dengan jumlah penduduk sekitar 4 juta jiwa mayoritas agama Hindu. Jumlah Penduduk di Kabupaten Gianyar sebanyak 508.100 Jiwa (data tahun 2018) dengan kepadatan Penduduk 1.380 Jiwa /Km². Jumlah penduduk menyebar pada tujuh kecamatan, antara lain: 1) Kecamatan Sukawati dengan jumlah penduduknya 124.050 Jiwa, 2) Kecamatan Blahbatuh dengan jumlah penduduknya 71.490 Jiwa, 3) Kecamatan Gianyar dengan jumlah penduduknya 93.840 Jiwa, 4) Kecamatan Tampaksiring dengan jumlah penduduknya 48.470 Jiwa, 5) Kecamatan Ubud dengan jumlah penduduknya 73.830 Jiwa, 6) Kecamatan Tegalalang dengan jumlah penduduknya 53.390 Jiwa, 7) Kecamatan Payangan dengan jumlah penduduknya 43.030 Jiwa. Tiga besar mata pencaharian pokok yang dominan pada masyarakat di Kabupaten Gianyar, yaitu: 1) agraris, 2) pariwisata, dan 3) seni dan kerajinan.

1.5.1 Agraris.

Ciri khas utama masyarakat awalnya adalah agraris, sesuai perkembangan zaman, perubahan mulai muncul dengan masuknya pariwisata, kemudian ditopang oleh maraknya perkembangan seni dan kerajinan. Sebagian besar para pada masa itu, pekerjaannya selain melukis juga mengerjakan sawah yang rata-rata sekitar 30 are (3000 meter persegi) per keluarga. Tanah pertanian ini dikaitkan dengan tanggung jawab pelestarian adat dan agama, semacam *pelaba sanggah* atau *marajan*.

1.5.2 Pariwisata.

Kepariwisataan merupakan salah satu ujung tombak dalam menyediakan lapangan kerja dan merangsang perkembangan seni secara komprehensif. Kepariwisataan yang dikembangkan di Kabupaten Gianyar sejalan dengan pariwisata budaya (Perda No. 3/1991). Pariwisata budaya diartikan bahwa sebagai jenis kepariwisataan yang menggunakan kebudayaan sebagai aset utama (*cultural capital*). Upaya memacu laju kemajuan seni dan budaya, termasuk dalam seni rupa pemerintah membentuk program yang disebut dengan pengembangan ekonomi kreatif.

1.5.3 Seni dan Kerajinan.

Seni dan kerajinan dalam bentuk komunitas seni dan kerajinan kelompok pedesaan yang ada di Bali paling banyak terdapat di Kabupaten Gianyar. Komunitas tersebut berkembang sesuai dengan perubahan zamannya, utamanya ditentukan oleh perkembangan pariwisata, ekonomi, sosial, dan teknologi. Walaupun demikian sampai sekarang masih kita dapat menyaksikan komunitas seni lukis yang ada di Kabupaten Gianyar, hampir di semua kecamatan: Ubud, Sukawati, Tegalalang, Payangan, Tampaksiring, Blahbatuh, dan Gianyar.

Kebangkitan industri kreativitas di desa-desa menemukan saluran *inter-kultural* dan berinteraksi dengan teknologi, intelektual, pariwisata, lebur menyatu dalam ekonomi makro dan mikro yang menandakan desa internasional, "*global village*". *Global village* adalah sebuah desa yang dalam perkembangannya mengacu kepada lintas budaya internasional. Desa global dihuni oleh penduduk dari latar belakang budaya yang sangat beragam (*expatriat*). Keragaman itu merupakan aset dalam mengembangkan seni lukis kontemporer.

1.6 Pola Desa Adat

Dalam kitab *Bhagawadgita* III.10 disebutkan bahwa yadnya kepatuhan masyarakat adat ada tiga: *kuna dresta* (tradisi turun temurun); *desa dresta* (adat istiadat di desa); dan 3) *loka dresta* (termuat dalam konstitusi, undang-undang maupun peraturan daerah). Sistem administrasi pemerintahan di Kabupaten Gianyar terdiri dari 273 desa adat. Peranan Desa Adat dalam menjaga dan meningkatkan sumber-sumber penunjang dan perangsang pertumbuhan ekonomi kreatif. Tampaksiring, pasar seni Sukawati, Guwang. Desa Adat Padang tegal Ubud, Dari sistem pemerintahan yang ada desa adat merupakan salah satu posisi sangat penting dalam mengembang perkembangan seni, adat, agama, tradisi budaya. Desa adat merupakan benteng terakhir kebudayaan Bali (Pitana, 2004). Pada desa adat inilah hidup berbagai bentuk dan aspek kebudayaan dan terpelihara dalam kehidupan keseharian masyarakat Bali. (Dwipayana, 2004) menjelaskan bahwa desa adat berada di tengah-tengah medan kekuasaan (*the field of power*), sebuah istilah yang dipinjam dari Pierre Bourdieu. Selain itu sistem demokratisasi dan kekerabatan bisa juga dikembangkan dalam desa pakraman. Desa pakraman merupakan aset pengembangan dan pelestarian budaya di

Kabupaten Gianyar. Dwipayana juga menjelaskan bahwa kebijakan desentralisasi yang menitikberatkan otonomi di tingkat kabupaten memungkinkan terbukanya ruang bagi desa adat untuk dapat terlibat dalam proses pemerintahan.

“*Braya*” tali persaudaraan merupakan bagian yang sangat penting dalam desa *pakraman*. Salah satu idiom dalam kebudayaan di Kabupaten Gianyar yang disebut “*Sarpanaya, sagilik saguluk salunglung sabayantaka.*” Ungkapan ini memiliki arti bahwa di dalam kehidupan ini, kita harus saling membantu, selalu merasa senasib sepenanggungan, tidak tertawa di atas penderitaan orang lain, atau tidak mau hidup sendiri. Di dalam desa *pakraman* falsafah *Tri Hita Karana* menjadi pedoman hidup dan kehidupan masyarakat. “*Paiketan menyama-lah* yang menjadi dasar hubungan Tuhan Yang Maha Esa (*praja pati*), manusia (*praja*), dan alam (*kamadhuk*). Merta Suteja pertama-tama menjelaskan *Tri Hita Karana* itu dengan formula *Widhi* (Tuhan Yang Maha Esa), *manusa* (manusia), dan *bhuwana* (alam, dunia) (Wiana, 2004). Lebih lanjut ditulis bahwa istilah *Tri Hita Karana* dicetuskan oleh Prof. Dr. I Wayan Merta Suteja sekitar tahun 1966. Keseimbangan kosmologi yang disebut *Tri Hita Karana* (tiga faktor penyebab kebahagiaan sejati) yaitu hubungan antara manusia dengan alam, antara manusia dengan Tuhan, dan antara sesama manusia.

Pada tahun 1969 dalam seminar tentang desa adat, I Gusti Ketut Kaler (1923-1995) mengimplementasikan *Tri Hita Karana* dalam wujud tata ruang dan tata aktivitas dalam desa adat dengan unsur yang meliputi *Parahyangan* (Tuhan), *Pawongan* (manusia), dan *Palemahan* (alam). Tjokorda Raka Dherana, SH (Dekan Fakultas Hukum, Universitas Udayana saat itu), menegaskan ada tiga hal pokok yang diatur, yaitu: 1) *sukerta tata agama* artinya menata hidup tertib beragama, 2) *sukerta tata pawongan* maksudnya menata hubungan saling mengabdikan atau suka duka antara sesama warga (*krama*) desa, 3) *sukerta tata palemahan* maksudnya menata tata guna wilayah desa agar kegiatan hidup untuk memuja Tuhan, mengabdikan kepada sesama manusia dan alam lingkungan terakomodasi secara seimbang dan adil (Wiana, 2004).

Ketiga bagian penyebab timbulnya kebahagiaan di atas dapat dilakukan dengan *yadnya* (pengorbanan suci). Intinya adalah hidup yang seimbang mengabdikan kepada Tuhan, sesama manusia, dan alam lingkungan. Pembagian *Tri Hita Karana* itu membagi wilayah desa dan tata kelola desa *amonganpakraman* menjadi tiga bagian/kelompok, yaitu

dalam penyembahan terhadap *Ida Sang Hyang Widhi Wasa*, dalam wujud *Tri Murti* (*Brahma*, *Wisnu*, dan *Siwa*). Pada umumnya di *ulu* desa (utara/timur) terletak Pura Puseh, di tengah desa terletak Pura Desa/Bale Agung, dan di *teben* (selatan atau barat) terletak pura Dalem dan pura *Prajapati* (di beberapa tempat disebut Merajapati) dan *sema/setra* (kuburan). Kosmologi juga terkait dengan adanya pemahaman konsep keseimbangan *jagat* yang disebut dengan *Tri Mandala*, dengan pembagian sebagai berikut: 1) *utama mandala* terletak di *ulu* (*keluwanan*) tempat suci *sanggah*, *marajan*, *plangkiran*, sebagai hubungan manusia dengan Tuhan; 2) *madya mandala* (tempat pembangunan rumah tempat tinggal, sarana sosialisasi dengan sesama anggota keluarga/masyarakat; 3) *nista mandala*, manusia dan lingkungan.

BAB II. EKONOMI KREATIF

Ekonomi kreatif adalah gelombang ekonomi baru yang lahir pada awal abad ke-21. Gelombang ekonomi baru ini mengutamakan intelektual sebagai kekayaan yang dapat menciptakan uang, kesempatan kerja, pendapatan, dan kesejahteraan. Inti dari ekonomi kreatif terletak pada industri kreatif, yaitu industri yang digerakan oleh para kreator dan innovator. Rahasia ekonomi kreatif terletak pada kreativitas dan keinovasian. Begitu juga di Kabupaten Gianyar saat ini, ekonomi kreatif selalu menjadi bahan pemikiran, setelah mengetahui betapa besarnya sumbangan industri ekonomi kreatif seperti seni pertunjukan, musik, fasion, kriya, dan kuliner terhadap pertumbuhan ekonomi Kabupaten Gianyar. Karena, industri ekonomi kreatif ini merupakan hasil dari pemanfaatan kreativitas, ketrampilan, serta bakat individu untuk menciptakan kesejahteraan serta lapangan pekerjaan dengan menghasilkan dan mengeksploitasi daya kreasi dan daya cipta individu. Industri ekonomi kreatif merupakan basis dari karakter dan simbol kehadiran Kabupaten Gianyar di tengah pergaulan antar bangsa-bangsa di dunia. Dengan memperkuat struktur industri berbasis tradisi dan budaya, kekayaan intelektual dan warisan budaya daerah dapat dilestarikan sebagai sumber inspirasi untuk menghasilkan produk-produk inovatif berniali tambah dan berdaya saing tinggi dan umumnya bersekala kecil menengah seperti industri rumah tangga.

2.1 Pengertian Ekonomi Kreatif

Istilah Ekonomi Kreatif boleh dikatakan belumlah akrab di dalam wacana publik, sekalipun nomenklatur ini telah menjadi salah satu dari unsur kementerian pada paruh kedua pemerintahan Presiden SBY, yaitu Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. Di samping memang istilah ekonomi kreatif merupakan hal yang baru dalam literatur ekonomi, usaha untuk mensosialisasikan bidang ini pun tampak belum maksimal. Ekonomi Kreatif yang dipandang sebagai sub sektor dalam kegiatan ekonomi sebenarnya belum lama muncul. Awalnya pada dekade awal 1990-an, di Australia muncullah istilah “Creative Nation” atas persoalan mengenai mekanisme pandanaan yang berkaitan dengan kebijakan sektor seni dan budaya. Kemudian Inggris mendirikan *Creative Industries Task Force* pada tahun 1997. Ruang lingkup dari industri

kreatif menurut meliputi, *advertising, architecture, the art and antiques market, crafts, design, designer fashion, film, interactive leisure software, music, the performing arts, publishing, software, television and radio*. Pada waktu berikutnya, banyak negara di dunia mengadopsi konsep Inggris ini, termasuk Indonesia dengan istilahnya sendiri, Ekonomi Kreatif. Ekonomi kreatif sendiri mulai dikenal luas sejak munculnya buku *The Creative Economy: How People Make Money from Ideas* yang ditulis oleh John Howkins. Istilah ekonomi kreatif dimunculkan Howkins ketika melihat ada gelombang ekonomi baru yang melanda Amerika Serikat. Gelombang ekonomi baru itu dicirikan dengan aktivitas ekonomi berbasis ide, gagasan, dan kreativitas. Asumsi Howkins tentang munculnya gelombang ekonomi baru di AS itu bukan tanpa dasar. Pada tahun 1997 saja, perekonomian Amerika Serikat meraup tidak kurang dari 414 miliar dolar hanya dari produk barang-jasa yang berbasis kreativitas. Secara definitif, ada banyak tafsiran mengenai pengertian ekonomi kreatif. John Howkins sendiri memaknai ekonomi kreatif sebagai “The creation of values as a result of idea”. Menurutnya, karakter ekonomi kreatif dicirikan dari aktivitas ekonomi yang bertumpu pada eksplorasi dan eksploitasi ide-ide kreatif yang memiliki nilai jual tinggi. Sementara Roberta Comunian dan Abigail Gilmore dalam buku *Higher Education and the Creative Economy* mendefinisikan ekonomi kreatif sebagai sebuah konsep ekonomi baru yang mengintensifkan informasi dan kreativitas dengan mengandalkan ide dan pengetahuan sebagai faktor produksi yang utama. Ekonomi kreatif dapat dikatakan sebagai konsep ekonomi di era ekonomi baru yang mengintensifkan informasi dan kreativitas dengan mengandalkan ide dan *stock of knowledge* dari Sumber Daya Manusia (SDM) sebagai faktor produksi utama dalam kegiatan ekonominya.

Ekonomi Kreatif berbasis ide dan kreasi merupakan paradigma baru dalam melihat seni dan budaya dalam hubungannya dengan perekonomian. Indonesia sendiri dalam pembangunan sektor ekonomi kreatif tampak sangat cepat. Melalui konsep ini, seni dan budaya tidak lagi dilihat sebagai sektor-sektor yang selalu membutuhkan subsidi dari negara, malahan justru didesain untuk mendukung pertumbuhan ekonomi dan pengembangan inovasi yang bernilai ekonomis. Kasus Indonesia dalam hal pembinaan Ekonomi Kreatif cukup menarik. Ekonomi Kreatif muncul dari atas (melalui kebijakan Negara), tetapi bukan berarti kegiatan ekonomi kreatif baru muncul seiring dengan kebijakan pemerintah

tersebut. Ekonomi Kreatif telah lama tumbuh dan berkembang di masyarakat, namun secara khusus mendapat perhatian dan pembinaan yang kuat dari pemerintah sejak era pemerintahan SBY. Pemerintahan SBY telah meninggalkan legacy yang baik terkait pengembangan dan pembangunan ekonomi kreatif di Indonesia. Secara kronologis kebijakan ekonomi kreatif dimulai oleh pernyataan Presiden untuk meningkatkan industri kerajinan dan kreativitas bangsa, terselenggaranya Pekan Produk Budaya Indonesia 2007, yang berubah nama menjadi Pekan Produk Kreatif Indonesia 2009, terbitnya Instruksi Presiden Nomor 6 Tahun 2009 tentang Pengembangan Ekonomi Kreatif, hingga Perpres Nomor 92 Tahun 2011 yang menjadi dasar hukum terbentuknya kementerian baru yang mengurus ekonomi kreatif, yaitu Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. Kemudian lebih lanjut terbitlah pada 2012 Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif tentang Rencana Strategis Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Tahun 2012- 2014. Di dalam rencana strategis itu telah tersusun dengan detail pengembangan ekonomi kreatif di Indonesia. Ruang lingkup ekonomi kreatif di Indonesia berdasarkan Inpres Nomor 6 Tahun 2009 berbeda dengan di negara seperti Inggris, hal mana bidang penelitian dan pengembangan dimasukkan sebagai bagian dari ekonomi kreatif. Di Inggris, bidang penelitian dan pengembangan tidak dimasukkan sebagai ruang lingkup Industri Kreatif, tetapi bidang konsultasi sudah dimasukkan sebagai bagian dari industri kreatif.

Ekonomi kreatif Kabupaten Gianyar adalah suatu kegiatan ekonomi mempunyai *input* dan *output* yang bersumber dari latar belakang budaya masyarakat Gianyar, bermuara dari esensi kreativitas berupa gagasan. Konsep kewirausahaan maupun konsep ekonomi kreatif terdapat unsur benang merah budaya yang sama yakni terdapat konsep kreativitas, ide/gagasan, serta konsep inovasi.

Secara rinci bidang-bidang yang termasuk dalam ruang lingkup ekonomi kreatif adalah sebagai berikut.

- 1) Periklanan (*advertising*) yakni kegiatan kreatif yang berkaitan dengan jasa periklanan. Meliputi proses kreasi, operasi, dan distribusi dari periklanan yang dihasilkan, misalnya riset pasar, perencanaan komunikasi periklanan, media periklanan luar ruang, produksi material periklanan, promosi dan kampanye relasi publik. Selain itu, tampilan periklanan di media cetak (surat kabar dan majalah) dan elektronik (televisi dan radio), pemasangan berbagai

poster dan gambar, penyebaran selebaran, pamflet, edaran, brosur dan media reklame sejenis lainnya, distribusi dan *delivery advertising materials or samples*, serta penyewaan kolom untuk iklan;

- 2) Arsitektur, yakni kegiatan kreatif yang berkaitan dengan desain bangunan secara menyeluruh, baik dari level makro (*town planning, urban design, landscape architecture*) sampai level mikro (detail konstruksi). Misalnya arsitektur taman, perencanaan kota, perencanaan biaya konstruksi, konservasi bangunan warisan sejarah, pengawasan konstruksi, perencanaan kota, konsultasi kegiatan teknik dan rekayasa seperti bangunan sipil dan rekayasa mekanika dan elektrikal;
- 3) Pasar Barang Seni, yakni kegiatan kreatif yang berkaitan dengan perdagangan barang-barang asli, unik dan langka serta memiliki nilai estetika seni dan sejarah yang tinggi melalui lelang, galeri, toko, pasar swalayan dan internet, meliputi karya seni rupa, barang-barang musik, percetakan, automobile, dan film.
- 4) Kerajinan (*craft*), yakni kegiatan kreatif yang berkaitan dengan kreasi, produksi dan distribusi produk yang dibuat atau dihasilkan oleh tenaga pengrajin yang berawal dari desain awal sampai proses penyelesaian produknya. Antara lain meliputi barang kerajinan yang terbuat dari batu berharga, serat alam maupun buatan, kulit, rotan, bambu, kayu, logam (emas, perak, tembaga, perunggu dan besi), kaca, porselen, kain, marmer, tanah liat, dan kapur. Produk kerajinan pada umumnya hanya diproduksi dalam jumlah yang relatif kecil (bukan produksi massal);
- 5) Desain, yakni kegiatan kreatif yang terkait dengan kreasi desain interior, desain produk, desain industri, konsultasi identitas perusahaan dan jasa riset pemasaran serta produksi kemasan dan jasa pengepakan;
- 6) Fesyen (*fashion*), yakni kegiatan kreatif yang terkait dengan kreasi desain pakaian, desain alas kaki, dan desain aksesoris mode lainnya, produksi pakaian mode dan aksesorisnya, konsultasi lini produk berikut distribusi produk fesyen;
- 7) Video, Film dan Fotografi, yakni kegiatan kreatif yang terkait dengan kreasi produksi video, film, dan jasa fotografi, serta distribusi rekaman video dan film. Termasuk di dalamnya penulisan

- skrip, dubbing film, sinematografi, sinetron, dan eksibisi atau festival film;
- 8) Permainan Interaktif (game), yakni kegiatan kreatif yang berkaitan dengan kreasi, produksi, dan distribusi permainan komputer dan video yang bersifat hiburan, ketangkasan, dan edukasi. Sub-sektor permainan interaktif bukan didominasi sebagai hiburan semata-mata tetapi juga sebagai alat bantu pembelajaran atau edukasi;
 - 9) Musik, yakni kegiatan kreatif yang berkaitan dengan kreasi atau komposisi, pertunjukkan, reproduksi, dan distribusi dari rekaman suara;
 - 10) Seni Pertunjukkan, yakni kegiatan kreatif yang berkaitan dengan usaha pengembangan konten, produksi pertunjukkan. Misalnya, pertunjukkan wayang, balet, tarian tradisional, tarian kontemporer, drama, musik tradisional, musik teater, opera, termasuk musik etnik, desain dan pembuatan busana pertunjukkan, tata panggung, dan tata pencahayaan;
 - 11) Seni Rupa, yakni kegiatan kreatif berkait dengan kreasi cipta rasa karsa karya-karya seni visual seperti lukisan, patung, batik, instalasi, dan karya-karya dengan media seni baru.
 - 12) Penerbitan dan Percetakan, yakni kegiatan kreatif yang terkait dengan penulisan konten dan penerbitan buku, jurnal, koran, majalah, tabloid, dan konten digital serta kegiatan kantor berita dan pencari berita;
 - 13) Layanan Komputer dan Piranti Lunak (software), yakni kegiatan kreatif yang terkait dengan pengembangan teknologi informasi, termasuk layanan jasa komputer, pengolahan data, pengembangan database, pengembangan piranti lunak, integrasi sistem, desain dan analisis sistem, desain arsitektur piranti lunak, desain prasarana piranti lunak dan piranti keras, serta desain portal termasuk perawatannya;
 - 14) Televisi dan Radio (broadcasting), yakni kegiatan kreatif yang berkaitan dengan usaha kreasi, produksi dan pengemasan acara televisi (seperti games, kuis, reality show, infotainment, dan lainnya), penyiaran, dan transmisi konten acara televisi dan radio, termasuk kegiatan station relay (pemancar) siaran radio dan televisi;
 - 15) Riset dan Pengembangan (R&D), yakni kegiatan kreatif terkait dengan usaha inovatif yang menawarkan penemuan ilmu dan

teknologi, serta mengambil manfaat terapan dari ilmu dan teknologi tersebut guna perbaikan produk dan kreasi produk baru, proses baru, material baru, alat baru, metode baru, dan teknologi baru yang dapat memenuhi kebutuhan pasar. Termasuk yang berkaitan dengan humaniora, seperti penelitian dan pengembangan bahasa, sastra, dan seni serta jasa konsultasi bisnis dan manajemen.

2.2 Ciri-Ciri Industri Kreatif

Industri kreatif adalah industri yang berasal dari kreativitas, ketrampilan dan bakat seseorang yang secara potensial mampu untuk menciptakan kekayaan dan lapangan pekerjaan melalui eksploitasi dan pembangkitan daya cipta dan kekayaan intelektual individu tersebut. (UK DCMS, 1998). Industri kreatif adalah proses peningkatan nilai tambah hasil yang berasal dari eksploitasi kekayaan intelektual berupa kreativitas, keahlian dan bakat individu menjadi suatu produk yang dapat dijual (*Institute For Development Economy and Finance*, 2005). Industri kreatif adalah industri yang mengandalkan ketrampilan, talenta dan kreativitas yang berpotensi untuk meningkatkan kesejahteraan (Simatupang, 2007) Industri kreatif adalah industri yang berasal dari pemanfaatan kreativitas, ketrampilan dan bakat individu untuk menciptakan kesejahteraan serta lapangan pekerjaan melalui penciptaan dan pemanfaatan daya kreasi dan daya cipta individu tersebut (Departemen Perdagangan Republik Indonesia, 2008). Industri kreatif dapat didefinisikan sebagai konsep yang berkembang berdasarkan aset kreatif yang berpotensi menghasilkan pertumbuhan dan perkembangan ekonomi (UNCTAD, 2010).

Industri kreatif mempunyai ciri-ciri sebagai berikut:

1. Unsur utamanya kreativitas, keahlian, dan talenta yang berpotensi meningkatkan kesejahteraan melalui penawaran kreasi intelektual.
2. Berbasis pada ide atau gagasan.
3. Produk yang dihasilkan merupakan produk kreatif yang mempunyai siklus hidup singkat, resiko tinggi, margin yang tinggi, keanekaragaman tinggi, persaingan tinggi, dan mudah ditiru.
4. Penyediaan produk kreatif langsung pada pelanggan dan mendukung penciptaan nilai kreatif sektor lain yang secara tidak langsung berhubungan dengan pelanggan.

5. Dibutuhkan kerjasama dan kolaborasi yang baik antara berbagai pihak yang berperan dalam industri kreatif, seperti kaum intelektual, dunia usaha, dan pemerintah.
6. Industri kreatif dapat dikembangkan secara luas dan tidak terbatas di berbagai bidang usaha.
7. Konsep yang dibangun bersifat relatif.

Mempunyai unsur utama yaitu kreativitas, keahlian dan talenta yang mempunyai potensi sebagai peningkatan kesejahteraan melalui penawaran kreasi intelektual. Ciri ekonomi kreatif adalah berbasis pada ide-ide dan gagasan yang terwujud dalam kreativitas yg bernilai ekonomi, dan berbagai sektor strategis yang menarik untuk meningkatkan daya saing, produktivitas, lapangan kerja dan pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan. Di sisi lain ekonomi kreatif digunakan untuk mempromosikan sumber-sumber daya yang ada seperti integritas, nilai-nilai sosial, promosi budaya dan sebagai sumber informasi serta pengetahuan. Ekonomi kreatif menunjukkan suatu dinamika yang sangat progresif dan menjangkau berbagai lapisan masyarakat utamanya generasi muda. Ciri efektif, efisien, dan produktif merupakan bagian dari dinamika ekonomi kreatif. Ekonomi kreatif merupakan gelombang ekonomi baru yang lahir pada awal Abad ke-21. Gelombang ekonomi baru ini mengutamakan intelektual sebagai kekayaan yang dapat menciptakan uang, kesempatan kerja, pendapatan, dan kesejahteraan. Inti ekonomi kreatif terletak pada industri kreatif, yaitu industri yang digerakkan oleh para kreator dan inovator. Rahasia ekonomi kreatif terletak pada kreativitas dan inovasi.

Kreativitas adalah berpikir sesuatu yang baru, sedangkan inovasi adalah melakukan sesuatu yang baru. Hasilnya adalah dalam bentuk cara pemecahan masalah baru, metode baru, teknik baru, cara operasional baru, teknologi baru, model baru, desain baru, barang dan jasa baru, merek dagang baru, cara pemasaran baru, cara usaha baru, distribusi baru, strategi baru, pelayanan baru, komersialisasi baru, penampilan baru, serta karakter baru. Hakikat kreativitas adalah menciptakan sesuatu dari yang tidak ada atau memperbaiki kembali sesuatu yang telah ada. Esensi dari kreativitas terletak pada kemampuan menghasilkan gagasan baru, mengerjakan sesuatu dengan cara yang berbeda, dan memiliki pendekatan alternatif baru.

Perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi telah mampu mengatasi kesenjangan antara kelangkaan (*scarcity*) barang dan jasa, yang dihadapkan dengan kebutuhan manusia yang tidak terbatas, dan telah mengubah pola pikir, cara pandang, dan kehidupan manusia. Menurut Howkins, pada awal abad ke-21 atau tepatnya sejak 2001, kita telah memasuki era baru, yaitu era ekonomi kreatif. Perkembangan ilmu pengetahuan juga telah mengubah orientasi ekonomi, yaitu dari ekonomi pertanian, ke ekonomi industri, ekonomi jasa, ekonomi informasi (*e-commerce*), dan akhirnya ke ekonomi kreatif (*creative economy*). Ekonomi kreatif merupakan kegiatan ekonomi yang digerakkan oleh industri kreatif yang mengutamakan peranan kekayaan intelektual. Ekonomi kreatif berkembang tidak hanya terbatas pada produk barang dan jasa, tapi juga pada produk-produk seni budaya dan usaha kerajinan (seperti seni pertunjukkan, seni lukis, seni patung, seni tari, seni suara, seni desain, dan kreasi seni lainnya). Produk itu sangat dinamis serta bernilai ekonomi dan komersial. Perkembangan ekonomi kreatif sangat tergantung pada peran kelas kreatif, yaitu ilmuwan, pebisnis, dan pemerintah yang masing-masing berperan sebagai kreator, inovator, dan katalisator. Banyak negara yang pembangunan ekonomi kreatif karena sumber daya lebih efisien dan produktif.

2.3 Manfaat Industri Kreatif

Memasuki era digital, peluang industri kreatif semakin menemukan titik cerah. Besarnya perhatian masyarakat akan sesuatu yang unik, berbeda, dan menarik, tentunya menjadi segmentasi tersendiri. Berikut adalah manfaat-manfaat industri kreatif yang akan memberikan perubahan besar dan solusi paling aktual, antara lain :

- 1) Inovasi baru semakin berkembang dengan cepat. Inovasi baru diciptakan dalam rangka memenuhi kebutuhan hidup dan membuat kehidupan menjadi lebih mudah dan praktis. Seiring kemajuan teknologi khususnya dalam bidang internet, maka semakin memudahkan berkembangnya ide dan gagasan inovatif yang hasilnya membuat masyarakat lebih mudah, praktis dan cepat dalam memenuhi kebutuhan. Contoh yang sekarang sedang terjadi adalah cukup menggunakan smartphone kita bisa memesan ojek, taxi, makanan, pesan tiket, hotel bahkan belanja secara online.
- 2) Membuka dan menambah lapangan kerja. Produk-produk inovatif banyak bermunculan dengan adanya industri kreatif yang akan

membuka pasar baru dalam berbisnis, sehingga terciptalah lapangan kerja baru yang secara otomatis mengurangi angka pengangguran. Pastinya ini akan menyediakan banyak lapangan kerja bagi masyarakat, apalagi kalau didukung oleh pemerintah dalam penyediaan tempat dan sarana serta kebijakan yang baik.

- 3) Nilai dan kualitas suatu produk semakin meningkat. Kemudahan dan kecepatan akses informasi untuk menjangkau masyarakat saat ini memunculkan berbagai ide kreatif untuk menghasilkan produk inovatif yang mempunyai nilai dan kualitas semakin baik. Semakin banyaknya persaingan dan semakin meningkatnya kesadaran masyarakat akan produk yang aman dan berkualitas maka semakin banyak juga inovasi yang dilakukan di dalam produk untuk menghasilkan kualitas yang prima.
- 4) Manusia dituntut semakin kreatif. Jika tidak kreatif dengan adanya industri kreatif maka manusia tersebut akan ketinggalan jaman. Manusia akan berusaha lebih keras menemukan ide baru yang lebih unik dan berbeda dengan yang lain agar dapat bersaing di dunia bisnis semakin ketat kompetisinya. Dengan demikian manusia sekarang harus lebih kreatif untuk memenuhi kebutuhan agar tidak tertinggal dengan yang lain. Kemajuan teknologi yang memungkinkan akses informasi lebih cepat, membuat orang semakin cepat mendapatkan informasi, mengetahui perkembangan dunia, dan melihat masalah-masalah yang ada di dunia serta kemajuan teknologi lainnya. Dengan adanya akses yang mudah dan semakin cepat seperti ini akan melahirkan manusia-manusia yang lebih kreatif dalam melihat dan memberikan sebuah solusi yang dibutuhkan masyarakat.
- 5) Persaingan yang kompetitif dan masuk akal. Para pelaku bisnis akan selalu berusaha agar bisa menghasilkan produk yang menjadi market leader. Banyak pula lahir pebisnis baru dalam menciptakan produk-produk kreatif dan inovatif. Mereka harus bisa memahami trending kebutuhan masyarakat yang sedang berkembang, serta mampu menganalisis segala kemungkinan yang terjadi dalam menjual produk atau jasa mereka. Mereka harus bisa bersaing secara sehat dengan para kompetitor dengan menawarkan keunggulan dan keunikan produk atau jasa mereka kepada masyarakat. Sehingga persaingan usaha menjadi kompetitif secara alami
- 6) Pertumbuhan ekonomi. Industri kreatif saat ini menjadi sektor ekonomi yang semakin berkembang serta memiliki peranan penting.

Industri kreatif banyak melahirkan bidang usaha baru. Bidang usaha tersebut yang akhirnya berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi, mulai peningkatan nilai tambah, penyerapan tenaga kerja, jumlah perusahaan, hingga pasar ekspor. Sehingga dapat memberikan dampak sosial paling luas dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Industri Kreatif bisa disebut juga dengan sebuah aktifitas ekonomi yang yang terkait dengan menciptakan atau penggunaan pengetahuan informasi. Di Indonesia Industri Kreatif biasa disebut juga dengan Industri budaya atau ekonomi kreatif. Industri kreatif tercipta dari pemanfaatan serta keterampilan yang dimiliki oleh setiap individu untuk bisa membuat lapangan pekerjaan baru dan juga bisa menciptakan kesejahteraan di daerah. Industri kreatif merupakan hasil dari kreatifitas dan daya cipta setiap individu. Industri kreatif memberikan peranan penting terhadap perekonomian suatu negara. Peran industri kreatif bisa meningkatkan ekonomi secara global. Sebagian orang berpendapat bahwa kreativitas manusia adalah sumber daya ekonomi utama. Sehingga saat ini banyak sektor industri yang lahir dari kreatifitas dan inovasi dari setiap individu. Di Indonesia terdapat berbagai macam sektor yang termasuk kedalam industri kreatif dan perkembangan setiap tahunnya semakin meningkat.

2.4 Sub sektor Ekonomi Kreatif 2019

1)bidang design adalah (arsitektur, desain interior, desain komunikasi visual, dan desain produk). 2) bidang karya seni (musik, seni pertunjukan, seni rupa, fotografi, dan fashion kriya). 3) bidang audiovisual (film/Animasi/Video, periklanan, televisi dan Radio (berpotensi menjadi sumber ekonomi kreatif). 4) bidang animasi digital dan multi media (aplikasi dan game developer (berpotensi). 5) bidang lain-lain kuliner potensi (betutu, babi guling, dan ikan laut) dan penerbitan. Pemahaman terhadap potensi dan kontribusi dalam aktivitas kegiatan ekonomi kreatif, tentu saja pembahasan ini menyangkut beberapa persoalan sumberdaya yang dimiliki oleh suatu daerah sebagai potensi unggulan yang dapat diolah secara kreatif dan produktif untuk memenuhi kebutuhan dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat secara ekonomis. Sumberdaya yang dimaksud dalam hal ini antara lain sumberdaya manusia yang kreatif, permodalan, produksi, pemasaran, yang ditunjang oleh lingkungan sosial, seni dan budaya serta letak

geografis suatu daerah yang memiliki akses strategis dari berbagai interaksi, komunikasi dan informasi kepada masyarakat secara umum.

1. Sumberdaya manusia yang kreatif:

Ada beberapa komponen yang mempengaruhi perilaku individu untuk menjadi kreatif. Manusia sebagai makhluk istimewa yang diciptakan Tuhan telah dianugerahi kemampuan cipta, rasa dan karsa, oleh karena itu maka setiap individu mempunyai peluang dan kemampuan untuk berperilaku kreatif. Enam komponen tersebut antara lain “keahlian, ketrampilan-ketrampilan berpikir imajinatif, kepribadian yang senang bertualang, motivasi intrinsik, dan lingkungan yang kreatif”. (David G. Myers, 2002: 102)

-Keahlian

Keahlian merupakan gagasan atau citra yang diperoleh melalui prosedur pembelajaran yang terakumulasi secara praktis, sehingga semakin banyak peluang dan kesempatan yang dapat mengkombinasikan berbagai cara untuk berperilaku kreatif.

-Ketrampilan-ketrampilan berpikir imajinatif

Cipta dan rasa yang dimiliki merupakan kemampuan berpikir, merasakan dan membayangkan untuk mengeksplorasi berbagai pengalaman untuk mendapatkan cara-cara baru untuk mengenali berbagai pola dan menciptakan kebaruan yang lebih kreatif.

-Kepribadian yang senang bertualang

Pribadi yang kreatif selalu berkeinginan membangun tantangan baru dengan segala resiko serta gigih menghadapi berbagai rintangan dan menjaga eksistensinya secara konsisten dalam usaha mencari pengalaman baru.

-Motivasi intrinsik

Ada dorongan yang sangat kuat secara batiniah karena termotivasi oleh kepentingan, kesenangan dan kepuasan dan tantangan dari proses kerjanya untuk menemukan bentuk kebaruan itu sendiri.

-Lingkungan yang kreatif

Tantangan dan peluang untuk lebih kreatif sering diperoleh dari interaksi arena kompetisi dalam lingkungan yang kreatif yang memberikan dorongan untuk selalu ingin melampaui sesuatu yang telah ada.

2. Produksi:

Barang jasa yang ditawarkan menurut Acshan Permas, dkk., dalam buku Manajemen Organisasi Seni Pertunjukan, produksi harus

mempunyai daya saing dari berbagai sisi sebagai produk unggulan dengan mempertimbangkan SMART memenuhi cita rasa konsumen yang menjadi target pemasaran, antara lain:

- **Specific:**

Kreativitas produk memiliki kualifikasi unggul dari sisi kekhasan bentuk, jenis dan pengemasan yang dapat dijadikan daya tarik serta tampilan yang berbeda dengan produk sejenis di tempat lain.,

- **Measurable:**

Secara ekonomis produk kreatif harus mempertimbangkan perolehan nilai financial yang terukur dari sisi biaya produksi menyangkut jumlah produksi, bahan baku, jenis produksi dan kemampuan produksi untuk memenuhi kebutuhan pasar. Hal tersebut dilakukan dengan mempertimbangkan situasi pasar yang selalu mengalami fluktuasi perubahan dalam persaingan global.

- **Attainable:**

Produksi harus didasarkan atas kajian lapangan konsultan secara periodik untuk pencapaian yang maksimal dan mengatasi berbagai tantangan yang menjadi kendala dan hambatan sehingga dapat membayangkan kebutuhan konsumen ke depan sebagai target pemasaran.

- **Relevant:**

Penyesuaian dengan kondisi internal dan eksternal sebagai bagian yang dipertimbangkan dalam pemenuhan kebutuhan pasar.

- **Time oriented:**

Perubahan kebutuhan pasar demikian cepat dalam persaingan, sehingga produksi harus berorientasi pada batasan target atau ketepatan waktu (Acshan Permas, dkk:2003: 52).

3. Permodalan:

Permodalan dibutuhkan ketika sudah memasuki tahap produksi, karena disini dibutuhkan bahan baku, peralatan serta keterlibatan tenaga kerja yang harus memadai. Dalam hal ini harus ada penyokong dana baik secara swadaya maupun mandiri, serta kehadiran Sponsor dari swasta, maupun bantuan pemerintah, guna memperlancar produksi sesuai target waktu dan pasar. Tentu saja persoalan ini dapat dilakukan dengan mengembangkan berbagai bentuk kerjasama yang saling menguntungkan pihak-pihak yang terlibat.

4. Pemasaran:

Pemasaran merupakan target utama dari sebuah kegiatan ekonomi kreatif, hal ini membutuhkan keterlibatan berbagai stakeholder baik swasta maupun pemerintah yang membantu dari sisi pendistribusian pusat-pusat pemasaran, dan pusat media informasi dan promosi. Sebagaimana disebutkan oleh Acshan Permas, dkk., dengan menawarkan 6 P yaitu: product (apa yang ditawarkan), public (konsumen yang disasar), Price (harga yang ditawarkan), Place (kemana dan dimana dipasarkan), Production (bagaimana memenuhi keinginan pasar), Promotion (dimana dan bagaimana memotivasi kensumen untuk dapat menerima produk yang ditawarkan). (Acshan Permas, 2003:109).

Kepala dinas kebudayaan Provinsi Bali I Wayan Kun Adnyana dalam FGD penelitian BAPPEDA Provinsi Bali tanggal 22 September 2019 di ISI Denpasar menyatakan bahwa, perlu ada suatu ekosistem dalam pengembangan usaha ekonomi kreatif antara lain: Lembaga penelitian dan pengembangan desain, pusat-pusat produksi, pemasok bahan baku, permodalan, perlindungan HAKI, teknologi, distributor, pusat informasi dan pemasaran.

Potensi kegiatan ekonomi kreatif Kabupaten Gianyar yang berbasis seni budaya lokal, dengan kemampuan *style/keterampilan* masyarakatnya merupakan sumberdaya yang dapat dikembangkan untuk kepentingan produksi yang terbaru guna meningkatkan sumber pendapatan untuk meningkatkan kesejahteraan kehidupan masyarakat. Secara geografis kabupaten Gianyar sangat strategis dari kunjungan pariwisata dengan kekayaan destinasi pariwisata peninggalan sejarah serta sumber daya lingkungan yang cukup menarik dengan panorama keindahannya. Kondisi seperti itu mempunyai dampak yang luar biasa untuk merangsang tumbuhnya sentra-sentra produk kerajinan, sanggar seni serta berbagai kuliner untuk memenuhi kebutuhan wisatawan. Atas dasar analisis data potensi ekonomi kreatif dari Dinas Pariwisata Kabupaten Gianyar dapat diamati potensi sentra produksi kerajinan, pertunjukan seni, seni rupa dan aneka jenis kuliner memang persebarannya tidak merata, kecendrungan pertumbuhan dan perkembangannya lebih banyak di lingkungan obyek-obyek wisata. Kemudian pendistribusian aneka produk kreatif seperti seni kerajinan, seni pertunjukan, aneka kuliner serta pernak pernik lainnya dapat dibentuk suatu lembaga pusat pemajangan dan informasi industri ekonomi kreatif yang integrated antara Dinas Perindustrian Perdagangan dan Dinas Pariwisata yang dapat

dijadikan arena promosi dan informasi data atas keberadaan kegiatan industri ekonomi kreatif setiap kecamatan di kabupaten Gianyar. Dalam hal ini tentu saja membutuhkan tempat yang representative (sentra pasar seni yang khas) sebagai sebuah pemajangan produk industri kreatif yang dilengkapi dengan arena seni pertunjukan dan suguhan aneka kuliner khas Gianyar yang ditunjang dengan penataan taman dan ruang kreasi bagi masyarakat banyak, sehingga menjadi daya tarik terjadinya interaksi berbagai kalangan. Maka dengan pola itu distributor dapat menggiring para wisatawan untuk mengunjungi tempat sentra-sentra produksi industri kreatif di masing-masing desa atau kecamatan, sesuai dengan kebutuhan konsumen.

Kabupaten Gianyar terdiri dari 7 Kecamatan antara lain Kecamatan Gianyar, Blahbatuh, Sukawati, Ubud, Tegallalang, Tampak Siring, dan Payangan tersebar 808 industri kerajinan, yang masing-masing memiliki keunggulan sesuai potensi sumberdaya yang dimiliki.

Berikut ini akan dibahas potensi sentra-sentra industri ekonomi kreatif setiap kecamatan di Kabupaten Gianyar berdasarkan data dari Direktori Potensi Ekonomi Kreatif Kabupaten Gianyar tahun 2017 sebagai berikut:

Tabel 1. Analisis Potensi Kegiatan Ekonomi Kreatif Kabupaten Gianyar

NO	JENIS INDUSTRI KREATIF	JML	KECAMATAN						
			GIANYAR	BLAHBATUH	SUKAWATI	UBUD	TEGALLALANG	TAMPAKSIRING	PAYANGAN
1	Cooking Class	30	1	1	1	20	3	3	1
2	Rumah Makan/Restaurant Organik	11	0	0	2	8	1	0	0
3	Rumah Makan/Restaurant Lokal	15	0	0	0	13	2	0	0
4	Makanan & Minuman	14	2	2	8	2	0	0	0
5	Pertunjukan Seni	55	0	2	10	43	0	0	0
6	Kerajinan Logam	144	0	0	136	6	1	1	0
7	Kerajinan Kayu, Bambu & Rotan	274	25	10	66	111	36	18	8
8	Kerajinan lainnya	73	2	10	18	36	2	3	2
9	Kerajinan Tekstil	26	10	0	6	7	1	1	1
10	Komunitas fotografer	159	54	23	27	27	10	8	10
11	Radio & Televisi	7	4	0	3	0	0	0	0
Jumlah		808	98	48	277	273	56	34	22

Sumber data: *Direktori potensi ekonomi kreatif kabupaten gianyar tahun 2017*

Sentra-sentra kegiatan ekonomi kreatif yang berbasis industri kerajinan dan kegiatan budaya yang tersebar sesuai dengan potensinya seperti di Kecamatan Gianyar berkembang 98 industri antara lain: 1 kerajinan Cooking Glass, 2 makanan dan minuman, 25 kerajinan kayu, 10 kerajinan tekstil, 54 komunitas fotografer, 4 unit radio dan televisi; di Kecamatan Blahbatuh 48 industri antara lain: 1 Cooking glass, 2 makanan dan minuman, 10 kerajinan kayu, bambu dan rotan, 23 komunitas fotografer; di Kecamatan Sukawati 277 industri antara lain: 1 Cooking glass, 2 rumah makan/restaurant organic, 8 makanan dan minuman, 10 seni pertunjukkan, 136 kerajinan logam, 66 kerajinan kayu, bambu dan rotan, 6 kerajinan tekstil, 27 komunitas fotografer, 3 unit radio dan televisi; di Kecamatan Ubud 273 industri antara lain: 20 Cooking glass, 8 rumah makan/restaurant organic, 13 rumah makan/restaurant local, 2 makanan dan minuman, 43 seni pertunjukkan, 6 Kerajinan logam, 111 kerajinan kayu, bambu dan rotan, 7 kerajinan tekstil, 27 komunitas fotografer, Kecamatan Tegalalang 56 industri antara lain: 3 Cooking glass, 1 rumah makan/restaurant organic, 2 rumah makan/restaurant local, 1 kerajinan logam, 36 kerajinan kayu, bambu dan rotan, 1 kerajinan tekstil, 10 komunitas fotografer; Kecamatan Tampak Siring 34 Industri antara lain: 3 Cooking glass, 1 kerajinan logam, 18 kerajinan kayu, bambu dan rotan, 1 kerajinan tekstil, 8 komunitas fotografer; Kecamatan Payangan 22 industri antara lain: 1 Cooking glass, 8 kerajinan kayu, bambu dan rotan, 1 kerajinan tekstil, 10 komunitas fotografer.

, Atas dasar fakta tersebut sungguh suatu potensi yang luar biasa untuk dikelola menjadi aset pertumbuhan ekonomi kreatif kabupaten Gianyar, bahkan produk industri kerajinan kayu dan logam telah merambah pasar internasional. Dari sisi geografis Kabupaten Gianyar menempati Bali bagian selatan sebagai jalur lintas antara Bali Barat dengan Bali Timur sehingga memiliki posisi yang sangat strategis. Kemudian objek wisata dengan situs-situs peninggalan sejarah kepurbakalaannya sangat potensial bagi pengembangan kegiatan ekonomi kreatif di samping keindahan objek lingkungan alamnya yang memanjakan mata pengunjung.

Kendala-kendala yang dihadapi oleh para pengerajin adalah pasokan bahan baku yang sangat terbatas, karena kabupaten Gianyar tidak memiliki sumber bahan baku yang cukup hutan sebagai bahan baku kayu, bambu serta bahan baku logam, sehingga bahan baku

sebagian besar dipasok dari luar daerah. Dalam hal ini sepertinya dibutuhkan sumber daya pemasok bahan baku yang memudahkan para pengerajin dalam menyiapkan berbagai rancangan desain produk kerajinan yang diharapkan, di samping memang membutuhkan pembinaan tentang pengetahuan dan ilmu desain kreatif yang kompetitif sehingga memiliki nilai tawar dalam persaingan global.

BAB III.

POTENSI EKONOMI KREATIF DI KABUPATEN GIANYAR

Adapun beberapa jenis ekonomi kreatif yang ada di Kabupaten Gianyar adalah sebagai berikut:

3.1 Sektor Seni Pertunjukan

Sub sektor yang ditetapkan yakni; kriya, kuliner akan menjadi daya dorong dan seni pertunjukan yang merupakan semangat pemersatu di Gianyar. Ketiga sub sektor tersebut memiliki indikator untuk mewujudkan ekonomi kreatif di Kabupaten Gianyar sebagai berikut:

Seni pertunjukan juga masuk ke dalam subsektor Industri kreatif karena Kabupaten Gianyar memang memiliki kekayaan dan keanekaragaman seni dan tradisi pertunjukan seperti wayang, teater/drama, tari klasik maupun kontemporer dan lain sebagainya. Jumlah seni pertunjukan baik tradisi maupun kontemporer yang selama ini dikreasikan, dikembangkan dan dipromosikan telah mendapatkan apresiasi dunia internasional. Kabupaten Gianyar sendiri mendukung perkembangan ini. Oleh karena itu, telah menyediakan regulasi, pembangunan untuk tempat pertunjukan, fasilitasi pembentukan *performing artboard* atau *council* untuk memetakan *platform* dan menjaga standar seni pertunjukan, festival-festival pertunjukan seni dan lain sebagainya.

Produk industri seni pertunjukan bersifat *intangible* dan dinikmati oleh audiens dalam sebuah tontonan. Produk ini tercipta melalui aktivitas proses kreasi yang dikemas oleh produser atau *event organizer* dan dilanjutkan dengan aktivitas komersialisasi oleh pemilik acara baik atas dasar permintaan konsumen akhir maupun atas inisiatif sendiri. Seni pertunjukan ini dapat ditonton langsung seperti pada gedung pertunjukan, hotel, restaurant, ruang publik ataupun melalui perantara media seperti televisi dan internet.

Produk industri seni pertunjukan kadang tidak berdiri sendiri melainkan tergabung dalam sebuah paket acara. Hal ini ditemukan seperti pada paket pariwisata, pendukung sebuah acara atau eksebis hingga sarana promosi negara yang *notabene* pemerintah sebagai promotor seni budaya bangsa juga berada sebagai pihak pembeli. Proses kreasi merupakan titik awal penting dalam penciptaan produk seni

pertunjukan. Pihak yang terlibat dalam proses kreasi ini meliputi seniman per individu dan komunitas seni. Selain itu juga banyak ditemukan bahwa proses kreasi muncul dari lembaga pendidikan. Dalam berkreasi, seniman tidak memikirkan terlalu dalam mengenai aspek komersial yang dapat diperoleh karena seni tidak semata-mata ditujukan untuk mencari keuntungan. Hal ini perlu dijaga mengingat beberapa jenis pertunjukan terutama yang berkaitan dengan kegiatan keagamaan tidak diperkenankan untuk dilakukan modifikasi dengan tujuan permintaan konsumen. Diharapkan tidak terjadi pendangkalan seni dan kooptasi serta hegemoni pemilik modal pada karya seni pertunjukan.

Proses produksi seni pertunjukan dikemas menjadi sebuah pagelaran yang menarik berkonteks komersial (mencari keuntungan) oleh produser atau *event organizer*. Pihak inilah yang berposisi sebagai pengemas dan mengorganisasi sebuah karya seni pertunjukan untuk menjadi produk tontonan. Komersialisasi seni pertunjukan terletak kepada industri terkait seperti pariwisata, media promosi dan pemerintah yang berkepentingan untuk mempromosikan budaya ataupun menggunakan budaya sebagai salah satu bagian dalam kegiatan atau acara yang dikerjakan. Misalkan seni pertunjukan yang dipakai dalam acara promosi sebuah produk wisata. Distribusi produk seni pertunjukan ditujukan kepada proses menyalurkan seni kepada konsumen baik untuk dinikmati langsung maupun melalui media perantara. Walaupun pada produk tertentu, ada kalanya penggunaan media perantara seperti elektronik dan internet akan mengurangi kenikmatan pemirsa. Seni pertunjukan didistribusikan kepada konsumen melalui gedung pertunjukan.

Gianyar merupakan salah satu kabupaten yang masih menjaga adat dan tradisi dalam upacara dan upacara yang dilaksanakan sebagai implementasi budaya Bali. Dalam upaya mendukung kegiatan tersebut, seni pertunjukan seringkali merupakan bagian yang tidak terpisahkan dan menjadi kesatuan hidup dalam keseharian masyarakatnya. Setelah melakukan uji petik dan diskusi dengan pemerintah kota beserta *stakeholder* maka ditetapkan Gianyar sebagai kota 'Seni Pertunjukan', karena mampu menjadi lokomotif untuk mengangkat pertumbuhan subsektor kuliner dan kriya dan memiliki dampak ekonomi paling signifikan terhadap perekonomian dan keseharian masyarakat Gianyar.

Usaha pertunjukan seni yang sebagian besar merupakan pertunjukan tari tradisional ataupun kelas belajar menari bagi wisatawan

asing. Terdapat kurang lebih 55 usaha yang tercatat pada tahun 2017 yang bergerak dibidang usaha pertunjukan seni (Disparda, 2017). Jumlah *seka/sanggar/organisasi* kesenian yang tersebar di 7 kecamatan Kabupaten Gianyar pada tahun 2009 adalah 233 *seka/sanggar*, di mana diantaranya Kecamatan Sukawati terdapat 60 *seka/sanggar*, Kecamatan Blahbatuh 18 *seka/sanggar*, Kecamatan Gianyar 23 *seka/sanggar*, Kecamatan Tampaksiring 19 *seka/sanggar*, Kecamatan Ubud 76 *seka/sanggar*, Kecamatan Tegalalang 20 *seka/sanggar*, dan Kecamatan Payangan 17 *seka/sanggar*.

Tabel 2. Ekonomi Kreatif Pertunjukan Seni

No	Nama sekehe	Pertunjukan	Lokasi	Alamat
1	Jaya Swara	Legong of Mahabrata	Ubud Palace	Jl. Raya Ubud
2	Tresna Jenggala	Kecak fire and trance dance	Wantilan Padang Tegal Kaja	Jl. Hanoman Ubud
3	Oka Kartini	Wayang kulit	Oka Kartini Hotel	Jl. Raya Ubud
4	Cahaya Warsa	Janger	Ubud Water Palace	Jl. Raya Ubud
5	Suara Sakti	Jegog	Balai Br. Bentuyung	Desa Bentuyung
6	Karma Desa Sambahan	Kecak fire and trance dance	Jaba Pura Puseh Ubud	Pura Puseh Ubud
7	Pondok Pekak	Legong Dance	Balai Br. Ubud Kelod	Jl. Mongkey Fores
8	Sada Budaya	Legong Dance	Ubud Palace	Jl. Raya Ubud
9	Krama Desa Adat Junjungan	Kecak Fire	Balai Br. Junjungan	Desa Junjungan
10	Sandi Swara	Barong and Kris Dance	Wantilan Padang Tegal Kaja	Padang Tegal
11	Cepuk Wirasa	Joged Dance	Ubud Water Palace	Jl. Raya Ubud
12	Krama Desa Ubud Kaja	Kecak Ramayana and Fire Dance	Jaba Pura Dalem Ubud	Jl. Raya Ubud
13	Luh Luwih	Women Performace	Balai Br. Ubud Kelod	Jl. Mongkey Fores
14	Wayang Kulit	Wayang Kulit	Pondok Bambu Acc	Jl. Mongkey Fores
15	Bina Remaja	Ramayana Ballet	Ubud Palace	Jl. Raya Ubud
16	Semara Ratih	Spirit of Bali	Jaba Pura Puseh Kutuh	Desa Kutuh
17	Sandhi Swara	Kecak Fire and Trance Dance	Jaba Pura Taman Sari	Padang Tegal Kelod
18	Wayang Kulit	Wayang Kulit	Kerta	Jl. Mongkey

	Kerta		Accommodation	Fores
19	Sekaa Gong Karyasa	Legong Dance	Jaba Pura Dalem Ubud	Jl. Raya Ubud
20	Chandra Wati	Women Gamelan with Child Dance	Ubud Water Palace	Jl. Raya Ubud
21	Sanggar Palgunadi	Classical Dance Performance	Balai Br. Ubud Kelod	Jl. Mongkey Fores
22	Semara Kanti	Barong and Kris Dance	Wantilan Padang Tegal Kaja	Jl. Hanoman Ubud
23	Krama Desa Ubud Tengah	Women Kecak and Fire Dance	Jaba Pura Batu Karu	Jl. Sweta Ubud
24	Panca Arta	Legong and Barong Dance	Ubud Water Palace	Jl. Raya Ubud
25	PKK Ubud Kaja	Ramayana Ballet	Ubud Water Palace	Jl. Raya Ubud
26	Yowana Swara	Jegog	Jaba Pura Dalem Ubud	Jl. Raya Ubud
27	Krama Desa Adat Taman Kaja	Kecak Fire and Trance Dance	Jaba Pura Dalem Taman Kaja	Taman Kaja, Ubud
28	Suara Guna Kanti Abangan	Legong and Barong Waksirsa Dance	Balai Br. Ubud Kelod	Jl. Mongkey Fores
29	Sanggar Paripurna	Tek-tok Dance	Puri Kantor Ubud	Jl. Sweta Ubud
30	Panca Arta	Legong Dance and Paradise Dance	Ubud Palace	Jl. Raya Ubud
31	Semara Madya	Kecak	Puri Agung Peliatan	Jl. Cok Gede Rai Peliatan Ubud
32	Raja Peni	The Barong and Kris Dance	Jaba Pura dalem Ubud	Jl. Raya Ubud
33	Cerik Wayah	Spirit of Gamelan	Ubud Water Palace	Jl. Raya Ubud
34	Semara Pegulingan	Legong and Barong Dance, Lubdaka Story	Wantilan Padang Tegal Kaja	Jl. Hanoman Ubud
35	Puspa Kirana	Legong Dance	Balai Br. Ubud Kelod	Jl. Mongkey Fores
36	Bali Adventure	Legong Dance Performance	Yanies Restoran Kedewatan	Jl. Raya Kedewatan
37	Tirta Sari	Legong Dance	Balerung Mandera	Jl. Raya Peliatan
38	Padang Subadra	Kecak and Fire Dance	Pura Padang Kerta	Padang tegal Kelod
39	Kiduling Suwari	Legong Dance	Balai Br. Ubud Kelod	Jl. Mongkey Fores
40	Bina Remaja	Legong Dance	Ubud Palace	Jl. Raya Ubud
41	Gunung Sari	Legong Dance	Puri Agung	Jl. Cok Gde Rai

			Peliatan	Peliatan Ubud
42	Chandra Wirabhuaana	Legong Dance	Ubud Water Palace	Jl. Rya Ubud
43	Pondok Pekak	Frog and Barong Dance	Balai Br. Ubud Kelod	Jl. Mongkey Fores
44	Geok's	Tari Kontemporer	Gedung Pertunjukan Seni Geok	Br. Sengguan, Singapadu
45	Putra Barong	Tari Barong	Gedung Pertunjukan Putra Barong	Br. Celuk, Sukawati
46	Jambe Budaya	Tari Barong	Gedung Pertunjukan Seni Jambe Budaya	Br. Tegaltamu, Batubulan
47	Barong Tegal Tamu	Tari Barong	Jaba Pura Puseh Batubulan	Desa Batubulan, Sukawati
48	Barong Den Jalan	Tari Barong	Jaba Pura Puseh Batubulan	Desa Batubulan, Sukawati
49	Sila Budaya	Tari Barong	Gedung Pertunjukan Seni Sila Budaya	Br. Tegehe, Batubulan
50	Sahadewa	Tari Barong	Gedung Pertunjukan Seni Barong Sahadewa	Jl. Taak, Batubulan
51	Gamelan Cendana	Tari Legong dan Lawak	Gedung Pertunjukan Seni Sanggar Cendana	Br. Pegambangan, Batubulan
52	Bali Budaya	Tari Legong dan Kecak	Gedung Pertunjukan Seni Bali Budaya	Desa Kemenuh, Sukawati
53	Tri Pusaka Sakti	Tari Kodok dan Gambuh	Gedung Pertunjukan Seni Tri Pusaka sakti	Br. Pekandelan, Batuan, Sukawati
54	Sanggar Paripurna	Fragmen Tari	Gedung Pertunjukan Seni Sanggar Paripurna	Br. Dana, Bona, Blahbatuh
55	Windu Candra	Tari Legong	Gedung Pertunjukan Seni Sanggar Windu Candra	Br. Antugan, Blahbatuh

Sumber: *Direktori Potensi Ekonomi Kreatif Kabupaten Gianyar Tahun 2017.*

3.2 Sektor Kuliner

Kegiatan kreatif yang berkaitan dengan masak-memasak atau mengolah bahan baku yang dapat dijadikan makanan yang siap dikonsumsi dan menghadirkan nilai jual. Meski sedikit aneh, namun subsektor industri kreatif yang satu ini masuk ke dalam perhatian Kabupaten Gianyar. Terlebih dengan kontribusinya yang lebih tinggi dibandingkan dengan subsektor lainnya, yakni 30 persen dari total pendapatan sektor pariwisata dan ekonomi kreatif. Meski begitu subsektor industri kreatif ini nyata memiliki kesulitan dalam pengurusan izin hingga pendampingan hukum dalam proses pendirian usaha. Sehingga Kabupaten Gianyar menjadikannya sebagai subsektor yang harus didampingi dengan menyediakan fasilitas seperti pelatihan bisnis, akses permodalan, pendampingan pendirian usaha hingga mempromosikan kuliner Gianyar yang memang sangat beraneka ragam.

Kabupaten Gianyar memiliki banyak makanan tradisional. Produk kuliner yang teridentifikasi adalah sebagai berikut: 1) Kecamatan Gianyar: babi guling, sate lilit, sate serapah, sate lungan, jajan gambir, dan klepon; 2) Kecamatan Sukawati: minuman jamur, pepes jamur; 3) Kecamatan Ubud: ayam/bebek betutu, jajan sagon, bebek crispy; 4) Kecamatan Blahbatuh: minuman jus lidah buaya dan kue pia Pulasari; 5) Kecamatan Tampaksiring: peyek; 6) Kecamatan Tegallalang: lawar bebek dan tuak manis; 7) Kecamatan Payangan: jajan buntilan dan nasi sela dengan pesan lindung.

Ada dua sektor kuliner yang berkembang di Kabupaten Gianyar yaitu *cooking class*, dan industri makanan serta minuman. Kegiatan *cooking class* pertama dilakukan pada tahun 1994 dan merupakan bagian dari kegiatan yang ditawarkan oleh restoran. *Cooking class* kemudian mulai diperkenalkan sebagai atraksi terpisah dari kegiatan restoran mulai tahun 2004, tetapi materinya belum semenarik masa kini. Sejak tahun 2010, pertumbuhan program *cooking class* di Ubud makin meningkat hingga sekarang. Turis yang memiliki minat dalam *cooking class* didominasi oleh wisatawan Eropa. Di dalam *cooking class* wisatawan dapat belajar tentang makanan lokal, serta menikmati makanan yang dibuat oleh wisatawan sendiri. *Cooking class* biasanya diadakan setiap hari dari pukul 10.00 hingga 12.00 siang dan kini di Ubud ada 31 usaha *cooking class*. Gastro diplomacy adalah salah satu cara untuk memperkenalkan budaya melalui makanan Bali klasik dan unik. Cara efektif untuk meningkatkan kegiatan diplomasi gastro adalah

berkomunikasi melalui makanan dengan informasi yang akurat tentang asal-usul makanan, cerita di balik keunikan makanan dan nilai-nilai budaya yang terkandung di dalamnya. *Cooking class* adalah salah satu cara yang dapat menghubungkan seseorang dengan budaya, begitu juga dapat peningkatan *soft skill* bidang kuliner (ilmu masakan) terutama menunya yang memang layak jual memiliki segmentasi pasarnya besar. Kegiatan ini sangat efektif untuk menciptakan bibit-bibit baru yang siap bersaing di dunia wirausaha.

Kegiatan festival kuliner di Kabupaten Gianyar untuk memperkenalkan produk yang tidak disajikan sama dengan rumah makan, akan tetapi dibentuk lagi dengan kreativitas dan inovasi baru. Aktivitas tersebut tentu akan memperkenalkan makanan lokal sekaligus keragaman budaya dan tradisi destinasi. Banyak festival kuliner bukan hanya kepada pemerhati kuliner, tetapi juga kepada masyarakat umum. Kabupaten Gianyar telah menggagas *Ubud Food Festival (UFF)*, *Ubud Royal Weekend (URW)*, *Bali Vegan Festival*, *Ubud & Beyond Festival*, *Gianyar Culinary Festival*, *Chilly Festival*, dan *Lebih Fishery Festival*.

1) *Ubud Food Festival (UFF)*

Festival tiga hari yang merupakan kegiatan tahunan Yayasan Mudra Swari Saraswati. UFF merupakan serangkaian kegiatan bersama dengan *Ubud Writer & Readers Festival* dan *Bali Emerging Writers Festival*. UFF adalah kegiatan yang dikhususkan bagi para pecinta makanan dari seluruh dunia yang sasaran kegiatannya adalah untuk ajang bertukar pikiran dan ide-ide untuk mengembangkan kuliner khas Indonesia dan negara lainnya. Penyelenggaraan UFF dimulai pada tahun 2015 dan didukung oleh program Wonderful Indonesia di bawah Kementerian Pariwisata dan ABC.

2) *Ubud Royal Weekend (URW)*

Dilakukan pada penyelenggaraan di festival Ubud Royal Weekend (URW). Pengunjung dapat mencicipi masakan bangsawan yang biasa didisajikan di rumah-rumah kerajaan Ubud. Selain mencicipi serangkaian masakan tradisional, URW juga menyajikan seni, budaya, dan seminar pariwisata. Acara ini didukung oleh sebagian besar keluarga kerajaan di Ubud, kesempatan untuk berbagi resep rahasia warisan dan pertemuan untuk bertukar ide bersama dengan pameran produk kreatif, dari usaha kecil dan menengah setempat. Kemitraan pemerintah dengan swasta di balik acara tersebut memiliki tujuan yang baik dalam menjaga hubungan politik, sosial yang

melebur semua status sosial: makanan menyatukan orang-orang sambil mendukung pemberdayaan dan pengembangan sumber daya masyarakat Gianyar”, wawasan cerdas dan perspektif baru selama URW keempat.

3) *Bali Vegan Festival*

Festival diselenggarakan sejak tahun 2015 dan merupakan festival gaya hidup yang berfokus pada komunitas makan tanpa daging. Festival ini diikuti oleh kaum vegan, vegetarian, omnivore, flexitarian, atau orang-orang yang ingin mengetahui apa itu gaya hidup vegetarian. Program acara festival sangat beragam, mulai dari talkshow, seminar, demo masak, diskusi antar komunitas, dan juga penjualan makanan khusus vegetarian. Intinya, Bali Vegan Festival ingin menginspirasi masyarakat dengan pola makan alternatif yang juga kaya nutrisi.

4) *Ubud & Beyond Festival*

Festival tahunan yang diselenggarakan oleh Junior Chamber Association (JCI) Gianyar dan Himpunan Pengusaha Muda Indonesia (HIPMI) serta didukung oleh Badan Kreatif (Bekraf) dan asosiasi chef, supplier makanan, petani bahan pangan organik, dan industri UKM lokal seperti teh, kopi, dan rosella. Ubud & Beyond Festival diadakan pada bulan Agustus di lapangan terbuka di Kecamatan Ubud serta terbuka untuk umum tanpa tiket masuk. Pada penyelenggaraan yang terakhir tercatat 250 ribu pengunjung mendatangi festival ini.

5) *Gianyar Culinary Festival*

Festival tahunan yang diadakan pada saat hari jadi Kabupaten Gianyar. Festival kuliner ini melibatkan chef, pecinta kuliner, ahli pangan, entrepreneur, pengusaha hotel, dan praktisi kuliner. Yang menarik dari Gianyar Culinary Festival adalah penyelenggaraan kompetisi masak makanan tradisional khas Gianyar seperti babi panggang, ayam *betutu*, *lawar*, *jaje*, dan *sate lilit*. Bahkan festival masak ini pernah tercatat dalam Museum Rekor Indonesia sebagai festival dengan jumlah orang terbanyak yang membakar sate lilit. Puncak dari acara Gianyar Culinary Festival adalah iring-iringan “gebogan” (buah-buahan yang disusun meninggi untuk sesajen) yang semuanya merupakan buah-buahan lokal yang ditanam di Kabupaten Gianyar.

6) *Chilly Festival*

Festival makanan pedas diselenggarakan oleh Bali Safari & Marine Park di Gianyar. Dilaksanakan selama dua hari dengan melibatkan 11 kerajaan di seluruh Pulau Bali. Di dalam festival ini pengunjung dapat mencicipi aneka masakan yang bercita rasa pedas, melihat lomba membuat sambal khas dari 11 kerajaan di Bali, dan menyaksikan demo masak oleh celebrity chef. Sayangnya, di tahun-tahun berikutnya festival ini tidak dapat dilaksanakan karena ketiadaan sponsor acara.

7) *Lebih Fishery Festival*

Festival ini diadakan di Pantai Lebih yang berada di bagian timur Kabupaten Gianyar. Tujuan utama dari penyelenggaraan festival ini adalah untuk lebih menggiatkan konsumsi makan ikan karena masih rendahnya konsumsi ikan di antara anggota masyarakat. Selain itu festival ini juga dimaskudkan untuk menggiatkan kreativitas pembuatan resep-resep makanan yang berbahan dasar seafood agar bisa menjadi atraksi di destinasi wisata pantai.

Aktivitas *cooking class* dan *food festival* nantinya akan meningkatkan pariwisata gastronomi di mana Gianyar akan lebih dikenal sebagai destinasi pariwisata gastronomi bagi wisatawan peminat masakan lokal. Pengembangan makanan lokal sebagai produk pariwisata akan membuka peluang bagi pengusaha kuliner untuk lebih spesifik lagi dalam memproduksi. Pelaku usaha makanan akan memperhatikan pelestarian lingkungan, gizi tubuh dan pikiran sejak perolehan bahan baku hingga ke proses penyajian. Sedangkan industri makanan dan minuman menjadi salah satu sektor andalan dalam memberikan kontribusi besar terhadap pertumbuhan ekonomi Kabupaten Gianyar karena *supply* dan *user*-nya banyak.

3.3 Sektor Kriya

Sub-sektor ini pun menjadi tanggung jawab Kabupaten Gianyar untuk mengelolanya dengan menyediakan fasilitas yang mumpuni. Selain itu, Kabupaten Gianyar juga memfasilitasi kerja sama antara desainer, UKM, manufaktur sehingga terbentuklah kolaborasi antara pelaku subsektor. Promosi produk-produk kriya di dalam dan luar negeri serta membukakan akses permodalan yang menjadi program-program utama Kabupaten Gianyar untuk subsektor kriya ini. Seni kriya merupakan salah satu sub sektor yang menjadi ciri khas Kabupaten Gianyar dan sangat

dekat dengan industri pariwisata. Dilihat dari materialnya, kriya meliputi segala kerajinan yang berbahan kayu, logam, kulit, kaca, keramik, dan tekstil. Ketersediaan bahan baku material yang berlimpah dan kreativitas para pelaku industri menjadi faktor utama majunya subsektor ini. Gianyar memiliki banyak pelaku seni kriya yang kreatif dan piawai dalam berbisnis. Bisnis kriyanya pun beragam. Banyak dari mereka berhasil memasarkan produknya sampai ke pasar luar negeri. Produk-produk kriya Gianyar terkenal dengan ‘buatan tangan’-nya, dan memanfaatkan hal tersebut sebagai nilai tambah sehingga bisa dipasarkan dengan harga yang lebih tinggi.

a). Kerajinan logam

Karya seni kriya logam adalah kerajinan yang bahan dasar pembuatannya berasal dari logam, seperti perak, emas, perunggu, besi aluminium, serta kuningan. Produk-produk yang dihasilkan dari seni kriya bahan logam seperti perhiasan emas, patung perunggu, senjata tajam, dan juga peralatan rumah tangga serta alat musik gamelan. Sekarang ini kerajinan logam dibuat dalam berbagai variasi dan bentuk.

Desa Celuk Gianyar merupakan sentra produksi kerajinan emas dan perak di Bali. Sebagian besar penduduk Desa Celuk bermata pencaharian sebagai pengrajin emas dan perak. Itulah mengapa, produk kerajinan dari Desa Celuk ini sangat bermutu tinggi dan memiliki kualitas yang bagus. Bahkan para pengrajin dapat memproduksi kerajinan emas dan perak ini dalam kuantitas yang besar. Ketenaran Desa Celuk sebagai pusat kerajinan emas dan perak dimulai sejak awal perkembangan pariwisata di Bali pada sekitar tahun 1976.

Karakteristik dalam desain kerajinan ini adalah penggunaan *jawan* sebagai motif dasar kerajinan perhiasan yang merupakan komponen motif yang terbuat dari bahan material perak berbentuk bola-bola dengan berbagai variasi ukuran. Motif desain khas nya adalah motif *jawan*, *bun*, *buah gonda*, dan *liman paya*. Standar yang diperkenankan dalam produksi kerajinan tersebut adalah penggunaan perak berkadar 92.5 % (dengan campuran tembaga) dan emas berkadar 18 hingga 22 karat, sehingga produk memiliki mutu yang tinggi. Proses produksi yang digunakan berupa teknik peleburan, teknik pembuatan plat, teknik pembuatan *jawan*, dan teknik *bun-bunan*.

Sepanjang jalan utama Desa Celuk. Produksi kerajinan Celuk sudah lama menembus pasaran ekspor. Desainnya pun berkembang

sebagai perpaduan bakat seni lokal Celuk dan selera pasar internasional yang di perkenalkan melalui wisatawan mancanegara.

Tabel 3. Ekonomi Kreatif Kriya Logam (Perak/Emas)

No	Nama Perusahaan	Nama Produk	Alamat
1	Rahayu Silver	Kerajinan Perak	Ling. Kaja Kauh,Tuliup, Gianyar
2	Keris Pusaka	Keris dan Sarung Keris	Br. Lantangidung, Batuan, Sukawati
3	Letug Silver	Kerajinan Perak	Br. Bucu, Batuan, Sukawati
4	Bali Sakti Silver	Kerajinan Perak	Jl. Batu Intan, Batubulan, Sukawati
5	Bali Silver Tresures	Kerajinan Perak	Jl. Pasekan, Batubulan, Sukawati
6	Bangkit Jaya Casting	Kerajinan Perak	Batubulan, Sukawati
7	Eka Hallo	Kerajinan Perak	Br. Kalah, Batubulan, sukawati
8	Nilo Kriya Indah	Kerajinan Perak	Br. Denjalan, Batubulan, Sukawati
9	Purnama sari LBN	Kerajinan Perak	Jl. Dewi Sri, Batubulan, Sukawati
10	Uma Ayu Gold and Smitt	Kerajinan Emas	Jl. SMK 1 Batubulan, Sukawati
11	Angga Wiraguna Silver	Kerajinan Perak	Br. Celuk, Celuk, Sukawati
12	Anom	Kerajinan Perak	Br. Celuk, Celuk, Sukawati
13	Ariadi Mataram	Kerajinan Perak	Jl. Jagaraga, Celuk, Sukawati
14	Arta Silver	Kerajinan Perak	Jl. Raya Celuk, Celuk, Sukawati
15	Ayu Mas Shop	Kerajinan Mas	Jl. Raya Celuk, Celuk, Sukawati
16	Bali Sun Sri	Kerajinan Perak	Jl. Raya Celuk, Celuk, Sukawati
17	Bara Silver	Kerajinan Perak	Br. Celuk, Celuk, Sukawati
18	Buana Silver	Kerajinan Perak	Br. Celuk, Celuk, Sukawati
19	Cahaya Silver	Kerajinan Perak	Jl. Raya Celuk, Celuk, Sukawati
20	FA Ketut Suardana	Kerajinan Perak	Br. Celuk, Celuk,

			Sukawati
21	Gede Ngurah	Kerajinan Perak	Jl. Jagaraga, Celuk, Sukawati
22	Genta Sari	Kerajinan Perak	Br. Celuk, Celuk, Sukawati
23	I Made Deguran Silver	Kerajinan Perak	Jl. Raya Celuk, Celuk, Sukawati
24	I Made Ratadana Silver Smith	Kerajinan Perak	Jl. Raya Celuk, Celuk, Sukawati
25	I Wayan Asmara	Kerajinan Perak	Br. Celuk, Celuk, Sukawati
26	I wayan Puja Silver Smith	Kerajinan Perak	Jl. Raya Celuk, Celuk, Sukawati
27	Ido Silver Smith	Kerajinan Perak	Br. Celuk, Celuk, Sukawati
28	Indarti Silver	Kerajinan Perak	Br. Celuk, Celuk, Sukawati
29	Jaya Silver	Kerajinan Perak	Jl. Jagaraga, Celuk, Sukawati
30	Kanaka Art Shop	Kerajinan Perak dan Emas	Jl. Raya Celuk, Celuk, Sukawati
31	I Ketut Putra Silver	Kerajinan Perak	Jl. Jagaraga, Celuk, Sukawati
32	Krisna Silver	Kerajinan Perak	Br. Celuk, Celuk, Sukawati
33	Kumara Silver	Kerajinan Perak	Jl. Jagaraga, Celuk, Sukawati
34	Linda Art Shop	Kerajinan Perak dan Emas	Br. Celuk, Celuk, Sukawati
35	Lingga Mas	Kerajinan Mas	Br. Celuk, Celuk, Sukawati
36	Lolo Silver	Kerajinan Perak	Br. Celuk, Celuk, Sukawati
37	Made Rudita	Kerajinan Perak	Br. Celuk, Celuk, Sukawati
38	Manika Silver	Kerajinan Perak	Br. Cemenggaon, Celuk, Sukawati
39	Mustika Silver	Kerajinan Perak	Br. Celuk, Celuk, Sukawati
40	Mustika Silver	Kerajinan Perak	Jl. Jagaraga, Celuk, Sukawati
41	Mutiara Silver	Kerajinan Perak	Br. Celuk, Celuk, Sukawati
42	Mutiara	Kerajinan Perak	Br. Celuk, Celuk, Sukawati

43	Onno	Kerajinan Perak	Br. Celuk, Celuk, Sukawati
44	Pariz	Kerajinan Perak	Br. Celuk, Celuk, Sukawati
45	Puri Kencana	Kerajinan Perak	Br. Celuk, Celuk, Sukawati
46	Puspa Mega	Kerajinan Perak	Br. Celuk, Celuk, Sukawati
47	Putra Silver	Kerajinan Perak	Jl. Raya Celuk, Celuk, Sukawati
48	Putra Kembar	Kerajinan Perak	Br. Celuk, Celuk, Sukawati
49	Putra Selaka	Kerajinan Perak	Jl. Jagaraga, Celuk, Sukawati
50	Putri Dewi	Kerajinan Perak	Br. Celuk, Celuk, Sukawati
51	Rake	Kerajinan Perak	Br. Celuk, Celuk, Sukawati
52	Rama Sinta	Kerajinan Perak	Br. Celuk, Celuk, Sukawati
53	Rama Sinta	Kerajinan Perak	Br. Celuk, Celuk, Sukawati
54	Rupadana Silver Collection	Kerajinan Perak	Br. Celuk, Celuk, Sukawati
55	Santa Silver	Kerajinan Perak	Jl. Jagaraga, Celuk, Sukawati
56	Sari Merta Silver	Kerajinan Perak	Br. Celuk, Celuk, Sukawati
57	Semadi	Kerajinan Perak	Br. Celuk, Celuk, Sukawati
58	Semadi Art Gallery	Kerajinan Perak dan Emas	Br. Celuk, Celuk, Sukawati
59	Singgahan	Kerajinan Perak	Br. Celuk, Celuk, Sukawati
60	Suka Usaha Niaga	Kerajinan Perak dan Emas	Br. Celuk, Celuk, Sukawati
61	Suparja Silver	Kerajinan Perak	Jl. Jagaraga, Celuk, Sukawati
62	Uchi Silver	Kerajinan Perak	Br. Cemenggaon, Celuk, Sukawati
63	UD. Romo	Kerajinan Perak dan Emas	Br. Celuk, Celuk, Sukawati
64	UD. SSS Silver	Kerajinan Perak	Br. Tangsub, Celuk, Sukawati
65	Udiana Silver	Kerajinan Perak	Br. Celuk, Celuk,

			Sukawati
66	Udiana	Kerajinan Perak	Jl. Raya Celuk, Celuk, Sukawati
67	Wayan Kantor	Kerajinan Perak	Br. Celuk, Celuk, Sukawati
68	Wayan Kantor	Kerajinan Perak	Br. Celuk, Celuk, Sukawati
69	Wayan Sudiarta	Kerajinan Perak	Br. Celuk, Celuk, Sukawati
70	Wira's Silver	Kerajinan Perak	Br. Celuk, Celuk, Sukawati
71	Yasa	Kerajinan Perak	Br. Cemenggaon, Celuk, Sukawati
72	Yoga Silver	Kerajinan Perak	Br. Celuk, Celuk, Sukawati
73	Agus Silver	Kerajinan Perak	Br. Mukti, Singapadu, Sukawati
74	Agus Silver	Kerajinan Perak	Br. Mukti, Singapadu, Sukawati
75	Bandem Community of Silver Smith	Kerajinan Perak	Br. Sungguan, Singapadu, Sukawati
76	Devano Silver	Kerajinan Perak	Br. Apuan, Singapadu, Sukawati
77	Devano Silver	Kerajinan Perak	Br. Mukti, Singapadu, Sukawati
78	Eka Karya	Kerajinan Perak	Br. Apuan, Singapadu, Sukawati
79	Eka Suarjana	Kerajinan Perak	Br. Seseh, Singapadu, Sukawati
80	Griya Silver	Kerajinan Perak	Singapadu, Sukawati
81	Gunung Sari	Kerajinan Perak	Br. Seseh, Singapadu, Sukawati
82	Gunung Sari	Kerajinan Perak	Br. Seseh, Singapadu, Sukawati
83	I Ketut Rita Silver	Kerajinan Perak	Br. Seseh, Singapadu, Sukawati
84	I Ketut Ruja	Kerajinan Perak	Br. Mukti, Singapadu, Sukawati
85	I Nyoman Kondra	Kerajinan Perak	Br. Kebon, Singapadu, Sukawati
86	I Nyoman Mardangga	Kerajinan Perak	Br. Apuan, Singapadu, Sukawati
87	I Wayan Dana	Kerajinan Perak	Br. Seseh, Singapadu, Sukawati
88	I Wayan Kader	Kerajinan Perak	Br. Apuan,

			Singapadu, Sukawati
89	I Wayan Martin	Kerajinan Perak	Br. Kebon, Singapadu, Sukawati
90	I Wayan Wirata	Kerajinan Perak	Br. Seseh, Singapadu, Sukawati
91	Jaka Silver	Kerajinan Perak	Br. Apuan, Singapadu, Sukawati
92	Kenangan Silver	Kerajinan Perak	Br. Apuan, Singapadu, Sukawati
93	Krisna Silver	Kerajinan Perak	Br. Apuan, Singapadu, Sukawati
94	Maha Dewi	Kerajinan Perak	Br. Apuan, Singapadu, Sukawati
95	Mardiana Silver	Kerajinan Perak	Br. Seseh, Singapadu, Sukawati
96	Mars Silver	Kerajinan Perak	Br. Seseh, Singapadu, Sukawati
97	Mawar	Kerajinan Perak	Br. Seseh, Singapadu, Sukawati
98	Mulia Silver	Kerajinan Perak	Br. Samu, Singapadu, Sukawati
99	Murta Bali	Kerajinan Perak	Br. Apuan, Singapadu, Sukawati
100	Mutiara Silver	Kerajinan Perak	Br. Seseh, Singapadu, Sukawati
101	Mutiara Silver	Kerajinan Perak	Br. Seseh, Singapadu, Sukawati
102	Nartha Silver	Kerajinan Perak	Br. Apuan, Singapadu, Sukawati
103	Pamela James Bali	Kerajinan Perak	Br. Seseh, Singapadu, Sukawati
104	Puri Lautan Mutiara	Kerajinan Perak	Br. Apuan, Singapadu, Sukawati
105	Puri Wahyu Goldand Silver	Kerajinan Perak dan Emas	Br. Apuan, Singapadu, Sukawati
106	Putra Radis	Kerajinan Perak	Br. Apuan, Singapadu, Sukawati
107	Putri Kayangan	Kerajinan Perak dan Emas	Br. Apuan, Singapadu, Sukawati
108	Sarja Silver	Kerajinan Perak	Br. Mukti, Singapadu, Sukawati
109	Sedana Yoga	Kerajinan Perak	Br. Apuan, Singapadu, Sukawati
110	Singa Merta Sari	Kerajinan Perak	Br. Kebon, Singapadu, Sukawati

111	Sri Intan Silver	Kerajinan Perak	Br. Bungsu, Singapadu, Sukawati
112	Suandita Silver	Kerajinan Perak	Br. Abasan, Singapadu, Sukawati
113	Suwena Silver	Kerajinan Perak	Br. Abasan, Singapadu, Sukawati
114	Tukang Mas Sederhana	Kerajinan Emas	Br. Apuan, Singapadu, Sukawati
115	UD. Bali Silver	Kerajinan Perak	Jl. Petung, Singapadu, Sukawati
116	Villing Silver	Kerajinan Perak	Br. Seseh, Singapadu, Sukawati
117	Wardita	Kerajinan Perak	Br. Apuan, Singapadu, Sukawati
118	Wayan Wardika	Kerajinan Perak	Br. Apuan, Singapadu, Sukawati
119	Win-Win Silver	Kerajinan Perak	Br. Apuan, Singapadu, Sukawati
120	Wiz Silver	Kerajinan Perak	Br. Negara, Singapadu, Sukawati
121	Yasa's	Kerajinan Perak	Br. Apuan, Singapadu, Sukawati
122	Yatra Gallery	Kerajinan Perak dan Emas	Br. Kebon, Singapadu, Sukawati
123	Yoga Darma	Kerajinan Perak	Jl. Raya Singapadu, Sukawati
124	Manis Silver	Kerajinan Perak	Br. Abasan, Singapadu, Sukawati
125	Legawa Silver	Kerajinan Perak	Br. Lodtangluk, Sukawati
126	Purnayasa Silver	Kerajinan Perak	Br. Delod Pangkung , Sukawati
127	Sari Rejeki	Kerajinan Perak	Jl. Raya Batubulan, Sukawati
128	Sri Manik	Kerajinan Perak	Br. Gede, Sukawati, Sukawati
129	Toko Mas Kesuma	Kerajinan Emas	Pasar Umum Sukawati, Sukawati
130	UD. Kesuma	Kerajinan Emas	Pasar Umum Sukawati, Sukawati
131	Wira & Silver	Kerajinan Perak	Br. Babakan, Sukawati, Sukawati
132	Yudhi Silver Smith	Kerajinan Perak	Br. Kebalian, Sukawati, Sukawati
133	Yudhi Silver	Kerajinan Perak	Br. Kebalian,

			Sukawati, Sukawati
134	Ratna Kumala	Kerajinan Perak	Br. Pengembungan, Pejeng Kangin, Tampaksiring
135	Banyan Internasional	Kerajinan Perak dan Emas	Br. Tengah, Tegallalang
136	Silver Maiden Internasional	Kerajinan Perak	Br. Lodtunduh, Lodtunduh, Ubud
137	Citakana Swastika	Kerajinan Perak	Br. Nyuh Kuning, Mas, Ubud
138	Pesona Taksu Bali	Kerajinan Perak	Br. Pengosekan, Mas, Ubud
139	Cahaya Pelangi Indah	Kerajinan Perak	Jl. Wenarawana, Padang Tegal, Ubud
140	Sikak Silver	Kerajinan Perak	Padang Tegal, Ubud, Ubud
141	UD. Purnama Sari	Kerajinan Perak	Br. Lodseme, Ubud, Ubud

Sumber: *Direktori Potensi Ekonomi Kreatif Kabupaten Gianyar Tahun 2017*.

b). Kerajinan Kayu, Bambu, dan Lainnya

Dari bahan kayu tercipta berbagai jenis kerajinan seperti topeng, patung, furniture, dan juga hiasan ukir-ukiran. Jenis kerajinan Bali yang mengalami dinamika dari aslinya sebagai akibat dari pesanan (made to order) dan mengalami proses komodifikasi adalah seni kerajinan patung yang terdiri atas: patung garuda, patung gajah, patung jerapah. Di samping itu, ada juga cermin, panil, perhiasan dari kayu nangka, kayu jati, kayu cempaka, kayu waru, kayu suwar, namun saat ini bahan patung-patung, cermin, dan panil adalah kayu waru, albesia, dan plywood atau MDF karena kayu-kayu tersebut sangat lunak sehingga mudah untuk dibentuk.

Gianyar memiliki kerajinan ukiran kayu tradisional yang reputasinya telah tersebar hingga ke mancanegara. Ukiran kayu asal Gianyar dikenal karena rancangan yang khas, detail ukiran yang rapi, dan jenis bahan baku yang berkualitas tinggi. Tak heran jika harga jualnya pun dapat menembus belasan dan bahkan puluhan juta. Kerajinan ukiran kayu asal Gianyar memang bukan souvenir sembarangan. Proses pembuatan sebuah patung berkisar antara 1-4 bulan, melalui beberapa tahapan. Lamanya proses pengerjaan ini bergantung pada besarnya patung atau pahatan yang dibuat, jenis kayu, dan banyaknya detail ukiran dalam patung atau ukiran yang dibuat. Selain itu, karena sentuhan dari

setiap seniman pematung memiliki kekhasan tersendiri, lama pengerjaan pahatan atau patung dari tiap seniman amat bervariasi. Untuk sebuah patung kuda kayu dengan tinggi sekitar 2 meter dari kayu suar (trembesi), dibutuhkan waktu pengerjaan hingga 3,5 bulan. Dari rentang waktu tersebut, proses pengerjaan terbagi dalam beberapa tahapan, yang dimulai dengan pembuatan pahatan kasar (bakalan). Tahap selanjutnya adalah pembuatan detail dengan pisau serta pahat kecil. Setelah kedua tahap tersebut selesai, terakhir adalah tahap penghalusan dengan amplas.

Harga jual dari kerajinan ukiran kayu Gianyar amat bervariasi, bergantung siapa seniman yang mengerjakannya, detail ukiran, dan jenis bahannya. Karya dari setiap seniman memiliki nilai ekonomi yang berbeda karena kekhasan masing-masing seniman sulit ditiru oleh seniman lainnya. Detail ornamen yang ada dalam tiap ukiran atau patung pun amat khas dan memiliki tingkat kerumitan tersendiri, sehingga mempengaruhi harga jualnya. Sementara, jenis bahan akan berpengaruh terhadap nilai setiap patung dalam jangka waktu yang panjang.

Jenis kayu yang paling umum digunakan para perajin di Gianyar adalah kayu suar (trembesi) yang berasal dari Jawa dan Kalimantan. Jenis kayu lain yang juga digunakan diantaranya meranti, waru, sonokeling, ebony, dan bonggol jati yang juga berasal dari luar Bali. Bahan kayu lokal dari Bali adalah kayu panggah buaya (*Zanthoxylum rhetsa*) yang berwarna putih dan bentawas (*Wrightia pubescens* R.Br) yang berdiameter kecil tapi panjang serta keras. Sedangkan, kayu seperti albasia jarang digunakan karena teksturnya yang lunak dan mudah lapuk sehingga tidak baik sebagai investasi jangka panjang.

Seni kerajinan patung kayu sudah berkembang sejak lama di Mas, tapi secara komersil baru berkembang tahun 1970-an ketika wisatawan mulai berdatangan ke Bali. Pematung-pematung berkaliber lahir di Mas seperti Ida Bagus Nyana, Kemudian anaknya yang bernama Ida Baqus Tilem (almarhum). Selain patung-patung dengan kualitas seni tinggi, di Mas juga berkembang patung-patung buah, bunga, dan binatang gaya baru yang pop art. Untuk patung buah-buahan yang realistik Nyoman Togog adalah tokohnya yang sangat terkenal. Karena keahliannya dia mendapat Anugrah Upakerti dari presiden Soeharto. Daerah persawahan masih terbentang di sini, sehingga Mas masih memiliki pesona hijau. Selain sebagian besar penduduknya sebagai pengrajin, penduduk Mas juga ada yang bertani.

Desa Tegallalang terkenal dengan seni patungnya, patung burung garuda merupakan hasil produksi Desa Tegallalang, Ubud dengan patung lumba-lumba, Sedangkan daerah Perangsada, sebuah kampung kecil berlokasi di Kecamatan Blahbatuh, disini merupakan salah satu sentra kerajinan gerabah yang sudah menjadi tradisi secara turun temurun mulai dari pot bunga, alat-alat dapur, hiasan taman dan berbagai kelengkapan upacara. Segala sesuatunya yang berhubungan dengan proses produksi masih dikerjakan secara tradisional dan sederhana seperti pengolahan tanah, pencetakan, pembakaran sampai urusan pemasaran yang hanya dijajakan didepan toko. Meskipun sebegini besar anak muda sekarang lebih memilih pekerjaan di sektor industri atau pariwisata, namun tradisi membuat gerabah ini masih bertahan ditengah-tengah ketatnya persaingan pasar yang menawarkan berbagai jenis barang alternatif dan harga bersaing.

Kerajinan kriya dari bahan kulit sangat beragam bentuk serta jenisnya. Biasanya bahan kulit digunakan untuk membuat kerajinan berupa tas, wayang kulit, dll. Kerajinan kriya anyaman biasanya menggunakan bahan dasar berupa bambu, rotan, ate. Bahan-bahan tersebut dibuat berbagai kerajinan tangan yang memiliki keindahan disertai seni yang tinggi dan juga memiliki nilai jual. Kerajinan anyaman merupakan kegiatan yang menyerap tenaga kerja yang cukup banyak, dan merupakan pekerjaan yang dikerjakan dengan tangan (*handmade*).

Kerajinan anyaman berbahan rotan, berupa hiasan lampu. Jenis-jenis hasil kerajinan hiasan lampu berbahan rotan adalah : 1) silinder ruet, 2) siluet ruet, 3) boks ruet, 4) apolo ruet, 5) silang ruet, 6) opal ruet, 7) basa-basi ruet, 8) kerucut ruet, 9) silinder tumpuk ruet, 10) bola ruet, 11) bola ruet tanpa rangka, 12) botol ruet, 13) daun ruet, 14) ufo ruet, 15) keong ruet, 16) tulip thailand ruet, 17) bawang lidi ruet, 18) silinder variasi ruet.

Kerajinan anyaman berbahan pandan terdapat di Desa Tulikup menggunakan bahan baku utama daun pandan kering. Hasilnya berupa tikar, topi, dan tas. Desa Bona juga menjadi sentral dari kerajinan anyaman lontar yang terkenal. Daun tersebut bisa dibentuk untuk tas, topi ataupun sandal. Bentuk-bentuk yang diinginkan pelanggan ada bermacam-macam dan bisa juga mengorder sesuai keinginan (*made to order*).

Tabel 4. Ekonomi Kreatif Karya Kerajinan Kayu, Bambu, Rotan, dll.

No	Nama Perusahaan	Nama Produk	Alamat
1	KUB. Kerta Sentana	Patung kayu	Br. Wanayu, Bedulu, Blahbatuh
2	Samya Yadnya Kerti	Patung kayu	Br. Wanayu, Bedulu, Blahbatuh
3	Ari Bali Praba	Patung kayu	Br. Belega Kangin, Blahbatuh
4	Lambung Agung	Patung kayu	Br. Belega Kangin, Blahbatuh
5	Puja	Mebel bamboo	Br. Belega Kangin, Blahbatuh
6	Mangku Bambu	Kerajinan bamboo	Br. Belega, Blahbatuh, Blahbatuh
7	UD. Aneka Jaya	Patung kayu	Br. Pande, Blahbatuh, Blahbatuh
8	Putra Pertiwi	Patung kayu	Br. Teges Kawan, Buruan, Blahbatuh
9	Wahyuni	Patung kayu	Br. Medahan, Blahbatuh
10	Weka Surya	Patung kayu	Br. Kawan Bonbiu, Saba, Blahbatuh
11	Bali Bakti Anggara	Patung abstrak	Jl. Mulawarman, Abianbase, Gianyar
12	Karya Jaya Internasional	Patung kayu	Br. Tedung, Abianbase, Gianyar
13	Putri Ayu Bali Indonesia	Patung	Ling. Kaja Kauh, Abianbase, Gianyar
14	Bintara Tomy	Patung kayu	Br. Sanding, Babakan, Gianyar
15	Jaya Ukir	Patung kayu	Jl. Bitera, Babakan, Gianyar
16	Asli Bali	Patung kayu	Ling. Kelod Kauh, Beng, Gianyar
17	Junaedy	Patung kayu	Jl. Patih Jelantik, Beng, Gianyar
18	Dewi Sri Internasional	Patung kayu	Br. Roban, Bitra, Gianyar
19	I Nyoman Sudiarta	Patung kayu	Link. Pacung, Beng, Gianyar
20	Nirwana Dewata	Patung kayu	Jl. Gunung Mulawarma, Gianyar
21	Sudira	Patung kayu	Jl. Mangku Giweng, Gianyar
22	Trans Putra Mandiri	Patung kayu	Jl. Pantai Lebih, Lebih, Gianyar
23	Murdi Sari	Patung kayu	Jl. Gunung Mulawarma, Gianyar
24	Guna Artha	Patung kayu	Br. Madangan Kaja, Petak, Gianyar

25	Kertiyasa	Patung kayu	Br. Madangan Kaja, Petak, Gianyar
26	Bali Klasik	Patung kayu	Jl. Danau Toba, Samplangan, Gianyar
27	Nirwana Dewata	Patung kayu	Gunung Muliawan, Sengguan, Gianyar
28	Sari Nadi	Patung kayu	Br. Badung, Siangan, Gianyar
29	Merta Sari	Patung kayu	Br. Melayang, Sumita, Gianyar
30	Pajar Abadi	Patung kayu	Br. Melayang, Sumita, Gianyar
31	UD. Sari Muncul	Patung kayu	Br. Mulung, Sumita, Gianyar
32	Warna	Patung kayu	Ling. Samplangan, Sumita, Gianyar
33	UD. Indrawan	Patung kayu	Br. Semita, Suwat, Gianyar
34	Logam	Perabot dari kayu	Mulawarman, Tedung, Gianyar
35	Widhi Asih Bali Export	Patung kayu	Tagal Tugu, Tegal Tugu, Gianyar
36	Alam Nirwana	Patung kayu	Br. Bresela, Bresela, Payangan
37	Bintang	Patung kayu	Br. Bresela, Bresela, Payangan
38	Kayu Mahayoni	Industri patung kayu	Br. Bukian Kawan, Bukian, Payangan
39	Made Kencan	Industri patung kayu	Br. Bukian Kawan, Bukian, Payangan
40	Made Wirtana	Industri patung kayu	Br. Bukian Kawan, Bukian, Payangan
41	Nyoman Olog	Industri patung kayu	Br. Bukian Kawan, Bukian, Payangan
42	Nyoman Tokol	Industri patung kayu	Br. Bukian Kawan, Bukian, Payangan
43	Ari Sedana Bambu	Gantungan bamboo	Br. Kebek, Puhu, Payangan
44	Bali Antara Furnitur	Patung kayu	Jl. Raya Sakah, Batuan Kaler, Sukawati
45	Bunga Jaya	Patung kayu	Br. Sakah, Batuan Kaler, Sukawati
46	Mario antik	Patung kayu	Br. Sakih, Batuan Kaler, Sukawati
47	Biru Indigo	Patung kayu	Br. Sakah, Batuan Kaler, Sukawati
48	Dastra Wood Carver	Patung kayu	Br Puaya, Batuan, Sukawati
49	Eko Putra	Patung kayu	Br Puaya, Batuan, Sukawati

50	Gong	Patung kayu	Br Dentiyis, Batuan, Sukawati
51	Galih Ukir	Patung kayu	Br. Dentiyis, Batuan, Sukawati
52	Keris Pusaka	Patung kayu	Br. Lantangidung, Batuan, Sukawati
53	Listu Ayu	Patung kayu	Br. Peninjauan, Batuan, Sukawati
54	MegaInterprises	Patung kayu	Jl. Raya Batuan, Batuan, Sukawati
55	Murjayadi	Patung kayu	Br. Peninjauan, Batuan, Sukawati
56	Pandil Centre	Pandil kayu	Br. Griya Siwa, Batuan, Sukawati
57	Pondok Mekar	Patung kayu	Br. Puaya, Batuan, Sukawati
58	Relief Wood Carver	Relief kayu	Br. Peninjauan, Batuan, Sukawati
59	Sari Pusaka	Tongkat dan sarung keris	Br. Jeleke, Batuan, Sukawati
60	UD. Suastika	Patung kayu	Br. Bujuan, Batuan, Sukawati
61	Bali Bintang	Topeng, kayu mebel	Jl. Bendul, Batubulan, Sukawati
62	Bali Gede Internasional	Rumah dari kayu	By Pass IB.Mantra, Batubulan, Sukawati
63	Batubulan	Patung kayu	Br, Batubulan, Batubulan, Sukawati
64	Cahaya Mulia	Patung kayu	Br, Sasih, Batubulan, Sukawati
65	Garuda Bali	Patung kayu	Br, Denjalan, Batubulan, Sukawati
66	Karya Ayu	Patung kayu	Br, Puseh, Batubulan, Sukawati
67	Karya Lestari	Patung kayu	Jl. Raya Batubulan, Batubulan, Sukawati
68	Nuri Bali	Patung kayu	Br, Denjalan, Batubulan, Sukawati
69	Paias Bali	Patung kayu	Br, Buwitan, Batubulan, Sukawati
70	Pule Kerti	Patung kayu	Jl. Raya Batubulan, Batubulan, Sukawati
71	Sana Antiques	Antik	Br. Kapal, Batubulan, Sukawati
72	Sanggar Harapan Seni	Patung kayu	Br. Kapal, Batubulan, Sukawati
73	Uber Sari Handycraf	Kerajinan kayu	Br. Menguntur, Batubulan,

			Sukawati
74	Asia Bali	Patung kayu	Jl. Raya Celuk, Batubulan, Sukawati
75	D&E	Patung kayu	Br. Cemengoan, Celuk, Sukawati
76	Aneka	Patung kayu	Br. Sakih, Guang, Sukawati
77	Cipta Dewata Art	Patung kayu	Br. Sakih, Guwang, Sukawati
78	Jaka Putra Perkasa	Patung kayu	Br. Manikan, Guwang, Sukawati
79	Oka	Patung kayu	Br. Sakih, Guwang, Sukawati
80	Bakindo Jaya	Patung kayu	Br. Sumampan, Kemenuh, Sukawati
81	Dira	Patung kayu	Br. Tengkulak Kaja, Kemenuh, Sukawati
82	Doa	Patung kayu	Br. Tengkulak Kaja, Kemenuh, Sukawati
83	Garuda Wisnu Bali	Patung kayu	Br. Kemenuh, Kemenuh, Sukawati
84	Ida Bagus Made Bawa	Patung kayu	Jl. Raya Kemenuh, Kemenuh, Sukawati
85	Indah Gallery	Patung kayu	Br. Sumampan, Kemenuh, Sukawati
86	Junias Cargo	Patung kayu	Br. Medahan, Kemenuh, Sukawati
87	Karya Asta Karya	Patung kayu	Br. Kemenuh, Kemenuh, Sukawati
88	Kecubung Sari	Patung kayu	Br. Tengkulak Kaja, Kemenuh, Sukawati
89	Mayong Duck	Patung kayu	Br. Tengkulak, Kemenuh, Sukawati
90	Pondok Sari Galleri's	Patung kayu	Br. Tengkulak Kaja, Kemenuh, Sukawati
91	Ray's Handycraf	Patung kayu	Br. Sumampan, Kemenuh, Sukawati
92	Sadya Art Gallery	Patung kayu	Br. Tengkulak, Kemenuh, Sukawati
93	Sekar Gunung	Patung kayu	Br. Kemenuh, Kemenuh, Sukawati
94	Sembahyang	Patung kayu	Br. Kemenuh, Kemenuh, Sukawati
95	Sidi Mas	Patung kayu	Br. Kemenuh, Kemenuh, Sukawati
96	Swandewi Bali	Patung kayu	Br. Tengkulak Kaja,

			Kemenuh, Sukawati
97	Tasik Giri Himawan	Patung kayu	Br. Sumampan, Kemenuh, Sukawati
98	Wahyudi	Patung kayu	Jl.By Pass IB Mntra, Ketewel, Sukawati
99	Wiro Chana Handycraf	Patung kayu	Br. Tengkulak Kaja, Kemenuh, Sukawati
100	Natural Bali	Patung kayu	Br. Sumampan, Kemenuh, Sukawati
101	Artha Rahayu	Patung kayu	Br. Silakarang, Singapadu Kaler, Sukawati
102	Mandaoeh Jaya	Patung kayu	Br. Samu, Singapadu Kaler, Sukawati
103	Suar Indah	Patung kayu	Br. Silakarang, Singapadu Kaler, Sukawati
104	Gerbang Indah Abadi	Patung kayu	Br. Sunguan, Singapadu, Sukawati
105	Karisma Dewata Bali	Patung kayu	Singapadu, Singapadu, Sukawati
106	Sanjiwani	Patung kayu	Br. Kutri, Singapadu, Sukawati
107	Wayan Rami	Patung kayu	Br. Belang, Singapadu, Sukawati
108	Wira Suadha	Patung kayu	Br. Mukti, Singapadu, Sukawati
109	Talenta Cipta Niaga	Patung kayu	Br. Doltangluk, Sukawati, Sukawati
110	Kharisma	Patung kayu	Br. Manukaya, Manukaya Ayar, Tampaksiring
111	Daya Collektion	Patung kayu	Br. Manting, Manukaya, Tampaksiring
112	Kartika Sari	Patung kayu	Br. Basangambu, Manukaya, Tampaksiring
113	Dewa Nyoman Rai	Patung kayu	Br. Belusung, Pejeng Kaja, Tampaksiring
114	Binder	Patung kayu	Br. Tatiapi, Pejeng Kawan, Tampaksiring
115	Berque	Patung kayu	Br. Geria, Tampaksiring, Tampaksiring
116	Bunga Harimau	Patung kayu	Br. Tegal Suci, Tampaksiring, Tampaksiring
117	I Gst. Ngr. Sukasraya	Industri patung kayu	Br. Delodan, Tampaksiring, Tampaksiring
118	Kanaka	Patung kayu	Br. Penaka, Tampaksiring, Tampaksiring

119	Made Ogita Cahya	Industri patung kayu	Br. Delodan, Tampaksiring, Tampaksiring
120	Manik Putra	Patung kayu	Br. Buruan, Tampaksiring, Tampaksiring
121	New Order	Patung kayu	Br. Bukit, Tampaksiring, Tampaksiring
122	Nyoman Suweca	Patung kayu	Br. Buruan, Tampaksiring, Tampaksiring
123	Raja Gajah Oya	Patung kayu	Br. Bukit, Tampaksiring, Tampaksiring
124	Sari Wijaya	Patung kayu	Br. Sembuuk, Tampaksiring, Tampaksiring
125	Taru Agung	Indusri patung kayu	Br. Bukit, Tampaksiring, Tampaksiring
126	UD. Ladang Sari	Patung kayu	Br. Tegal Suci, Tampaksiring, Tampaksiring
127	Wastika	Patung kayu	Br. Triwangsa, Keliki, Tegallalang
128	Sri Putra	Patung kayu	Br. Lod Blumbang, Kendran, Tegallalang
129	Kantiyasa	Patung kayu	Br. Calo, Pupuan, Tegallalang
130	Adi's	Patung kayu	Br. Jasan, Sebatu, Tegallalang
131	Cipta Karya	Patung kayu	Br. Apuh, Sebatu, Tegallalang
132	Citra Art Shop	Patung kayu	Br. Apuh, Sebatu, Tegallalang
133	Darma Sari	Patung kayu	Br. Pujung Kaja, Sebatu, Tegallalang
134	Golden Star	Patung kayu	Br. Apuh, Sebatu, Tegallalang
135	Kreasi Bali	Patung kayu	Dsn. Satria, Sebatu, Tegallalang
136	Losen Wood Carver	Patung kayu	Br. Pujung Kaja, Sebatu, Tegallalang
137	Moga	Patung kayu	Br. Pujung Kaja, Sebatu, Tegallalang
138	Mayang Sari Art Shop	Patung kayu	Br. Pujung Kelod, Sebatu, Tegallalang
139	Multi Kreasi Bali	Patung kayu	Br. Apuh, Sebatu, Tegallalang
140	Pangkung Mas	Patung kayu	Br. Jasan, Sebatu, Tegallalang
141	Pendeta	Patung kayu	Br. Sebatu, Sebatu,

			Tegallalang
142	Wijana Wooden Art	Patung kayu	Br. Pujung Kelod, Sebatu, Tegallalang
143	Ada Garuda	Patung kayu	Br. Pakudui, Tegallalang, Tegallalang
144	Asmi	Patung kayu	Br. Tangkas, Tegallalang, Tegallalang
145	Bali Porgs	Patung kayu	Br. Gentong, Tegallalang, Tegallalang
146	Beringin Handycraf	Patung kayu	Br. Tegallalang, Tegallalang, Tegallalang
147	Danu Mumbul	Patung kayu	Br. Sapat, Tegallalang, Tegallalang
148	Ekayana	Patung kayu	Br. Sapat, Tegallalang, Tegallalang
149	Made Dileng	Patung kayu	Br. Gentong, Tegallalang, Tegallalang
150	Made Klemen	Patung kayu	Br. Tengah, Tegallalang, Tegallalang
151	Kritina Flower Art	Patung kayu	Br. Penusan, Tegallalang, Tegallalang
152	Panca Kerti	Patung kayu	Br. Penusan, Tegallalang, Tegallalang
153	Planet Handycraf	Patung kayu	Br. Tegallalang, Tegallalang, Tegallalang
154	Pondok Prima Art	Patung kayu	Br. Sebatu, Tegallalang, Tegallalang
155	Sari Adi Sukaluwih	Patung kayu	Br. Gentong, Tegallalang, Tegallalang
156	Suastiti Sari	Patung kayu	Br. Penusan, Tegallalang, Tegallalang
157	Suma danu	Patung kayu	Br. Sebatu, Tegallalang, Tegallalang
158	Surya Adi	Patung kayu	Br. Tengah, Tegallalang, Tegallalang
159	Suteja Bali	Patung kayu	Br. Tegallalang, Tegallalang, Tegallalang
160	Wayan Art Shop	Patung kayu	Br. Pujung Kelod, Tegallalang, Tegallalang
161	Wikarma Dewi	Patung kayu	Br. Penusan, Tegallalang, Tegallalang
162	Dupa Bali	Patung kayu	Br. Suweta, Junjungan, Ubud
163	Aria Baruna Persada	Patung kayu	Jl. Raya Sangging, Kedewatan, Ubud

164	Eka Sari Buana	Patung kayu	Dsn. Bunutin, Kedewatan, Ubud
165	Agung Ngurah	Patung kayu	Dsn. Klingkung, Lodtunduh, Ubud
166	Astiti Dewi	Patung kayu	Dsn. Klingkung, Lodtunduh, Ubud
167	Bali Agung	Patung kayu	Br. Abiansemal, Lodtunduh, Ubud
168	Mangku Gandra	Patung kayu	Br. Abiansemal, Lodtunduh, Ubud
169	Manuel	Patung kayu	Br. Abiansemal, Lodtunduh, Ubud
170	Mitra Bali Fair Trade	Patung kayu	Br. Abiansemal, Lodtunduh, Ubud
171	Murta Family	Patung kayu	Br. Abiansemal, Lodtunduh, Ubud
172	Semar Kuning	Patung kayu	Br. Abiansemal, Lodtunduh, Ubud
173	Adhi Darma	Patung kayu	Pengosekan, Mas, Ubud
174	Adi Art Gallery	Patung kayu	Br. Abian Seka, Mas, Ubud
175	Adi Cipta	Patung kayu	Br. Kalah, Mas, Ubud
176	Bagong	Kerajinan Bambu	Br. Pengosekan Kaja, Mas, Ubud
177	Bagus	Patung kayu	Jl. Raya Mas, Mas, Ubud
178	Bali Art	Patung kayu	Br. Abian Seka, Mas, Ubud
179	Bali Cargo Utama	Patung kayu	Jl. Raya Mas, Mas, Ubud
180	Bali Jaya	Patung kayu	Br. Tegal Bingin, Mas, Ubud
181	Bayan Internasional	Patung kayu	Jl. Raya Mas, Mas, Ubud
183	Bebed	Patung kayu	Jl. Raya Mas, Mas, Ubud
184	Bidadari Cargo Utama	Patung kayu	Jl. Raya Mas, Mas, Ubud
185	Catur	Patung kayu	Br. Kumbuh, Mas, Ubud
186	Cendana Art Shop	Patung kayu	Jl. Raya Mas, Mas, Ubud
187	Darsana	Patung kayu	Br. Juga, Mas, Ubud
188	Dharma Siadja	Patung kayu	Jl. Raya Mas, Mas, Ubud
189	Esty Kuningan	Patung kayu	Jl. Raya andong, Mas, Ubud
190	FA. Siadja	Patung kayu	Br. Tarukan, Mas, Ubud
191	FA. Ari	Patung kayu	Jl. Raya Mas, Mas, Ubud
192	FA. Barong	Patung kayu	Jl. Raya Mas, Mas, Ubud
193	FA. Topeng	Patung kayu	Jl. Raya Mas, Mas, Ubud
194	Gajah Erla	Patung kayu	Br. Abian Seka, Mas, Ubud
195	Gajah Exporindo	Patung kayu	Br. Yangloni, Mas, Ubud
196	Garuda Bali	Patung kayu	Jl. Raya Mas, Mas, Ubud
197	Gender Mas	Patung kayu	Br. Kumbuh, Mas, Ubud
198	Ghana Export	Patung kayu	Br. Tarukan, Mas, Ubud

199	I Made Made	Patung kayu	Br. Juga, Mas, Ubud
200	I Made Tantra	Patung kayu	Br. Batan Ancak, Mas, Ubud
201	I WMudana Master Wood Carver	Patung kayu	Br. Batan Ancak, Mas, Ubud
202	Indra Jaya	Patung kayu	Br. Kawan, Mas, Ubud
203	Jota Bali	Patung kayu	Jl.Kresna, Mas, Ubud
204	Made Midra	Patung kayu	Br. Kalah, Mas, Ubud
205	Mustrawan Wood Carver	Patung kayu	Br. Batan Ancak, Mas, Ubud
206	Nyoman Tilem Gallery	Patung kayu	Br. Kawan, Mas, Ubud
207	Patung Burung	Patung kayu	Br. Juga, Mas, Ubud
208	Patung Mas	Patung kayu	Br. Tegal Bingin, Mas, Ubud
209	Pondok Mas	Patung kayu	Br. Tarukan, Mas, Ubud
210	Prami Nanda Wiryra	Patung kayu	Br. Sartia, Mas, Ubud
211	Puri Mas Gallery	Patung kayu	Br. Satria, Mas, Ubud
212	Raka Rai Art Shop	Patung kayu	Jl. Raya Mas, Mas, Ubud
213	Sinar Ariasa	Patung kayu	Jl. Raya Mas, Mas, Ubud
214	Sura Nadi	Patung kayu	Br. Batan Ancak, Mas, Ubud
215	Topeng	Patung kayu	Br. Batan Ancak, Mas, Ubud
216	Wiraga	Patung kayu	Br. Batan Ancak, Mas, Ubud
217	Wiryra Nanda	Patung kayu	Br. Stria, Mas, Ubud
218	Alerprt Studio	Patung kayu	Br. Teges, Peliatan, Ubud
219	Anugrah	Patung kayu	Br. Teges Kangin, Peliatan, Ubud
220	Bisma Nugraha Cargo	Patung kayu	Br. Nagi, Peliatan, Ubud
221	Cendana Bali	Patung kayu	Jl. Raya Goa Gajah, Peliatan, Ubud
222	Comel Bali	Patung kayu	Br. Ambengan, Peliatan, Ubud
223	Gangga Sukta	Patung kayu	Br. Teruna, Peliatan, Ubud
224	I Wayan Subrata	Patung kayu	Br. Teges Kangin, Peliatan, Ubud
225	I Ketut Sudana Antara	Patung kayu	Br. Kalah, Peliatan, Ubud
226	Made Budiasa	Patung kayu	Br. Teges Kawan, Peliatan, Ubud
227	Made Griya	Patung kayu	Br. Kalah, Peliatan, Ubud
228	Nikini Art	Patung kayu	Br. Kalah, Peliatan, Ubud
229	Nyoman Togog	Patung kayu	Br. Satria, Peliatan, Ubud
230	Prami Nanda Wiryra	Patung kayu	Br. Teges, Peliatan, Ubud
231	Sadhu Jaya	Patung kayu	Jl. Raya Mas, Peliatan, Ubud
232	Sadhu	Patung kayu	Br. Kalah Peliatan, Ubud
233	Sorga Indah	Patung kayu	Br. Kalah, Peliatan, Ubud
234	Sugara	Patung kayu	Br. Teges Kawan, Peliatan, Ubud

235	Suma	Patung kayu	Br. Yangloni, Peliatan, Ubud
236	Wood Carver	Patung kayu	Br. Teges Kawan, Peliatan, Ubud
237	Ambara Wood Carver	Patung kayu	Br. Nagi, Petulu, Ubud
238	Bisama Traiding	Patung kayu	Jl. Raya Andong, Petulu, Ubud
239	BSA Services	Patung kayu	Jl. Raya Andong, Petulu, Ubud
240	Daraga Bali Putra	Patung kayu	Jl. Raya Petulu, Petulu, Ubud
241	Esa Cipta Utama	Patung kayu	Br. Nagi, Petulu, Ubud
242	Wayan Bisma	Patung kayu	Br. Petulu Gunung, Petulu, Ubud
243	Lord Ganesha	Patung kayu	Jl. Raya Andong, Petulu, Ubud
244	Panca Jaya	Patung kayu	Br. Kutuh, Sayan, Ubud
245	Sari Karya	Patung kayu	Br. Kutuh, Sayan, Ubud
246	UD. Kartika Jaya	Patung kayu	Br. Buduk, Singakerta, Ubud
247	Wisnu Pratam Jaya	Patung kayu	Jl. Raya Mas, Ubud, Ubud
248	Manis Art Shop	Patung kayu	Jl. Raya Mas, Ubud, Ubud
249	Lorong Ganesha	Patung kayu	Jl. Raya Andong, Ubud, Ubud
250	Berata Tourist Service	Patung kayu	Jl. Raya Monkey Fores, Ubud, Ubud
251	Norilalang	Patung kayu	Ling. Padang Tegal, Ubud, Ubud
252	Virgo Putra Bali	Patung kayu	Jl. Raya Mas, Ubud, Ubud
253	Ibi Rai	Patung kayu	Br. Ubud Kelod, Ubud, Ubud
254	Nominasi Candra Wisata	Patung kayu	Jl. Monkey Forest, Ubud, Ubud
255	FA. Barong	Patung kayu	Jl. Raya Mas, Ubud, Ubud
256	Pandawa Sri Sejati	Patung kayu	Jl. Monkey Forest, Ubud, Ubud
257	Wantilan Bali Nusa	Patung kayu	Br. Pengosekan, Ubud, Ubud
258	Amertha	Patung kayu	Ling. Taman Kaja, Ubud, Ubud
259	Wisnu Pratama Jaya	Patung kayu	Jl. Raya Mas, Ubud, Ubud
260	Trio Globeqindo	Patung kayu	Jl. Raya Andong, Ubud, Ubud
261	Cahaya Giri Putri	Patung kayu	Ling. Taman Kaja, Ubud, Ubud
262	Tom Bali	Patung kayu	Jl. Raya Andong, Ubud, Ubud
263	Cipta Esa Utama	Patung kayu	Jl. Raya Andong, Ubud,

			Ubud
264	Bisma Traiding	Patung kayu	Jl. Raya Andong, Ubud, Ubud
265	Arinta Putrabawa	Patung kayu	Jl. Raya Andong, Ubud, Ubud
266	Bali Surya Agung	Patung kayu	Jl. Raya Andong, Ubud, Ubud
267	Pule To Pule	Patung kayu	Jl. Raya Andong, Ubud, Ubud

Sumber: *Direktori Potensi Ekonomi Kreatif Kabupaten Gianyar Tahun 2017.*

3.4 Sektor fashion/tekstil

Tren fashion senantiasa berubah dengan cepat. Dalam hitungan bulan, selalu muncul mode fashion baru. Ini tak lepas dari produktivitas para desainer fashion lokal yang inovatif merancang baju-baju model baru, dan munculnya generasi muda kreatif yang antusias dengan industri fashion ini. Masyarakat sebagai pasar pun juga semakin cerdas dan berselera tinggi dalam memilih fashion. Fashion lokal masih menjadi andalan.

Kerajinan baju barong di Desa Beng, semakin menarik adalah pembuatannya yang tidak menggunakan mesin alias *hand made*. Warga Desa Beng memang tetap mempertahankan pembuatan baju barong secara tradisional. Berbahan dasar kain rayon, baju barong dibuat layaknya t-shirt tanpa menggunakan kerah dengan ujung baju yang dibiarkan berumbai dan tidak dijahit. Dalam pembuatan baju barong sendiri terbagi atas dua keklompok, yakni untuk kain dasar berwarna dan kain dasar putih. Pembuatan baju barong dengan kain berwarna dasar putih terbilang cukup singkat lantaran bisa langsung menggambar barong tanpa perlu melewati tahap pewarnaan. Jadi kain yang telah dijahit sesuai ukuran, bisa langsung dilukis gambar barong.

3.5 Sektor Fotografi

Kegiatan kreatif yang terkait dengan kerasi jasa fotografi. Fotografi adalah seni atau proses penghasilan gambar dan cahaya pada film. Selain itu, fotografi adalah sebuah kegiatan atau proses menghasilkan suatu seni gambar/foto melalui media cahaya dengan alat yang disebut kamera dengan maksud dan tujuan tertentu. Untuk menghasilkan karya foto yang bagus dan menarik, ada beberapa faktor

utama yang menunjang. Faktor pertama adalah faktor pencahayaan, tanpa cahaya yang baik akan terlalu sulit untuk menghasilkan hasil karya yang bagus. Faktor kedua yang paling menentukan untuk dapat menghasilkan karya foto yang bagus adalah faktor fotografer itu sendiri, karena tanpa fotografer maka proses fotografi tidak akan terjadi. Di sini fotografer akan dituntut dan diuji kreativitasnya untuk menghasilkan sebuah foto yang bagus atau menarik.

Fotografi komersial adalah fotografi yang dibuat berdasarkan tujuan komersial seperti iklan produk, poster, dan lain lain. Dalam fotografi komersial biasanya akan dibantu oleh pengarah gaya dari perusahaan, sebagai fotografer juga harus bisa berkomunikasi dengan baik dengan pengarah gaya agar mencapai konsep yang dimaksud dengan baik dan sesuai dengan keinginan yang dituju. Fotografi komersial itu biasanya meliputi: fashion, makanan, produk, arsitektur, dan wedding/pre wedding.

Tabel 5. Ekonomi Kreatif Sektor Fotografi.

No	Nama	Alamat
1	I NyomanMahayasa	Br. Suwate Klod Gianyar
2	Agoes Pram	Br. Kutri, Blahbatuh, Gianyar
3		Br. Maspait Keramas, Ginyar
4	Agung Yudistira	Br. Melinggih, PayanganGianyar
5	I Putu Sinar Wijaya	Br. Serongga Kaja, Gianyar
6	Yogi Pramana	Br. Jasri, Belega, Gianyar.
7	Anggara Wijaya	Br. Kapal, Batubulan, Gianyar
8	Dewa Adnyana Putra	Br. Triwangsa, Siangan, Gianyar.
9	Windi West	Br. Kalah, Peliatan, Ubud, Gianyar
10	Made Suja	Br. Manyar, Ketewel, Gianyar
11	WisnuVonal	Br. Banda, Saba, Blahbatuh, Gianyar
12	Edi Cokie	Br. Bona Kelog, Blahbatuh, Gianyar
13	Pande Komang Gede Sudirma	Br. Dlod Pangkung, Sukawati, Gianyar
14	Hendra Prastya	Br. Tebuana, Sukawati, Gianyar.
15	Aris Artawan	Br. Bukit Jati, Gianyar
16	KadekAstawa	Br. Bayad Kedisn, Tegallalang, Gianyar
17	MaxhelarAtmaja	Br. Kedewatan, Ubud, Gianyar
18	Surya Lesmana	Br. Ubud Kaja, Ubud, Gianyar
19	Pakde Nemoto	
20	I Made Hermawan Ardisia	Br. Jaang, Payangan, Gianyar.
21	Ngurah Gede Parwata	Br. Tengah, Peliatan
22	Andreas Rilo Kevin Ritonga	BTN Tedung Sari Damai Blok E. No 15.

		Gianyar
23	I'in Jayanthi	Peliatan, Ubud
24	Adi Suryantara	Payangan, Gianyar
25	Raka Suanda	Br. Badung, Gianyar
26	Made Mulatra	Br. Petak Kaja, Gianyar
27	Gungde	Br. Badung, Payangan, Gianyar
28	Agung Rai	Br. Badung, Payangan, Gianyar
29	Candra Saktya	Br. Maspait, Keramas, Gianyar
30	Mang Rawit Erawan	Br. Kaja Kauh, Abian Base, Gianyar
31	Tjahya Arimbawa	Br. Tedung, Gianyar
32	W. Gede Supartha	Br. Gelgel, Keramas, Gianyar
33	Putra Agustya	Br. Tulikup, Gianyar
34	Bond Bonces	Br. Tengah, Peliatan
35	Pasek Swipayana	Br. Kaja Kauh, Abianbase, Gianyar
36	Kedul Saptika	Br. Ate Ketewel, Lembeng
37	Agus Suryawangsa	Br. Tangsub, Celuk, Sukawati, Gianyar
38	Darmayasa (Ama Pgsdt)	Br. Angkling, Babakan, Gianyar
39	Padma Santika	Br. Lungsiakan, Kedewatan, Ubud
40	I Gede Defri Adesta	Br. Taro Kaja, Tegalalang
41	Wayan Widi Astama	Br. Angkling, DesaBakbakan, Gianyar
42	AgusSuryawangsa	Br. Angling BakbakanGianyar
43	Eddie Pgsd	
44	Agus Budi Laksana	
45	Dewa Degung	
46	Gus, D Surya	
47	Canda Youda	
48	Vido	Br. Kutuh Sayan, Ubud, Gianyar.
49	Anggarhaa Pink	Br. Candi Baru, Gianyar
50	Arya Putra	Jl. Kesatrian 7A Gianyar
51	Agus Emon	Jl. Astina Selatan
52	Wayan Parmana	Jl. Batuyang, Gg. Bangau, Sukawati
53	Arianta	Bitera
54	Putu Kardi	Br. Blangsinga, Saba, Blahbatuh, Gianyar
55	Dewa Gede Agung Dharmayasa	Br. Dlod Rurung, Batubulan Kangin, Sukawati, Gianyar
56	P. Arimbawa	Jl. Astina Selatan No. 8 Gianyar
57	Krisna Wayan	Tebesaya Kaja
58	Odols Sodent	Batur, Batubulan
59	Pande Putu Lascarya	Jl. Manggis, No. 8 Gianyar
60	Kadek Agus Budayasa	Celuk, Sukawati
61	I Dewa GedeAnggaPriyana	Br. Gede, Batuan, Sukawati.
62	Ida Bagus Made YudaWidyantika	Br. Maspait, Keramas, Gianyar
63		Ds. SidanKelod, DesaSidan, Gianyar

64	PandeTresna	Br. Pande, Beng, Gianyar
65	KomangBudi	Br. Batulumbang, Bedulu
66	I KadekMudiastra	Br. Jungut, Ds Batuan, Sukawati
67	NyomanSudana	Btn. MultiArshandiBlega
68	AdeekYuliartha	BtnTedungKomalAsriGianyar
69	Johan Wang	Btn MultiArshandiBlega
70	WandiKustiaman	Br. Ambengan-Jl. Raya Andong-Ubud-Gianyar
71	BayuSudarmawan	Br. Petak, DesaPetakKaja, Gianyar
72	Putu Adiasa (Tu Adi)	Semabaung, Tegalinggah
73	Gung Indra	Br, Gede, Batuan, Sukawati
74	KetutLecir	Br. Bayad, Payangan
75	Dewa PurnamaYasa	Singakerta, Ubud, Gianyar
76	I NyomanSurianto	Singekerta, Ubud
77	I DwaGedeWipaWira Utama	Br. Penulisan, Medahan, Blahbatuh, Gianyar
78	NgakanPutu Abdiyasa	Br.Triwangsa,Ds. Suwat, Gianyar
79	GedeSuyoga	Br. Kucupin, Ketewel, Sukawati, Gianyar
80	They WaGriawan	Br. LebihDuurKaja, Ds Lebih, Gianyar
81	KertasMas (KM), NgakanMahendra	Br. TegesKanginan, Peliatan, Ubud
82	Sugiri(Mahigry)	Br. TegesKelod, Gianyar
83	NanixMaha	Br. PujungKaja, Tegalalang, Gianyar
84	KetutLecir	Br. Bayad, Payangan, Gianyar
85	Mario Blanco	CampuhanUbud, Gianyar
86	I WayanAqvarisYanuarta	Br. Sengguan, Bitra, Gianyar
87	I WayanKemudharta	Br. Sengguan, Bitra, Gianyar
88	I Made AgusSuka Adi Surya	Br. Lungsiakan, Kedewatan, Ubud, Gianyar
89	Putu Surya Sudarmani	Jl. Astina No. 10 Blahbatuh, Gianyar
90	YandeZetia	Jl. AstinaNo. 10. Blahbatuh, Gianyar
91	I KomangAgusGiska Adinatha	Br. Saraseda, Tampaksiring, Gianyar
92	TakshidowBertopeng	Br. Palak, Sukawati
93	EgaDasegaPhotografi	Br. Tangkup, Kedisan, Tegalalang
94	I GedeZukaAryantana	Br. Tengah, Manuaba, Keneran, Tegalalang
95	I.B Pt. Gd. Adityagunantara	Br. Maspait, Keramas, Blahbatuh, Gianyar.
96	AgusSwantara	Br, Batur Sari, Bitera, Gianyar
97	NgakanPutuntresnaPuniadi	Br, Tanggayuda, Kedewatan, Ubud
98	Puja	Br. Pande, Blahbatuh
99	I KomangPandeSuartana	Br. Cemenggon, Celuk, SukawatiGianyar
100	KadekRaharja	Br. Lebah, Bedulu
101	I Dewa GedeAnggaPriyana	Br. Gede, Batuan, Sukawati, Gianyar
102	A.A. Gede Indra Putra	Br. Gede, Batuan, Sukawati, Gianyar
103	I.A Putu Sawitri	Br. Kemenuh Kelod, Sukawati
104	Ida Bagus Pt. Yudi Indra Pratama	Br. TengkulakKaja, Kemenuh.

105	AgusSutrisna	Tulukup, Gianyar
106	WayanAgusAstawa	Br. Gentong, Tagallalang.
107	I Putu Adiasa	Tegalingsah, Semabaung.
108	I NyomanFerry Kartawan	Bona, Br. Bona Kebon
109	I Wayan Marlon Managi	Jl. Gadung No. 104, LembengKetewel
110	I Putu Adiasa	Tegalingsah, Semebaung.
111	I NyomanSuyasa	Jl. Suweta, Ubud, Sambahan, Gianyar.
112	Aryasthana	Buruan, Blahbatuh, Gianyar.
113	AnggaSanging	Br. DlodTangluk, Sukawati
114	I GedeAgusSatyawan	Br. Roban, Bitera
115	I Made Bagiarta	Jl. Dharma Putra No. 16 Laplapan, Ubud
116	I Dewa GedeRakaWisnawa	Br. Sembuwuk, PejengKaja
117	GedeSudikaPratama	Banjar Kesian, DesaLebih, Gianyar
118	Kade Kagus WiryaSaputra	Br. Sema, Bitera
119	Putu CahayaSantiyuda	Br. Candi Baru, Kesatrian, Gianyar
120	I NyomanSuyasa	Jl. Suweta, Ubud, Sambahan, Gianyar.
121	GedeWirasaPradnyana	Br. SengguanKawan, Gianyar
122	AgusSumiarta	Bukit Sari Sidan
123	I GedeNgurahHartawan	Br. Tegallalang
124	I GstNgr. Aditya Suguna Oka	Br. Tedung, Gianyar
125	I Wayan Edi Sentana	Br. Tebuana, Sukawati, Gianyar
126	SiskaAgustin	
127	WayanUppoPrapmana	Br. Sanding Bitra, Tampaksiring
128	I Made Suwija Diana	Br. Tegallalang, Tegallalang, Gianyar
129	I Komang Putra IndrawanRasmadi	Br. PenestananKaja, Ubud
130	I Putu Redana Putra	Br. LebihDuurKaja, Gianyar
131	I Made Oka Adiatmika	Br. Batulumbang, Gianyar
132	Gung Hendra	Br. Umakuta, Pejeng
133	I Gede Arya CahayaFajar Utama	Br. TegesKaja, Gianyar
134	I GustiNgurahAgus Yoga	Br. TegalSaat, PejengKangin
135	Gung Nyoman Satya Prawira	Br. Prangsada
136	I Kadek Surya Wisnawa	Br. Sebatu, Tegallalang
137	YandeArdana	Br. Taruna, PeliatanUbud, Gianyar
138	AgusSaptaAmbara	Br. TarunaPeliatanUbud, Gianyar
139	I Wayan Nova Sudiarta	Br. Dana, Bona Kelod
140	DwNyoman Ari Pranata	Br. Siyut, Tulukup, Gianyar
141	DodyBoka	Link. KelodKauh, Beng, Gianyar
142	Ganda Setiawan	SeronggaKelod, Serongga, Gianyar
143	Udit Anandam	Br. Pengaji, MelinggihKelod, Payangan, Gianyar
144	NyomanSuarjana	Br. Pengaji, MelinggihKelod, Payangan, Gianyar
145	BagusPutara	Br. PenestananKaja, Ubud

146	KencanaDharma	Br. Negari, Singapadu Tengah, Sukawati
147	MankAdi Grasagrusu	Br. KajaKauh, Abianbase, Gianyar
148	I Wayan Arya Kurniawan	Br. LebihBetenKelod, Lebih, Gianyar
149	I KetutHadiDarmayasa	Br. BlahpaneKaja, Gianyar
150	Ni Luh Putu Ayu Mega Putri	Br. SebataTegallalang, Gianyar
151	I WayanAgusPurnayasa	Br. KebonKelod, Belega
152	PgBudiartaAryawan	Jl. DewiSri Gang Mitir/2 Batubulan, Sukawati, Gianyar
153	Dewa Suryadharna	Br. TarukanDesaPejengKaja, Tampaksiring, Gianyar
154	Ida BagusEkaWiguna	Br. Pacung, Kel. Bitera, Gianyar
155	Ida Ayu Made Adi Indrayani	Br. TarukanKaja, DesaPejengKaja, Tampaksiring
156	I KomangDwi Putra Mulyawan	Br. Tubuh, DesaBatubulan, Sukawati
157	I GedeNgurahHartawan	Br. Tegallalang, DesaTegallalang
158	WandiKustiaman	Br. Nagi, DesaPetulu
159	ArlanPratama I Wayan	Br. Maspait, DesaKeramas, Blahbatuh

Sumber: *Direktori Potensi Ekonomi Kreatif Kabupaten Gianyar Tahun 2017.*

3.6 Sektor Radio dan TV

Kegiatan kreatif yang berkaitan dengan usaha kreasi, produksi dan pengemasan acara televisi seperti games, kuis, reality show, infotainment, dan lainnya, penyiaran dan transmisi konten acara televisi dan radio, termasuk kegiatan relay *pemancar kembali*) siaran radio dan televisi.

Di Kabupaten Gianyar terdapat Televisi dan Radio yaitu: PT. Mediantara Televisi Bali (Dewata TV) Jalan IB Mantra No. 88 A Ketewel Gianyar, PT. Radio Bali Perkasa, Gianyar (Radio Station Bali FM) Jln. Pudak No.9 X Batubulan, PT. Radio Bali Eling Ajeg Lan Trepti, Gianyar (Beat Radio) Jln. Bypass Prof. Ida Bagus Mantra Ketewel, Yayasan Pasraman Yogadhi Paramaguhya (YPG FM Bali) Graha Gede Kemenuh Purnawati Banjar Tengah Blahbatuh, Radio Gelora FM, Gianyar Jalan Manik No.1 Gianyar.

Tabel 6. Ekonomi Kreatif Sektor Radio dan TV.

No	Nama Perusahaan	Alamat	Usaha
1	Pt. Radio Bali Gema PusakaYudha, Gianyar (Radio Gita)	Jl. Bypass Prof. Ida Bagus Mantra No. 981x Gianyar	Radio
2	Pt. Radio Gema Megantara	Jl. Raya Tulikup Gianyar	Radio

	Pratama, Gianyar (Radio Heartline)		
3	Pt. Radio Bali Perkasa, Gianyar (Radio Station Bali Fm)	Jl. Pudak No. 9x Batubulan	Radio
4	Pt. Radio Mandala Perkasa, Gianyar (Radio Mandala)	Jl. Raya Lebih 200x Serongga Gianyar	Radio
5	Pt. Radio Bali ElingAjeg Lan Trepti, Gianyar (Beat Radio)	Jl. Bypass Prof. Ida Bagus Mantra Ketewel Gianyar	Radio
6	Pt. Radio Gelora Fm	Jalan Manik No. 1 Gianyar	Radio
7	Pt. MediantaraTelevisi Bali (Dewata Tv)	Jalan IB Mantra No. 88 Ketewel Gianyar	Tv

Sumber: *Direktori Potensi Ekonomi Kreatif Kabupaten Gianyar Tahun 2017*.

3.7 Sektor Pasar Barang Seni

Kegiatan kreatif yang berkaitan dengan perdagangan barang-barang asli, unik dan langka serta memiliki nilai estetika seni yang tinggi melalui lelang, galeri, toko, pasar, swalayan, dan internet, misalnya: alat musik, percetakan, kerajinan, *automobile*, film, seni rupa, dan lukisan.

Salah satu wujud pembangunan infrastruktur yang berperan dalam peningkatan ekonomi masyarakat terutama di daerah yang cukup kental dengan budayanya adalah pasar seni. Melalui pasar seni ini, akses para perajin dan pengusaha kerajinan menjadi semakin terbuka luas karena telah difasilitasi oleh pemerintah dengan cukup memadai. Pemerintah merasa yakin bahwa dengan program pemberdayaan semacam ini, yaitu menyediakan pasar seni merupakan salah satu cara untuk menyelesaikan masalah para pengrajin kecil-menengah. Harapan dari pemerintah ialah agar para pengrajin lebih mampu bersaing dalam memperdagangkan hasil-hasil kerajinannya.

Kabupaten Gianyar telah mengelola beberapa pasar seni tradisional yang dapat membantu perkembangan perekonomian daerah seperti pasar seni Sukawati, Guwang, Pagi Gelulung, Cemenggaon, Goa Gajah, Gunung Kawi, tirta Empul, dan Pasar seni Ubud.

BAB IV.

KARAKTERISTIK EKONOMI KREATIF KABUPATEN GIANYAR

Kabupaten Gianyar Bali dikenal sebagai gudangnya seni di Bali, karena banyak desa-desa di Gianyar memiliki citra seni sendiri-sendiri. Seperti Desa Celuk yang terkenal sebagai pusat kerajinan emas dan perak, Desa Singapadu sebagai pusat seni ukir batu paras, Desa Batubulan terkenal karena atraksi pertunjukan barong, Desa Ubud sebagai pusat seni lukis, Desa Sukawati sebagai pusat seni ukir kayu, Desa Tegalalang pusat kerajinan tangan, Keramas sebagai pusat seni lukis tradisional Bali yang lebih dikenal dengan aliran Desa Keramas, Bona dikenal sebagai sentra kerajinan dari bambu, dan hampir semua desa lainnya memiliki ciri khas seni tersendiri.

Di Kabupaten Gianyar terdapat 23.185 industri kreatif. Angka ini tidak menutup kemungkinan akan bertambah dan mengalami peningkatan dari tahun ke tahun. Begitu juga keberadaan industri kreatif ini telah mampu menyerap lapangan kerja sebanyak 114.328 pekerja atau sekitar 20% dari jumlah penduduk Gianyar. Selain telah mampu menyerap lapangan kerja, industri kreatif anyar mampu memberikan kontribusi terhadap pembangunan di Kabupaten Gianyar dengan kontribusi menduduki peringkat III setelah pariwisata sekitar 29%, jasa sekitar 24% dan industri kreatif sebesar 18,11% (Diana, I Ketut Suwena, dan Ni Made Sofia Wijaya, 2017: 85). Bila peningkatan pertumbuhan industri kreatif bisa mencapai 2% saja setiap tahunnya, diprediksi Gianyar secara umum, penduduk Gianyar akan mengalami peningkatan kualitas hidup.

Produk-produk industri kreatif selalu tampil dengan ciri khas dan keunikan tersendiri sehingga mampu menciptakan citra sebuah kota dan menarik wisatawan, sehingga melalui peran industri kreatif dapat dikembangkan sebuah pariwisata yang mampu memberikan pengalaman dan pembelajaran bagi wisatawan. Dari sisi wisatawan, mereka akan merasa lebih tertarik untuk berkunjung ke daerah wisata yang memiliki produk khas untuk kemudian dibawa pulang sebagai souvenir. Di sisi lain, produk-produk kreatif tersebut secara tidak langsung akan melibatkan individual dan pengusaha *enterprise* yang bersentuhan dengan sektor budaya. Persentuhan tersebut akan membawa dampak positif pada upaya pelestarian budaya dan sekaligus peningkatan

ekonomi serta estetika lokasi wisata. Memiliki potensi daya tarik wisata untuk dibeli dan sekaligus dipelajari. Wisatawan yang berkunjung ke Gianyar dan membeli souvenir, umumnya mencari produk seni yang memiliki ciri khusus seni tradisi yang telah dikenal dengan keunikannya, produk seni yang dimaksud dapat dikerjakan dominan dengan menggunakan tangan didukung kemajuan teknologi. Wisatawan justru tertarik dengan produk yang memiliki sentuhan seni tradisi yang bersumber dari budaya lokal.

Wisatawan asing juga sangat menghargai karya seni dengan sentuhan tangan yang tidak mungkin dikerjakan di negaranya sendiri, wisatawan lebih memberikan apresiasi terhadap cara pembuatan karya seni secara tradisional. Cara membuat produk dengan teknologi tradisional lebih dihargai wisatawan asing. Umumnya wisatawan yang memesan produk IKK di Kabupaten Gianyar tertarik pada proses pembuatannya yang unik yang sulit dicari di negara lain. Karena itu produk dengan sentuhan kearifan lokal akan tetap memiliki pangsa pasar karena keunikannya.

Hubungan ekonomi kreatif dan pengembangan sektor pariwisata merupakan hal yang saling berpengaruh dan saling bersinergi jika dikelola dengan baik. Konsep kegiatan wisata dapat didefinisikan dengan tiga faktor, yaitu harus ada *something to see*, *something to do*, dan *something to buy* (Yoeti, 1985). Model pengembangan ekonomi kreatif sebagai penggerak sektor wisata dapat diadaptasi dari model-model kota kreatif. Kota kreatif bertumpu pada kualitas sumber daya manusia untuk membentuk (bisa dalam bentuk design atau redesign). Dalam konteks kepariwisataan, diperlukan ruang-ruang kreatif bagi para pengrajin untuk dapat menghasilkan produk khas daerah wisata yang tidak dapat ditemui di daerah lain, salah satu tempat yang paling penting bagi seorang pengrajin untuk bisa menghasilkan karya adalah bengkel kerja atau studio. Bengkel kerja atau studio sebagai ruang kreatif harus dihubungkan dengan daerah wisata sehingga tercipta *linkage* (konektivitas). Konektivitas tersebut diperlukan untuk mempermudah rantai produksi. Pembentukan ruang kreatif diperlukan untuk dapat merangsang munculnya ide-ide kreatif, karena manusia yang ditempatkan dalam lingkungan yang kondusif akan mampu menghasilkan produk-produk kreatif bernilai ekonomi.

Festival budaya, merupakan salah satu bentuk penciptaan ruang kreatif yang sukses mendatangkan wisatawan. Dari segi ekonomi kreatif,

produk kerajinan dapat terjual sementara dari sektor wisata karena wisatawan memperoleh suatu memorabilia mengenai daerah wisata tersebut. Konektivitas antara ekonomi kreatif dan wisata dapat berbentuk *outlet* penjualan yang terletak di daerah wisata. Hal lain yang perlu diperhatikan dalam implementasi model *linkage* tersebut adalah penetapan lokasi *outlet* yang harus diusahakan berada di tempat strategis dan dekat dengan tempat wisata.

4.1 Bercirikan kearifan budaya lokal dan alam Bali

Budaya dan kearifan lokal menjadi salah satu pilihan strategi untuk meminimalisir dampak globalisasi dan menjadi counter culture dominasi budaya massa yang dikuasai oleh negara-negara maju dan berpengaruh besar terhadap pola pikir dan “budaya” masyarakat negara-negara berkembang. Daya tarik unsur-unsur budaya dan kearifan lokal sebagai dasar pengembangan budaya dalam era global berdasarkan alasan, meningkatnya pengaruh globalisasi telah mereduksi nilai-nilai budaya nasional.

Budaya lokal memiliki potensi dan peran sebagai budaya tandingan (counter culture) bagi dominasi budaya global yang dimitoskan sebagai sesuatu tidak bisa dielakkan (Fakih, 2003:5). Budaya lokal dapat menjadi sumber kearifan lokal, sebagai salah satu sumber sikap kritis terhadap globalisasi. Munculnya kecenderungan gaya hidup baru yang berakar pada seni tradisi merupakan indikasi positif bangkitnya nilai-nilai lokal dalam kehidupan masyarakat. Seni tradisi yang masih bertahan dan masih dipertahankan oleh masyarakat memiliki nilai filsafat yang tinggi. Begitu juga dari perspektif desentralisasi atau otonomi daerah, maka daerah dapat menggali dan mengembangkan budaya lokal sebagai modal sosial dan budaya pembangunan masyarakat setempat.

Menumbuhkembangkan ekonomi kreatif tidak lepas dari budaya setempat. Budaya harus menjadi basis pengembangannya. Dalam kebudayaan lokal ada yang disebut dengan kearifan lokal yaitu suatu bentuk kearifan lingkungan yang ada dalam kehidupan bermasyarakat di suatu daerah. Menurut Andi M. Akhmar dan Syarifudin (2007) kearifan lokal merupakan tata nilai atau perilaku hidup masyarakat lokal dalam berinteraksi dengan lingkungan tempatnya hidup secara arif. Kearifan local menjadi nilai-nilai yang bermakna antara lain, diterjemahkan ke dalam bentuk fisik berupa produk kreatif daerah setempat. Ekonomi

kreatif tidak bisa dilihat dalam konteks ekonomi saja, tetapi juga dimensi budaya. Ide-ide kreatif yang muncul adalah produk budaya.

Kearifan lokal merupakan modal utama masyarakat dalam membangun dirinya tanpa merusak tatanan sosial yang adaptif dengan lingkungan alam sekitarnya. Kearifan lokal dibangun dari nilai-nilai sosial yang dijunjung dalam struktur sosial masyarakat sendiri dan memiliki fungsi sebagai pedoman, pengontrol, dan rambu-rambu untuk berperilaku dalam berbagai dimensi kehidupan baik saat berhubungan dengan sesama maupun dengan alam. Kata kunci yang mampu mendorong inovasi dalam sektor perekonomian yang dikembangkan di tengah masyarakat yakni kearifan lokal, ekonomi kreatif dan *added value*.

Budaya lokal atau budaya tradisi merupakan salah satu benteng tangguh menghadapi serbuan budaya global yang berpotensi melenyapkan identitas bangsa. Budaya lokal memiliki kearifan yang berupa nilai, perilaku atau ekspresi dan bentuk-bentuk hasil kebudayaan (karya) yang bersifat material. Budaya nilai memberikan sistem pengetahuan, budaya perilaku memberi semesta pengalaman nyata, dan budaya karya memberikan warisan budaya (*heritage*) kepada bangsa.

Selanjutnya, upacara adat merupakan salah satu produk budaya lokal. Ia memiliki beberapa fungsi mendasar, yakni ritus komunikasi (manusia dengan tuhan), perekat sosial (*solidarity maker*), pengukuhan atas nilai-nilai tradisi, wahana ekspresi kolektif (publik stakeholders budaya) dan wahana pengembangan nilai-nilai ekonomi (terkait dengan budaya wisata).

Suryadarma (2011) menyatakan bahwa kebudayaan Kabupaten Gianyar pada hakikatnya dilandasi oleh nilai-nilai yang bersumber pada ajaran agama Hindu. Masyarakat Bali mengakui adanya perbedaaan (*rwa bhineda*), yang sering ditentukan oleh relativitas tempat (*desa*), relativitas waktu (*kala*) dan relativitas situasi (*patra*). Konsep *desa*, *kala*, dan *patra* menyebabkan kebudayaan Kabupaten Gianyar bersifat fleksibel dan selektif dalam menerima dan mengadopsi pengaruh kebudayaan luar. Dengan demikian pengalaman sejarah menunjukkan bahwa komunikasi dan interaksi antara kebudayaan Kabupaten Gianyar dan budaya luar seperti India (Hindu), Cina, dan Barat khususnya di bidang kesenian telah menimbulkan kreativitas baru dalam seni rupa, seni pertunjukkan dan seni lainnya. Proses akulturasi tersebut menunjukkan bahwa kebudayaan Kabupaten Gianyar bersifat fleksibel dan adaptif

khususnya dalam kesenian sehingga tetap mampu bertahan dan tidak kehilangan jati diri.

Kemudian, kebudayaan Kabupaten Gianyar sesungguhnya menjunjung tinggi nilai-nilai keseimbangan dan harmonisasi mengenai hubungan manusia dengan Tuhan (*parhyangan*), hubungan sesama manusia (*pawongan*), dan hubungan manusia dengan lingkungan (*palemahan*), yang tercermin dalam ajaran *Tri Hita Karana* (tiga penyebab kesejahteraan). Masa lalu (*athita*), masa kini (*anaghata*) dan masa yang akan datang (*warthamana*) merupakan suatu rangkaian waktu yang tidak dapat dipisahkan satu dengan lainnya. Kehidupan manusia pada saat ini ditentukan oleh hasil perbuatan di masa lalu, dan perbuatan saat ini juga menentukan kehidupan di masa yang akan datang.

Berbagai konsep dalam kebudayaan Kabupaten Gianyar seperti *rwa bhineda*, *tatwam asi*, *tri hita karana*, dan *nyama braya* dalam kebudayaan Bali perlu dipahami sehingga dapat dipakai landasan untuk hidup saling berdampingan dengan etnik lain. Kearifan-kearifan lokal tersebut di atas yang mengedepankan hubungan yang harmonis dan seimbang antara manusia dengan Tuhan, sesama manusia dan lingkungan alam perlu disosialisasikan dan diejawantahkan dalam kehidupan nyata.

Pemahaman budaya Kabupaten Gianyar melalui teori interaksionisme simbolik yang disampaikan oleh Mead, dalam Ritzer-Goodman (2011). Menurut pandangan Mead bahwa dalam upaya menjelaskan hubungan sosial melalui budaya (Bali), diawali dengan psikologi individual, sebaliknya Mead selalu memberikan prioritas pada kehidupan sosial melalui simbol bahasa (Bali): “*Jengah, metaksu, meyadnya, tindih dan kajang, bhakti*”, dan masih banyak contoh-contoh perilaku Kabupaten Gianyar dalam memahami pengamalan kehidupan sosial.

Pandangan dalam psikologi sosial bahwa keseluruhan (masyarakat) adalah lebih dulu dari pada bagian individu. Teori interaksionisme simbolik adalah sebuah proses yang menyangkut masalah tindakan (perilaku) yang akan mengalami beberapa tahap dan saling berkaitan, dimulai dari impuls (nilai-nilai masyarakat) akan memberikan warna dari apa yang dilihat dan dirasakan ketika bersentuhan dengan lingkungan dan akan dimanipulasi dan dikonsumsi oleh individu (pemimpin) menjadi sebuah perilaku seseorang, apabila proses ini melibatkan dua atau lebih maka akan menjadi tindakan sosial.

Teori interaksionalisme simbolik menggambarkan bahwa manusia dibekali atas kemampuannya, untuk berpikir yang didasari oleh kemampuan berinteraksi sosial untuk mempelajari makna dan simbol-simbol budaya lokal Kabupaten Gianyar. Nilai-nilai budaya lokal Kabupaten Gianyar membentuk kepribadian individu/pemimpin untuk lebih eksis, dibentuk melalui interaksinya dengan budaya lingkungannya, sehingga dalam kepribadian individu (pemimpin) yang dibangun juga tidak terlepas dari pengaruh nilai budaya masyarakatnya. Interaksionalisme simbolik mengisyaratkan bahwa dalam kehidupan manusia selalu terjadi kontak sosial-budaya, oleh karena itu setiap manusia dalam perkembangannya harus berpartisipasi dalam kehidupan sosial, budaya, politik, ekonomi melalui proses sosial atau menjadi anggota sosial.

Dalam kehidupan sosial manusia hidup bersama dengan orang lain dan secara aktif berusaha memahami orang lain agar mereka dapat diterima oleh sosialnya. Selanjutnya, Interaksionalisme simbolik mengisyaratkan bahwa manusia berinteraksi dengan orang lain melalui simbol-simbol seperti bahasa (Bali), gerakan tubuh, dan untuk memahami ide, perasaan, kemauan orang lain, maka manusia harus melakukan interaksi terhadap simbol-simbol tersebut.

Kabupaten Gianyar menghadapi transformasi perjalanan zaman. Hal ini akan memberikan pilihan dalam pengambilan keputusan secara terbuka, yaitu menentukan arah generasi mudanya dalam belajar. Dengan demikian sudah saatnya memetakan kurikulum yang memadukan antara ungkapan (ekspresi) dan pemecahan masalah yang kreatif untuk masa depan generasi muda yang penuh dengan tantangan. Nurhalim Shahib (2010: iii) menyatakan bahwa abad XXI merupakan era kreativitas yang sangat memerlukan produktivitas tinggi dan memerlukan kemampuan kognitif, psikomotor serta afektif yang inovatif. Selanjutnya, disarankan pula bahwa misi pendidikan diperluas untuk menghasilkan output yang berkualitas dalam pelayanan publik, juga memacu kreativitas untuk menghasilkan suatu penemuan (*invensi*). Kemudian, Kuntoro (2011) menyatakan bahwa tantangan kehidupan global sekarang ini justru membutuhkan generasi muda yang memiliki kepribadian, kemandirian, kreativitas, dan semangat motivasi untuk melakukan adaptasi dan perubahan kehidupan.

Manusia yang terlahirkan di alam ini, telah terbekali kemampuan cipta, rasa, karsa, dan karya. Kemampuan itu yang dimiliki manusia mampu menciptakan apa yang dibutuhkan. Kreativitas lahir karena kebutuhan untuk mengungkapkan pikiran dan perasaan melalui berbagai jenis media yang berhubungan dengan panca indera. Kelima indera manusia ingin dipuaskan, untuk keperluan itu manusia mengubah dan menyusun kualitas material apa adanya menjadi sesuatu yang memiliki kualitas sebagai rasa. Hasil kreativitas manusia melahirkan seni rupa, seni musik, seni tari, seni teater, seni sastra, berbagai bau-bauan, dan berbagai jenis rasa yang semua itu memberikan kenikmatan ke lima indera manusia. Berbagai nilai rasa tersebut oleh para ahli estetika diberi nama rasa keindahan.

Rasa keindahan ada disetiap orang. Selanjutnya, setiap orang pada dasarnya memiliki bakat kreatif dan kemampuan untuk mengungkapkan dirinya secara kreatif, meskipun masing-masing dalam bidang dan dalam kadar yang berbeda-beda. Yang terutama penting bagi dunia pendidikan ialah bakat tersebut dapat dan perlu dikembangkan dan ditingkatkan. Sehubungan dengan pengembangan kreativitas perlu mencermati empat aspek dari kreativitas, yaitu pribadi, pendorong, proses dan produk (4P dari kreativitas (Munandar, 2009:45).

Budaya lokal dalam bentuk seni di Indonesia sangat beragam, hal ini salah satu tercermin dari produk kria tradisional Bali dengan karakter dan gaya seni masing-masing. Aneka produk kria tradisional ini menjadikan mozaik seni budaya yang sangat membanggakan, karena mengandung kompleksitas nilai dan kompetensi sesuai tingkat peradaban dan kehidupan penduduknya.

Budaya lokal Bali berupa kria sangat erat kaitannya dengan prikehidupan, karena seni kria berasal dari masyarakat, dikembangkan oleh masyarakat, dan digunakan untuk kepentingan masyarakat. Seni kria mengandung muatan nilai sosial, ekonomi, politik, budaya, spiritual, kemajuan pola pikir, kepekaan rasa, dan bahan yang digunakan sebagai alat ukur tingkat peradaban. Seni bisa hadir di semua jenjang kehidupan masyarakat, dikalangan ekonomi lemah seni kria sebagai sarana hidup untuk mengangkat martabatnya, sedang dikalangan ekonomi kuat seni menjadi simbol status seseorang.

Seni kriya bisa menjadi produk industri kreatif yang mempunyai nilai ekonomi tinggi dan dapat berfungsi sebagai pemenuhan kebutuhan material dan spiritual. Hal ini merupakan potensi dan peluang

mengangkat karya seni kria menjadi produk industrial dan menjadi komoditas yang andal di bidang perdagangan sehingga dapat meningkatkan kesejahteraan hidup masyarakat pendukungnya dan mendatangkan devisa negara.

Kryia di Bali dibagi dalam dua kelompok, yaitu: kria tradisional dan kria modren atau komtemporen. Kria tradisional adalah segala bentuk bahan dan produk tradisional yang tidak mengalami perubahan sampai saat ini, misalnya perhiasan, peralatan upacara agama, wayang kulit, senjata tradisional, dan seperangkat gamelan. Kria modern adalah produk kria yang mengalami pembaharuan konsep pengembangan desain, teknik produksi, dan perupaian, kria modern tetap berbasis pada kria tradisional, hanya dikembangkan dari segi desain, teknik pembuatan, dan bahan yang digunakan.

Selanjutnya, warisan budaya yang fungsional dalam masyarakat inilah merupakan ikon kehidupan kreativitas yang terkemas dalam klien *Pande* dan *Catur Varna*. Selanjutnya, *Pande* dan *Catur Warna* itulah yang memunculkan bakat/profesi masyarakat Bali. Yang berbakat di bidang kerohanian, pendidikan, dan pengobatan digolongkan *Varna Brahmana*. Yang berbakat dibidang kepemimpinan digolongkan *Varna Ksatria*. Yang berbakat dibidang ekonomi digolongkan *Vaisya*. Tetapi, ada juga yang tidak bisa menentukan pekerjaan untuk dirinya sendiri. Mereka inilah yang disebut Sudra, yang hanya memiliki kemampuan tenaga fisik saja (Wiana, 2009). *Pande* merupakan profesi (*gegaduhan*) yang dapat memberikan *thaksu* kepada *catur varna* tersebut. Sejalan dengan itu, percikan nilai-nilai budaya lokal berkembang dalam kreativitas yang mendukung industri kreatif.

4.2 Sinergisitas antara berbagai aktor

Sinergi diperlukan yaitu pendekawian (kaum intelektual), dunia usaha, dan pemerintah yang merupakan prasyarat mendasar. Industri kreatif ini tidak bisa berkembang secara mandiri dan terpisah dari sektor-sektor yang lain. Industri kreatif saling mendukung dan berkolaborasi dengan sektor-sektor yang lain, mulai dari sektor pendidikan, teknologi, perdagangan, pariwisata, hankam, politik, sosial dan budaya.

- a) Kalangan akademisi dengan sumber daya, ilmu pengetahuan, dan teknologinya memfokuskan diri untuk menghasilkan berbagai temuan dan inovasi yang aplikatif. Akademis (Perguruan Tinggi) memiliki peran/tugas yaitu (1) melakukan pelatihan, desain, teknologi

produksi, kewirausahaan, marketing, eksporimpor; (2) menggiatkan riset dan budidaya bahan baku; (3) memberantas 3 buta (buta bahasa inggris, buta komputer dan buta internet). Selain berkolaborasi dengan dunia usaha dan pemerintah juga tak kalah pentingnya peningkatan mutu lulusan. Pendidikan sebaiknya juga mengedepankan sisi kompetitif seperti memperbanyak kegiatan lapangan, eksperimen, riset dan pengembangan serta menyusun proyek yang menyerap bidang keilmuan dan saling melengkapi, mulai dari sains, teknologi maupun kesenian. Dengan kombinasi ilmu tersebut, diharapkan dapat menghasilkan sesuatu yang dapat memberikan manfaat maksimal dan daya kreativitas dapat tertuang dengan baik serta maksimal.

Akademisi sebagai bagian dari komunitas cendekiawan di dalam lembaga pendidikan tinggi dan lembaga penelitian, memiliki peranan yang besar dalam mengembangkan ekonomi kreatif. Kontribusi akademisi tersebut dapat dijabarkan dalam tiga bentuk peranan, seperti juga yang termuat dalam Tri Dharma Perguruan Tinggi, yaitu : (1) Peran pendidikan ditujukan untuk mendorong lahirnya generasi kreatif Indonesia dengan pola pikir yang mendukung tumbuhnya karsa dan karya dalam industri kreatif; (2) Peran penelitian dilakukan untuk memberi masukan tentang model kebijakan pengembangan industri kreatif dan instrumen yang dibutuhkan, serta menghasilkan teknologi yang mendukung cara kerja dan penggunaan sumber daya yang efisien dan menjadikan industri kreatif nasional yang kompetitif; dan (3) Peran pengabdian masyarakat dilakukan untuk membentuk masyarakat dengan institusi/tatanan sosial yang mendukung tumbuh suburnya industri kreatif nasional. Para cendekiawan setidaknya memiliki rasa eksperimental yang tinggi, menghargai pendapat yang bersebrangan (empati dan etika), mampu memecahkan masalah secara kreatif, menjalankan observasi yang bersifat lintas sektoral, menggunakan teknologi ICT dengan fasih, menjadi anggota forum pengkayaan ilmu pengetahuan dan seni baik secara nasional maupun internasional, formal maupun nonformal.

- b). Kalangan bisnis, melakukan kapitalisasi yang memberikan keuntungan ekonomi dan kemanfaatan bagi masyarakat. Bisnis (*business*) Bila ditilik secara ekonomi, bisnis (disebut juga perusahaan) adalah suatu entitas organisasi yang dikenali secara legal, dan sengaja diciptakan untuk menyediakan barang-barang baik

berupa produk dan jasa kepada konsumen. Bisnis pada umumnya dimiliki oleh swasta dan dibentuk untuk menghasilkan profit dan meningkatkan kemakmuran para pemiliknya. Pemilik dan operator bisnis bertujuan memperoleh keuntungan finansial sebagai hasil kerjanya dan tantangan resiko yang ia hadapi. Ketataniagaan bisnis diatur oleh hukum disuatu negara dimana bisnis itu berada. Bentuk-bentuk bisnis adalah: kepemilikan tunggal, kemitraan, korporasi dan koperasi. Bisnis bisa berbasis manufaktur, jasa, eceran dan distribusi, pertanian, mineral, finansial, informasi, real,estat transportasi, dan utility seperti listrik, pengairan yang biasanya terkait dengan badan-badan pemerintahan. Di dalam organisasinya, bisnis memiliki pengelompokan pekerjaan seperti pemasaran, penjualan, produksi, teknologi informasi, riset dan pengembangan. Manajemen berfungsi menerapkan operasional yang efisien dan efektif terhadap suatu bisnis.

Pada saat-saat tertentu, bisnis juga membutuhkan modal tambahan, yang didapat dari pinjaman bank atau pinjaman informal atau investor baru. Bisnis juga harus dilengkapi dengan proteksi agar menghalangi kompetitor untuk menyaingi bisnis tersebut. Proteksi tersebut bisa dalam bentuk HKI yang terdiri dari paten, hakcipta, merek dagang dan desain. Setiap bisnis pasti memiliki nama, logo dan teknik-teknik pencitraan. Karena aspek kompetisi maka bisnis perlu mendaftarkan HKI di setiap daerah atau negara. Banyak negara telah menandatangani perjanjian internasional tentang HKI, dan setiap perusahaan yang terdaftar di negara-negara ini harus mentaati hukum negara yang telah terikat dengan perjanjian internasional ini. Bisnis bisa juga dijual dan dibeli. Pemilik bisnis menyebut ini sebagai exit-plan. Exit-plan yang lazim dikenali adalah seperti IPO atau merger dan akuisisi. Aktor bisnis merupakan pelaku usaha, investor dan pencipta teknologiteknologi baru, serta juga merupakan konsumen industri kreatif. Aktor bisnis juga perlu mempertimbangkan dan mendukung keberlangsungan industri kreatif dalam setiap peran yang dilakoninya. Misalnya melalui prioritas penggunaan input antara industri kreatif domestik, seperti jasa industri kreatif dalam riset, iklan dan lainnya.

Ada berbagai kegiatan yang bisa membantu meningkatkan produktifitas dan pasar antara lain : (1) *self development*, mengembangkan kapasitas usaha dengan cara mengikuti sosialisasi,

mengikuti workshop desain, produksi; (2) komersialisasi dan mekanisme pembiayaan; (3) melakukan sistem lokomotif-gerbong, dari pengusaha besar ke pengusaha kecil; (4) menciptakan linkage atau konektivitas ekonomi kreatif dengan pariwisata, sebagai venue untuk proses produksi, distribusi sekaligus pemasarannya.

Dalam menjalankan perannya, bisnis dituntut untuk menggunakan kemampuan konseptual yang tinggi, mampu menciptakan variasi baru berupa produk dan jasa, mahir berorganisasi, bekerjasama, berdiplomasi (semangat kolaborasi dan orkestrasi), tabah menghadapi kegagalan yang dialami, menguasai konteks teknis dan kemampuan perencanaan finansial.

- c) Pemerintah, didefinisikan sebagai sebuah organisasi yang memiliki kuasa untuk mengelola suatu negara, sebagai sebuah kesatuan politik, atau aparat atau alat negara yang memiliki badan yang mampu memfungsikan dan menggunakan otoritas/kekuasaan. Dengan ini, pemerintah memiliki kekuasaan untuk membuat dan menerapkan hukum serta undang-undang di wilayah tertentu. Pemerintah yang dimaksud dalam studi rencana pengembangan ekonomi kreatif ini adalah pemerintah pusat dan pemerintah daerah yang terkait dengan pengembangan ekonomi kreatif, baik keterkaitan dalam substansi, maupun keterkaitan administrasi. Pemerintah pusat meliputi departemen-departemen dan badan-badan. Pemerintah daerah meliputi pemerintah daerah tingkat I, pemerintah daerah tingkat II, sampai kepada hirarki terendah pemerintahan daerah. Sinergi antar departemen dan badan di pemerintah pusat, dan sinergi antara pemerintah pusat dan daerah, sangat diperlukan untuk dapat mencapai visi, misi dan sasaran pengembangan industri kreatif ini. Hal ini disebabkan karena pengembangan ekonomi kreatif bukan hanya pembangunan industri, tetapi juga meliputi pembangunan ideologi, politik, sosial dan budaya.

Keterlibatan pemerintah dalam pembangunan industri kreatif sangatlah dibutuhkan terutama melalui pengelolaan otonomi daerah yang baik, penegakan demokrasi, dengan prinsip-prinsip good governance. Ketiganya bukan merupakan hal yang baru, memang sudah menjadi agenda utama reformasi. Jika berhasil dengan baik, ketiganya merupakan kondisi positif bagi pembangunan industri kreatif. Para ahli percaya, kemajuan pembangunan ekonomi kreatif sangat dipengaruhi oleh lokasi/place (identik dengan otonomi

daerah), dan toleransi/pola pikir kreatif (identik dengan demokrasi). Sementara prinsip-prinsip good governance; partisipasi, penegakan hukum, transparansi, responsiveness, equity (keadilan), visi strategis, efektivitas dan efisiensi.

Profesionalisme, akuntabilitas, dan supervisi (arahan), adalah prinsip-prinsip pengelolaan dimana industri kreatif bisa tumbuh agresif. Pemerintah haruslah memiliki kepekaan dan apresiasi terhadap aspirasi rakyat. Memahami bahwa di dalam membangun insan Indonesia yang cerdas tidak dapat dijalankan hanya dalam jangka pendek, karena pembangunan kecerdasan berarti ada proses pembelajaran, pemuliaan dan pengkayaan. Untuk itu aktor pemerintah harus dapat menempatkan birokrasi secara proporsional, transparan dengan semangat mencapai interaksi yang sejajar.

Peran utama Pemerintah dalam pengembangan industri kreatif adalah : (1). Katalisator, fasilitator dan advokasi yang memberi rangsangan, tantangan, dorongan, agar ide-ide bisnis bergerak ke tingkat kompetensi yang lebih tinggi. Tidak selamanya dukungan itu haruslah berupa bantuan finansial, insentif ataupun proteksi, tetapi dapat juga berupa komitmen pemerintah untuk menggunakan kekuatan politiknya dengan proporsional dan dengan memberikan pelayanan administrasi publik dengan baik; (2) Regulator yang menghasilkan kebijakan-kebijakan yang berkaitan dengan people, industri, insititusi, intermediasi, sumber daya, dan teknologi. Pemerintah dapat mempercepat perkembangan industri kreatif jika pemerintah mampu membuat kebijakan-kebijakan yang menciptakan iklim usaha yang kondusif bagi industri kreatif. Pemerintah juga harus mengatur bahwa kebijakan yang telah dikeluarkan dijalankan dengan baik; (3) Konsumen, investor bahkan entrepreneur. Pemerintah sebagai investor harus dapat memberdayakan asset negara untuk menjadi produktif dalam lingkup industri kreatif dan bertanggung jawab terhadap investasi infrastruktur industri. Sebagai konsumen, pemerintah perlu merevitalisasi kebijakan procurement yang dimiliki, dengan prioritas penggunaan produk-produk kreatif. Sebagai entrepreneur, pemerintah secara tidak langsung memiliki otoritas terhadap badan usaha milik pemerintah (BUMN).

Pemerintah pusat dan daerah harus duduk bersama menyelaraskan shared vision agar formulasi manajemen strategik pengembangan ekonomi kreatif di berbagai daerah dapat diimplementasikan secara

masif. Spirit menjadikan ekonomi kreatif sebagai bisnis masa depan yang menjanjikan, memfasilitasi promosi dan mengintensifkan bantuan modal usaha. Pemerintah menjamin dan menjaga stabilitas hubungan keduanya dengan regulasi kondusif.

Dinas /Pemerintah berkewajiban (1) memfasilitasi promosi dalam negeri dengan mall, pameran; (2) memfasilitasi promosi luar negeri; (3) melakukan revitalisasi bahan baku; (4) mengintensifkan bantuan modal usaha. Pola hubungan antara akademisi, pelaku bisnis dan pemerintah adalah pola hubungan timbal balik. Sebagai core/ inti, pelaku bisnis dalam hal ini pelaku usaha kreatif baik produsen, maupun suplier mendapatkan support atau dukungan dari pemerintah baik berupa regulasi, infrastruktur pemberdayaan maupun dukungan permodalan. Begitu pula oleh akademisi, pihak akademisi akan berusaha mengembangkan bisnis melalui inovasi yang diperoleh melalui serangkaian riset dan pengembangan baik berupa produk, layanan, manajemen maupun teknologi serta pembinaan. Sebagai inti/core, bisnis diharapkan memberikan multiplier effect kepada peningkatan kesejahteraan masyarakat sekitar serta meningkatkan pendapatan asli daerah (PAD).

4.3 Berbasis pada ide atau gagasan

Modal utama yang dibutuhkan di bidang industri kreatif bukan modal fisik skala besar atau mesin besar, melainkan modal tenaga kerja yang kreatif dan tahan banting, penggabungan antara kreatifitas, keahlian, dan bakat individu.

Ekonomi kreatif memerlukan faktor kreatifitas sebagai instrumen utama. Dan kreatifitas harus dibangun melalui sebuah konsep yang memberikan space bagi tumbuhnya komunitas kreatif. Bahwa ekonomi kreatif adalah sebuah konsep yang menempatkan kreativitas dan pengetahuan sebagai aset utama dalam menggerakkan ekonomi. Konsep ini telah memicu ketertarikan berbagai negara untuk melakukan kajian seputar Ekonomi Kreatif dan menjadikan Ekonomi Kreatif model utama pengembangan ekonomi.

Ekonomi kreatif didefinisikan sebagai industri yang berasal dari pemanfaatan kreativitas, keterampilan serta bakat individu untuk menciptakan kesejahteraan serta lapangan pekerjaan melalui penciptaan dan pemanfaatan daya kreasi dan daya cipta individu tersebut. Industri kreatif juga bisa dipahami sebagai industri yang menyediakan layanan

kreatif bisnis, seperti periklanan, public relations (kehumasan) dan penjualan. Jadi, substansi dari industri kreatif adalah kemampuan untuk menciptakan dalam bidang seni dan kerajinan. Aspek estetika menjadi hal yang sangat ditonjolkan. Jika industri lain lebih banyak ditopang oleh modal dan tenaga kerja, maka industri kreatif bertumpu pada karya. Hal ini sesuai dengan karakter industri kreatif yang berasal dari pemanfaatan kreativitas, ketrampilan serta bakat individu untuk menciptakan kesejahteraan dan lapangan kerja dengan menghasilkan dan mengeksploitasi daya kreasi dan daya cipta individu tersebut (Arjana: 2016, 227)

Ekonomi yang berbasis kreativitas /ekonomi kreatif diyakini akan menjadi kunci keberhasilan pertumbuhan ekonomi global. Tanda-tanda itu sudah mulai terlihat dari semakin maraknya industri berskala kecil maupun besar yang bekerja berdasar pada konsep kreativitas. Apalagi dukungan teknologi yang semakin canggih dan keberadaan jaringan internet yang mempermudah interkoneksi antar waktu-antar wilayah. Artikel ini akan menyajikan ulasan tentang konsep *creative-based economy* atau ekonomi berbasis kreativitas.

Secara umum, ekonomi berbasis kreativitas digambarkan sebagai muara aktivitas-aktivitas dan eksperimen-eksperimen kreatif, penciptaan kelompok-kelompok kreatif dalam suatu lingkungan, serta kerjasama dari beragam bentuk inovasi. Ekonomi kreatif membentuk habitat tertentu dimana proses kreatif mengalami akselerasi dan termanifestasi dalam bentuk output produksi. Lingkungan-lingkungan ini biasa disebut dengan istilah *cluster economy*.

Beberapa penelitian menyebutkan bahwa istilah *creative economy* pertama kali diperkenalkan oleh John Howkins. Dalam salah satu studinya, Howkins menggambarkan *creative economy* sebagai transaksi dari produk-produk kreatif, baik barang maupun jasa, yang dihasilkan dari kreativitas dan memiliki nilai ekonomis (Howkins, John, *The Creative Economy: How People Make Money From Ideas*, 2001). Howkins juga menggarisbawahi industri-industri tertentu yang bisa diklasifikasikan sebagai industri kreatif, mulai dari industri seni hingga industri yang terkait dengan pengetahuan dan teknologi. Selain itu, ia pun menyatakan bahwa perkembangan ekonomi kreatif juga diukur dari alat ukur yang digunakan dalam ekonomi maupun manajemen, seperti permintaan, harga, profit, angka tenaga kerja, output, serta tingkat produktivitas.

Sementara *The United Nations Conference on Trade and Development* (UNCTAD) mengungkapkan bahwa dalam konsep *creative economy* terdapat beberapa kriteria, antara lain: 1) Ekonomi kreatif mampu menghasilkan income, menciptakan lapangan pekerjaan, serta mempromosikan keterbukaan sosial dan pembangunan kebudayaan dan manusia; 2) Ekonomi kreatif mampu menumbuhkan jalinan interaksi antara aspek ekonomi-sosial-budaya dengan teknologi dan kekayaan intelektual; 3) Ekonomi kreatif merupakan penerapan aktivitas ekonomi yang didasari oleh ilmu pengetahuan (*knowledge-based economy*); 4) Ekonomi kreatif menjadi tempat berkembangnya inovasi dan aktivitas pengambilan keputusan yang bersifat multidimensional; 5) Jantung dari ekonomi kreatif adalah industri kreatif (*creative industries*) (*Creative Economy: A Feasible Development Option*, 2010).

Lebih jauh, UNCTAD menyebutkan beberapa karakter khusus dari industri kreatif (*creative industries*), yaitu (a) merupakan rangkaian karya, produksi, dan distribusi barang dan/atau jasa yang menggunakan kreativitas dan modal intelektual sebagai input utama; (b) merupakan rangkaian aktivitas berbasis pengetahuan, menitikberatkan pada nilai (*value*) dan cita-rasa (*art*), dan secara potensial mampu mendatangkan manfaat ekonomi, baik dari hasil perdagangan maupun dari dihasilkannya hak atas kekayaan intelektual (*intellectual-property right*); (c) merupakan perpaduan antara produk berwujud (*tangible products*) dan kreativitas atau layanan artistik (*intangible products*) yang bernilai ekonomi; (d) melingkupi semua aspek dalam sektor industri, jasa, dan manufaktur; (e) dalam dunia perdagangan, industri kreatif disebut sebagai sektor dinamis (*dynamic sector*).

Selain itu UNCTAD mengklasikasikan industri kreatif menjadi empat jenis kategori yang saling terkait. Perlu dicatat bahwa pembagian kategori ini semata-mata untuk memudahkan penentuan inti usaha (*core business*) dari industri-industri yang ada, diantaranya: 1) Industri *heritage* (*heritage industries*) merupakan industri kreatif dalam kategori ini berfokus pada segala bentuk seni dan budaya, termasuk kesenian tradisional, festival budaya, serta cagar budaya seperti museum, perpustakaan, situs purbakala, dan sebagainya. 2) Industri kesenian (*art industries*), yang pada dasarnya industri dalam kategori ini berkaitan dengan karya-cipta manusia yang terwujud dalam sebuah substansi, seperti kesenian visual (*visual arts*) misalnya lukisan dan fotografi, serta pertunjukan kesenian (*performing arts*) seperti pertunjukan musik, tarian,

dan opera; 3) Industri media (*media industries*), merupakan industri yang bertujuan untuk memberikan informasi dan pengetahuan bagi konsumen, antara lain berupa media massa, buku, koran, lm, radio, dan publikasi lainnya; 4) Industri fungsional (*functional industries*), bergerak berdasarkan permintaan pasar (*market demand*) yang selalu berkembang, dan lebih berfokus pada layanan konsumen. Contoh industri dalam kategori ini adalah desain interior, fashion, perhiasan, video games, periklanan, dan jasa lainnya. Pada akhirnya, ketika ide melahirkan kreativitas, dan kreativitas termanifestasi dalam bentuk inovasi dan penemuan-penemuan baru, produk dan jasa yang bernilai ekonomi, praktik bisnis yang esien, pengambilan keputusan yang cepat dan akurat, pemasaran yang efektif, serta perekonomian yang terbuka dan berdaya saing, disanalah konsep *creative-based economy/creative economy* (ekonomi berbasis kreativitas/ekonomi kreatif) terwujud nyata.

Kreativitas adalah ungkapan (ekspresi) dari keunikan individu dalam interaksi dengan lingkungannya. Ungkapan kreatif merupakan pencerminan orisinalitas dari individu tersebut. Dari ungkapan pribadi yang unik inilah dapat diharapkan timbulnya ide-ide baru dan produk-produk yang inovatif. Oleh karena itu, pendidikan hendaknya dapat menghargai keunikan pribadi dan bakat-bakat individunya. Lembaga/guru hendaknya membantu siswa menemukan bakat-bakatnya dan menghargainya.

Bakat kreatif siswa akan terwujud jika ada dorongan dan dukungan dari lingkungannya, ataupun jika ada dorongan kuat dalam dirinya sendiri (motivasi internal) untuk menghasilkan sesuatu. Bakat kreatif dapat berkembang dalam lingkungan yang mendukung, tetapi dapat pula terhambat dalam lingkungan yang tidak mendukung. Di dalam keluarga, di lembaga pendidikan, di masyarakat harus ada penghargaan dan dukungan terhadap sikap dan perilaku kreatif individu atau kelompok individu.

Untuk mengembangkan kreativitas, individu perlu diberikan kesempatan untuk bersibuk diri secara kreatif. Pendidik hendaknya dapat merangsang anak untuk melibatkan dirinya dalam kegiatan kreatif dengan membantu mengusahakan fasilitas, sara prasarana yang diperlukan. Dalam hal ini yang penting adalah memberikan kebebasan kepada individu untuk mengekspresikan dirinya secara kreatif. Perlu juga disadari bahwa kurikulum sekolah yang terlalu padat sehingga tidak ada

peluang untuk kegiatan kreatif, dan jenis pekerjaan yang menoton tidak mendukung individu untuk mengapresiasi dirinya secara kreatif.

Kondisi yang memungkinkan seseorang menciptakan produk kreatif yang bermakna ialah kondisi pribadi dan lingkungan, yaitu sejauh mana keduanya mendorong seseorang untuk melibatkan dirinya dalam proses kreatif. Dengan dimilikinya bakat dan ciri-ciri pribadi kreatif, dan dorongan internal maupun eksternal untuk bersibuk diri secara kreatif, maka produk-produk kreatif yang bermakna dengan sendirinya akan muncul. Oleh karena itu, hendaknya lembaga pendidikan menghargai produk kreativitas individu dan mengkomunikasikannya kepada yang lain, misalnya dengan memamerkan atau mempertunjukkan hasil karyanya.

Soegeng Santoso (2004) menguraikan temuan Howard Gardner dengan *multiple intelligence*-nya bahwa manusia memiliki kecerdasan jamak, yaitu 1) kecerdasan verbal/linguistik, 2) kecerdasan logika matematika, 3) kecerdasan intrapersonal, 4) kecerdasan interpersonal, 5) kecerdasan naturalis, 6) kecerdasan kinestetik dan gerakan tubuh, 7) kecerdasan musik-irama, dan 8) kecerdasan visual-spatial.

Dengan demikian seni, teknologi, dan kreativitas merupakan aspek penting dalam industri kreatif. Seni mencakup konten sejarah, substitusi, dan nilai (*values*), teknologi mencakup jenis dan fungsi perkembangan teknologi, serta kreativitas untuk mendorong munculnya inovasi berdasarkan kecakapan dan bakat dalam menciptakan produk dengan mengelaborasi kekayaan alam. Kunci keberhasilan industri kreatif adalah kreativitas, untuk itu perlu adanya cara merangsang bagaimana kreativitas seseorang selalu muncul dan berkembang sesuai dengan tuntutan ekonomi pasar. Cara merangsang kreativitas antara lain: a) merangsang daya imajinasi, dalam bidang seni seseorang/peserta didik dituntut berimajinasi, menggambarkan atau membayangkan sesuatu yang direalisasikan. Agar peserta didik dapat membayangkan, mereka harus diberikan kesempatan untuk mengembangkan daya imajinasinya dengan jalan lebih sering menghargai tanggapan-tanggapan hasil imajinasi mereka, b) mendorong ungkapan pribadi, peserta didik perlu dirangsang untuk mengungkapkan pikiran dan perasaan pribadinya, dan didorong untuk dapat menyampaikan pikiran dan idenya kepada orang lain. Saat ini kita sering membatasi kebebasan peserta untuk mengemukakan daya imajinasinya karena berstatus sebagai peserta didik, sehingga mereka tidak bisa mengungkapkan diri pribadinya, c) mengusahakan suasana

bermain dalam belajar, suasana informal yang santai dalam kelas, dengan pemberian tugas kegiatan yang menyerupai game sangat disenangi peserta didik. Walaupun santai tetapi mereka harus menyadari bahwa pelatihan mempunyai tujuan serius yaitu mengembangkan kemampuan kreatif mereka, untuk pengenalan diri, dan pemahaman diri, d) mendorong berpikir kreatif, hendaknya dalam proses pelatihan juga merangsang berpikir kreatif disamping penalaran logis. Berpikir kreatif adalah berpikir untuk menemukan banyak kemungkinan jawaban atau ide terhadap suatu masalah dan menuntut kelancaran, keluwesan, dan orisinalitas dalam berpikir (www.kabarbisnis.com/industri, 2010).

Kreativitas seorang berhubungan dengan: a) bagaimana kecepatan seseorang secara natural merespon yang terjadi disekelilingnya, b) bagaimana elaborasi yang dilakukan seseorang untuk dapat menambah gagasan terhadap isu dan kemudian menerapkannya, c) bagaimana visualisasi yang diciptakan seseorang untuk memanipulasikan imajinasi dari berbagai dimensi yang ada, d) bagaimana fleksibilitas yang dimiliki seseorang dalam menghasilkan gagasan atau memandang sesuatu dari berbagai dimensi yang bervariasi, e) bagaimanakah originalitas yang diperlihatkan seseorang dalam menghasilkan sesuatu yang tidak biasa, unik, dan baru, f) bagaimanakah transformasi yang dibangun seseorang untuk mengubah sesuatu yang ada menjadi sesuatu yang dimiliki nilai baru dan lingkungan istana oleh seorang empu, sangat mementingkan nilai estetika dan kualitas skill. Kerajinan dipandang sebagai karya yang kasar dan terkesan tidak tuntas, tumbuh di luar istana, mengutamakan fungsi dan kegunaan untuk mendukung kebutuhan praktis masyarakat, dan dibuat oleh seorang *pande*. Contoh, bedakan pembuatan keris dengan pisau dari segi proses, bahan, dan kemampuan membuat (Yudoseputro, 1983)

4.4 Melakukan penyesuaian terhadap lingkungan dan teknologi baru

Teknologi secara ontologis berasal dari kata Yunani, yaitu *techne* yang berarti aktivitas dan keahlian menukang dengan tangan dan seni pikiran, seni halus (Heidegger, 1977:12). *Techne* merupakan cara penyingkapan atau cara dimana benda-benda dibantu untuk muncul. “*What is the essence of technology to do with revealing? the answer is everything*”. Teknologi modern bukanlah seni tangan tetapi suatu penyingkapan, sehingga yang membedakan antara teknologi modern

dengan teknologi kuno/tradisional adalah bahwa teknologi modern tidak melibatkan suatu dalam arti puitis, yakni perbuatan demi suatu hasil diluar perbuatan itu sendiri seperti pembuatan puisi. Sedangkan teknologi kuno memiliki sifat-sifat mencipta seperti membuat puisi. Penyingkapan yang dominan dalam teknologi modern adalah menantang (Heidegger, 1977:17). Cara penyingkapan ini menuntut alam menyumbangkan energinya secara berlebihan supaya manusia dapat menyimpan dan menggunakannya.

Teknologi dapat didefinisikan sebagai suatu entitas baik material dan non material, yang merupakan aplikasi penciptaan dari proses mental atau fisik untuk mencapai nilai tertentu. Dengan kata lain, teknologi bukan hanya mesin ataupun alat bantu yang sifatnya berwujud, tetapi teknologi ini termasuk kumpulan teknik atau metode-metode, atau aktivitas yang membentuk dan mengubah budaya. Teknologi ini akan merupakan enabler untuk mewujudkan kreativitas individu dalam karya nyata. Teknologi dimasukkan kedalam pilar karena fungsinya sebagai kendaraan dan perangkat (tools) bagi pengembangan landasan ilmu pengetahuan. Teknologi bisa dipakai dalam berkreasi, memproduksi, berkolaborasi, mencari informasi, distribusi dan sarana bersosialisasi.

Manusia juga dapat menjadi persediaan, yaitu sebagai sumber daya manusia, namun manusia mempunyai persediaannya sendiri dan masuk ke dalam proses mengatur, oleh karena manusia sebagai pemicu ke depan maka ia mengambil bagian sebagai pengatur untuk penyingkapan (Heidegger, 1977:18). Semua jenis teknologi tertanam dalam budaya karena teknologi itu diciptakan oleh manusia (Ihde, 1990:144). Teknologi merupakan cara pandang dunia tertentu (Heidegger, 1977:19). Teknologi diciptakan sebagai mediator antara manusia dengan alam, teknologi juga dapat dianggap sebagai cara berpikir yang memanipulasi dan mengeksploitasi dunia sebagai persediaan.

Penggunaan teknologi juga sangat dipengaruhi oleh budaya masyarakat, teknologi yang sama akan dipergunakan dengan cara yang berbeda tergantung budaya masyarakat yang menggunakan (Lim, 2008:136). Misalnya mesiu pertama kali ditemukan di China dan dipergunakan sebagai hiburan dalam perayaan dengan kembang api, namun di negara-negara barat mesiu dipergunakan sebagai senjata perang untuk menaklukkan negara lain. Oleh karena dalam teknologi yang diciptakan juga terkandung unsur budaya penciptanya, maka perpindah-

an teknologi dari satu negara ke negara lain juga secara langsung diikuti oleh perpindahan budaya dan nilai-nilai yang dimiliki negara asal, sehingga terjadi ketergantungan negara penerima teknologi terhadap negara pencipta teknologi, karena negara penerima teknologi belum bisa menciptakan teknologi baru. Maka secara perlahan-lahan namun pasti perpindahan teknologi juga akan di-sertai perubahan budaya dan nilai-nilai yang menyertai teknologi tersebut. Maka teknologi tersebut tidak bebas dari nilai, tetapi cenderung untuk mengarahkan (Ihde, 1990:145). Manusia dilahirkan dengan berbagai keterbatasan secara fisik, maka dengan bantuan teknologi kemampuan manusia dapat meningkat, seperti misalnya kemungkinan untuk bergerak cepat dengan alat transportasi modern, atau mendengar dengan jarak jauh. Artinya manusia dapat melampaui limitasi badaniah melalui kemampuan imajinasi dan kreativitasnya dengan penciptaan teknologi.

Penggunaan teknologi yang lebih maju membawa implikasi efisiensi usaha, yaitu dapat meningkatkan *output* dengan jumlah penggunaan *input* yang konstan atau menurunkan penggunaan *input* untuk menghasilkan *output* yang tetap. Dalam kegiatan produksi perusahaan dengan strategi bisnis yang didasarkan pada kemampuan teknologi akan dapat bersaing di dunia bisnis yang kompetitif, demikian juga peningkatan nilai tambah produksi dapat dilakukan melalui peningkatan skala usaha dengan peningkatan penggunaan teknologi (Umah 2005:3). Peningkatan kemampuan teknologi berkaitan dengan peningkatan kontribusi dari komponen-komponen yang membentuknya, yang meliputi komponen fisik peralatan yang digunakan, keterampilan manusia, teknologi informasi dan peran-an organisasi. Kontribusi masing-masing komponen teknologi pada setiap aktifitas, membentuk kontribusi total teknologi yang merupakan tingkatan muatan teknologi pada fasilitas transformasi. Tingkatan muatan teknologi ini merupakan indikasi kekuatan dan kelemahan yang berhubungan dengan teknologi dan dinamika transformasi. Keempat komponen tersebut harus saling menunjang, sehingga mampu menjadi transformator sumber daya menjadi *output* produksi yang mempunyai nilai tambah lebih tinggi secara lebih efisien, sehingga secara tidak langsung akan meningkatkan kinerja usaha.

Dari hasil penelitian Kuznet di tahun 1966 (Amir, 2008:3) di Amerika Serikat menunjukkan bahwa, kontribusi kemajuan teknologi terhadap pertumbuhan ekonomi Amerika Serikat pada periode tahun

1929-1957 adalah sebesar 78% dan pada periode tahun 1950-1962 sebesar 56%. Hasil penelitian Boskin et al. (Amir, 2008:4) menunjukkan kecenderungan sama, bahwa kontribusi kemajuan teknologi terhadap pertumbuhan ekonomi di beberapa negara maju juga tidak jauh berbeda dengan hasil penelitian Kuznet tersebut, yaitu sekitar 49-76%. Namun demikian penggunaan teknologi tradisional yang selama ini banyak dipergunakan dalam proses produksi IKK tidak harus secara keseluruhan diganti dengan teknologi modern, karena tidak semua jenis pekerjaan dapat dilakukan dengan teknologi modern.

Teknologi tidaklah hanya menyangkut kepandaian dan keterampilan dalam mempergunakan alat-alat saja, tetapi sudah meluas dan mencakup seluruh metode yang dicapai secara rasional dan memiliki efisiensi yang mutlak untuk suatu tahap perkembangan tertentu dalam setiap bidang kegiatan manusia (Nala, 1989:8). Dengan demikian peranan teknologi telah merubah perilaku, tindakan dan kegiatan spontan manusia menjadi suatu tindakan dan kegiatan yang telah diperhitungkan secara ilmiah. Pemilihan teknologi harus memperhitungkan jenis teknologi yang paling tepat untuk mengatasi permasalahan dan berdayaguna tinggi bagi masyarakat pengguna, serta mampu memanfaatkan sumber daya alam serta manusia secara optimal.

Konstruksi teknologi yang direfleksikan dengan komponen teknologi tradisional dan modern berkontribusi tidak signifikan terhadap pertumbuhan usaha. Pada umumnya mereka tidak memerlukan teknologi modern, yang lebih penting adalah teknologi tradisional. Mayoritas pekerjaan hanya memerlukan teknologi tradisional, untuk kerajinan kayu peralatan dengan teknologi modern hanya bor, alat potong, dan serut serta pisau dalam jumlah yang terbatas. Sedangkan untuk kerajinan renda 100% menggunakan teknologi tradisional, untuk kerajinan telor lukis teknologi modern yang dibutuhkan hanya alat melobangi telor, sementara untuk kerajinan emas dan perak teknologi modern hanya untuk membentuk dan mencairkan bahan baku.

Karena IKK di Kabupaten Gianyar lebih mementingkan peranan teknologi tradisional dibandingkan teknologi modern, mereka dapat melaksanakan seluruh proses produksi tanpa didukung oleh teknologi modern, dalam hal ini teknologi modern hanya berfungsi sebagai pendukung untuk mempercepat seluruh proses produksi pada bagian bagian tertentu saja, namun besar kegiatan lebih didominasi penggunaan teknologi tradisional.

Penggunaan teknologi tradisional secara dominan juga disebabkan oleh sifat pekerjaan IKK yakni proses *finishing*, yaitu hanya memberikan ukiran pada bahan baku yang telah siap dikerjakan yang diberikan oleh pihak pemesan, sedangkan dalam industri kerajinan peranan kemampuan non mesin, yakni daya cipta dan kreasi melalui sentuhan tangan sangat penting. Jenis pekerjaan IKK umumnya adalah proses finishing yang lebih dominan menggunakan tangan dengan bantuan teknologi tradisional. Kita menerima bahan baku yang sudah siap untuk diukir, dibentuk, dilukis, dirakit atau direnda. Seluruh proses pekerjaan akhir tersebut harus di-kerjakan dengan tangan menggunakan bantuan teknologi tradisional, sehingga peranan dan kebutuhan terhadap teknologi modern relatif kecil.

Barang seni juga memiliki karakteristik yang spesifik, yakni tidak mungkin diproduksi massal dengan menggunakan mesin, nilai barang seni justru sangat ditentukan oleh kemampuan sentuhan unsur seni yang terekspressi melalui tangan pekerja, maka sifat barang seni adalah nilai seni yang terkandung dalam produk, bukan jumlahnya. Barang seni tidak bisa diproduksi secara massal dengan menggunakan teknologi modern. Barang seni merupakan produk dengan sentuhan rasa yang mengalir sebagai ekspresi jiwa seseorang, untuk mengekspresikan seni tersebut setiap individu memiliki sentuhan yang berbeda, sehingga sangat sulit untuk ditiru. Karena itu karya seni tidak mungkin diproduksi massal dengan menggunakan teknologi modern.

Harga pasar barang kerajinan sangat ditentukan oleh unsur seni yang bersumber dari kearifan lokal yang menampilkan keunikan dan menjadi daya tarik bagi wisatawan mancanegara yang membedakan dengan produk negara lain. Harga produk seni dibandingkan dengan nilai bahan bakunya tiga kali harga bahan bakunya atau 75% berbanding 25%, artinya karya seni akan memiliki nilai yang tinggi karena sentuhan seninya yang dikerjakan secara tradisional.

Unsur seni yang bersumber dari kerifan lokal tidak mungkin ditiru oleh IKK dari negara lain, karena tidak mungkin ditiru dengan mesin. Unsur seni dengan teknologi tradisional tidak mungkin ditiru oleh pesaing dari negara lain. Seni yang bersumber dari tradisi dan budaya Bali tidak mungkin ditiru oleh negara lain, karena digerakkan oleh naluri seni yang sudah mengakar secara turun temurun, sentuhan seni tersebut merupakan unsur yang membedakan dengan produk negara lain sehingga memiliki daya tarik bagi wisatawan asing.

Keperluan terhadap teknologi modern dalam jumlah yang terbatas, seperti misalnya mengolah bahan dasar dapat dilakukan dengan menyewa, karena kegiatan usaha menyewakan peralatan cukup mudah dijumpai diwilayah Gianyar. Bila memerlukan peralatan dengan teknologi modern bisa menyewa ditempat yang menyewakan mesin-mesin tersebut. Sifat produksi IKK di Kabupaten Gianyar adalah spesifik untuk mengerjakan produk akhir dengan bahan baku yang sudah jadi, walaupun mereka memerlukan mesin-mesin dengan teknologi modern, mereka dapat menyewa secara mudah dan cepat, sehingga kebutuhan akan teknologi modern tidak terlalu penting.

BAB V.
TIGA SUB-SEKTOR UNGGULAN EKONOMIKREATIF
KABUPATEN GIANYAR

5.1 Sub-Sektor Seni Pertunjukan

Di Kabupaten Gianyar, industri kreatif kelompok seni pertunjukan meliputi kegiatan kreatif yang berkaitan dengan usaha pengembangan konten, produksi pertunjukan, pertunjukan regular, tarian tradisional, tarian modern, tarian kontemporer, drama, musik tradisional, musik teater, pembuatan kostum tari, tata panggung, dan tata pencahayaan.

Dalam perkembangannya, seni pertunjukan mempunyai makna yang sangat luas, dan penggunaan budi pikiran melalui ide untuk menghasilkan karya yang inovatif. Seni adalah sesuatu kegiatan yang demikian dirancang untuk mengubah bahan alami menjadi benda-benda yang berguna atau indah ataupun keduanya, dengan hasil campur tangan dan roh manusia yang teratur disebut karya seni. Seni berarti teknik, pertukangan, ketrampilan, dalam bahasa Yunani kuno sering disebut sebagai *techne*, arti demikian juga berlaku dalam budaya Indonesia kuno (Jakob Sumardjo: 2000; 24). Merancang seni pertunjukan menjadi nilai jual bukan hal yang gampang, namun memiliki banyak unsur-unsur yang perlu dikuasai oleh produser. Produser harus menyadari keberhasilan pengemasan seni pertunjukan tidak hanya bergantung pada kekuatan pribadi dan keyakinan pengalaman diri sendiri, yang paling penting adalah kekayaan latar belakang budaya yang diungkapkan.

Pemanfaatan seni budaya adalah merangsang pengamat untuk membayangkan gambaran objek. Gambaran yang melambangkan atau mengacu kepada kenyataan eksternal atau dapat berarti pula mengungkapkan ciri-ciri umum yang universal dari alam manusia. Dalam hal ini, mampu menghadirkan bentuk-bentuk ideal yang berada dibalik kenyataan alam semesta. Dari gambaran-gambaran yang diperoleh itu akan dapat menghasilkan konsep keindahan. Pada umumnya apa yang disebut indah itu dapat menimbulkan rasa senang, bahagia, rasa tenang, nyaman dalam jiwa. Bahkan, lebih jauh lagi dapat membuat kita terpaku disaat melihat sesuatu yang indah tersebut. Dengan demikian timbul pertanyaan, yaitu keindahan seperti apa yang dapat menyenangkan perasaan? Tentunya dalam hal ini adalah keterkaitan antara latar

belakang budaya dengan keindahan yang dimaksud. Apabila latar belakang budaya mampu memberikan kesadaran pribadi, kesadaran sosial, kesadaran tanggungjawab dalam ungkapan keindahan, maka akan memberikan rasa bahagia dan puas pada jiwa designer. Kebahagiaan dan kepuasan yang demikian dirasakan sebagai perasaan yang timbul dari nikmat keindahan. Kesamaran yang demikian ditemukan dalam istilah *becik* (bahasa Bali), yang artinya adalah, baik dalam perbuatan dan juga indah pada benda; sebagaimana Djelantik memandang yang indah itu dirasakan sama seperti yang baik (Djelantik, 1990:4). Pengetahuan tentang pengaturan atau komposisi seni budaya sesuai dengan kebutuhan latar dan produksi dalam seni pertunjukan.

Seni pertunjukan dalam ruang ekonomi kreatif yaitu tari dan theatre. Tari dikenal sebagai ekspresi jiwa manusia yang diubah oleh imajinasi dan diberi bentuk melalui media gerak, sehingga menjadi wujud gerak yang simbolis dan menjadi ungkapan si pencipta (Hawkins, 1990). Menurut perkembangannya, seni pertunjukan dapat dibagi menjadi beberapa *gendre* yaitu: (a) Tari tradisi atau tradisional merujuk pada tarian yang dipentaskan sebagai bagian dari tradisi setempat, dan terdiri dari tari ritual/klasik, tarian rakyat yang bentuknya beragan dan umumnya membawa identitas daerah; (b) Tari Kreasi atau garapan baru yang masih menggunakan ideom-ideom tari tradisi tetapi distilisasi oleh pencipta melalui motif-motif gerak baru yang menyesuaikan dengan kebutuhan koreografi; (c) Tari kontemporer, awalnya muncul sebagai eksperimental artistik yang bersifat ekspresi individualitas menjadi penanda utama. Eksperimen berpusat pada gerak, ruang, dan waktu baik dipentaskan di dalam maupun di luar gedung. Sedangkan teater tradisi merupakan bentuk seni pertunjukan tradisi seperti dramatari

a) Sanggar Seni Saba Sari

Sanggar seni Sabasari merupakan sanggar seni yang telah berdiri sejak tahun 1911, dibawah pimpinan I Gusti Bagus Jelantik. Sejak Tahun 1947 dialnjutkan oleh I Gusti Gde Raka yang menitik beratkan pada ppelestarian dan pengembangan Legong Keraton. I Gusti Gede Raka sebagai pimpinan Seke Gong Saba Sari yang berkedudukan di Puri Taman Saba, tidak hanya mengelola seke, tetapi juga mengembangkan Legong hampir keseluruh Bali, bahkan beliau diangkat sebagai Guru Tari Legong di Kokar sekarang SMK 3 Negeri Batubulan dan juga sebagai

pengajar tari Legong di ASTI Denpasar sejak tahun 1968 sampai tahun 2000.

Sekaa Gong Saba sari kemudian berubah menjadi Sanggar seni Sabasari dibawah pimpinan I Gusti Ngurah Serama Semadi, anak ke 6 dari I Gusti Gede Raka. Di bawah kepemimpinannya Sanggra Saba Sari berhasil merekonstruksi Legong Raja Cina dan sekarang sedang memproduksi Legong gadung Melati. Sebagai sebuah Sanggar yang tercatat secara resmi di Dinas Kebudayaan Kabupaten Gianyar, dengan nomor ijin No. 431/371 / Disbud Gianyar, 23 April 2014, Kepala Dinas Kebudayaan Gianyar; I Gusti Ngurah Wijana, MM., M.Pd.

Sanggar Saba dikelola sistem kekeluargaan tanpa menggunakan tata kelola layaknya sebuah usaha dengan menagemen yang terpola dan terstruktur sesuai dengan tuntutan ekonomi kreatif. Sebagai sebuah sanggar seni Sanggar Saba Sari telah berkiprah untuk menciptakan karya seni sejak tahun 1911, dengan fokus pada Legong Kraton sehingga, Legong Saba mampu menularkan gayanya sendiri yang dikenal dengan gaya Saba. Tahun 1980 Sanggar Sabasari telah berkiprah dalam bidang kreativitas inovatif, berkolaborasi dengan pihak asing antara lain, dengan Composer Prancis bernama George Apherdis yang menghasilkan garapan *Musik Bali Agung* dan juga dengan tokoh teater Prancis yaitu *Tri Le Cercle*, menghasilkan garapan teater *Faust et Rangda* tahun 1986.

Sebagai pimpinan Sanggar I Gusti Ngurah Serama Semadi disamping merekonstruksi Legong Raja Cina dan Gadung Melati, juga memproduksi bancangan yang dapat digunakan sebagai hiasan gelungan Legong dan tari lainnya. Pemesan bancangan sangat banyak, dikerjakan sendiri layaknya kerajinan rumah tangga (home industri), sehingga tidak dikelola dengan manajemen produksi dan pemasaran yang layak.

Legong yang menjadi cirri khas Sanggar Saba Sari, diproduksi untuk mengembangkan kasanah pelegongan dan juga untuk memelihara akar akar budaya Bali dalam bidang seni Legong Keraton. Usahnya ini adalah untuk mempertahankan pengakuan dari UNESCO bahwa Legong merupakan warisan budaya tak benda yang dianugerahkan kepada Bali. Disamping itu Legong juga dipentaskan untuk kepentingan wisata, dan digunakan untuk ngayah di Pura.



Gambar 2. Tempat latihan Sanggar Seni Saba Sari



Gambar 3. Legong stil Saba Sari

b) Sanggar Paripurna

Sanggar seni Paripurna Banjar Dana Bone Kelod, Blahbatuh Gianyar, merupakan sanggar seni yang didirikan pada tanggal 1 April 1990 oleh I Made Sidia, SSP., M. Sn. Sanggar Seni Paripurna ini merupakan rintisan I Made Sidia yang telah menyandang nama besar orang tuanya I Made Sija, yang telah terkenal sebagai seorang penari topeng dan juga sebagai seorang dalang. Sanggar seni Paripurna yang dirintis oleh I Made Sidia dan tercatat sebagai sebuah Sanggar dengan ijin no No.431/3949/Disbud/2018. Sanggar Seni Paripurna merupakan Sanggar yang cukup besar melibatkan banyak personal, sehingga permintaan untuk pementasan ditingkat lokal, nasional dan internasional selalu dapat dipenuhi. Sanggar Seni Paripurna mampu untuk

melaksanakan pementasan dari yang penarinya terbatas sampai pada menarinya ratusan (klosal).Sanggar seni Paripurna memproduksi beberapa karya seni seperti Bali Agung dalam bentuk teater bernuansa modern dengan Cerita Jaya Pangus dan Kang Cing Wie.

Sannnggar Seni Paripurna Banjar Dana Bona Kelod, Blahbatuh Gianyar dikelola dengan tata keloala yang cukup bagus dengan melibatkan beberapa personal yang bertugas dalam bidang-bidang tertentu: bidang tari, bidang konstum, bidang penabuh, dan juga petugas keuangan dibawah pengawasan I Made Sidia selaku pimpinan Sanggar. Dalam melakukan produksi karya seni, Sanggar seni Paripurna telah memperhitungkan biaya produksi, pemasaran dan personal yang harus dilibatkan, baik sebagai penari, penabuh, kostum maupun keuangan. Hasil produksinya tentang wayang listrik telah banyak di muat di Media Sosial. Wayang Listrik merupakan perpaduan antara nilai tradisi dengan perkembangan tehnologi modern dan belum kreasi baru.

Sanggar Seni Paripurna juga memproduksi karya-karya seni klosal yang dapat merespos alam fauna dan flora, sebagai sebuah produksi inovatif yang melibatkan hampir 180 sampai 200 penari. Produksi inovatif kontemporer ini tekah berhasil diguanan untuk mendukung kegiatan seni di Taman Safari, Jalan Prof Mantra Keramas Gianyar.

Sistem rekrutmen anggota sanggar dilakukan mulai dari pendaftaran dengan membayar uang pendaftarabn, kemudian diklasifikasi kemampuannya untuk diberikan pelatihan. Sanggar seni Paripurna merekrut anak-anak SD, SMP dan SMA, kemudian diajar menari dan dikelola dengan tata kelola yang bagus melibatkan pelatih tertentu, dibawah pengawasan langsung dari I Made Sidia. Setelah anak-anak itu bisa menari langsung direkrut sebagai penari dan diajak memproduksi karya seni dan diajak pentas bersama, sehingga dia juga mendapat hasil dari Sanggar tersebut. Dengan demikian Sanggar Seni Paripurna, merupakan tempat untuk melatih anak-anak, dan menjadikan mereka seniman, yang akhkirnya disalurkan untuk mendapatkan penghasilan.

Sanggar seni Paripurna, telah dikelola dengan manajemen yang cukup bagus dan telah melakukan perhitungan ekonomi, karena telah melibatkan bagian keuangan yang mengatur pengeluaran dan pemasukan. Hanya saja tidak dibukukan sesuai dengan pembukuan yang terautrur untuk dapat memperhitungkan rugi dan untungnya sebuah pemetasan,

dari perhitungan biaya penyusutan kostum, tenaga yang dikeluarkan, kesehatan pentas, dll. Hasil hanya dihitung pendapatan kotor dari pementasan, sehingga tidak pernah dihitung secara pasti antara biaya produksi dan hasil yang didapatkan, karena sekali produksi bisa pentas berkali-kali. Hasil produksi Sanggar seni Paripurna secara rutin dengan perjanjian kontrak, antara 150 juta sampai 200 juta per-mentas dengan melibatkan 180 sampai 200 orang personal dengan Taman Safari Jalan Prof Mantra Kuramas Gianyar. Berdasarkan pementasan itu secara tidak langsung Sanggar seni Paripurna telah dipromosikan berantai oleh para pengunjung dan media sosial. Promosi juga melalui dilakukan melalui pementasan pementasan dalam rangka mewakili kegiatan Pemerintah Daerah, fesitival seni tingkat lokal, nasional maupun ke luar negeri.

Sanggar Seni Paripurna Banjar Dana Bona Kelod Blahbatuh Gianyar telah menggunakan sistem tata kelola kesenian layaknya sebuah uasaha, karena telah ditata dengan managemen yang pasti karena mereka telah melakukan konmtrak kerja dengan Taman Safari. Sistem keuangannya sudah bagus, tetapi belum dapat dipisahkan secara jelas pembukuan yang menyangkut biaya produksi, biaya promosi dan perhitungan penyusutan alat-alat pentas.

Jumlah anggota sanggar baik pelatih maupun anak-anak yang dilatih, kurang lebih 600 orang (dari anak SD, SMP dan SMA). Lokasi Sanggar Paripurna seluas kurang lebih 1 hektar, tempat latihan, tempat pembuatan kostum tari (Pakian dan Property), Gamelan, Wayang, Gender Wayang, Kostum tari dan Property. Disamping itu juga ada modal keterampilan seni dan manajemen seni, keberanian dan kepercayaan masyarakat sebagai motivasi tinggi dalam perkembangannya. Pengguna produk adalah masyarakat, hotel, pemerintah, pentas luar negeri dan kontrak dengan Taman Safari. Pendapatan tetap adalah kontrak dengan Taman Safari yang melibatkan sekitar 180 penari, volume pentas 6 kali seminggu, dengan bayaran sekitar 150-200 juta.

c) Yayasan Balerung Manderu Srinertya Waditra

Bidang seni tari dari Yayasan Balerung Manderu Srinertya Waditra yang memberikan layanan berupa jasa. Pemilik Yayasan Balerung Manderu Srinertya Waditra adalah Ir. A.A Gede Oka Dalem, yang merupakan penggiat seni sebagai warisan orang tua di puri peliatan Ubud. Yayasan Balerung Manderu Srinertya Waditra berlokasi

Dusun/Banjar Teruna, Desa Peliatan, Kecamatan Ubud, Gianyar, Bali, tepatnya di Komplek Puri Guruh Sindang Paridesa, belakang Puri Peliatan Ubud. Narahubung dapat dihubungi melalui A.A Gede Oka Dalem dengan no telpon 081999444123, website resmi: @balerungbali.com, Fb. Balerung Stage Peliatan.

Balerung didirikan pada tahun 1999. Balerung merupakan sebuah wadah bagi masyarakat yang ingin anak-anaknya melahirkan bakat seni, terutama di bidang seni tari dan tabuh. Yayasan ini dibentuk oleh salah satu anak dari presiden pertama Indonesia yaitu Bapak Guruh Sukarno Putra, yang kemudian memberi kepercayaan kepada A.A Gede Oka Dalem untuk mengelolanya, dibawah kepemimpinannya, beliau berhasil memberikan nuansa baru dan mengembangkan seni tari tradisional khususnya tari legong gaya peliatan yang sudah mendunia keberadaannya. Selain itu beliau mencetak banyak talenta muda sebagai penerus dari tari legong dan tarian lainnya seperti modern, kontemporer, nusantara, dll melalui yayasan Balerung ini.

Balerung menjadi nama besar di kalangan masyarakat umum hingga kini, karena terus berinovasi dalam setiap perubahan jaman. Beliau tidak memungut biaya sepeserpun kepada murid-muridnya dalam pelatihan di Balerung. Yayasan ini mendapatkan hanya pada pementasan-pementasan regular di stage Balerung saja dengan membuat pertunjukan sendiri, mengundang para wisatawan dan wisatawan dapat menonton dengan menggunakan tiket yang di jual oleh penyelenggara pementasan. Produk yang dipentaskan /dikomersilkan adalah seni tari tradisional gaya peliatan (legong peliatan, puspa mekar, janger, dll). Selain itu Balerung terkadang menerima tawaran untuk pentas dari berbagai event besar, pertunjukan yang dipentaskan diantaranya tari modern, tari nusantara, tari janger inovatif, tari tradisional gaya peliatan, dan bahkan membuat karya baru sesuai dengan permintaan konsumen.

Balerung juga menekankan bahwa tujuan utama dari berdirinya yayasan ini sebagai pelestarian seni di masyarakat selain dari tujuan komersil, dengan jumlah tenaga kerja sebanyak 5 orang. Sumber tenaga kerja seluruhnya berasal dari keluarga, dan teman. Pusat pelatihan/pembinaan dan pertunjukan berada di dalam Yayasan itu sendiri dengan fasilitas lengkap, cermin, property, kostum dan stage/panggung sebagai sarana berlangsungnya pementasan. Pementasan di panggung balerung dilakukan setiap sekali seminggu, dengan pendapatan penjualan tiket pertunjukan kurang lebih Rp. 1.000.000 per

sekali pertunjukan. Pemilik Balerung mendapatkan modal melalui usaha sendiri dari karya yang dikomersilkan di berbagai event dan dibantu oleh adanya orang/masyarakat yang sadar dengan pelestarian budaya dengan menyumbangkan berupa bantuan uang dan barang. Balerung belum memiliki HKI.

Manajemen Balerung masih menggunakan sistem tenaga kerja sebanyak 5 orang yang ditugaskan sesuai dengan kebutuhan yayasan diantaranya sebagai office, petugas keamanan, team produksi, dan petugas kebersihan. Mekanisme pembuatan karya/garapan melalui observasi ke lapangan tentang ide yang akan dituangkan ke dalam garapan, kemudian produksi kostum sendiri oleh team produksi kemudian siap di tampilkan, dan atau mencari seniman yang ahli dibidangnya untuk diundang dan menuangkan ide dalam garapan untuk dipentaskan. Kini hambatan-hambatan yang dialami oleh Balerung adalah banyaknya persaingan pengisi acara-acara besar, dan menurunnya wisatawan yang berkunjung ke Bali akibat adanya berita tentang teroris di Indonesia kemarin.

d) Kerajinan Gong/Gamelan Sidha Karya

Pemilik Kerajinan Gong/Gamelan Sidha Karya adalah I Wayan Pager (Jro Mangku), Kerajinan Gong/Gamelan Sidha Karya berlokasi Banjar Babakan, Blahbatuh, Gianyar, Bali, tepatnya di Jalan Drupadi, No.90, Blahbatuh Gianyar. Narahubung dapat dihubungi melalui no telpon 0818345049/ Fax. (0361) 42798, E-mail: gongsidhakarya01@gmail.com. Adapun peta lokasinya sebagai berikut.

Kerajinan Gong/Gamelan Sidha Karya didirikan pada tahun 1960-an dimana pengrajin gamelan ini bahkan sudah ada pada jaman kerajaan yang ada di Blahbatuh, namun baru berdiri sendiri sebagai pusat pengrajin gamelan di tahun 60-an. Diwariskan turun temurun, hingga kini dilanjutkan oleh generasiya yaitu Bapak Mangku Pager. Keluarga pengrajin berawal berasal dari Klungkung, namun diminta oleh pihak kerajaan di Blahbatuh untuk membantu merawat gamelan yang ada di kerajaan saat itu, dan kemudian sampai para pengrajin menetap disana sampai kini melanjutkan usaha sebagai pengrajin gamelan di Blahbatuh, maka dari itu Blahbatuh dikenal dengan kerajinan gamelannya.

Sistem pengelolaan semua dikelola oleh Bapak Mangku pengerjaan dengan sistem borongan, dibantu dengan beberapa tenaga kerja yang dibagi menjadi beberapa orang sesuai dengan bidangnya masing-masing, diantaranya tukang prapen sebanyak 6 orang, tenaga

harian sebanyak 6 orang, tenaga pembuatan pelawah sebanyak 4 orang, dan tidak memungkinkan juga untuk memberi pekerjaan di luar tenaga kerja yang ada di dalam usahanya dengan sistem borongan. Jenis gamelan yang di produksi diantaranya gamelan gong kebyar yang harganya berkisaran Rp.300.000.000,-an, gamelan semarpegulingan harganya berkisaran Rp.200.000.000,-an, gamelan semarandana harganya berkisaran Rp.350.000.000,-an, gamelan gong gede harganya berkisaran Rp.700.000.000,-an, gamelan selonding harganya berkisaran Rp.60.000.000,-an, gamelan saron harganya berkisaran Rp.60.000.000,-an, gamelan angklung harganya berkisaran Rp.90.000.000,-an, seperangkat gamelan baleganjur harganya berkisaran Rp.80.000.000,-an, dan beberapa gamelan lainnya yang menggunakan bilah. Hingga kini aset yang dimiliki Kerajinan Gong/Gamelan Sidha Karya kurang lebih sekitar 1,5 Milyar dengan pendapatan kurang lebih Rp. 500.000.000/tahun. Namun tetap ada kendala yang dihadapi kini oleh Kerajinan Gong/Gamelan Sidha Karya yaitu pada tenaga kerja, dimana sangat disayangkan tenaga kerja muda kurang berminat bekerja di pengrajin gamelan ini.

Mekanisme pengerjaan setiap pemesanan digambarkan seperti berikut, pelanggan melihat-lihat ke tempat pengrajin, mulai ada pemesanan sesuai pesanan jenis gamelan, pembuatan nota tulis, pengrajin tidak mematok besar Dp yang diberikan pemesan khususnya untuk pemesan orang Bali, jika orang luar bali dikenakan Dp sebanak 30% harga gamelan, kemudian proses pembuatan gamelan selama 6 sampai 12 bulan tergantung jenis pemesanan, dan sesudah pengerjaan selesai lalu pelunasan sisa pembayaran. Gaji untuk tenaga kerja pengrajin diberikan atau dikalkulasikan setiap hari raya Galungan hanya saja di saat memberi borongan diberikan kasbon untuk pengerjaan awal. Kerajinan Gong/Gamelan Sidha Karya belum memiliki HAKI.

Tabel 7. Sub-Sektor Seni Pertunjukan

No.	Kecamatan	Sub-Sektor Seni Pertunjukan
1.	Gianyar	Drama Gong, Wayang Kulit, Wayang Calonarang
2.	Blahbatuh	Sanghyang Jaran, Cak, Lagong Saba, Arja Kramas.
3.	Sukawati	Wayang Kulit, Barong, Sanghyang Dedari, Topeng.
4.	Tampaksiring	Barong Blas-blasan, Topeng Sidakarya

5.	Tegalalang	Wayang Wong
6.	Ubud	Legong Peliatan
7.	Payangan	Parwa, Drama Gong

5.2 Sub-Sektor Kuliner

Kegiatan kreatif yang berkaitan dengan masak-memasak atau mengolah bahan baku yang dapat dijadikan makanan yang siap dikonsumsi dan menghadirkan nilai jual. Meski sedikit aneh, namun subsektor industri kreatif yang satu ini masuk ke dalam perhatian Kabupaten Gianyar. Terlebih dengan kontribusinya yang lebih tinggi dibandingkan dengan subsektor lainnya, kurang lebih 30 persen dari total pendapatan sektor pariwisata dan ekonomi kreatif. Meski begitu subsektor industri kreatif ini nyata memiliki kesulitan dalam pengurusan izin hingga pendampingan hukum dalam proses pendirian usaha. Sehingga Kabupaten Gianyar menjadikannya sebagai subsektor yang harus didampingi dengan menyediakan fasilitas seperti pelatihan bisnis, akses permodalan, pendampingan pendirian usaha hingga mempromosikan kuliner Gianyar yang memang sangat beraneka ragam.

Kabupaten Gianyar memiliki banyak makanan tradisional. Produk kuliner yang teridentifikasi adalah sebagai berikut: 1) Kecamatan Gianyar: babi guling, sate lilit, sate serapah, sate lungan, jajan gambir, dan klepon; 2) Kecamatan Sukawati: minuman jamur, pepes jamur; 3) Kecamatan Ubud: ayam/bebek betutu, jajan sagon, bebek crispy; 4) Kecamatan Blahbatuh: minuman jus lidah buaya dan kue pia Pulasari; 5) Kecamatan Tampaksiring: peyek; 6) Kecamatan Tegallalang: lawar bebek dan tuak manis; 7) Kecamatan Payangan: jajan buntilan dan nasi sela dengan pesan lindung.

Ada dua sektor kuliner yang berkembang di Kabupaten Gianyar yaitu *cooking class*, dan industri makanan serta minuman. Kegiatan *cooking class* pertama dilakukan pada tahun 1994 dan merupakan bagian dari kegiatan yang ditawarkan oleh restoran. *Cooking class* kemudian mulai diperkenalkan sebagai atraksi terpisah dari kegiatan restoran mulai tahun 2004, tetapi materinya belum semenarik masa kini. Sejak tahun 2010, pertumbuhan program *cooking class* di Ubud makin meningkat hingga sekarang. Turis yang memiliki minat dalam *cooking class* didominasi oleh wisatawan Eropa. Di dalam *cooking class* wisatawan dapat belajar tentang makanan lokal, serta menikmati makanan yang dibuat oleh wisatawan sendiri. *Cooking class* biasanya diadakan setiap

hari dari pukul 10.00 hingga 12.00 siang dan kini di Ubud ada 31 usaha *cooking class*. Gastro diplomacy adalah salah satu cara untuk memperkenalkan budaya melalui makanan Bali klasik dan unik. Cara efektif untuk meningkatkan kegiatan diplomasi gastro adalah berkomunikasi melalui makanan dengan informasi yang akurat tentang asal-usul makanan, cerita di balik keunikan makanan dan nilai-nilai budaya yang terkandung di dalamnya. *Cooking class* adalah salah satu cara yang dapat menghubungkan seseorang dengan budaya, begitu juga dapat peningkatan *soft skill* bidang kuliner (ilmu masakan) terutama menunya yang memang layak jual memiliki segmentasi pasarnya besar. Kegiatan ini sangat efektif untuk menciptakan bibit-bibit baru yang siap bersaing di dunia wirausaha.



Gambar 4. Sate Lilit.



Gambar 5. Be Tutut Ayam



Gambar 6. Babi guling



Gambar 7. Jajan Bendu



Gambar 8. Jajan Kelepon

Tabel 8. Sub-Sektor Kuliner

No.	Kecamatan	Sub-sektor Kuliner
1.	Gianyar	Babi guling, kelepon, ayam betutu, Sate lantuan, sate serapah, lawar marlin, jajan pasar, jajan gambar.
2.	Blahbatuh	Ayam panggang, kue pia pulasari, minum lidabuaya.
3.	Sukawati	Minuman jamur, pepesan jamur.
4.	Tampaksiring	Rempeyek kacang
5.	Tegalalang	Lawar bebek, tuak manis
6.	Ubud	Betutu bebek/ayam, jajan sagon, bebek renyah.
	Payangan	Jaja buntilan, nasi sela, pesan lindung.

5.3 Sub-Sektor Seni Kriya

Sentra-sentra kegiatan ekonomi kreatif yang berbasis industri kerajinan dan kegiatan budaya yang tersebar sesuai dengan potensinya seperti di Kecamatan Gianyar berkembang 98 industri antara lain: 1 kerajinan Cooking Glass, 2 makanan dan minuman, 25 kerajinan kayu, 10 kerajinan tekstil, 54 komunitas fotografer, 4 unit radio dan televisi; di Kecamatan Blahbatuh 48 industri antara lain: 1 Cooking glass, 2 makanan dan minuman, 10 kerajinan kayu, bambu dan rotan, 23 komunitas fotografer; di Kecamatan Sukawati 277 industri antara lain: 1 Cooking glass, 2 rumah makan/restaurant organic, 8 makanan dan minuman, 10 seni pertunjukkan, 136 kerajinan logam, 66 kerajinan kayu, bambu dan rotan, 6 kerajinan tekstil, 27 komunitas fotografer, 3 unit radio dan televisi; di Kecamatan Ubud 273 industri antara lain: 20 Cooking glass, 8 rumah makan/restaurant organic, 13 rumah makan./restaurant local, 2 makanan dan minuman, 43 seni pertunjukkan, 6 Kerajinan logam, 111 kerajinan kayu, bambu dan rotan, 7 kerajinan tekstil, 27 komunitas fotografer, Kecamatan Tegalalang 56 industri antara lain: 3 Cooking glass, 1 rumah makan/restaurant organic, 2 rumah makan/restaurant local, 1 kerajinan logam, 36 kerajinan kayu, bambu dan rotan, 1 kerajinan tekstil, 10 komunitas fotografer; Kecamatan Tampak Siring 34 Industri antara lain: 3 Cooking glass, 1 kerajinan logam, 18 kerajinan kayu, bambu dan rotan, 1 kerajinan tekstil, 8 komunitas fotografer; Kecamatan Payangan 22 industri antara lain: 1 Cooking glass, 8 kerajinan kayu, bambu dan rotan, 1 kerajinan tekstil, 10 komunitas fotografer.

Atas dasar fakta tersebut sungguh suatu potensi yang luar biasa untuk dikelola menjadi aset pertumbuhan ekonomi kreatif kabupaten Gianyar, bahkan produk industri kerajinan kayu dan logam telah merambah pasar internasional. Dari sisi geografis Kabupaten Gianyar menempati Bali bagian selatan sebagai jalur lintas antara Bali Barat dengan Bali Timur sehingga memiliki posisi yang sangat strategis. Kemudian objek wisata dengan situs-situs peninggalan sejarah kepurbakalaannya sangat potensial bagi pengembangan kegiatan ekonomi kreatif di samping keindahan objek lingkungan alamnya yang memanjakan mata pengunjung.



Gambar 9. Barong Ket hasil pengerajin kriya dari Desa Puaya, Sukawati



Gambar 10. Berbagai jenis barong hasil pengerajin kriya dari Desa Puaya, Sukawati



Gambar 11. Gelungan Jauk hasil pengerajin kriya dari Desa Puaya, Sukawati



Gambar 12. Topeng Rangda hasil pengerajin kriya dari Desa Puaya, Sukawati

Tabel 9. Sub-Sektor Kriya

No.	Kecamatan	Sub-sektor Ekonomi Kriya
1.	Gianyar	Seni ukir kayu bangunan tradisional, tenun ikat endek.
2.	Blahbatuh	Kerajinan furnitur bambu, kerajinan anyaman lontar, perajinan gong.
3.	Sukawati	Ukiran patung batu padas, ukiran kayu bangunan tradisional, topeng, logam (emas dan perak). Layangan.
4.	Tampaksiring	Kerajinan tulang dan tanduk, ukiran batok kelapa, souvenir kayu.
5.	Tegalalang	Kerajinan kayu (patung garuda), patung akar kayu, pop art.
6.	Ubud	Seni lukis, patung beton dan kayu, pandil.
7.	Payangan	Kerajinan kricingan bambu, pindekan, seni ukir bangunan tradisional.

BAB VI PENUTUP

6.1 Simpulan

Kebudayaan Kabupaten Gianyar pada hakikatnya dilandasi oleh nilai-nilai yang bersumber pada ajaran agama Hindu. Masyarakat Kabupaten Gianyar mengakui adanya perbedaaan (*rwa bhineda*), yang sering ditentukan oleh relativitas tempat (*desa*), relativitas waktu (*kala*) dan relativitas situasi (*patra*). Konsep *desa*, *kala*, dan *patra* menyebabkan kebudayaan Kabupaten Gianyar bersifat fleksibel dan selektif dalam menerima dan mengadopsi pengaruh kebudayaan luar. Hal ini memiliki peran yang berupa nilai, perilaku atau ekspresi dan bentuk-bentuk hasil karya. Budaya nilai memberikan sistem pengetahuan, budaya perilaku memberi semesta pengalaman nyata, dan budaya karya memberikan warisan budaya (*heritage*) kepada pewarisannya. Esensi dari upacara adat yang memiliki beberapa peran dan fungsi, yakni ritus komunikasi (*Tri Hita Karana*), perekat sosial, penguhan atas nilai-nilai tradisi, wahana ekspresi kolektif dan wahana pengembangan nilai-nilai budaya Kabupaten Gianyar dalam mendukung industri kreatif/industri pariwisata.

Beberapa hal yang menjadi karakteristik ekonomi kreatif Kabupaten Gianyar yaitu: a) Kolaborasi antar berbagai actor yang berperan dalam industri kreatif yakni cendikiawan, kaum intelektual dunia usaha, dan pemerintah yang merupakan syarat mendasar; b) Berbasis pada ide atau gagasan; c) Pengembangan tidak terbatas dalam berbagai bidang usaha; d) Konsep yang dibangun bersifat relative; Adanya elemen utama seperti kreativitas, keahlian, dan bakat yang memiliki nilai jual melalui penawaran kreasi intelektual. e) Produk yang dihasilkan (barang dan jasa) memiliki siklus hidup pendek, margin tinggi, beragam, persaingan tinggi, dan dapat direplikasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Andi M. Akhmar dan Syarifuddin. 2007, *Mengungkap Kearifan Lingkungan Sulawesi Selatan*. Makasar: PPLH Regional Sulawesi, Maluku dan Papua, Kementerian Negara Lingkungan Hidup RI dan Masagena Press
- Arjana, I Gusti Bagus. 2016, *Geografi Pariwisata dan Ekonomi Kreatif*, Jakarta: Rajawali Pers.
- Ardika, I Wayan & Darma Putra. (2004). *Politik Kebudayaan dan Identitas Etnik*. Fakultas Sastra Universitas Udayana: Balimangsi press.
- Astra, I Gde Semadi. (2004). *Politik Kebudayaan dan Identitas Etnik: Revitalisasi kearifan Lokal dalam memperkokoh Jati Diri Bangsa*. Yogyakarta: PT. Rejeki.
- Bourdieu, Pierre. (2010). *Arena Produksi Kultural: Sebuah Kajian Sosiologi Budaya*. Bantul Yogyakarta: Kreasi Wacana Offset.
- Bourdieu, Pierre. (2011). *Choses Dites: Uraian dan Pemikiran*. Bantul Yogyakarta: Kreasi Wacana Offset.
- Brahmantlyo, Budi. (2 Oktober 2008). Memposisikan pariwisata dalam wacana industri kreatif. Diunduh 22 September 2011, dari <http://blog.fitb.ac.id/BBrahmantlyo/?p=801>
- Depdiknas, (2010). *Peran SMK dalam mencetak Teknisi Unggul dan Berkemampuan Menciptakan lapangan Kerja*. Surabaya: Unesa.
- Depdiknas. (2002). *Memiliki dan melaksanakan kreativitas inovasi dan jiwa kewirausahaan*. Jakarta: Depdiknas.
- Depdiknas. (2005) *Peraturan Pemerintah RI Nomor 19, Tahun 2005, tentang Standar Nasional pendidikan*.
- Dharmawijaya Mantra, I. B. Rai (11 Juli 2011). Denpasar: Kota Kreatif Berbasis Budaya Unggul. Diunduh pada tanggal 22 September 2011, dari <http://www.indonesiakreatif.net/index.php/id/news/read/denpasar-kota-kreatif-berbasis-budaya-unggul>.
- Djelantik, A.A. Made. (1990), *Pengantar Dasar Ilmu Estetika Jilid I*, Denpasar: Sekolah Tinggi Seni Indonesia Denpasar.
- Djohar. (2006). *Pembangunan Pendidikan Nasional Menyongsong Masa Depan*. Yogyakarta: CV. Grafika Indah

- George Ritzer, Douglas J. Goodman. (2011). *Teori Sosiologi Modern*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- Irwan Abdullah, Ibnu Mujib, & M. Iqbal Ahnaf. (2008). *Agama dan kearifan Lokal dalam tantangan global*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar offset.
- Irwan Abdullah. (2010). *Konstruksi dan Reproduksi Kebudayaan*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar offset.
- Mitchell, Bruce M., Stueckle, Arnold F., & Wilkens, Robert F., (1983). *Planning Creative Learning*: Third Edition. Eastern Washington University: Kendall/Hunt Publishing Company
- Nindhia Pemayun, Tjokorda Udiana. (22 Juli 2010). “Pendidikan Karakter bangsa dalam Menumbuhkan Industri Kreatif”, dalam *Seminar Akademik dalam Rangka Dies Natalis ISI Denpasar*, di Institut Seni Indonesia Denpasar, Denpasar.
- Pangestu, Mari Eka. (4-8 Juni 2008). *Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia 2025*, Hasil Konvensi Pengembangan Ekonomi Kreatif 2009-2015 yang diselenggarakan pada Pekan Produk Budaya Indonesia 2008 JCC: Jakarta.
- Reni Akbar-Hawadi, R., R. Sihadi Darmo Wihardjo, dan Mardi Wiyono. (2001). *Kreativitas*, Jakarta: PT. Grasindo
- Simatopang, Togar M (2007). *Ekonomi Kreatif*. Diambil tanggal 29 Juli 2010 dari: <http://www.slidershare.net/togar/creative-economy-155476>
- Slamet PH. (2008). *Desentralisasi Pendidikan Indonesia*. Jakarta: Departemen Pendidikan Nasional
- Soehadha, Moh. (6 Agustus 2011). *Belaja Kultur China: Mereaktualisasi Etos kerja Muslim*. Kedaulatan Rakyat.
- Sumardjo, Jakob. (2000), *Filsafat Seni*, Bandung: Institut Teknologi Bandung.
- Suryadarma, IGP. (2011). *Busana Alam dan Busana Kehidupan: Dialog Sains Secara Sambung Budaya*, PT. Mabhakti, Denpasar.
- Takwin, Bagus. (2003). *Akar-Akar Ideologi*. Yogyakarta: Jalasutra
- Tilaar, H.A.R. (2002). *Perubahan Sosial dan pendidikan, Pengantar Pedagogik Transformatif untuk Indonesia*. Jakarta: PT. Gramedia.
- Timpe, A Dale, (2002). *Seri Manajemen Sumber Daya Manusia Kreativitas*. Terjemahan Sofyan Cikmat. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo

- Wiana, IK, (20 Juli 2009). Membenahi motivasi kerja. Diunduh 2 Juni 2010, dari http://www.iloveblue.com/bali_gaul_funky/artikel_bali/detail/2820.htm.
- Munandar, Utami. (2009). *Pengembangan Kreativitas Anak Berbakat*, PT. Rineka Cipta, Jakarta.
- Beetlestone, Florence, (2011). *Creative Learning: Strategi Pembelajaran untuk melesatkan kreatifitas Siswa*. Terjemahan Narulita Yusron. Bandung: Nusa Media
- Santoso, Soegeng. (2004). *Pendidikan Indonesia Masa Depan*, Proseding dari Lustrum Universitas Negeri Jakarta, UNJ Press, Jakarta.
- Mitchell, B.M., Stueckle, A.F., Wilkens, R.F., (1983). *Planning For Creative Learning*. USA: Kendall/Hunt Publishing Company.
- Bloomberg, M., (1973). *Creativity: Theory and Research*. USA: College & University Press.
- Kuntoro, Sodik A.. (Oktober 2011). “Pendidikan dalam kehidupan dan untuk perbaikan kehidupan”, dalam *Seminar Nasional Prodi Ilmu Pendidikan S3 Program Pascasarjana Universitas Negeri Yogyakarta*, di Universitas Negeri Yogyakarta, Yogyakarta.
- DepDag-RI (2009). *Penguatan Kemitraan Indonesia-UE: Menuju Perjanjian Kemitraan Ekonomi Komprehensif (CEPA)*.
- Aziz, Rahmat, (2009). Karakteristik pribadi kreatif dan kemampuan menulis kreatif. *Indonesian Psychological Journal*, Vol. 24, No. 2, 116-123.
- Purwanto, (2008). Kreativitas Berpikir Menurut Guilford. *Jurnal Pendidikan dan kebudayaan*, No. 074, Tahun Ke-14.
- Zhang, Hongman; Wang, Jing; Liu, Di., (2011). Experiences of creative industries development in developed countries and Enlightenments [Versi elektronik], *Journal Social sciences: Comprehensive Works*, 237-240.
- Fleming, Rachel C., (2009). Creative economic development, sustainability, and exclusion in rural areas. *Geographical review* pg 61.

LAMPIRAN

Tabel 10. Gambaran Industri Kecil Menengah Kabupaten Gianyar

No	Jenis Komoditi	Jumlah Unit Usaha	Tenaga Kerja (orang)	Nilai Investasi	Nilai Produksi	Nilai BB/BP
1	Industri Makanan dan Minuman	30	843	23.211.70726	996.43510	334.637
2	Industri Kerajinan Kayu	370	6.901	114.338.797	230.618.134	85.609.665
3	Industri Tekstil, Tenun dan Sejenisnya	65	1.406	16.920.376	23.136.531	10.104.420
4	Industri Anyamanan Bambu, Rotan dan Sejenisnya	18	258	2.324.152	4.236.500	1.283.200
5	Industri Kerajinan dari Batu dan Bahan dari Semen	21	401	826.708.063	273.482.11	118.702.500
6	Industri Kerajinan Batu Bata dan Bahan dari Tanah Liat	5	109	1.805.554	1.739.100	232.000
7	Industri Kosmetik, Obat dan Obat - Obatan Tradisional	14	320	211.971.924	18.056.598	17.885.762
8	Industri Kerajinan dari Logam dan sejenisnya	8	362	833.947	3.241.000	359.500
9	Industri Percetakan	8	66	1.472.689	3.687.538	1.377.500
10	Industri Perhiasan dan sejenisnya	181	2.400	34.418.918	1.200.138.450	507.831.813
11	Industri	7	46	550.400	1.666.600	554.750

	Kerajinan Kulit dan Karet					
12	Industri Kerajinan Musik Tradisional	3	152	2.036.188	16.013.000	7.523.000
13	Industri Kerajinan Lukisan	20	181	1.056.993	5.705.000	1.038.725
14	Industri Kerajinan Kaca	3	45	528.917	926.913	193.456
15	Industri Lainnya	30	509	5.380.219	11.270.700	4.630.750
		783	13.999	1.243.558.844	1.820.914.614	767.661.677

(Sumber: Model Pengembangan Industri Kecil Menengah Berbasis One Village One Product Di Kabupaten Gianyar)

Tabel 11. Gambaran Industri Kecil Menengah Kabupaten Gianyar

No	Kecamatan	Jumlah Unit Usaha	Kerja (Orang)	Nilai Investasi (Rp000)	Nilai Produksi (Rp.000)	Nilai BB/BP (Rp.000)
1	Gianyar	86	1.230	17.649.072	45.899.461	9.788.600
2	Blahbatuh	74	1.498	848.317.167	1.356038.816	573.959.327
3	Sukawati	318	5.072	312.240.221	1.356038.816	573.959.327
4	Tampaksiring	41	837	2.841.830	23.163.000	3.882.000
5	Tegallalang	50	703	7.764.192	22.502.500	4.378.600
6	Ubud	201	4.510	53.40.166	63.304.486	26.218.793
7	Payangan	13	149	1.342.195	3.492.500	1.978.250
		783	13.999	1.243.558.844	1.820.914.614	767.661.677

(Sumber: Model Pengembangan Industri Kecil Menengah Berbasis One Village One Product Di Kabupaten Gianyar)

Tabel 12. Produk Unggulan Kecamatan Kabupaten Gianyar

No	Kecamatan	Produk Unggulan
1	Gianyar	1. Seni ukir kayu bangunan Bali 2. Aneka makanan dan jajan khas Bali 3. Kuliner Bali (babi guling dan betutu) 4. Padi 5. Sapi
2	Blahbatuh	1. Kerajinan furniture bambu 2. Kerajinan anyaman lontar 3. Kerajinan gamelan gong bali 4. Tambak udang 5. Bangunan tembok stil bali
3	Sukawati	1. Ukiran kayu stil bali 2. Ukiran patung batu padas 3. Kerajinan perhiasan emas dan perak 4. Kerajinan seni lukis khas batuan 5. kerajinan tekstil (kain prada
4	Tampaksiring	1. Kerajinan souvenir kayu, 2. Kerajinan tulang dan tanduk 3. Kerajinan berbahan batok kelapa 4. Kerajinan bangunan tembok stil bali 5. Sapi.
5	Tegallalang	1. Kerajinan patung garuda, 2. Kerajinan patung akar kayu primitif; 3. Kerajinan Batu Padas 4. Padi.
6	Ubud	1. Seni lukis gaya ubud 2. Kerajinan patung kayu (kuda, dolpin dan lainnya); 3. Kuliner babi guling 4. Kuliner betutu ayam
7	Payangan	1. Ternak sapi 2. Babi 3. Budidaya bambu tabah (rebung tabah) 4. Kerajinan kayu jerapah 5. Kerajinan Batok kelapa 6. Alat upacara berbahan fiber 7. Seni lukis

(Sumber: Model Pengembangan Industri Kecil Menengah Berbasis One Village One Product Di Kabupaten Gianyar)

GLOSARIUM

abad	: masa seratus tahun
ability	: bakat
adat	: kebiasaan
adat-istiadat	: tata kelakuan secara turun-temurun
advertising	: periklanan
agraris	: mengenai pertanian
aksesoris	: barang tambahan
analisis	: penyelidikan
animasi	: semangat
anom	: muda
aplikasi	: penerapan
architecture	: desain bangunan
arkeologi	: ilmu tentang kehidupan dan kebudayaan kuno
art	: seni
asing	: tidak biasa
atraksi	: pertunjukan
artefax	: benda-benda sederhana
audiovisual	: alat peraga
badung	: nama salah satu kabupaten di bali
bale	: tempat duduk atau tidur dari bamboo atau kayu
balerung	: pendapa besar tempat raja dihadap rakyatnya.
bali zoo park	: kebun binatang bali
bancangan	: tangkai bunga dari kawat berbentuk kerucut
bappeda	: badan pengembangan pembangunan daerah
barong	: tiruan wujud binatang
basis	: asas atau dasar
batubulan	: nama desa di kabupaten Gianyar bagian barat
batu	: pura suci
bekraf	: badan ekonomi kreatif
bedulu	: kota kerajaan Bali abad XIV
beng	: nama desa terletak di sebelah utara kota Gianyar
betutu	: daging ayam berisi bumbu lalu direbus
beyond	: alam baka
bhagawadgita	: kitab suci
bona	: nama sebuah desa pengerajin lontar

botol	: beling
blahbatuh	: nama sebuah desa di ganyar
brahma	: dewa pencipta alam semesta
braya	: kerabat
budaya	: akal budi
bupati	: kepala daerah kabupaten
calculation	: perhitungan
campuhan	: pertemuan anak sungai disuatu tempat
cangkir	: tempat air yang bentuknya agak kecil
cavital	: modal
check	: tanda penerima
city	: kota
cold-blooded	: kejam
cooking	: masakan
conference	: pertemuan
countent	: kadar
concept	: rancangan
council	: dewan
creation	: penciptaan
creative	: mencipta
craft	: kerajinan
creativity	: daya cipta
cucukan	: nama sebuah desa di kabupaten ganyar
culinary	: yang berhubungan dengan masakan

ISBN

