

## ANALISIS DESTINASI KOMPETITIF KLUSTER KERAJINAN KAJIGELEM BANTUL

Sigit Haryono, Ratna Rostika, Tri Wahyuningsih

### Abstract

*Inherited resources, created resources, supporting resources, demand conditions, destination management and situational conditions are all factors that shape Competitive Destinations. High competitive destinations will increase the competitiveness that led to the prosperity of society. Inherited resources craft clusters Kajigelem face the challenges of the availability of quality raw materials. The availability of adequate infrastructure is important to improve the competitiveness of this cluster. While demand conditions are seen from awareness, perception and preference have high competitiveness, particularly for products Kasongan. However, efforts need to be strengthened for other craft industries. Therefore we need a good destination management, in the form of government intervention to provide training according to the needs of the craftsman, and the provision of facilities in the form of events and various facilities to improve the performance of SMEs in the midst of a relatively stable situational conditions.*

### Abstraksi

Sumberdaya asal, sumberdaya buatan, sumberdaya pendukung, kondisi permintaan, manajemen destinasi, dan kondisi situasional merupakan faktor-faktor yang membentuk Destinasi Kompetitif. Destinasi kompetitif yang tinggi akan meningkatkan daya saing yang berujung pada kemakmuran masyarakat. Sumberdaya asal kluster kerajinan Kajigelem menghadapi tantangan ketersediaan bahan baku yang berkualitas. Ketersediaan infrastruktur yang memadai mampu meningkatkan daya saing kluster ini. Sementara kondisi permintaan yang dilihat dari *awareness, perception* dan *preference* memiliki daya saing yang tinggi, khususnya untuk produk Kasongan. Namun demikian perlu usaha yang keras untuk industri kerajinan yang lain. Oleh karena itu diperlukan manajemen destinasi yang baik, berupa campur tangan pemerintah untuk memberikan pelatihan yang sesuai dengan kebutuhan para perajin, dan penyediaan fasilitas berupa *event* dan berbagai kemudahan untuk meningkatkan kinerja UKM tersebut di tengah kondisi situasional yang relatif stabil.

### Pendahuluan

Pada masa kini perkembangan pariwisata tidak hanya mengandalkan keunikan dan keindahan budaya serta keindahan alam saja tetapi juga tergantung pada industri yang mendukung. Industri yang mendukung sektor pariwisata ini salah satunya adalah industri kerajinan. Industri kerajinan mendukung sektor pariwisata karena industri ini yang mensuplai cinderamata atau souvenir yang akan dibawa pulang oleh para wisatawan.

Salah satu industri kerajinan yang berkembang adalah industri kerajinan yang ada di Kabupaten Bantul. Bantul merupakan salah satu daerah di Indonesia yang menjadi percontohan bagi tumbuhnya industri kreatif. Perkembangan industri kreatif di daerah ini tumbuh pesat seiring dengan pesatnya pertumbuhan pariwisata di daerah ini. Tabel 1 menunjukkan perkembangan pariwisata di Kabupaten Bantul.

Berdasarkan Tabel 1 tersebut diketahui bahwa jumlah kunjungan wisatawan semakin banyak dari tahun ke tahun. Data tahun 2008 jumlah kunjungan wisatawan adalah sebesar 1.311.009 orang, dengan kontribusi ke Pendapatan Asli Daerah (PAD) adalah sebesar 2 milyar lebih. Pada tahun berikutnya yaitu 2009 jumlah kunjungan wisatawan sebesar 1.439.260 dengan kontribusi ke PAD sebanyak dua kali lipat dibanding tahun sebelumnya. Data terakhir tahun 2013 menunjukkan bahwa jumlah kunjungan wisatawan ke Kabupaten

Bantul adalah sebanyak 2.153.404 dengan kenaikan kontribusi ke PAD sebanyak 450% dibanding lima tahun sebelumnya (2008).

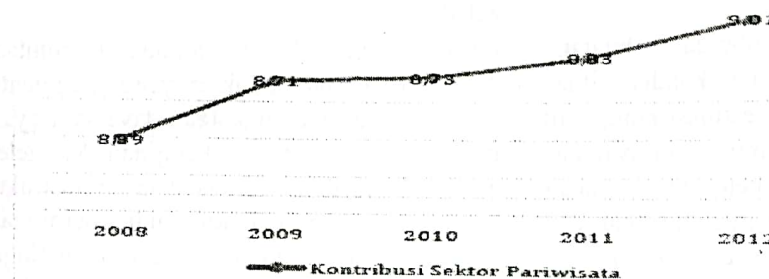
Tabel 1: Jumlah Kunjungan Wisatawan dan Kontribusi PAD

Tahun	Jumlah Wisatawan (Orang)	Jumlah PAD (Rp.)
2008	1.311.009	2.144.605.950,00
2009	1.439.260	4.361.159.125,00
2010	1.496.626	4.596.019.826,00
2011	1.740.417	5.289.407.718,00
2012	2.356.578	8.640.795.116,00
2013	2.153.404	9.120.764.368,00

Sumber: Dinas Kebudayaan dan Pariwisata, 2014

LAKIP Kabupaten Bantul, 2013

Kenaikan jumlah wisatawan yang jelas berimbas pada Pendapatan Asli Daerah (PAD) akan mempengaruhi Pendapatan Domestik Regional Bruto (PDRB). Kontribusi sektor pariwisata terhadap PDRB dapat dijelaskan melalui Gambar 1 berikut:



Gambar 1: Kontribusi Sektor Pariwisata terhadap PDRB

Sumber: LAKIP Kabupaten Bantul 2013.

Berdasarkan Gambar 1 terlihat jelas bahwa sektor pariwisata memberikan kontribusi kepada PDRB yang jumlahnya terus meningkat dari tahun ke tahun. Pada tahun 2008 sektor pariwisata memberikan kontribusi ke PDRB sebanyak 8,05%. Data terakhir pada tahun 2012 sektor pariwisata memberikan kontribusi ke PDRB sebesar 9,01.

Kenaikan jumlah wisatawan yang berakibat pada peningkatan PAD membawa efek pada pertumbuhan industri pendukung. Kerajinan tangan sebagai industri pendukung sektor pariwisata tidak dapat dielakkan juga menikmati pertumbuhan yang tinggi ini. Bantul sebagai salah satu Kabupaten yang berhasil menggiatkan Usaha Kecil Menengah (UKM) Kerajinan tidak tinggal diam untuk memanfaatkan momentum ini dengan membuat suatu kebijakan *One Product One Village* (OVOP). Pembentukan klaster kerajinan ini bertujuan agar tiap klasternya memiliki daya saing yang tinggi. Dengan memiliki daya saing maka industri ini akan mampu memberikan kontribusi yang tinggi pada PAD.

UKM Kerajinan Kabupaten Bantul telah membuktikan keberhasilannya dengan tidak hanya menjadi *supporting industry* bagi sektor pariwisata tetapi juga mampu memberikan kontribusi sebesar 80% dari ekspor UKM Daerah Istimewa Yogyakarta (Agrofarm, 2014). Namun demikian, meskipun memberikan kontribusi yang sangat besar bagi ekspor kerajinan DIY industri ini masih lemah dalam persaingan global. Tantangan UKM kerajinan ini adalah

lemahnya inovasi dan pemasaran. Pada industri kreatif, inovasi menjadi menjadi kata kunci yang mutlak untuk memiliki daya saing. Inovasi produk yang lemah akan berakibat pada pemasaran yang kurang maksimal. Selera dan preferensi pelanggan yang selalu berubah mengikuti jaman mutlak diperlakukan inovasi sebagai solusi.

Teori Destinasi Kompetitif yang dikemukakan oleh Ritchie and Crouch (2003) serta Dwyer and Kim (2003) menyatakan bahwa daya saing akan terbentuk melalui sumberdaya asal, sumberdaya buatan, sumberdaya pendukung, kondisi permintaan, manajemen destinasi, strategi persaingan, dan globalisasi. Destinasi Kompetitif Kajigelem yang merupakan klaster kerajinan yang berlokasi di Kasongan, Jipangan, Gendeng, dan Lemahdadi berarti meliputi identifikasi terhadap faktor-faktor tersebut untuk melihat daya saing klaster tersebut.

### Tinjauan Pustaka

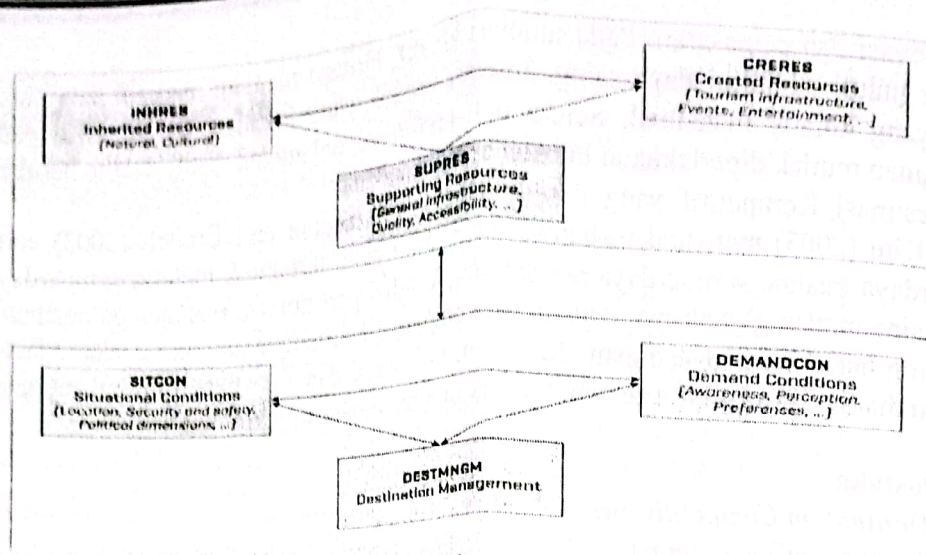
#### Pengertian *Destination Competitiveness* (Destinasi Kompetitif)

Ada beberapa definisi tentang destinasi kompetitif. Crouch and Ritchie (1999) mendefinisikan destinasi kompetitif dengan pendekatan ekonomi kemakmuran. Pendekatan ini secara khusus berlaku untuk destinasi kompetitif tingkat nasional. Hal ini dianggap wajar untuk memeriksa destinasi kompetitif yang berfokus pada ekonomi kemakmuran, karena bangsa-bangsa yang menjadi pemain di pasar pariwisata internasional bertujuan mendorong kesejahteraan ekonomi penduduk, serta kesempatan untuk mempromosikan negara sebagai tempat untuk hidup, perdagangan, berinvestasi, melakukan bisnis dan sebagainya (Dwyer & Kim, 2003).

Hassan (2000) mendefinisikan destinasi kompetitif sebagai kemampuan untuk menciptakan dan mengintegrasikan nilai tambah produk dengan tetap menjaga posisi pasar relatif terhadap kompetitor. Dwyer dan Kim (2003) mengusulkan bahwa destinasi kompetitif adalah kemampuan suatu destinasi untuk memberikan barang-barang dan jasa yang lebih baik dibanding destinasi lain (Dwyer & Kim, 2003). Sedangkan Ritchie and Crouch menyatakan destinasi kompetitif adalah kemampuan satu negara untuk menciptakan nilai tambah dan dengan demikian meningkatkan kekayaan nasional dengan mengelola aset dan proses, daya tarik, agresivitas dan kedekatan dan dengan mengintegrasikan hubungan ini dalam model ekonomi dan sosial yang memperhitungkan modal alam tujuan dan pelestariannya untuk generasi mendatang (Ritchie, Crouch, 2003).

#### Model *Destination Competitiveness* (Destinasi Kompetitif)

Model destinasi kompetitif dikemukakan oleh Dwyer and Kim (2003). Dwyer mengemukakan bahwa destinasi kompetitif terbentuk oleh enam faktor yaitu sumberdaya asal, sumberdaya buatan, sumberdaya pendukung, kondisi permintaan, manajemen destinasi, dan kondisi permintaan. Gambar 2 merupakan Model Destinasi Kompetitif yang dikembangkan oleh Dwyer and Kim (2003).



Gambar 2: Model *Destination Competitiveness*

Sumberdaya asal adalah sumberdaya alami dalam destinasi wisata seperti keadaan alam dan budaya (Crouch and Ritchie (2003), Dwyer and Kim (2003), Kim (2012)). Sumberdaya buatan adalah sumberdaya yang dibuat oleh manusia dengan sengaja (infrastruktur, tempat belanja, festival, event) (Crouch and Ritchie (2003), Dwyer and Kim (2003), Kim (2012)). Sumberdaya pendukung adalah sumberdaya yang melengkapi industri utama (Crouch and Ritchie (2003), Dwyer and Kim (2003), Kim (2012)). Manajemen destinasi adalah pengelolaan untuk meningkatkan daya tarik sumberdaya, efektivitas dan kualitas klaster, meningkatkan kemampuan beradaptasi, dan kemampuan menghadapi persaingan (Crouch and Ritchie (2003), Dwyer and Kim (2003), Kim (2012)). Faktor permintaan adalah permintaan pasar terhadap barang dan jasa yang ditawarkan (Crouch and Ritchie (2003), Dwyer and Kim (2003), Kim (2012)). Kondisi situasional adalah lokasi, keamanan, lingkungan makro dan mikro, serta persaingan harga (Omerzel-Gomezelj and Mihalic, 2008).

### Metode Penelitian

Populasi penelitian ini adalah para perajin yang ada di Kasongan, Jipangan, Gendeng, dan Lemahdadi (Kajigelem) Kabupaten Bantul. Teknik sampling dilakukan dengan purposive sampling. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui *Focus Group Discussion* (FGD) kepada para perajin. Teknik FGD ini dilakukan dengan alasan bahwa masalah yang diteliti ini tidak dapat dipahami dengan metode survei, selain itu FGD dilakukan adalah untuk memperoleh data kualitatif yang bermutu dalam waktu yang relatif singkat, dan FGD merupakan metode yang cocok bagi pemasalahan yang bersifat lokal dan spesifik dan melibatkan masyarakat setempat.

Analisis data dilakukan dengan metode deskriptif yaitu analisis yang bertujuan untuk menggambarkan kluster kerajinan Kajigelem Kabupaten Bantul dengan pendekatan destinasi kompetitif yang meliputi kondisi-kondisi sumberdaya asal, sumberdaya buatan, sumberdaya pendukung, kondisi permintaan, manajemen destinasi, dan kondisi situasional.

### Temuan Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian terhadap kluster keajinan Kajigelem Bantul maka dapat dieoleh data berkaitan dengan Destinasi Kompetitif yang meliputi faktor-faktor sumberdaya asal, sumberdaya buatan, sumberdaya pendukung, kondisi permintaan, manajemen destinasi, dan kondisi situasional adalah sebagai berikut:

#### Sumberdaya Asal

Sumberdaya asal menurut Ritchie and Crouch (2003), Dwyer and Kim (2003), Kim (2012) adalah sumberdaya alami dalam destinasi wisata seperti keadaan alam dan budaya. Kluster kerajinan yang ada di Kasongan Jipangan Gendeng dan Lemahdadi mengelola sumberdaya alam untuk bahan baku yang berasal dari lingkungan sekitar. Bahan baku berupa tanah untuk kerajinan keramik dan bambu untuk kerajinan kipas pada awalnya berasal dari daerah asal. Namun untuk saat ini kondisinya sudah tidak memungkinkan mereka untuk mengandalkan sumberdaya asal. Hal ini karena ketersediaan bahan baku berupa tanah liat sudah tidak sepenuhnya berasal dari Kasongan. Demikian juga dengan bambu yang dulunya bahan baku berasal dari daerah asal untuk saat ini tidak sepenuhnya dapat diandalkan.

Berdasarkan data di atas maka dapat diketahui bahwa Kluster kerajinan di Kajigelem Bantul ini menghadapi ancaman tentang ketersediaan bahan baku. Ketersediaan bahan baku ini akan mempengaruhi kelancaran produksi dan mempengaruhi kualitas produk. Pada masa lalu tanah liat Kasongan yang membuat produk keramik Kasongan mempunyai kualitas yang baik. Demikian juga dengan bambu yang baik yang semakin sulit untuk ditemukan.

#### Sumberdaya Buatan

Menurut Ritchie and Crouch (2003), Dwyer and Kim (2003), Kim (2012), sumberdaya buatan adalah sumberdaya yang dibuat oleh manusia dengan sengaja (contohnya infrastruktur, tempat belanja, festival, event). Kluster kerajinan Kajigelem memiliki didukung oleh infrastruktur berupa jalan yang memadai untuk lalu lintas distribusi bahan baku dari daerah asal bahan baku ke lokasi produksi, maupun distribusi dari lokasi produksi untuk membawa produk jadi ke pasar. Namun demikian sumberdaya buatan berupa tempat belanja atau showroom untuk memamerkan hasil kerajinan masih perlu ditingkatkan jumlah maupun kualitas venue. Showroom yang ada sekarang masih menyatu dengan rumah para perajin tinggal sehingga masih terkesan sederhana.

Salah satu sumberdaya buatan lain yang mempengaruhi destinasi kompetitif adalah event berupa pameran. Pameran diadakan sebagai salah satu alat komunikasi pemasaran. Pameran bertujuan untuk memberitahu keberadaan produk kerajinan dan sebagai alat branding suatu produk. Pameran diadakan secara berkala untuk memamerkan produk-produk kerajinan Kajigelem baik di Yogyakarta maupun luar daerah. Untuk mengkomunikasikan produk kerajinan dalam rangka mendapatkan buyer kegiatan pameran yang dilakukan masih kurang dari yang diharapkan. Setiap perajin untuk memperoleh kesempatan untuk mengikuti pameran lokal masih secara bergilir. Sedangkan pameran di luar daerah masih jarang diikuti.

#### Sumberdaya Pendukung.

Sumberdaya pendukung adalah sumberdaya yang melengkapi sumberdaya utama (Ritchie and Crouch (2003), Dwyer and Kim (2003), Kim (2012)). Faktor pendukung industri kerajinan Kajigelem ini adalah sektor pariwisata. Pertumbuhan wisatawan yang ada di Kabupaten Bantul (Tabel 1) membawa efek pada tingkat pertumbuhan industri kerajinan ini. Kerajinan merupakan faktor pendukung sektor pariwisata demikian juga bahwa pariwisata merupakan *supporting industry* bagi industri kerajinan.

#### Manajemen Destinasi

Manajemen destinasi adalah pengelolaan untuk meningkatkan daya tarik sumberdaya, efektivitas dan kualitas klaster, meningkatkan kemampuan beradaptasi, dan kemampuan menghadapi persaingan (Ritchie and Crouch (2003), Dwyer and Kim (2003), Kim (2012)). Manajemen destinasi terkait dengan usaha yang dilakukan oleh pemerintah untuk meningkatkan kinerja UKM Kerajinan di Kajigelem ini. Usaha-usaha yang dilakukan dapat berupa pelatihan, pendampingan maupun insentif yang diberikan dalam bentuk modal maupun pengurangan pajak.

Pemerintah Kabupaten Bantul mengadakan pelatihan-pelatihan untuk meningkatkan kinerja UKM Kerajinan Kajigelem. Namun pelatihan yang dilakukan baru sebatas pelatihan yang sifatnya menjalankan program yang bersifat top down. UKM kerajinan membutuhkan pelatihan yang memang dibutuhkan oleh para perajin yang bersifat bottom up. Jadi pelatihan yang diselenggarakan harus berawal dari suatu analisis kebutuhan. Di samping kualitas pelatihan, kuantitas pelatihan pun juga dibutuhkan lebih banyak karena selama ini pelatihan yang diselenggarakan belum dapat menjangkau seluruh perajin yang ada.

**Kondisi Permintaan**  
Kondisi permintaan menurut Ritchie and Crouch (2003), Dwyer and Kim (2003), dan Kim (2012) adalah permintaan pasar terhadap barang dan jasa yang ditawarkan. Kondisi permintaan menurut Tanja *et al.*, (2011) meliputi *awareness*, *perception* dan *preference*. *Awareness* berkaitan dengan tingkat perhatian atau popularitas dari produk kerajinan UKM Kajigelem. *Perception* berkaitan dengan persepsi pasar terhadap produk kerajinan UKM Kajigelem. Sedangkan *preference* berkaitan dengan pilihan yang bersifat afektif bahwa produk kerajinan Kajigelem lebih baik dibandingkan produk yang lain, sehingga menjadi pilihan.

Produk kerajinan berupa keramik dari Kasongan memiliki popularitas yang tinggi. Setiap kali menyebut produk keramik maka yang teringat pertama adalah Kasongan. Fakta ini membuktikan bahwa produk kerajinan keramik Kasongan memiliki tingkat *awareness* yang tinggi. Dilihat dari persepsi pasar, produk kerajinan keramik Kasongan dipersepsikan sebagai produk kerajinan keramik yang bernilai tinggi. Tingkat *awareness* yang tinggi, ditambah dengan *perceive quality* yang baik maka membuat produk keramik Kasongan menjadi *preference* dalam arti bahwa pasar lebih menyukai produk keramik Kasongan ini dibandingkan produk keramik yang dihasilkan di daerah lain. Namun demikian untuk produk kerajinan yang lain masih perlu dikembangkan mengingat produk yang dibuat hanya berupa *mass product*, bukan suatu produk yang mempunyai nilai tinggi.

#### Kondisi Situasional

Kondisi situasional adalah lokasi, keamanan, lingkungan makro dan mikro, serta persaingan harga (Omerzel-Gomezelj and Mihalic, 2008). Lokasi mempunyai peran besar terhadap tingkat keberhasilan industri karena lokasi berkaitan dengan keterjangkauan. Keterjangkauan bahan baku dari lokasi produksi maupun keterjangkauan pasar. Demikian juga dengan faktor keamanan, lingkungan makro berupa situasi politik dan ekonomi, maupun lingkungan mikro berupa *presser group* maupun kreditur, serta persaingan harga dari produsen lain yang menawarkan barang sejenis.

UKM Kajigelem terletak pada lokasi yang strategis atau mudah dijangkau. Faktor letak ini membuat para perajin tidak kesulitan memperoleh distribusi bahan baku maupun mendistribusikan hasil kerajinan mereka. Kondisi keamanan Daerah Istimewa Yogyakarta yang stabil ditunjang dengan lingkungan makro dan mikro yang relatif stabil membuat kinerja UKM Kajigelem relatif stabil.

#### Kesimpulan

Berdasarkan temuan studi yang telah dipaparkan maka dapat dibuat kesimpulan sebagai berikut: Sumberdaya asal Kajigelem masih relatif baik meskipun mulai terjadi ketergantungan sumberdaya dari daerah lain. Kebutuhan mendesak yang harus dilakukan pihak yang berwenang untuk memikirkan ketersediaan pasokan bahan baku yang berkualitas. Infrastruktur yang ada di Kabupaten Bantul sangat mendukung perkembangan UKM, namun yang perlu diperhatikan agar sumberdaya buatan memiliki daya saing yang tinggi adalah kualitas maupun kuantitas event yang perlu ditingkatkan. Peningkatan event berupa pameran

perlu dilakukan untuk meningkatkan awareness agar Kajigelem tidak hanya terkenal karena Kasongan tetapi juga produk kerajinan lainnya. Sumberdaya pendukung Kajigelem memiliki daya saing yang tinggi karena pertumbuhan pariwisata yang tinggi. Permasalahan yang muncul adalah pada manajemen destinasi yang masih perlu ditingkatkan terutama berkaitan dengan pelatihan yang harus disesuaikan dengan kebutuhan para perajin. Kondisi permintaan UKM yang berada di Kajigelem dilihat dari awareness, perception dan preference khususnya untuk produk kerajinan Kasongan memiliki daya saing yang tinggi. Namun untuk produk kerajinan lainnya masih perlu usaha keras untuk meningkatkannya. Kondisi situasional kluster Kajigelem memiliki daya saing yang tinggi yang dapat dilihat pada kondisi keamanan, lingkungan makro maupun mikro yang relatif stabil.

#### Daftar Pustaka

- Agrofarm, 2014, IKM Bantul diharapkan mampu bersaing di asean economic community 2015, *Agrofarm*, April 2014, diakses dari <http://www.agrofarm.co.id/read/pertanian469/ikm-bantuldiharapkan-mampu-bersaing-di-asean-economic-community-2015/#.U1tCWVfi-8A>, April 2014.
- Armenski Tanja, Armenski,, Marković Vladimir, Davidović Nemanja, Jovanović TamaraA. 2011, Integrated Model of Destination Competitiveness, *Geographica Pannonica*, Volume 15, Issue 2, 58-69
- Crouch, G. I., and B. Ritchie J.R. 1999. Tourism, competitiveness and societal prosperity. *Journal of Business Research* 44 (3): 137-152.
- Dwyer, L., and C. Kim. 2003. Destination competitiveness: Determinants and indicators. *Current Issues in Tourism* 6 (5): 369-414.
- Hassan, S. S. 2000. Determinants of market competitiveness in an environmentally sustainable tourism industry. *Journal of Travel Research* 38 (3): 239-245.
- Kim, N, 2012, *Tourism destination competitiveness, globalization, and strategic development from a development economics perspective*, PhD Dissertation in Recreation, Sport and Tourism University of Illinois at Urbana-Champaign, USA.
- Laporan Akuntabilitas Kinerja Instansi Pemerintah (LAKIP) Kabupaten Bantul 2013
- Omerzel- Gomezelj, D., Mihalic, T. 2008. Destination competitiveness-Applying different models, the case of Slovenia. *Tourism Management* 29 (2), 294-307.
- Ritchie, JR, & Crouch, GI, 2003, *The Competitive Destination: A Sustainable Tourism Perspective*, CABI Publishing, Wallingford, UK.