

PERANAN KERAJINAN DALAM PEMBANGUNAN NASIONAL

Oleh : Suharto

Abstrak

Aspek sosial budaya dalam karya kerajinan sangat berpengaruh/menentukan hasil karya kerajinan. Pengaruh alam, iklim, adat istiadat, kebiasaan, kepercayaan, dan pengaruh dari luar akan memberikan corak tersendiri atau tertentu pada hasil kerajinan.

Departemen Perindustrian, Perdagangan, DEKRANAS, Pariwisata, dan IKIP Yogyakarta selalu mendukung kesinambungan perkembangan kerajinan. Terutama bidang pendidikan, nantinya diharapkan dapat membentuk jiwa anak untuk percaya diri dan dapat menghargai karya orang lain, khususnya seni.

Prospek dan pemasaran karya kerajinan merupakan bentuk kerja yang bersifat padat karya. Hal itu berarti akan banyak menyerap tenaga kerja, sehingga perkembangannya mendominasi kegiatan industri kecil yang merupakan sektor ekspor nonmigas tertinggi. Pangsa pasar pun cerah, baik di dalam maupun di luar negeri.

1. Pendahuluan

Bangsa Indonesia patut bersyukur dikaruniai budaya yang beraneka ragam sebagaimana tercermin di dalam motto bangsa kita "Bhineka Tunggal Ika". Bakat *indigenous* bangsa kita ini dapat dilihat dari produk kerajinan yang dihasilkan oleh daerah-daerah di Indonesia dari Sabang sampai Merauke.

Produk kerajinan ini berbeda dengan produk nonmigas karena menonjolkan bakat seni bangsa Indonesia dalam setiap karya kerajinannya. Sesungguhnya inilah yang merupakan "unggulan" untuk bersaing di pasar internasional.

Produk kerajinan sebagai hasil/jenis industri kecil dapat menghasilkan produk yang berguna, praktis dalam kehidupan sehari-hari (contoh: alat rumah tangga), produk yang bernilai seni, atau sekedar barang suvenir. Ia merupakan produk keterampilan tertentu, biasanya dengan corak khas yang menunjukkan pengaruh budaya lingkungan produsen/pembuatnya.

Karya kerajinan dalam industri kerajinan kini semakin penting peranannya dan menduduki tempat yang strategis dalam proses pembangunan karena mencakup kegiatan yang melibatkan masyarakat dalam jumlah besar. Hal itu berarti akan menyerap tenaga kerja yang tidak sedikit dan ditinjau dari sudut ekonomi mempunyai potensi yang besar.

Produk kerajinan sebagai salah satu produk nonmigas, patut digali potensinya untuk lebih ditingkatkan dalam rangka meningkatkan ekspor nonmigas.

2. Aspek Sosial Budaya

Apabila kita memperhatikan karya kerajinan dalam suatu pameran kerajinan (pameran yang bersifat internasional) kita tidak dapat menutup sebelah mata bahwasanya aspek sosial budaya suatu bangsa atau suku bangsa sangat mempengaruhi hasil karya kerajinan bangsa tersebut.

Sesungguhnya karya kerajinan suatu bangsa/suku bangsa merupakan ungkapan dari suatu perasaan, gagasan, angan-angan, keinginan, penghayatan, dan semangat terhadap lingkungan yang membawa corak khas bangsa atau suku tersebut.

Pengaruh lingkungan terhadap hasil karya kerajinan suatu bangsa/suku bangsa dapat dikarenakan iklimnya, alamnya (flora dan fauna), adat istiadat, kebiasaan, kepercayaan, dan pengaruh dari luar lainnya.

Di Indonesia, seni dan kerajinan memang sering diperlakukan orang dalam kehidupan sehari-hari sebagai barang yang berguna dan diperlukan. Kecenderungan untuk membawa barang dalam jumlah banyak yang mempunyai bentuk kecil-kecil, dapat menimbulkan gagasan untuk menciptakan sesuatu yang mudah cara membawanya. Timbul pemikiran bagaimana menciptakan karya kerajinan semacam itu. Timbul pemikiran usaha misalnya, mengolah pembuatan tas/keranjang dari rotan, karena di lingkungannya banyak rotan, seperti daerah Kalimantan, Sumatera, dan Sulawesi.

Di Jawa yang lebih banyak ditemukan bambu maka, barang kerajinan untuk memenuhi kecenderungan tersebut juga menggunakan bambu. Di lain daerah yang banyak terdapat *mendong* (sebangsa rumput) atau pandan, maka tikar, tas, dan sebagainya dibuat dari bahan ini. Cara menganyam, motif, serta pewarnaan pada karya kerajinan tersebut menunjukkan pula

pengaruh-pengaruh tertentu seperti kebiasaan daerah, motif Cina, India, Arabes, dan sebagainya.

Contoh lain karya kerajinan di Indonesia yang menunjukkan pengaruh iklim, alam, dan pengaruh aspek sosial budaya daerah tersebut dengan jelas antara lain:

- a) Seni hias/motif ukir kayu yang terdapat di setiap daerah yang menghasilkan banyak produk kerajinan, mayoritas bertolak dari flora dan fauna, tetapi dengan cara/teknik mengukir, bentuk, kombinasi, *finishing* yang berbeda. Itu dikarenakan perbedaan fungsi, terutama perbedaan pengaruh dari luar.

Pada karya kerajinan yang menggunakan ragam hias tradisional dengan mempergunakan tumbuh-tumbuhan sebagai motif, pada umumnya berdasarkan anggapan masyarakat pada waktu tertentu, bahwa tumbuhan merupakan lambang kesuburan tanah dan kesegaran hidup. Penggunaan lambang-lambang akibat pengaruh agama Hindhu, kita kenal misalnya bunga teratai yang melambangkan keagungan dan kesucian dalam berbagai seni di Bali.

Pengaruh wayang menghasilkan boneka kayu/wayang golek (Jawa) di Jawa Barat. Gamelan Jawa dan Bali dihias dengan ukiran kayu yang indah. Meja, kursi, almari, dan serta perabot rumah tangga yang lain dihias dengan ukiran Jepara. Yang terakhir ini bahkan digemari sebagai barang "indah dan berwibawa" dalam rumah-rumah dan gedung-gedung mewah.

- b) Keperluan menutup tubuh untuk melindungi diri dari iklim dan udara maupun demi keindahan serta kepentingan-kepentingan lain. Mulai dari kerajinan yang bersumber pada inisiatif penduduk Irian Jaya dalam pembuatan koteka dari buah labu dan rok rumbai dari kulit pohon, sampai pada kerajinan tenunan yang memang merupakan salahsatu kebudayaan kuno yang terdapat di daerah Malainesia - Polinesia. Konon, menurut sejarah, untuk pertama kali orang Indialah yang memperkenalkan seni tenun beserta teknik dan coraknya.

Tenun ikat, tenun sutra, tenun benang emas, dan tenun benang perak (songket) telah dikenal di seluruh Nusantara. Kain tenun pelangi di Bali yang bermotif mirip kain jumputan di Yogyakarta, kain tenun ikat di Flores dan Timor dengan dasar warna gelap, di Sumba dengan dasar warna merah, di Sumatera Utara (ulos) dengan corak tersendiri, songket Palembang yang banyak berbenang emas dan perak sebagai pengaruh Sriwijaya, adalah

beberapa contoh, yang umumnya dikerjakan sebagai kerajinan rumah tangga yang bernilai tinggi.

Kedatangan orang Eropa membawa jenis kain tenunan baru dan bentuk pakaian ala Barat berpengaruh terhadap kerajinan jahit-menjahit. Sekalipun demikian, kebudayaan Indonesia yang kuat menyebabkan kaum wanita Indonesia tetap mengenakan pakaian resmi yakni pakaian adat dari berbagai daerah di Indonesia yang tidak lepas dari tenun dan batik sebagai ciri utama.

3. Aspek Pendidikan

Ditinjau dari aspek pendidikan, pembuatan karya kerajinan baik sebagai kegemaran, kebutuhan karena desakan alam, rasa seni, maupun sebagai penyambung nafkah biasanya bermula dari adat turun-temurun dan coba-coba. Sistem turun-menurun ditandai penggunaan peralatan yang sederhana dan tingkat pengetahuan dan keterampilan yang masih rendah. Hasilnya pun masih sederhana dan tradisional, masih seperti itu-itu juga.

Dari sifat coba-coba dalam menciptakan sesuatu yang kemudian dipadukan dengan teknik dagang yang membuahkan penghasilan, dapat menimbulkan bahaya terhadap mutu karya itu sendiri, karena mengejar kuantitas maka kualitas merosot. Untuk menghindarkan hal tersebut IKIP yang sekarang telah mempunyai Program Studi Keterampilan Kerajinan SI, Departemen Perindustrian, Perdagangan, dan organisasi pengrajin bersama-sama pemerintah ikut memberikan arah dan bimbingan agar upaya pengembangan nilai-nilai ekonomi karya kerajinan dapat diseimbangkan dengan upaya peningkatan kualitas baik dalam rasa seni maupun manfaatnya sebagai barang pakai. Dalam hal ini, kegiatan pembinaan secara berkesinambungan perlu menjadi perhatian.

Di sinilah peranan pendidikan yang selain dapat mengembangkan kemampuan melalui latihan, juga menyadarkan para produsen, bahwa tolok ukur keberhasilan bukan dari banyaknya produksi yang tanpa memperhatikan mutu, tetapi lebih bergantung pada kualitas atau mutu, di samping pengelolaan dengan baik, sehingga yang terjadi adalah persaingan yang sehat, yang menjamin kepastian dan kontinuitas pemasaran.

4. Karya Kerajinan sebagai Media untuk Mengembangkan Jiwa Seni dan Keterampilan Kerajinan

Pendidikan, khususnya pendidikan keterampilan sangat mempengaruhi hasil karya kerajinan terutama jika ditinjau dari sisi mutu.

Namun, sebaliknya, karya kerajinan sebagai media pendidikan juga mempengaruhi jiwa seni dan keterampilan kerajinan itu sendiri.

Memperkenalkan anak sedini mungkin dengan berbagai karya kerajinan, perlu dilakukan baik di rumah maupun di sekolah. Dengan berimajinasi melihat anyaman dalam bentuk sederhana, anak dapat menggunakan lajur-lajur kertas yang berwarna-warni untuk meniru bentuk anyaman dengan corak- corak sederhana tersebut. Demikian pula, terjadi pada waktu anak meniru bentuk binatang, bunga, atau barang-barang lain dengan menggunakan tanah liat., malam, dan sebagainya. Hal tersebut dapat mengembangkan daya terampilnya, baik melalui hobi maupun dengan pengajaran dan pendidikan khusus. Makin sering anak meniru pembuatan suatu karya kerajinan baik memahat, membatik, dan lain sebagainya akan meningkatlah keterampilan dan kualitas karya kerajinan yang dibuatnya sekaligus mengembangkan rasa keindahan dan sikap menghargai hasil seni.

Pendidikan keterampilan dapat membangun kepercayaan pada diri sendiri. Pada setiap kali mencoba membuat karya seni sebagai pemanfaatan waktu luang diperlukan disiplin, tanggung jawab, inisiatif, kreativitas kerja, sehingga dapat berhasil tepat pada waktunya. Hal itu akan menumbuhkan rasa percaya diri, meningkatnya kemampuan dan apresiasi terhadap karya seni.

Bukan rahasia lagi apabila kebanyakan masyarakat menyenangi suatu hasil karya kerajinan, sehingga karya kerajinan itu dibutuhkan dalam jumlah yang besar, sering produsen kemudian membuatnya secara asal-asalan, demi mengejar kuantitas. Hal itu tidak akan terjadi apabila cukup banyak orang yang terdidik dan terampil membuat suatu kerajinan tertentu, yang akhirnya mutu akan lebih dapat terjaga. Di samping itu pula, adanya organisasi dan lembaga- lembaga yang bergerak dalam bidang kerajinan dan perajin dapat berperan aktif untuk mengembangkan kerajinan pada umumnya.

5. Pemasaran dan Prospek Kerajinan

a. Sistem Pemasaran

1) Pemasaran Langsung

Tidak terlepas dari latar belakang para perajin yang pada umumnya hidup di pedesaan yang mata pencaharian sehari-hari sebagai petani, pembuatan barang-barang kerajinan umumnya merupakan pekerjaan sambilan atau sebagai tambahan penghasilan untuk mencukupi kebutuhan

mereka. Oleh karena itu, para perajin umumnya masih serba lemah dalam usaha di bidang produksi, pemasaran, dan permodalan.

Selain itu, dampak dalam pemasaran barang kerajinan juga dipengaruhi oleh karakteristik barang kerajinan itu sendiri baik menurut nilai seni, nilai kegunaan, maupun penggunaan bahan bakunya yang secara kasar dapat dikelompokkan atas tiga kategori, yaitu:

- a) Barang kerajinan yang bernilai seni
- b) Barang kerajinan yang bernilai fungsional
- c) Barang kerajinan yang bersifat bernilai campuran antara seni dan fungsional

Para perajin memasarkan barang kerajinan mereka langsung kepada para pemakai atau pun kepada para pedagang kecil di pasar lokal. Dalam transaksi tersebut harga jual barang-barang kerajinan cenderung ditentukan oleh para pembeli. Hal itu dikarenakan perajin memerlukan uang untuk menutup kebutuhan sehari-hari dan tidak dimungkinkan bagi perajin menyimpan barang hasil produksi itu pada umumnya merupakan barang kerajinan fungsional.

Lain halnya dengan barang yang bernilai seni, yang kebutuhannya cenderung menunggu pemasaran dari pembeli, dalam hal ini harganya lebih ditentukan oleh perajin. Hanya saja permintaan akan barang seni tersebut biasanya kecil.

Pada Repelita II tahun 1974 sektor industri kecil, termasuk di dalamnya kerajinan, mendapatkan swadaya masyarakat (PLSM) juga memberikan bantuan dalam usaha pengembangan kerajinan.

Lembaga Pemerintah melakukan bimbingan, pembinaan, dan pengembangan kerajinan melalui program-program sesuai dengan bidang masing-masing instansi, yang antara lain: Departemen Perindustrian, Perdagangan, Pariwisata, dan Pendidikan dan Kebudayaan, Koperasi, dan Perbankan.

Pengaruh bimbingan dari lembaga pemerintah dan nonpemerintah itu membuat para perajin bangkit dari kepasifan mereka. Mereka sadar bahwa mereka harus aktif dan agresif dalam memasarkan barang kerajinan dan berusaha menyesuaikan produk mereka dengan kualitas dan selera calon pembeli.

Di dalam negeri barang kerajinan dipasarkan baik secara langsung oleh perajin maupun melalui perantara, baik dalam partai besar maupun kecil (eceran), tunai maupun pembayaran lunak di tempat-tempat berikut:

- (1) Tempat rekreasi dan tempat ziarah yang banyak dikunjungi wisatawan Nusantara maupun wisatawan mancanegara.
- (2) Hotel-hotel, rumah makan, pelabuhan udara, toko kerajinan baik secara *konsinyasi* maupun dengan tunai.
- (3) Koperasi-koperasi atas dasar kesamaan kepentingan dalam usaha pemasaran bersama.
- (4) Dijajakan langsung kepada para penumpang kereta api, pengunjung suatu *fair*, dan pengunjung periositiwa khusus lainnya.
- (5) Eksportir-eksportir barang kerajinan baik swasta maupun BUMN.

Dalam rangka mempromosikan produk mereka aktif mengikuti pameran-pameran dagang maupun pameran penjualan yang dilakukan oleh Departemen Perdagangan, Perindustrian, Dekranas, LPSM, Pariwisata, dan organisasi perajin lainnya.

2) Pemasaran Melalui Perantara

Sebagaimana diketahui produksi kerajinan menyebar di seluruh pelosok tanah air. Karena itu, kegiatan pemasaran dilakukan mulai dari tingkat lokal, propinsi, nasional, dan perluasan pemasaran ke luar negeri (ekspor) yang kesemuanya merupakan jaringan pasar untuk barang kerajinan.

Jalur pemasaran yang dilalui oleh barang-barang kerajinan ini perlu pematapan dan pengorganisasian yang lebih baik, mulai dari pengumpulan hasil produksi melalui koperasi atau pedagang pengumpul. Peranan pedagang atau perusahaan adalah distributor dan peranan eksportir adalah pelaksana perluasan pasar ke luar negeri. Pelaksanaan ekspor dapat dilakukan oleh negara maupun swasta.

Keterkaitan dalam kerja sama saling menguntungkan perlu ditumbuhkembangkan untuk memperluas pemasaran barang kerajinan Indonesia. Hal ini akan membawa dampak yang positif bagi perluasan kesempatan kerja, perbaikan kesejahteraan para perajin, di samping peningkatan ekspor nasional nonmigas.

3) Sistem Pembiayaan

Pemasaran yang dilakukan oleh par perajin secara langsung pada umumnya dibayar secara tunai oleh para pembeli. Dalam hal perajin mendapat pesanan dalam jumlah agak banyak dilakukan dengan *panjar*

(*verskot*), mengingat kemampuan perajin masih lemah dalam hal permodalan yang akan digunakan untuk pengadaan bahan baku sesuai dengan permintaan pemesanan.

Untuk penjualan kepada koperasi, para perajin sebagai anggota pada umumnya juga diberi *verskot* yang akan diperhitungkan kemudian bila barang tersebut telah terjual. Apabila pengambilan bahan baku oleh perajin dilakukan secara kredit, maka penjualan hasil kerajinannya diperhitungkan dengan hutang-hutang perajin kepada koperasi. Tetapi, dalam keadaan permodalan koperasi lemah, penjualan barang perajin dilakukan dengan *konsinasi*.

Penjualan barang-barang secara partai besar oleh koperasi maupun oleh pengusaha baik itu BUMN, maupun swasta dilakukan atas dasar kesepakatan bersama, baik untuk pemasaran dalam negeri maupun ekspor.

4) Ekspor Karya Kerajinan

Sebagai usaha penajagan pasar luar negeri, DEKRANAS sering melakukan bazar maupun pameran penjualan barang kerajinan bersama *Women International Club* dan Asosiasi Ibu-ibu Kedutaan Negara-negara Sahabat.

Untuk pemasaran ke luar negeri para perajin menjual barang melalui eksportir barang-barang kerajinan, baik BUMN maupun swasta. Keterangan mengenai eksportir barang kerajinan Indonesia bisa diperoleh pada Badan Pengembangan Ekspor Nasional (BPEN), dan perwakilan-perwakilannya yang disebut *Indonesia Trade Promotion Centre* (ITPC) yang ada di seluruh negara berkembang. Indonesia mempunyai perwakilan diplomatiknya untuk itu antara lain di Eropa, USA, Australia, dan Jepang. Pada IPTC biasanya dapat dijumpai leflet barang kerajinan Indonesia yang berisi jenis barang dan nama perusahaan pengeksportnya. Bahkan, di beberapa IPTC dapat dijumpai contoh-contoh barang kerajinan Indonesia.

BPEN secara rutin juga bekerja sama dengan badan pengimpor negara-negara berkembang untuk mengadakan promosi langsung yang diikuti oleh pengusaha. Mereka juga mempunyai program khusus yang memungkinkan eksportir muda dapat ikut serta dalam promosi internasional. Sebagai contoh, kerja sama BPEN dengan Badan Pengembangan Impor Pemerintah Belanda dapat berjalan baik dan rutin. Kerja sama semacam ini sangat membantu pemasaran barang kerajinan Indonesia.

Dalam usaha pengembangan pasar luar negeri LPSM memperkenalkan dan mencobakan produk Indonesia kepada ATO (*Alternative Trading*

Organization) di negara-negara berkembang, Eropa, USA, Australia, Kanada, Jepang, Arab, dan Cina. Sebelum para produsen mampu menciptakan *canel* pasar sendiri di pasaran bebas, ATO membantu mencari hubungan dan memberikan bimbingan dalam upaya peningkatan mutu, desain, dan kelayakan harga. Walaupun produknya belum begitu bagus, mereka mau membelinya dengan maksud agar produksi terus berjalan sambil berupaya meeningkatkan mutunya.

Usaha penetralisasi pasar dilakukan dengan berbagai cara, antara lain:

- (a) Pengalihpungsiian barang, misalnya topi bambu digunakan sebagai kap lampu atau hiasan dinding, *kuwu* penangkap ikan digunakan sebagai kap lampu
- (b) Memperkenalkan kisah/cerita tentang barang yang bersangkutan, misalnya: topeng kayu, keris, wayang kulit, dan sebagainya, sehingga pem, beli mengerti arti dan nilai budaya barang yang bersangkutan.
- (c) Menciptakan kebutuhan, misalnya membuat map dari pandan, tempat korek api dari kulit, tas pinggang dan topi dari batik, asesoris dari kulit dan sebagainya.

Dengan demikian, terjadinya jual beli barang kerajinan bukan saja karena kebutuhan akan barang fungsional, tetapi juga karena keinginan mengenal budaya bangsa lain atau masyarakat lain, menghargainya, bahkan ingin memilikinya. Usaha-usaha yang dilakukan oleh perajin sendiri maupun kerjasama dengan lembaga pembimbing mereka, pemerintah Indonesia juga memberikan kemudahan di bidang ekspor yang tertuang dalam Peraturan Pemerintah No. 1 Tahun 1982 dan Inpres No.4 Tahun 1985.

b. Prospek Pasar

Perbaikan iklim ekonomi yang dilakukan pemerintah di berbagai negara seperti yang dilakukan Pemerintah Amerika Serikat, Jepang, negara-negara MEE, dan ASEAN telah memberikan dampak yang luas bagi kegiatan usaha, peningkatan daya beli, dan peningkatan standar hidup masyarakat di negara tersebut.

Demikian pula, globalisasi ekonomi yang sehat di negara-negara tersebut dapat meningkatkan daya beli masyarakat dan memperluas perdagangan komoditi kerajinan ke pasar internasional.

Barang-barang kerajinan tersebut di atas merupakan barang-barang yang umum, sehingga pemasarannya luas dan perkembangannya di pasar ekspor-impor cenderung meningkat. Untuk barang-barang karajinan yang belum populer, pemasarannya masih terbatas. Untuk

menciptakan pasar bagi produk yang terakhir itu perlu promosi yang intensif.

Berdasarkan Statistik *Internasional Trade Centre*, bahwa perdagangan komoditi kerajinan dalam bentuk suvenir setiap tahun terjadi peningkatan ekspor. Perkembangan komoditi tersebut dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

TAHUN		(Nilai : dalam Juta US \$)			
Komoditi	Tahun				
	1988	1989	1990	1991	
Watch & Clock	9,169	11,173	11,066	13,668	
Gold, Silver ware, and Jewellery	8,924	10,160	11,185	12,937	
Imitation Jewellery	1,676	1,718	1,638	1,773	
Toys, sporting goods	17,045	19,818	23,327	26,737	
Ceramic ornaments	1,539	1,584	1,369	1,534	
Porcelain houseware	1,220	1,403	1,514	1,782	
Travel goods, handbag	6,378	7,478	8,453	9.830	
Indikasi perkembangan/perubahan dalam persentase					
Watch & Clock	+ 14,0%	+ 17,9%	- 0,9%	+ 19,0%	
Gold, Silver ware, and Jewellery	+ 18,7	+ 12,1	+ 9,1	+ 19,5	
Imitation Jewellery	+ 19,0	+ 2,4	- 4,6	+ 19,5	
Toys, sporting goods	+ 24,5	+ 13,9	+ 15,0	+ 12,7	
Ceramic ornaments	+ 23,1	+ 2,8	- 13,5	+ 10,7	
Porcelain houseware	+ 15,7	+ 13,0	+ 7,3	+ 15,0	
Travel goods, handbag	+ 24,4	+ 14,7	+ 11,5	+ 14,0	

Berdasarkan data di atas, pemasaran barang kerajinan terutama suvenir mengalami fluktuasi permintaan pasar, namun prospeknya tetap cerah.

Dengan demikian, produksi barang kerajinan yang akan dijadikan souvenir dapat ditingkatkan. Bersama itu pula, dilakukan promosi ke berbagai kawasan pasar yang potensial.

6. Penutup

Aspek sosial budaya masyarakat atau kelompok sangat menentukan hasil karya kerajinan. Pengaruh alam, iklim, adat istiadat, kebiasaan, kepercayaan, dan pengaruh dari luar yang lain akan memberikan corak tertentu pada hasil karya kerajinan tersebut.

Pendidikan dan pengetahuan khususnya yang berwatak budaya nasional, perlu dikembangkan dalam seluruhnya aspeknya, untuk memupuk kreativitas dan kecintaan pada hasil seni (kerajinan) pada umumnya dan kebudayaan bangsa pada khususnya.

Daftar Pustaka

- Badan Pengembangan Ekspor Nasional. 1993. *Kinerja Ekspor Produk "Gift dan Souvenir" dan Upaya Pemerintah dalam Promosi*. Jakarta :Dep. Perdagangan.
- Himpunan Perajin Indonesia. 1985. *Pendidikan dan Ketrampilan*. Jakarta.
- Read, Hearbert. 1973. *Pengertian Seni, Bag.I*. (dalam Soedarso Sp.), Yogyakarta: STSRI "ASRI".
- The Liang Gie. 1973 *Gaqrís-garis Besar Estetika, Filsafat Keindahan (Cet.III)*, Yogyakarta: Super Sukses.
- Gustami Sp. 1982. *Selayang Pandang Sejarah Produk Kriya Indonesia*. Yogyakarta: STSRI "ASRI".
- Friedman, Arnold; File, John F; dan Wilson, Forret. 1977. *Interior Design*. New York: Amerika Elsevier.
- Bobin A.B. (tt). *Album Sejarah Seni Budaya Jakarta* : Departemen Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia.
- ONO/RSV. 1993. *Produk Kerajinan Tetap Jadi Komoditi Ekspor Andalan DIY*, Yogyakarta: Kedaulatan Rakyat edisi 9 Oktober 1993, hal. 14.