

Agustinus Walansendow, dkk: Pengembangan Bentuk dan Desain
Suvenir Bahan Dasar Kayu dan Tempurung Kelapa Berbasis
Masyarakat di Sulawesi Utara

**PENGEMBANGAN BENTUK DAN DESAIN
SUVENIR BAHAN DASAR KAYU DAN
TEMPURUNG KELAPA BERBASIS
MASYARAKAT DI SULAWESI UTARA**

***DEVELOPING A COMMUNITY-BASED
SUVENIR MODEL AND DESIGN WITH COCONUT
SHELL AND WOOD MATERIAL IN NORTH
SULAWESI***

**Agustinus Walansendow¹, Bet El Silisna
Lagarense²**

Politeknik Negeri Manado

Abstrak

Pembangunan kepariwisataan Provinsi Sulawesi Utara tumbuh dan berkembang karena didukung oleh berbagai sektor pendukung antara lain industri suvenir yang dapat menciptakan dan menghasilkan suvenir berciri khas daerah. Namun pada kenyataan, kemampuan industri suvenir Sulawesi Utara dalam memproduksi suvenir berciri khas lokal masih terbatas baik dari segi kualitas maupun kuantitas. Selain itu juga, pengrajin suvenir Sulawesi Utara masih kurang inovatif dan kreatif dalam menciptakan karya kerajinan suvenir. Penelitian ini bertujuan mengidentifikasi dan mengembangkan bentuk dan desain suvenir berbahan dasar kayu dan tempurung kelapa yang memiliki daya tarik, daya jual serta daya saing yang dapat diandalkan sebagai ciri khas pariwisata Sulawesi Utara. Penelitian ini dilakukan melalui pengumpulan data dan informasi tentang pembuatan suvenir berbahan dasar kayu dan tempurung kelapa sekaligus mengeksplorasi pengembangan bentuk dan desain yang harus dibuat serta berciri khas daerah. Metode yang digunakan

adalah survei dengan kuesioner dan wawancara serta *Focus Group Discussion (FGD)*. Responden dan informan adalah para pengrajin souvenir serta wisatawan yang pernah membeli souvenir sedangkan *FGD* dilakukan untuk klarifikasi dan verifikasi data dan informasi dengan para pengrajin dan penjual souvenir. Responden terdiri dari pengrajin, wisatawan, dan penjual souvenir berjumlah 55 orang. Penelitian ini menghasilkan model dan disain souvenir berbahan dasar kayu dan tempurung kelapa dalam bentuk miniatur yang berhubungan dengan flora dan fauna Sulawesi Utara yaitu Ikan Purba (*coelacanth*), burung Manguni, serta *Tarsius Spectrum*. Bentuk dan desain yang berhubungan dengan sejarah dan tokoh pemimpin Sulawesi Utara yaitu Sam Ratulangi, Toar-Lumimuut, Dotulolong Lasut. Hasil penelitian ini dapat dimanfaatkan oleh para pengrajin dalam mengelola dan mengembangkan usaha souvenir dimulai dari *home industry* oleh masyarakat lokal yang memerlukan pendampingan tenaga ahli yang dapat membantu mengarahkan pengembangan souvenir mulai dari desain, bentuk, promosi dan pemasaran hasil produksi sehingga menghasilkan souvenir yang berkualitas dan berdaya saing serta berciri khas daerah Sulawesi Utara. Penelitian ini memerlukan penelitian lanjutan dalam hal permintaan dan penawaran (*supply and demand*) produk souvenir sesuai pasar pariwisata Sulawesi Utara dalam skala produksi yang lebih besar. Hal ini penting dilakukan karena wisatawan yang berkunjung ke Sulawesi Utara cenderung meningkat dari tahun ke tahun sehingga kebutuhan dan permintaan akan produk-produk souvenir berciri khas lokal akan cenderung meningkat pula. Industri souvenir berbahan dasar kayu dan tempurung kelapa ini kemudian dapat dicanangkan menjadi industri kreatif yang dikelola oleh masyarakat lokal dalam upaya meningkatkan kesejahteraan melalui ekonomi kerakyatan

Kata Kunci : Desain, Souvenir, Kayu Kelapa, Pariwisata.

Abstract

Tourism development in North Sulawesi grows and evolves as it is supported by a variety of industry sectors, including souvenir industry. However, souvenir industries in North Sulawesi are still limited both in quality and quantity. Additionally, the craftsmen in North Sulawesi are less innovative and creative in creating good and iconic souvenirs. This study aims to identify and develop model and design of souvenirs made from wood and coconut shell with can be represented North Sulawesi tourism products. This research was conducted by collecting data and information on how souvenirs products processing has been established. It also explores development of the souvenir designs. This research employs questionnaire-based survey and interviews as well as Focus Group Discussion (FGD). Respondents and informants are the craftsmen as well as tourists who have ever purchased the souvenirs. FGD was conducted for clarification and data verification with the craftsmen and souvenir sellers and providers. The questionnaires were delivered to 55 respondents. The research findings represent several ideas for the model and design of souvenir with Coconut Shell and Wood Material in North Sulawesi such as the miniature associated with flora and fauna of the North Sulawesi namely Ancient Fish (coelacanth), Manguni bird and Tarsius Spectrum. The model and design related to the history and heroes of North Sulawesi are Sam Ratulangi, Toar-Lumimuut, Dotulolong Lasut. This findings can be used by the craftsmen in managing and developing the souvenir business started from home industry by the local community with technical assistance experts who can help to recommend and guide development of souvenirs ranging from design, model, promotion and marketing. This study needs further research which can expand the inventory and supply in terms of product supply and demand with an iconic values of North

Sulawesi tourism. This is important because tourists visiting North Sulawesi tend to increase and as a result the need and demands for local souvenir will increase as well. Furthermore, souvenir industry with wood and coconut shell materials can be launched as creative industries managed by the local people as an effort to improve people's well-being.

Keywords: Design, Souvenirs, Coconut Wood, Tourism.

PENDAHULUAN

Pariwisata membawa berbagai peluang baru bagi masyarakat dan mendorong berbagai bentuk perubahan sosial (Satrajuda, 2009), selanjutnya dampak pariwisata terhadap masyarakat seringkali dilihat dari hubungan antara masyarakat dengan wisatawan yang menyebabkan terjadinya proses komoditisasi dan komersialisasi dari keramah-tamahan masyarakat lokal (Pitana, 2005). Secara umum, pengembangan kepariwisataan selalu terkait dengan kreativitas dan inovasi dalam berbagai bentuk kegiatan, karya masyarakat yang dapat dimanfaatkan oleh wisatawan pada saat berkunjung ke satu daerah wisata yang dapat menambah pengalaman perjalanan baru bagi wisatawan dan peningkatan berusaha bagi masyarakat (Satrajuda, 2009). Lebih lanjut, konsep pembangunan pariwisata menyentuh sektor pendidikan yang mengarah pada pembelajaran komunitas tentang pengembangan pariwisata yang berkelanjutan dengan harapan komunitas lokal akan berpartisipasi dalam kepariwisataan saat ini hingga masa yang akan datang (Wowor, 2011).

Indonesia, berdasarkan data tahun 1997, memiliki 4.640.000 pohon kelapa yang tidak produktif. Batang kelapa yang cukup besar ini akan mampu menghasilkan satu juta m³ kayu pertahun. Jumlah ini setara dengan

2,5% dari kebutuhan bahan baku kayu bagi industri kehutanan Indonesia. Batang kelapa memiliki sifat yang bervariasi dan mencolok mulai dari bagian tepi batang ke arah bagian dalam dan dari bagian pangkal batang ke arah tajuk. Pangkal batang pada umumnya memiliki sifat kekuatan dan keawetan yang lebih baik dibanding bagian dalam dan ujung batang (Suharto, 2012).

Di Sulawesi Utara, pengembangan dan pembangunan sektor pertanian sangatlah penting mengingat bahwa Sulawesi Utara mempunyai potensi sumber daya alam yang besar ada pada sektor pertanian. Oleh sebab itu, terjadinya perubahan harga terhadap komoditi produk turunan kelapa, akan mempengaruhi secara langsung tingkat kehidupan petani beserta seluruh keluarganya. (Kuntel, 2012)

Tabel 1.1. Luas areal dan Produksi Kelapa Sulut Tahun 2007-2010

	2007	2008	2009	2010
Luas (Ha)	267.625	272.137	274.917	276.069
Produksi (Ton)	229.613	209.994	265.451	273.234

Sumber : BPS (Sulawesi Utara), 2011

Sulawesi Utara merupakan salah satu daerah produksi kelapa di Indonesia yang memiliki luas areal tanaman kelapa terbesar, sehingga daerah ini sering disebut dengan daerah nyiur melambai. Pada tahun 2010, luas areal perkebunan kelapa di Sulawesi Utara sebesar 276.069 ha atau dengan presentasi sebesar 76,06%.

Produk turunan kelapa Sulawesi Utara mampu dipasarkan ke internasional karena kualitas yang dimiliki oleh produk olahan kelapa dan diminati oleh mancanegara, khususnya Belanda dan Amerika Serikat (Tatengkeng, 2011).

RUMUSAN MASALAH

“Bentuk dan desain souvenir yang bagaimanakah yang diminati wisatawan yang berkunjung ke Sulawesi Utara ?”

TUJUAN PENELITIAN

1. Mengidentifikasi hal-hal yang menyebabkan souvenir sebagai unsur penunjang pariwisata Sulawesi Utara yang memiliki daya tarik, daya jual serta daya saing yang dapat diandalkan sebagai ciri khas pariwisata daerah;
2. Mengumpulkan informasi baik secara umum maupun *detail* tentang pembuatan souvenir berbahan dasar kayu dan tempurung kelapa;
3. Untuk menghasilkan bentuk dan desain yang harus dibuat untuk produk souvenir berbahan dasar kayu dan tempurung kelapa serta berciri khas daerah yang dapat memenuhi selera pembeli khususnya wisatawan yang berkunjung ke Sulawesi Utara.

LANDASAN TEORI

Pengertian Produk Wisata

Produk wisata merupakan rangkaian dari berbagai jasa yang saling terkait, yaitu jasa yang dihasilkan dari berbagai perusahaan (segi ekonomis), jasa masyarakat

(segi sosial) dan jasa alam. Menurut *Suswantoro* (2007:75) pada hakekatnya pengertian produk wisata adalah “keseluruhan pelayanan yang diperoleh dan dirasakan atau dinikmati wisatawan semenjak ia meninggalkan tempat tinggalnya sampai ke daerah tujuan wisata yang dipilihnya dan sampai kembali ke rumah dimana ia berangkat semula”. Produk wisata sebagai salah satu obyek penawaran dalam pemasaran pariwisata memiliki unsur-unsur utama yang terdiri 3 bagian (*Oka A. Yoeti*, 2002): (1) Daya tarik daerah tujuan wisata, termasuk didalamnya citra yang dibayangkan oleh wisatawan, (2) Fasilitas yang dimiliki daerah tujuan wisata, meliputi akomodasi, usaha pengolahan makanan, parkir, transportasi, rekreasi dan lain-lain, (3) Kemudahan untuk mencapai daerah tujuan wisata tersebut.

Mason (2000) dan *Poerwanto* (1998) telah membuat rumusan tentang komponen-komponen produk wisata yaitu:

1. Atraksi, yaitu daya tarik wisata baik alam, budaya maupun buatan manusia seperti *festival* atau pentas seni;
2. Aksesibilitas, yaitu kemudahan dalam memperoleh atau mencapai tujuan wisata seperti organisasi kepariwisataan (*travel agent*);
3. *Amenities* yaitu fasilitas untuk memperoleh kesenangan. Dalam hal ini dapat berbentuk akomodasi, kebersihan dan keramahan;
4. *Networking*, yaitu jaringan kerjasama yang berkaitan dengan produk yang ditawarkan baik lokal, nasional maupun internasional.

Produk wisata merupakan sesuatu yang dapat ditawarkan kepada wisatawan untuk mengunjungi sebuah daerah tujuan wisata. Produk wisata dapat berupa alam, budaya serta hasil kerajinan masyarakat. Ada beberapa pendapat yang dikemukakan oleh para ahli terhadap pengertian produk pariwisata, diantaranya:

- Menurut Gooddall (1991), produk wisata dimulai dari ketersediaan sumber yang berwujud (*tangible*) hingga tak berwujud (*intangible*) dan secara totalitas lebih condong kepada kategori jasa yang tak berwujud (*intangible*);
- Menurut Burns and Holden (1989), produk wisata dinyatakan sebagai segala sesuatu yang dapat dijual dan diproduksi dengan menggabungkan faktor produksi, konsumen yang tertarik pada tempat-tempat yang menarik, kebudayaan asli dan *festival-festival* kebudayaan;
- Menurut Kotler dan Amstrong (1989), yaitu sebagai sesuatu yang ditawarkan kepada konsumen atau pangsa pasar untuk memuaskan kemauan dan keinginan termasuk di dalam objek fisik, layanan, SDM yang terlibat di dalam organisasi dan terobosan atau ide-ide baru;
- Suwantoro (1997), berpendapat produk wisata merupakan keseluruhan pelayanan yang diperoleh dan dirasakan atau dinikmati wisatawan semenjak ia meninggalkan tempat tinggalnya, sampai ke daerah tujuan wisata yang telah dipilihnya dan kembali ke rumah dimana ia berangkat semula;
- Bukart dan Medlik (dalam Yoeti, 1986), mendeskripsikan produk wisata sebagai susunan

produk yang terpadu, yang terdiri dari obyek wisata, atraksi wisata, transportasi (jasa angkutan), akomodasi dan hiburan di mana tiap unsur dipersiapkan oleh masing-masing perusahaan dan ditawarkan secara terpisah.

Dari beberapa pengertian di atas, dapat dideskripsikan bahwa produk wisata merupakan pelayanan yang dapat dinikmati oleh wisatawan dari tempat asal, di daerah tujuan wisata, sampai kembali ke rumah, yang ditunjang oleh atraksi wisata, fasilitas dan layanan, harga produk, aksesibilitas pendukung yang dapat mempermudah kegiatan perjalanan wisata (Chatie, 2013).

Seni kerajinan merupakan salah satu produk andalan Indonesia dalam menambah devisa negara. Keragaman seni kerajinan Indonesia merupakan variasi komoditi yang mengundang selera, tiap daerah bahkan tiap objek wisata mempunyai karakter masing-masing. Karakter atau ciri inilah yang menjadikan produk kerajinan sangat strategis dalam menunjang pariwisata (Suharto, 2012).

Desain adalah organisasi atau susunan bagian-bagian yang saling berkaitan dan membentuk suatu keseluruhan yang terkoordinasi. Sejalan dengan itu Sidik dan Prayitno (1981) menyatakan bahwa desain adalah pengorganisasian atau penyusunan elemen-elemen visual seperti; garis, warna, ruang, tekstur, cahaya dan lain sebagainya, sedemikian rupa, sehingga menjadi kesatuan organik dan harmonis di antara bagian-bagian dengan keseluruhannya.

Dalam merancang desain produk, hendaknya desainer terlebih dahulu mengetahui situasi pemasaran,

aspek-aspek bahan, teknik pengerjaan, dan bila perlu mengetahui akan psikologi konsumen, karena perencanaan desain produksi tersebut erat hubungannya dengan faktor-faktor lain seperti tenaga kerja, bahan baku, sarana dan mesin-mesin, serta modal, dan faktor-faktor produksi tersebut di atas merupakan hal-hal yang perlu dipertimbangkan dalam pembuatan desain (Sutarwadi, 1974).

Mendesain adalah merancang suatu benda apakah itu berupa benda pakai, atau benda seni, harus didasari suatu data untuk memperoleh desain yang baik sesuai dengan sasaran yang ingin dicapai. Untuk memperoleh data tersebut dapat dilakukan dengan survei di lapangan dengan menelusuri minat dan aktivitas manusia dalam kehidupan sehari-hari. Jadi, berdasarkan beberapa pendapat dan uraian diatas mendesain adalah proses pemikiran yang sistematis dalam merencana suatu benda, agar dapat mencapai suatu hasil yang optimal. Desain yang optimal harus dibuat sesuai dengan tujuan dan keperluannya, harus tampak menyenangkan bagi orang-orang yang berhubungan dan harus sangat harmonis dengan lingkungan sekitarnya. Apabila produk yang dibuat adalah benda-benda pakai haruslah dilandasi suatu data untuk memperoleh suatu bentuk yang menyenangkan dan mencapai sasaran.

Penelitian tentang pengembangan produk souvenir sangat maju dan berkembang di negara China sehingga pengembangan souvenir di negara tersebut telah banyak didokumentasikan dalam bentuk tulisan ilmiah atau artikel jurnal yang telah banyak dipublikasikan. Berbeda dengan negara China, penelitian tentang pengembangan souvenir yang berhubungan dengan pengembangan

pariwisata masih sangat kurang dilakukan di Indonesia. Dari produk suvenir kita bisa menterjemahkan arti dan nilai suatu budaya dan daerah dimana suvenir itu berasal sebagaimana dijelaskan bahwa *"a creative design for a tourist souvenir is an effective way to promote its sales. As a souvenir designer, you are not only to design its beautiful shape and outside looking, but also to give it a clearly regional characteristic and rich culture meaning"* (Xin-ting, 2004). Oleh sebab itu, bentuk dan desain yang terkandung dalam suatu suvenir menjelaskan tentang karakteristik suatu budaya atau daerah tertentu. Begitu pula dalam pengembangan produk suvenir berbahan dasar kayu dan tempurung kelapa di Sulawesi Utara menjadi sangat penting sebagai penunjang kepariwisataan Sulawesi Utara karena nilai dan keunikan yang berkualitas dan terkandung didalam suvenir itu akan mencerminkan keunikan daerah tujuan wisata tersebut sebagaimana dijelaskan bahwa *"The core of the tourism merchandise is the souvenir dan the uniqueness is the intrinsic quality of souvenir"* (Xue-ling, 2004)

Suvenir adalah barang-barang kerajinan tangan (*handy crafts*), yang merupakan hasil kreativitas para pengrajin yang mampu merubah benda-benda yang terbuang dan tidak berharga menjadi produk-produk kerajinan tangan yang menarik dan diminati banyak orang, terutama para wisatawan.

METODE PENELITIAN

Data kualitatif yang diperoleh dianalisis secara deskriptif yaitu dengan mengkaji, mendeskripsikan,

kemudian memberikan interpretasi rasional yang memadai terhadap data dan fakta-fakta yang diperoleh di lapangan. Metode yang digunakan adalah survei. Menurut Mely G. Tan (dalam Koentjaraningrat, 1994) penelitian survei termasuk penelitian deskriptif, yakni semata-mata untuk memberi gambaran yang tepat dari suatu gejala.

Data dalam penelitian ini mencakup data tentang bagian-bagian pohon kelapa, jenis kerajinan dan teknik kerajinan. Selain itu, data dalam penelitian ini juga terkait dengan teknik-teknik yang digunakan, nilai estetis produk kerajinan dengan media kelapa. Jenis kerajinan dan teknik kerajinan digali atau bersumber dari dokumen/literatur. Data tentang keteknikan bersumber dari pengrajin. Sedangkan data tentang nilai estetis bersumber dari para pakar kerajinan, masyarakat pengguna serta pengrajin. Cara yang digunakan dalam mengumpulkan data pada penelitian ini dengan observasi, *interview*/wawancara, dokumentasi dan kuesioner. Untuk informan kunci adalah peneliti sendiri sebagai informan kunci serta melibatkan pengrajin souvenir dan pemilik toko souvenir serta wisatawan yang membeli souvenir.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Identifikasi Pengrajin Souvenir

Pengrajin memegang peranan penting bagi kelangsungan hidup usaha souvenir karena tanpa pengrajin souvenir tidak akan pernah ada dan berkembang. Begitu juga dengan mutu souvenir dan keanekaragaman produknya, jika pengrajin tidak kreatif, inovatif dan terampil maka hal itu juga tidak akan pernah

terwujud. Pengrajin suvenir Sulawesi utara terdiri dari:

- a. Pengrajin yang memang menggantungkan hidupnya dari usaha kerajinan tangannya itu sendiri. Pengrajin ini biasanya menghasilkan kerajinan rotan, bambu, kain dan kayu;
- b. Pengrajin yang merupakan anggota masyarakat yang berprofesi ganda, artinya tidak menggantungkan hidupnya dari kerajinan semata-mata. Mereka terdiri dari ibu rumah tangga, remaja putri putus sekolah dan tamatan SLTA yang tidak lagi melanjutkan pendidikan ke jenjang yang lebih tinggi. Pengrajin ini biasanya menghasilkan barang-barang sulaman, bordiran, rajutan dan jahitan seperti baju adat, aneka macam tas, dompet, hiasan dinding, gantungan kunci, batok kelapa, kayu kelapa, dll;
- c. Pengrajin musiman dimana saat ada *event MICE* di Sulawesi Utara apakah pertemuan, pameran, *event* kunjungan, *meeting*, dll dan biasanya mereka hadir dalam bentuk mendesain konveksi (bordiran, sablon kaos, kain, jaket, gantungan kunci, topi, dll).

Sebenarnya, keberadaan pengrajin dapat dilihat dari ada tidaknya stok produk suvenir di pasar. Jika di pasar terjadi pertumbuhan produksi suvenir berarti eksistensi pengrajin masih baik, tetapi jika produksi menurun maka eksistensi pengrajin terganggu dan jika barang-barang suvenir sudah tidak ada lagi di pasar berarti pengrajin sudah tidak ada lagi. Kenyataannya, di lapangan masih ditemukan banyak stok produk barang-barang suvenir,

maka dapat disimpulkan sementara bahwa pengrajin Sulawesi Utara masih ada (*exist*). Jumlah pengrajin di Sulawesi utara sebanyak 263 orang (Sulut dalam angka 2013), di Kota Manado, Sulawesi Utara saja jumlahnya mencapai 26.61% atau 70 orang, belum termasuk di kota-kota yang ada di sekitar seperti Minahasa, Tomohon, Minahasa Tenggara, Minahasa Utara, Sangihe, Talaud, Sitaro, Bolaang Mongondow. Untuk menjaga eksistensi pengrajin, banyak pihak yang telah ikut memberikan perhatian dan bantuannya; disamping pemerintah, lembaga keuangan atau juga organisasi di bawah binaan Departemen Tenaga Kerja, Departemen Perindustrian, dll bekerja sama dengan pengrajin dalam negeri telah melaksanakan pelatihan-pelatihan bagi pengrajin mulai dari pelatihan untuk meningkatkan keterampilan, pelatihan manajemen mengelola usaha souvenir dan pelatihan pemasaran barang-barang souvenir.

Berdasarkan informasi yang diperoleh dari Departemen Tenaga Kerja, Departemen Perdagangan dan Perindustrian Sulawesi Utara menyebutkan bahwa dari segi kuantitatif jumlah pengrajin yang sudah dilatih kurang melalui beberapa kali pelatihan yang diadakan sudah mencapai ratusan orang yang dilatih bahkan sudah membuka usaha sendiri. Itu berarti hal ini sangat menggembirakan lebih 312 orang selang tahun 2012 karena dengan adanya pelatihan-pelatihan souvenir yang dapat dijumpai di toko, maupun *show room* pengrajin. Hal itu memiliki arti bahwa hanya mereka yang mempunyai daya kreatif dan inovatiflah yang masih ada. Tetapi, akan sangat mencengangkan adalah dari segi kualitatif, realita di lapangan disebutkan bahwa dari 312 pengrajin yang telah berhasil dilatih dan “dianggap

sudah terdidik” ternyata hampir tidak ada yang *exist* sebagai pengrajin! Sesudah pelatihan, mereka mencari pekerjaan yang lain di luar usaha suvenir.

Informasi Umum maupun *Detail* Suvenir Sulawesi Utara

Hasil *Focus Group Discussion* menyimpulkan bahwa ada permasalahan menyangkut barang-barang suvenir Sulawesi Utara yang ada di toko-toko souvenir:

1. Pengrajin suvenir Sulawesi Utara hampir tidak ada dalam bentuk miniatur yang berhubungan dengan benda-benda budaya atau sejarah dan orang-orang berjasa yang menarik, seperti: Dr. Sam Ratulangi, patung Toar-lumimuut, patung kuda, patung Pendaratan HV. Worang, tugu Dotulolong Lasut, tarian Kabasaran, tarian Maengket, dll;
2. Pengrajin suvenir Sulawesi Utara masih terfokus pada barang-barang suvenir yang harganya “mahal” dan ukurannya “besar”, sehingga kalau membeli banyak tidak sanggup dibawa pulang, kalau membeli sedikit tidak cukup untuk dibagi-bagikan ketika kembali ke rumah;
3. Pengrajin suvenir Sulawesi Utara kurang variasi atau tidak banyak ragamnya sehingga pengunjung seolah-olah tidak diberi peluang untuk memilih suvenir yang diinginkan;
4. Pengrajin suvenir Sulawesi Utara masih mendesain sesuai dengan pesanan tanpa menyertakan nilai estetika, karakteristik budaya,

serta pemahaman akan artefak dan arsitektur khas Sulawesi Utara yang harus melekat pada suvenir yang dibuat sehingga menjadi unik dan mewakili daerah yang menjadi tujuan wisata.

Berdasarkan wawancara dengan seseorang pengrajin di Desa Pineleng (Bapak Agus) dijelaskan bahwa *“cara produksi suvenir Sulawesi Utara sekarang hanya asal jadi dan mudah dibuat. Dapat ditiru serta dibuat oleh orang lain, karena tidak memiliki karakter. Oleh karena itu, sejak kota mencanangkan visinya menjadi kota pariwisata dunia kerajinan tangan atau suvenir yang dibuat belum mencerminkan suvenir yang sesungguhnya, akibatnya banyak wisatawan kehilangan dan terkesan Manado tidak mempunyai suvenir yang berkarakter kuat kalau toh ada hanya pada suvenir (Kain Sulaman Gorontalo, Kain Bentenan, Kain Batik Daerah lainnya).*

Pada saat pedagang suvenir (toko suvenir) menyiapkan bahan baku dan memberikan kepada pengrajin untuk dikerjakan. Setelah barang-barang itu siap, pedagang mendatangi pengrajin dan setelah membayar ongkos kerja, pedagang membawa barang-barang itu ke tokonya untuk dijual. Hal seperti itu tidak terlihat lagi sekarang, katanya *“Sekarang, pedagang suvenir menyiapkan beberapa macam barang suvenir sebagai sampel, atau menyiapkan design, ukuran, bentuk, dan warna suvenir yang akan diproduksi. Kemudian pedagang suvenir menyerahkan sampel atau data tentang suvenir kepada pengrajin di luar daerah (bali atau Jawa) untuk diproduksi secara massal. Setelah selesai, suvenir itu dibawa pulang ke Sulawesi Utara dan dimasukkan ke tokonya untuk dijual. Pembeli*

tidak menaruh keberatan, memang dan juga tidak merasakan adanya “pemalsuan” barang-barang suvenir Sulawesi Utara seperti itu. Akan tetapi, jika hal itu benar-benar terjadi, maka yang mendapat manfaat dari suvenir Sulawesi Utara bukan pengrajin Sulawesi Utara, tetapi pengrajin “luar”. Praktek seperti itu berarti sama seperti merampas hak pengrajin Sulawesi Utara. Memang, kita belum memvonis bahwa hal itu benar-benar terjadi, tetapi baru sekedar informasi. Hal ini menjadi masukan bagi instansi yang berwenang untuk melakukan penelusuran yang lebih mendalam. Jika informasi itu benar, maka perlu dilakukan langkah-langkah kongkrit untuk menghentikan praktek seperti itu.

Beberapa model dan desain adalah:

1. Model Patung ukiran budaya
 - a. Tarian Cakalele/Kabasaran;
 - b. Tanam padi dan naik rumah baru;
 - c. Marambak.
2. Model ukiran tugu dan pahlawan
 - a. Patung kuda;
 - b. Ibu Walanda Maramis;
 - c. *Zero Point*;
 - d. Dr. Sam Ratulangi;
 - e. Patung Toar Lumimuut.
3. Model ukiran dan hiasan flora dan fauna
 - a. *Tarsius Spectrum*;
 - b. *Coelachanth*;
 - c. *Moleo*;
 - d. Monyet (kera) yaki hitam;
 - e. Manguni/burung hantu;

- f. Ikan lainnya.
- 4. Hiasan dinding (diukir pada batang kelapa)
 - a. Lukisan gunung dan sawah Tondano;
 - b. Bukit Kasih;
 - c. Patung Memberkati Tuhan Yesus;
 - d. Pulau Bunaken;
 - e. Tarian suku yang ada di Sulawesi Utara.

Motif dan Ragam Suvenir

Motif Ragam Hias, diantaranya:

- Ragam Hias Flora ;
Bahasa Daerah (Resouan);
- Ragam Hias Fauna;
Bahasa Daerah (Rerouan);
- Ragam Hias Manusia;
Bahasa Daerah (Tetouan).

Warna Ragam Hias, diantaranya:

- Pewarnaan Ragam Hias;
Bahasa Daerah (Pagherasen);
- Pemaknaan Warna;
Bahasa Daerah (Penoron Gheras).

Hasil simpulan dari *Focus Group Discussion*: Agar *volume* penjualan souvenir Sulawesi Utara meningkat, maka para pengrajin perlu mempertimbangkan beberapa unsur pokok dalam bisnis souvenir, yaitu:

1. Harus ada “keseriusan” pengrajin dalam membuat barang-barang souvenir;
2. Perlu Peningkatan “keterampilan” pengrajin dalam memproduksi barang-barang souvenir sehingga kualitas, penampilan dan verifikasi

produk suvenir dapat dilakukan;

3. Pengrajin perlu mengetahui selera pembeli sehingga barang-barang suvenir yang dibuat sesuai dengan selera mereka. Serta pengrajin mendirikan “*outlet*”, yaitu tempat para pembeli “menemukan” barang-barang suvenir itu;
4. Pengrajin dalam menciptakan barang-barang suvenir perlu mempertimbangkan ukuran yang kecil, *packagingnya* dan harganya yang bersaing karena salah satu pertimbangan konsumen membeli barang-barang suvenir adalah “ukuran yang tidak besar”;
5. Pengrajin harus konsisten dengan melekatkan karakteristik budaya dan sejarah orang minahasa (Sulut) dalam artian agar suvenir mempunyai nilai estetika yang tidak gampang ditiru, bahkan unik sehingga mempunyai daya saing yang tinggi;
6. Pengrajin harus mempunyai komitmen yang kuat dalam mempertahankan kualitas sehingga suvenir yang dibawa pulang mempunyai nilai bagi wisatawan yang berkunjung.

Analisis SWOT

***Strong* (Kekuatan)**

Usaha ini didukung oleh pemerintah karena memanfaatkan bahan baku asli daerah, pengusaha suvenir di Manado masih kurang, Banyaknya *event MICE* di Sulawesi Utara sangat mendukung dibutuhkan suvenir yang dapat dibawa pulang. Sumber bahan baku (tempurung dan batang kelapa) banyak tersedia.

Weakness (Kelemahan)

Modal yang masih kurang, sehingga memperlambat pertumbuhan usaha. *Skill* membuat souvenir yang masih terbatas, souvenir Sulawesi Utara yang belum punya ciri khas daerah.

Opportunity (Peluang)

Peluang usaha ini sangat besar baik dalam bentuk dukungan pemerintah & sumber bahan baku, perkembangan teknologi yang mampu memudahkan proses promosi lewat internet, persaingan pasar yang masih kurang. *Event MICE* yang sering dilakukan di Sulut yang membutuhkan souvenir yang dibawa pulang.

Threat (Ancaman)

Tidak ada ancaman yang terlalu signifikan, ancaman hanya berupa tenaga kerja yang terlambat karena harus didatangkan dari Pulau Jawa. Hal ini disebabkan kurangnya putra daerah yang mampu mengelola souvenir menjadi sesuatu yang lebih bermanfaat. Adanya souvenir sejenis dari luar daerah seperti dari Bali dan Jogja yang mempunyai kualitas dan desain yang menarik. Selain itu, faktor seringnya mati lampu juga ikut menjadi salah satu kendala dalam menjalankan usaha industri souvenir karena banyak menggunakan alat-alat potong yang menggunakan listrik.

A. Model suvenir

C



Coelacanth
tarian Kabasaran



Manguni
Tarsius Spectrum

Desain

Coelacanth Sulawesi Utara

Bahan : Kayu kelapa
Ukuran : 30 cm x 20 cm

Kode	: CSU-001 (<i>Coelacanth</i> Sulawesi Utara 001
Ragam Hias	: Bercorak desain flora (bahasa Minahasa = Resouan)
Warna	: Coklat bergaris kayu kehitam-hitaman

Pada tahun 1998, enam puluh tahun setelah ditemukannya fosil hidup *Coelacanth Komoro*, seekor ikan Raja Laut tertangkap jaring nelayan di perairan Pulau Manado Tua, Sulawesi Utara. Ikan ini sudah dikenal lama oleh para nelayan setempat, namun belum diketahui keberadaannya disana oleh dunia ilmu pengetahuan. Ikan Raja Laut secara fisik mirip *Coelacanth Komoro*, dengan perbedaan pada warnanya. Yakni Raja Laut berwarna coklat, sementara *Coelacanth Komoro* berwarna biru baja.

Ikan Raja Laut tersebut kemudian dikirimkan kepada seorang peneliti Amerika yang tinggal di Manado, *Mark Erdmann*, bersama dua koleganya, *R.L. Caldwell* dan Moh. Kasim Moosa dari LIPI. Penemuan ini kemudian dipublikasikan di jurnal ilmiah. Maka kini orang mengetahui bahwa ada populasi *Coelacanth Natureanth* yang kedua, yang terpisah menyeberangi Samudera Hindia dan pulau-pulau di Indonesia Barat sejauh kurang-lebih 10.000 km. Belakangan, berdasarkan analisis DNA-mitokondria dan isolasi populasi, beberapa peneliti Indonesia dan Prancis mengusulkan ikan Raja Laut sebagai spesies baru *Latimeria Menadoensis*.

Dua tahun kemudian ditemukan pula sekelompok *coelacanth* yang hidup di perairan Kawasan Lindung

Laut (*Marine Protected Areas*) *St. Lucia* di Afrika Selatan. Orang kemudian menyadari bahwa kemungkinan masih terdapat populasi-populasi *coelacanth* yang lain di dunia, termasuk pula di bagian lain Nusantara, mengingat bahwa ikan ini hidup terisolir di kedalaman laut, terutama di sekitar pulau-pulau vulkanik. Hingga saat ini status taksonomi *coelacanth* yang baru ini masih diperdebatkan.

Pada bulan Mei 2007, seorang nelayan Indonesia menangkap seekor *coelacanth* di lepas pantai Provinsi Sulawesi Utara. Ikan ini memiliki ukuran sepanjang 131 sentimeter dengan berat 51 kg ketika ditangkap.

Coelacanth (artinya "duri yang berongga", dari perkataan Yunani *coelia*, "*κοιλία*" (berongga) dan *acanthos*, "*άκανθος*" (duri), merujuk pada duri siripnya yang berongga) IPA: ['si: l ə, kænθ] adalah nama ordo (bangsa) ikan yang antara lain terdiri dari sebuah cabang evolusi tertua yang masih hidup dari ikan berahang. *Coelacanth* diperkirakan sudah punah sejak akhir masa *Cretaceous* 65 juta tahun yang lalu, sampai sebuah spesimen ditemukan di timur Afrika Selatan, di perairan sungai *Chalumna* tahun 1938. Sejak itu *Coelacanth* telah ditemukan di Komoro, perairan pulau Manado Tua di Sulawesi, Kenya, Tanzania, Mozambik, Madagaskar dan taman laut *St. Lucia* di Afrika Selatan. Di Indonesia, khususnya di sekitar Manado, Sulawesi Utara, spesies ini oleh masyarakat lokal dinamai **ikan Raja Laut**

Tarian Kabasaran/Cakalele

Bahan	: Kayu kelapa & tempurung kelapa
Ukuran	: 30 cm x 20 cm

Kode	: KMSU-003 (Kabasaran Minahasa Sulawesi Utara 003)
Ragam Hias	: Bercorak desain manusia (bahasa Minahasa = TETOUAN)
Warna	: Coklat bergaris kayu kehitam-hitaman+warna merah

Tarian ini merupakan tarian keprajuritan tradisional Minahasa, yang diangkat dari kata; *Wasal*, yang berarti ayam jantan yang dipotong jenggerinya agar sang ayam menjadi lebih garang dalam bertarung.

Tarian ini diiringi oleh suara tambur dan /atau gong kecil. Alat musik pukul seperti Gong, Tambur atau Kolintang disebut "*Pa' Wasalen*" dan para penarinya disebut *Kawasalan*, yang berarti menari dengan meniru gerakan dua ayam jantan yang sedang bertarung, hampir mirip dengan tarian Cakalele dari Maluku.

Kata *Kawasalan* ini kemudian berkembang menjadi "Kabasaran" yang merupakan gabungan dua kata "*Kawasal ni Sarian*" "*Kawasal*" berarti menemani dan mengikuti gerak tari, sedangkan "*Sarian*" adalah pemimpin perang yang memimpin tari keprajuritan tradisional Minahasa. Perkembangan bahasa Melayu Manado kemudian mengubah huruf "W" menjadi "B" sehingga kata itu berubah menjadi Kabasaran, yang sebenarnya tidak memiliki keterkaitan apa-apa dengan kata "besar" dalam bahasa Indonesia, namun akhirnya menjadi tarian penjemput bagi para pembesar-pembesar.

Pada zaman dahulu para penari Kabasaran, hanya menjadi penari pada upacara-upacara adat. Namun, dalam kehidupan sehari-harinya mereka adalah petani dan rakyat biasa. Apabila Minahasa berada dalam

keadaan perang, maka para penari Kabasaran menjadi Waraney.

Tarsius Spectrum

Bahan	: Kayu Kelapa
Ukuran	: 30 cm X 20 Cm
Kode	: TSSU-004 (<i>Tarsius Spectrum</i>) Sulawesi Utara-004
Ragam Hias	: Bercorak desain flora (bahasa Minahasa = Resouan)
Warna	: Coklat bergaris kayu ke hitam- hitaman

Tarsius bertubuh kecil dengan mata yang sangat besar; tiap bola matanya berdiameter sekitar 16 mm dan berukuran sebesar keseluruhan otaknya. Kaki belakangnya juga sangat panjang. Tulang *tarsius* di kakinya sangat panjang dan dari tulang *tarsius* inilah *tarsius* mendapatkan nama. Panjang kepala dan tubuhnya 10 sampai 15 cm, namun kaki belakangnya hampir dua kali panjang ini, mereka juga punya ekor yang ramping sepanjang 20 hingga 25 cm. Jari-jari mereka juga memanjang, dengan jari ketiga kira-kira sama panjang dengan lengan atas. Di banyak ujung jarinya ada kuku namun pada jari kedua dan ketiga dari kaki belakang berupa cakar yang mereka pakai untuk merawat tubuh. Bulu *tarsius* sangat lembut dan mirip beludru yang bisanya berwarna cokelat abu-abu, cokelat muda atau kuning-jingga muda.

Grup *T. tarsier* (Sulawesi)

- *Tarsius* Sulawesi, *Tarsius tarsier*
- *Tarsius* Dian, *Tarsius dentatus*

- *Tarsius Lariang*, *Tarsius lariang*
- *Tarsius Peleng*, *Tarsius pelengensis*
- *Tarsius Sangihe*, *Tarsius sangirensis*
- *Tarsius Siau*, *Tarsius tumpara*^[4]
- *Tarsius Kerdil*, *Tarsius pumilu*

Burung Hantu (*Manguni*)

Bahan	: Kayu kelapa dan tempurung kelapa
Ukuran	: 20 cm x 20 cm
Kode	: BHSU-005 artinya (Burung Hantu Sulawesi Utara 005)
Ragam Hias	: Bercorak desain flora (bahasa Minahasa = Resouan)
Warna	: Coklat bergaris kayu kehitam-hitaman

Burung *Manguni* (*Mauni* = Mengamati) atau yang juga dikenal dengan sebutan Burung *Tootosik*, oleh orang Manado yang berasal dari Suku Minahasa di daerah Sulawesi Utara (Sulut) di anggap suci. Oleh karena burung ini di yakini di tugaskan khusus oleh *Opo Empung* untuk selalu memberi petunjuk kepada orang Minahasa.

Burung *Manguni* terdapat banyak kekuatan yang di anggap gaib, mungkin sudah banyak dilupakan atau sudah tidak diketahui oleh orang Minahasa pada umumnya karena hal ini memang dirahasiakan dan hanya diwariskan lewat lisan saja kepada keturunan atau anak cucu orang Minahasa.

Di saat leluhur bangsa Minahasa sedang hanyut karena peristiwa air bah, mereka disuruh pergi ke tanah

yang di janjikan oleh *Opo Empung Wangko*. Namun mereka tidak tau jalan untuk kesana, lalu mereka di bimbing oleh burung *Manguni* dan pada akhirnya mereka mengerti perilaku dari *Manguni Makasiyow* (*Makasiou*).

KESIMPULAN

1. Potensi “sumber daya budaya” yang dapat membuka peluang untuk pemberdayaan ekonomi rakyat di Sulawesi Utara sangat besar, namun potensi tersebut belum dimanfaatkan secara optimal;
2. Pengembangan suvenir Sulawesi Utara dalam rangka peningkatan perekonomian rakyat perlu diapresiasi baik oleh pemerintah, dalam hal ini kalangan birokrasi, pelaku usaha suvenir, dan pengrajin agar ada manfaatnya bagi kemajuan pariwisata dan peningkatan perekonomian rakyat Sulawesi Utara di masa mendatang, terutama bagi mereka yang terlibat dengan usaha suvenir;
3. Sumber daya budaya yang terdiri dari barang (*goods*) dan jasa (*service*) perlu diolah kedalam bentuk komoditi, seperti barang-barang kerajinan (*handycrafts*), barang-barang *home industry*, obat-obatan tradisional termasuk jamu, barang-barang kosmetika, makanan dan minuman tradisional, dsb, agar dapat dijual kepada konsumen. Sedangkan dalam bentuk jasa (*service*) terdiri dari pengobatan tradisional, mandi uap, *spa*, dsb;
4. Pengrajin harus konsisten dengan melekatkan karakteristik budaya dan sejarah orang Minahasa (Sulut) dalam artian agar suvenir mempunyai nilai

estetika yang tidak gampang ditiru, bahkan unik sehingga mempunyai daya saing yang tinggi;

5. Penelitian ini dapat memberikan masukan pada *home industry* yang memerlukan pedampingan dalam hal desain dan bentuk, serta promosi dan pemasaran hasil dari tenaga ahli serta memberikan saran dan rekomendasi tentang desain dan bentuk souvenir yang berkualitas dan berdaya saing sehingga menghasilkan souvenir yang mempunyai estetika dan berciri khas daerah Sulawesi Utara.

SARAN

1. Penting bagi pengrajin untuk tetap eksis dalam pekerjaan sebagai pengrajin perlu pendampingan (dalam hal pelatihan dan modal) dari pemerintah maupun pihak swasta sehingga pengrajin secara berkelanjutan menjalankan bisnis souvenir;
2. Agar setiap karya yang dihasilkan pengrajin dapat didaftar ke (HAKI) untuk mempatenkan setiap hasil yang dibuat sehingga produk yang dihasilkan mendapatkan pengakuan;
3. Perlunya pedampingan dalam hal desain dan bentuk, serta promosi dan pemasaran hasil dari tenaga ahli sehingga menghasilkan desain dan bentuk souvenir yang berkualitas dan berdaya saing sehingga menghasilkan souvenir yang mempunyai estetika dan berciri khas daerah Sulawesi Utara.

DAFTAR PUSTAKA

- Burns and Holden. (2004). *Antrhropology and Tourism: Past Contributions and Future Theoretical Challenges*. Griffith research.
- Chatic. 2013. *Product Pariwisata*.
(<http://chatie-sub.blogspot.com/2013/04/definisi-produk-pariwisata-tourism.html> akses 22 agustus jam 10.02)
- Erdmann, Mark V.; Caldwell, Roy L.; Moosa, M. Kasim (1998). "Indonesian 'King of The Sea' Discovered" (pdf). *Nature*. **395**: 335.
Diunduh pada tanggal 26 Juli 2011
- Goodall D.W. & F.G. Gregory. (1947). Chemical composition of plants as an index of their nutritional status. Technical Communication No. 17. Imperial Bureau of Horticulture and Plantation Crops, East Malling, Kent, England., pp. 1-167.
- Kotler, Philip & Armstrong. (1989). *Principles of Marketing*, fourth edition (Annotated Instructor's Edition). Prentice-Hall.
- Kuntel, Yunita. (2012). *Kontribusi Ekspor Produk Turunan Kelapa Terhadap Total Ekspor di Provinsi Sulawesi Utara*. COSOS. Vol 1 (1).
- Li-jun, L. (2009). *Preliminary Discussion on Tourism Suvenir Development*. Business Economy, Vol 14.
- Li-rong, M., De-rong, F., & Bao-ming T., (2003), *On Developing Jinhua Tourism Suvenir*, Journal of Jinhua College of Profession and Technology, Vol 04.

- Mason, Robert. D & Douglas A. Lind. (1999). *Teknik Statistika untuk Bisnis dan Ekonomi*, Edisi 9, Penerbit Erlangga. Jakarta.
- Niemitz, Carsten. (1984). In Macdonald, D. *The Encyclopedia of Mammals*. New York: Facts on File. hlm. 338–339. ISBN 0-87196-871-1
- Pitana, I Gede. (2002). *Pariwisata, Wahana Pelestarian Kebudayaan Dan. Dinamika Masyarakat Bali. Orasi Ilmiah. Pidato Pengukuhan Guru Besar..*
- Sastrayuda, H.Gumelar. (2009). *Interaksi Sosial antara Wisatawan dengan Masyarakat Lokal.*
- Shumaker, Robert W., & Benjamin B. Beck.(2003). *Primates in Question*. Smithsonian Books. ISBN 1-58834-151-8.
- Sidik, F. & Prayitno, A.(1972). *Desain Elementer*. Yogyakarta: Sekolah Tinggi Seni Rupa “ASRI”.
- Suharo, dkk, (2012), *Jurnal Humanora, Pemanfaatan Kelapa sebagai Bahan Baku Kerajinan.*
- Sutarwadi, AN. 1974. *Desain dalam Industri Kerajinan*. Yogyakarta: Dep. Perindustrian, Lembaga
- Suwantoro, G. (1997). *Dasar-dasar Pariwisata*. Yogyakarta. Penerbit ANDI.
- Tarsius tumpara: A New Tarsier Species from Siau Island, North Sulawesi.
- Tan, Melly G. (1994). *Perempuan Indonesia Pemimpin Niasa Depan, Sinar Harapan, Jakarta.*
- Tatengkeng, H. (2011). *Realisasi Volume dan Nilai Ekspor Komoditi Ungulan Provinsi Sulawesi Utara, Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Sulawesi Utara.*
- (2011). *Produk Turunan Kepala Sulut Masih Terbatas.*

<http://www.palakat.com/news/read/6768-produk-turunan-kelapa-sulut-masih-terbatas.html>,
diakses 16 Maret 2012

Wowor A.J. (2011) Pariwisata bagi Masyarakat Lokal
<http://repository.library.uksw.edu/handle/123456789/730> diakses tanggal 19 agustus 2014 jam
10.08 pm

Xue ling Z . (2006). Capsaicin Induces Apoptosis in
Hela Cells via Bax/Bcl-2 and caspase-3
pathways. *Asian. J. Tradit. Medic.* 1:(3-4).

Yoeti. Oka A. (1986). Pengantar Ilmu Pariwisata.
Bandung. Penerbit Angkasa.