

STUDI INDUSTRI KREATIF CRAFTMANSHIP BERBASIS HOME INDUSTRY DALAM UPAYA MENGENTASKAN KEMISKINAN PADA KELUARGA PRA SEJAHTERA DI KOTA BANDUNG

Isma Widiaty, Ana, dan Suciati
Jurusan PKK FPTK UPI

ABSTRAK

Secara umum tujuan penelitian ini adalah mengembangkan aneka produk *craftsmanship* (assesories, millineries, *wearhouse*, dan cinderamata yang berbahan dasar tekstil) yang memiliki kualitas yang memadai, dengan indikator dapat menjadi produk yang memiliki daya saing baik di tingkat lokal, regional, bahkan untuk memenuhi pesanan pasar internasional. Dengan demikian secara langsung maupun tidak langsung, industri tersebut dapat meningkatkan pendapatan keluarga pra sejahtera di Kota Bandung. Metode penelitian yang digunakan adalah kaji tindak partisipatif yang merupakan metode penelitian yang dapat menghasilkan pengetahuan baru dalam rangka pemecahan masalah atau perbaikan terhadap masalah dalam kehidupan praktis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengembangan industri kreatif melalui pelatihan yang dikembangkan mampu meningkatkan kualitas produk dan dapat meningkatkan taraf perekonomian masyarakat di Cicadas Kota Bandung dengan cukup signifikan.

Kata kunci : Industri kreatif *craftsmanship*, kemiskinan, keluarga pra sejahtera

PENDAHULUAN

Terpilihnya Bandung sebagai *pilot project* kota kreatif se-Asia Timur pada ajang pertemuan internasional yang dilaksanakan di Yokohama Jepang pada akhir Juli 2007 menjadikan sebuah tantangan tersendiri di samping merupakan suatu kebanggaan. Kota Bandung yang kaya dengan keanekaragaman sumberdaya manusia seyogyanya menempatkan manusia sebagai titik sentral pembangunan industri. Pembangunan industri dengan mengandalkan kreativitas manusia dan budaya serta sumber daya alam yang ada dapat mensejahterakan

masyarakat. Jenis industri seperti ini dikenal dengan istilah industri kreatif.

Untuk menunjang kota Bandung sebagai kota berbasis ekonomi kreatif, maka berbagai upaya perlu dilakukan oleh semua pihak baik dari pemerintah, pihak swasta, maupun dunia akademik yang satu sama lain diharapkan dapat bersinergi. Menurut Simatupang (2007), pada era informasi saat ini berbagai potensi lokal akan sulit berkembang jika kurang mendapat sentuhan Ilmu Pengetahuan, Teknologi, dan Seni (IPTEKS), baik dalam aspek produksi, pengemasan, promosi dan pemasaran hingga manajerial. Sentuhan IPTEKS sangat penting sebab dari sisi

komoditas, produk - produk kreatif yang ada di Kota Bandung cukup memiliki prospek yang menjanjikan karena didukung ketersediaan bahan baku, keanekaragaman seni dan budaya sebagai sumber inspirasi produk. *Knowledge Based Economy* menjadi paradigma baru dalam perkembangan IPTEKS masa kini serta kunci dari kemajuan suatu industri.

Penelitian ini pada dasarnya merupakan penelitian yang dimaksudkan untuk membantu memecahkan masalah bangsa khususnya dalam meningkatkan daya saing bangsa dalam memproduksi aneka produk kreatif yang diharapkan menjadi ciri khas suatu kota / bangsa. Penelitian ini dimaksudkan pula untuk meningkatkan taraf hidup keluarga miskin / pra sejahtera yang memiliki usaha dalam bidang kerajinan tangan yang menjadi salah satu bagian dari pendukung terhadap industri kreatif Kota Bandung.

Sesuai dengan kapasitas dari tim peneliti, maka penelitian ini lebih difokuskan pengembangan *craftsmanship* (assesories, millineries, lenan rumah tangga / *wearhouse*, dan kerajinan tangan yang berbahan dasar tekstil). Tim peneliti terdiri dari tim kolaboratif antara tim UPI dan ITB yang diharapkan akan lebih meningkatkan kualitas produk yang akan dihasilkan dengan kompetensi di bidang seni, desain produk, desain kriya tekstil, dan pemberdayaan masyarakat / pendidikan kesejahteraan keluarga.

Secara umum tujuan dari kegiatan penelitian ini adalah adanya aneka produk *craftsmanship* (assesories, millineries, *wearhouse*, dan cinderamata yang berbahan dasar tekstil) yang memiliki kualitas yang memadai, dengan indikator dapat menjadi produk yang memiliki daya saing baik di tingkat lokal, regional,

bahkan untuk memenuhi pesanan pasar internasional. Dengan demikian secara langsung maupun tidak langsung, industri tersebut dapat meningkatkan pendapatan keluarga pra sejahtera di Kota Bandung.

Tujuan khusus dari kegiatan penelitian ini adalah :

- a. Meningkatkan **kualitas** aneka produk *craftsmanship* yang mampu memenuhi standar kualitas pasar dalam dan luar negeri dan dapat menjadi ciri khas industri kreatif Kota Bandung
- b. Meningkatkan keberagaman (**diversifikasi**) produk *craftsmanship* yang mampu menghasilkan aneka produk yang beragam , unik ,kompetitif yang sesuai dengan selera pasar dalam dan luar negeri .
- c. Meningkatkan **manajerial produksi** aneka produk *craftsmanship* yang bertumpu pada nilai efisiensi dan mampu menghasilkan produksi yang berkualitas dan memenuhi standar kualitas manajemen yang professional.
- d. Meningkatkan **pemasaran** aneka produk *craftsmanship* yang mampu menembus pasar dalam dan luar negeri dengan kemasan yang berkualitas dan dikenal memiliki aneka produk yang unik.
- e. Adanya **model pemberdayaan masyarakat** bagi keluarga miskin / keluarga pra sejahtera khususnya keluarga yang bergerak dalam bidang industri kreatif *craftsmanship* berbasis *home industry*.

Peningkatan kualitas industri kreatif *craftsmanship* berbasis *home industry* apabila dilakukan dengan serius dan sinergi akan mampu meningkatkan daya tawar dan daya

jual produk tersebut. Keanekaragaman produk yang dikembangkan dengan bertumpu pada kreativitas, seni dan budaya, serta sumber daya alam yang ada diyakini akan mampu menjadi khasanah inspirasi produk yang tiada henti dan akan memperkaya khasanah IPTEKS yang sangat kaya pula khususnya dalam bidang kerajinan tangan. Kekayaan ini diharapkan akan memiliki multi efek baik untuk kekayaan non materiil IPTEKS di Indonesia dan juga efek materiil bagi peningkatan kualitas taraf hidup masyarakat khususnya bagi keluarga pra sejahtera yang mengelola usaha ini di tingkat rumah tangga.

Industri kreatif khususnya yang berada di Kota Bandung, pada umumnya dikelola dalam lingkup industri rumah tangga (*home industry*) dan masuk dalam kategori Usaha Kecil dan Menengah (UKM). Pengelola dari industri kreatif ini adalah anak-anak muda dan sebagian besar pengelolanya adalah berbasis keluarga. Dalam konteks yang lebih luas, mengembangkan industri kreatif pada dasarnya akan membuka peluang kerja yang sangat luas dan dapat membantu masalah pengangguran yang menjadi salah satu masalah nasional di negara Indonesia.

Industri kreatif merupakan suatu wacana yang bergulir tidak hanya di tingkat nasional (Indonesia) tapi juga menjadi pembicaraan hangat di tingkat internasional. Beberapa penulis tingkat dunia turut menuangkan pemikiran mereka tentang industri kreatif. Alvin Toffler (1990) memperkenalkan gelombang peradaban manusia (era pertanian, industrialisasi, dan informasi), dan istilah era pengetahuan sebagai era keempat (perpanjangan era informasi). Selain itu, ada juga John Howkins dengan bukunya *The Creative Economy* (2001), serta Richard Florida

dengan bukunya *The Rise of the Creative Class* (2002) dalam Woerjantari (2007). Inti bahasan dari para penggagas ekonomi kreatif itu adalah munculnya kelas baru dalam perekonomian, yaitu kelas kreatif. Kelas kreatif yang banyak diisi kalangan muda ini, ternyata berkorelasi positif menjadi penggerak ekonomi kreatif.

Pada dasarnya, aktifitas ekonomi kreatif merupakan serangkaian kegiatan produksi dan distribusi barang maupun jasa yang dikembangkan melalui penguasaan di bidang informasi, pengetahuan dan kreatifitas. Ekonomi kreatif sangat menyandarkan aktifitasnya pada proses penciptaan dan transaksi nilai. Artinya aspek sumberdaya manusia (*talent*), teknologi, keberagaman budaya, dan pasar yang kritis (*critical mass*) merupakan sebuah ekosistem yang sangat dibutuhkan, bahkan dicari oleh para pelaku industri kreatif di seluruh dunia. Banyak orang yang berpandangan kalau Bandung sudah memiliki ekosistem yang dimaksud dan memiliki semua persyaratan tersebut. Ada banyak alasan mengapa Kota Bandung merupakan kota yang sangat berpotensi untuk mengembangkan industri kreatif. Selama ini Bandung juga dikenal sebagai sebuah kota yang memiliki sumberdaya manusia yang relatif lebih ideal apabila dibandingkan dengan kota lain. Ada banyak sekolah, mulai dari SD sampai perguruan tinggi yang menjadi pemasok ratusan komunitas kreatif di kota ini. Selain itu, sikap masyarakat kota Bandung yang terbuka dan toleran membuat karakter mereka lebih dinamis dalam mengadaptasi perubahan, bahkan generasi muda di kota Bandung mampu mengadaptasi trend global dan mendefinisikan perkembangan yang ada sesuai dengan konteks mereka. Bandung memiliki kombinasi sebagai sebuah kota jasa bermuatan

pengetahuan serta kota seni dan budaya yang merupakan ciri utama sebuah kota kreatif. Dapat dikatakan bahwa kota kreatif adalah kawasan yang mampu mengembangkan kreativitas, pengetahuan, inovasi, dan pertumbuhan ekonomi.

Mewujudkan kota Bandung sebagai kota kreatif tidaklah semudah membalikkan telapak tangan. Fondasi ekonomi kreatif yang perlu dibangun adalah daya kreatif masyarakat yang dibangun di atas pilar-pilar kota jasa bermuatan pengetahuan. Daya kreatif kota adalah konsep tiga T yang diperkenalkan oleh Soemardi: Talenta, Teknologi, dan Toleransi ("PR", 25/10-2007). Menurut Bank Dunia (www.worldbank.org/kam), terdapat empat pilar kerangka kerja ekonomi berbasis pengetahuan (*knowledge based economy*) yaitu: (1) insentif ekonomi dan rezim institusi yang memungkinkan mobilisasi dan alokasi sumberdaya yang efisien dan mendorong kreativitas dan insentif bagi pemanfaatan pengetahuan, (2) kelas pekerja yang terdidik dan terampil yang dapat menggunakan keterampilan mereka dalam menciptakan dan memanfaatkan pengetahuan, (3) sistem inovasi kota yang terdiri dari jaringan kerja sama perguruan tinggi, pusat riset, perusahaan, konsultan, dan lembaga lainnya dalam mengembangkan produk dan jasa yang berdaya saing, dan (4) adanya prasarana informasi yang memadai yang memfasilitasi komunikasi, penyebaran, dan pengolahan informasi dan pengetahuan secara efektif.

Beberapa studi yang berkaitan dengan industri kreatif (termasuk dalam bidang craft) sebagai upaya meningkatkan kesejahteraan masyarakat telah ada baik yang dilakukan oleh peneliti luar negeri dan dalam negeri. Beberapa hasil riset

berdasarkan jurnal tersebut akan disajikan sebagai berikut :

Riset pertama yang berkaitan dengan masalah kebijakan dalam pengembangan industry kreatif yang dilakukan oleh Scot AJ (2006) dengan judul tulisan "Creative Cities : Conceptual Issues And Policy Questions" yang dimuat dalam *Journal of Urban Affairs* vol 8 no.1 pages 1-17 menjelaskan bahwa suatu industri kreatif dapat berkembang dan bertahan apabila adanya dukungan dari pemerintah setempat . Selain itu dukungan dari dunia pendidikan terkait menjadi sangat penting mengingat menurut hasil penelitian tersebut pengembangan desain produk dari industri craft memerlukan sentuhan IPTEKS sehingga menjadi produk yang berkualitas dan dapat bertahan dengan terus melakukan kreasi-kreasi yang kreatif . Senada dengan yang dikemukakan dalam jurnal di atas, Woerjantari (2007) dalam tulisannya "The Influences Of Urban Culture Economic To Development Of Home Industry Kampong In Bandung" memaparkan penelitian dengan tujuan untuk melakukan identifikasi dan pemetaan hubungan antara sistem produksi khususnya kerajinan dalam bidang tekstil dan pengaruh budaya global serta lokal menggambarkan bahwa perkembangan industry kreatif khususnya d sentra industry Binong masih memerlukan dukungan dunia pendidikan. Pengembangan produk yang masih konvensional menjadi masalah tersendiri.

Komponen lain yang menjadi objek penelitian tertuang dalam *Journal of Small Business Management* yang ditulis oleh Paige, R.C (2002) dengan judul riset " Craft Retails's Criteria for Success and Associated Business Strategies" menghasilkan suatu temuan bahwa

sector industry kreatif dalam bidang craft mampu menyerap tenaga kerja berada pada peringkat kedua setelah fesyen dan mampu menyerap tenaga kerja sekitar 29% jauh di atas tenaga kerja yang dapat diserap oleh bidang percetakan dan media. Bahkan dalam laporan journal yang dikeluarkan oleh Healy (2002) menggambarkan bahwa jumlah pekerja industri kreatif khususnya di Hongkong mampu menyerap 3,7% dari pekerja total sementara industri jasa hanya sekitar 4,5 %.

Beberapa penulis lain seperti Olsen (2000) , Mc.Cauley (1999), Cunningham (2002) dalam studinya melaporkan bahwa industry kreatif khususnya bidang craft mampu meningkatkan kesejahteraan masyarakat miskin dan dapat menjadi salah satu model *community college* yang cukup efektif. Wacana tentang industry kreatif dibahas pula pada beberapa pertemuan tingkat nasional maupun internasional . Dalam paper yang disampaikan oleh Collaborative Economics (2000) dengan tema tentang "The Creative Community: Leveraing Creativity and Cultural Partcipation" juga dalam sebuah seminar internasional Artepolis 2006: "Creative Culture and the Making of Place" , yang diselenggarakan oleh Departemen Perencanaan dan Pengembangan Kebijakan Arsitektur - ITB dan Pusat Studi Urban Desain (PSUD-ITB), menyatakan pentingnya untuk mengembangkan aktifitas ekonomi kreatif yang mengedepankan peran partisipasi komunitas masyarakat, penentu kebijakan publik dan tata kelola lingkungan hidup yang baik.

Penelitian ini menggunakan metode kaji tindak partisipatif. Kleiman *et al.* (2001) mengemukakan bahwa metode kaji tindak merupakan

penelitian yang dapat menghasilkan pengetahuan baru dalam rangka pemecahan masalah atau perbaikan terhadap masalah dalam kehidupan praktis .Ada dua tujuan utama dari penelitian ini yaitu berupa penemuan metode baru dalam pemecahan masalah secara praktis oleh peneliti, sedangkan pemilik masalah mendapatkan metode yang lebih efisien dalam pemecahan masalah secara praktis di lapangan.

PEMBAHASAN

Penelitian ini diawali dengan studi pendahuluan yaitu merupakan langkah awal untuk mengetahui keberadaan industri kreatif yang tersebar di Kota Bandung dan jumlahnya relatif banyak. Akan tetapi berdasarkan tujuan utama penelitian yaitu industri kreatif yang menjadi sasaran utama adalah industry kreatif yang berpeluang untuk membantu mengentaskan kemiskinan di wilayah tersebut, maka berdasarkan hasil studi pendahuluan dipilihlah Wilayah Kecamatan Cicadas yang menjadi lokasi utama penelitian. Industri kreatif yang menjadi sasaran penelitian adalah industri kreatif yang bernama SHE Handycraft. Industri tersebut beralamat di Jalan Asep Berlian Ampera 50 Cicadas Bandung 40124, Jawa Barat Indonesia.

SHE HANDYCRAFT adalah sebuah perusahaan yang membuat berbagai aneka kerajinan dari kain felt yang bisa dijadikan souvenir pernikahan, ulang tahun, hadiah, ataupun mainan untuk anak-anak dengan berbagai bentuk boneka yang

bisa diaplikasikan menjadi gantungan kunci, magnet kulkas, pin, dll dengan harga yang relative murah. Di bawah ini ada beberapa sampel benda yang diproduksi oleh SHE HANDYCRAFT.

Setelah melakukan studi pendahuluan, dan didapat data mengenai peta khalayak sasaran, baik mengenai industri kreatif yang ada di wilayah tersebut, maupun tingkat sosial ekonomi masyarakatnya maka langkah selanjutnya adalah melakukan perencanaan program pengembangan produk industri terpilih. Berdasarkan tujuan yang telah ditetapkan program penelitian diarahkan pada 4 pokok sasaran yaitu : peningkatan kualitas produk, diversifikasi produk, manajerial produksi, dan pemasaran. Sedangkan keseluruhan pengembangan program tersebut, dimaksudkan pula untuk mengembangkan model pemberdayaan masyarakat melalui industri kreatif yang dimaksud.

Pelatihan diikuti oleh 20 orang peserta, dimana ke-10 orang tersebut merupakan karyawan tetap di industri kreatif SHE HANDYCRAFT, sedangkan 10 orang lagi merupakan peserta pelatihan yang sengaja direkrut oleh tim peneliti. Mereka yang dipilih, merupakan ibu-ibu dan remaja putri putus sekolah. Ibu-ibu yang direkrutpun merupakan ibu-ibu yang masuk kategori keluarga pra sejahtera. Pelatihan dilaksanakan di tempat produksi SHE HANDYCRAFT. Pelatihan berlangsung pada bulan Agustus 2009.

Refleksi Pelatihan:

- Sebagian besar peserta belum terbiasa bekerja resik dan bersih
- Belum memahami karakter bahan (potong, lipat) dengan apik
- Lebih melihat problem pengerjaan sebagai masalah teknis, bukan seni keterampilan bekerja.
- Kurang memahami trik-trik penggunaan alat seperti gunting, lem, bahan tambahan, dll.
- Rawan ketidakpresisian karena tidak mengenal trik penggunaan alat
- Tidak terlihat kesadaran akan kesiapan/kesempurnaan alat kerja sebagai modal awal pekerjaan seni (seni kerajinan/*crafts*) contohnya penggunaan gunting, umpul, dls.
- Hingga akhir waktu pelatihan selain kerapihan kerja ternyata kecepatan kerja masih menjadi kendala pula.
- Mulai diperkenalkan tentang toleransi (*space-defined*) dalam proses lipat, lekuk, dan tempel.
- Pola pelatihan harus lebih keras untuk memacu kecepatan prestasi kerja (mungkin ada *reward and punishment*)
- Para peserta harus berpikir dalam format standar, karena sifat pekerjaan yang akan mereka kelola nanti produk massal (produk identik)
- Peserta harus dipaksa dengan batas waktu sehingga termotivasi
- Peserta yang tercepat masih sama, semangat bersaing semakin terlihat dengan membandingkan hasil kerja masing-masing.
- Kepresisian masih menjadi kendala utam untuk sebagian besar peserta.
- Mulai faham teknik menyikapi toleransi untuk bahan dengan ketebalan tertentu dan beruang (*Corrugated*)
- Perlu kehati-hatian dalam menggaris, memotong, karena kain felt perlu disesuaikan dengan benda pakai yang akan dihias
- Menjelang akhir pelatihan, tampak keseriusan kerja semakin

meningkat ditandai dengan sikap yang lebih serius.

SIMPULAN

- a. Program penelitian diarahkan pada 4 pokok sasaran yaitu : peningkatan kualitas produk, diversifikasi produk, manajerial produksi, dan pemasaran. Sedangkan keseluruhan pengembangan program tersebut, dimaksudkan pula untuk mengembangkan model pemberdayaan masyarakat melalui industri kreatif khususnya yang ada di Kota Bandung
- b. Peningkatan kualitas produk craftsmanship diarahkan pada kerapihan produk dan membuat produk yang memiliki tingkat ketelitian dalam pembuatannya.
- c. Pengembangan diversifikasi produk diarahkan pada pembuatan aneka produk craftsmanship yang lebih bervariasi dengan diarahkan pula pada benda-benda pakai yang lebih unik dan fungsional.
- d. Aspek pengembangan pemasaran diarahkan dengan membuat aneka kemasan yang lebih menarik dan mampu meningkatkan citra produk yang dibuat .

REFERENSI

- Avison, D., R. Baskerville, and M. Myers. (2001). *Controlling Action Research Projects*. Information Technology and People, Vol. 14, No. 1
- Burns, R. 1994. *Introduction to Research Methods in Education* (second edition). Longman Cheshire, Melbourne.
- Collaborative Economics, (2001), *The Creative Community: Leveraging Creativity And Cultural Participation For Silicon Valley's Economic And Civic Future*", Working Paper .
- Coopers and Lybrand, (1994), *The Employment and Economic Significance of the Cultural Industries in Ireland*, Coopers and Lybrand, London.
- Cunningham, s., (2002), " From cultural to creative industries: theory, industry, and policy implication", Wellington, paper presented to The Second international Conference on Cultural policy Research. Department for Culture, Media and Sport, (1998), *Creative Industries Mapping Document*, creative Industries Task Force, HMSO, London.
- Healy, K., (2002), "What's new for culture in the new economy?", *Journal of arts Management Law and society*, Vol. 32 no. 2, pp. 86-103.
- Hilman-Chartrand, H., (1988), "the craft in the post-modern economy", *Journal of Cultural Economics*, Vol. 12 no.2, pp.39-66.
- IDP (Indonesia Design Power) Departemen Perdagangan RI bekerja sama dengan Tim Ekonomi Kreatif SBM ITB. *Studi Kontribusi E*
- Mukhtar, S.-Y., (2007), "Business characteristics of male and female small and medium enterprises in the UK: implications for gender-based entrepreneurialism and business competence development", *British Journal of Management*, Vol. 9 No. 1, pp.41-51.
- Simatupang M.Togar (2007). *Industri Kreatif Jawa Barat*. Sekolah Bisnis dan Manajemen ITB
- Toffler, A., (1990), *Powershift: Knowledge, Wealth and Violence at the Edge of the 21st Century*, Bantam Books, New York, NY.
- Woerjantari K. Soedarsono (2007). *The Influences Of Urban Culture Economic To Development Of Home Industry Kampong In Bandung* .Center For Urban Design Studies. Ririnws@Elga.Net.Id