

Bab I

Pendahuluan

1.1 Latar Belakang

Dalam dinamika pemahaman desain yang terus berkembang, strategi desain lahir sebagai sebuah istilah yang memberangkatkan diri dari kesadaran atas urgensi pengembangan desain untuk menjawab beragam persoalan, seperti ditunjukkan dalam beberapa penelitian yang menghendaki strategi desain untuk mengembangkan teknologi 5G di Perusahaan Peralatan Rumah Tangga (Lu et al., 2022), untuk membuat pembangunan arsitektur yang lebih baik (Well & Ludwig, 2021), dan bahkan strategi desain digunakan untuk ikhtiar mewujudkan tujuan *Sustainable Development Goals* (SDGs) (J. R. Chou, 2021), begitupun untuk ekonomi sirkular (Pei et al., 2024), pun juga strategi desain digunakan untuk meningkatkan citra sebuah *brand* (Li & Lin, 2024).

Atas dasar itu, strategi desain memiliki makna yang dapat dipahami urgensinya untuk menjawab beragam permasalahan, dengan tetap terfokus pada hal ihwal pengembangan produk sebagai esensi dari pada desain itu sendiri. Namun, sangat disayangkan jika strategi desain selama ini tidak pernah dijadikan konsep yang komprehensif dalam menjawab permasalahan ekonomi kreatif di sebuah daerah dalam skala provinsi atau pun kabupaten dan kota. Hal itu dapat dilihat dari database penelitian di *scopus*, *researchgate*, maupun *google scholar*, yang mana tidak ada satupun penelitian tentang ekonomi kreatif di sebuah daerah yang menempatkan strategi desain sebagai variabel utamanya.

Dengan begitu, penelitian ini mengusulkan strategi desain sebagai konsep untuk mengurai masalah dan mengusulkan solusi mengenai pengembangan ekonomi kreatif. Pada titik ini, lahir satu pertanyaan laten tentang mengapa harus ekonomi kreatif?

Penting ditegaskan terlebih dahulu, bahwa ekonomi merupakan instrumen utama bagi kehidupan berbangsa dan bernegara. Di Indonesia, ekonomi merupakan bentuk penterjemahan dari pada Cita-Cita Negara Republik Indonesia yang

termaktub dalam pembukaan Undang-Undang Dasar (UUD) Tahun 1945, yakni: “...melindungi segenap bangsa Indonesia dan seluruh tumpah darah Indonesia dan **untuk memajukan kesejahteraan umum, mencerdaskan kehidupan bangsa, dan ikut melaksanakan ketertiban dunia** (Sekretariat Jendral MPR RI, 2020). Atas dasar itulah pada gilirannya Indonesia berkehendak untuk terus membangun sistem ekonomi bagi negaranya, sampai diputuskanlah secara resmi oleh pemerintah Republik Indonesia melalui Instruksi Presiden (Inpres) Nomor 6 Tahun 2009 tentang Pengembangan Ekonomi Kreatif pada tanggal 5 Agustus 2009, Inpres tersebut sifatnya imperatif yang menginstruksikan kepada 27 Kementerian dan Lembaga (K/L) serta Gubernur, Bupati/Walikota seluruh Indonesia untuk mendukung kebijakan Pengembangan Ekonomi Kreatif Tahun 2009-2015 (Sidauruk, 2013). Terlebih Inpres tersebut perlu dimaknai sebagai perwujudan ekonomi kreatif di Indonesia yang merupakan bagian dari pada ikhtiar perjuangan **memajukan kesejahteraan umum**, sebagaimana dalam Cita-Cita Negara Republik Indonesia.

Apabila ditelusuri, sejatinya konsep ekonomi kreatif pertama kali diperkenalkan oleh John Howkins pada tahun 2001 dalam karyanya yang berjudul “*The Creative Economy*”. Konsep ini menggambarkan sektor ekonomi yang didasarkan pada pengetahuan, kreativitas, inovasi, dan keterampilan individu (Ngatono et al., 2024). Ekonomi kreatif dicirikan oleh kecenderungannya untuk menghasilkan kekayaan intelektual bernilai tinggi, mendorong kewirausahaan, dan meningkatkan ekspresi budaya dan kreatif (Dellyana et al., 2023). Oleh karena itu, faktor utama dalam ekonomi kreatif adalah sumber daya manusia (Londar et al., 2020), untuk mengelola material yang bersumber dari lingkungan sekitarnya agar menjadi produk bernilai ekonomis (Moelyono, 2010). Dengan demikian konsep ekonomi kreatif merupakan proses mengembangkan ide, menciptakan kreativitas dan mengaplikasikan keterampilan untuk mengelola sumber ekonomi yang dianugerahkan Tuhan pada tanah airnya, seperti Sumber Daya Alam (SDA), kekayaan sejarah dan juga warisan budaya.

Konsep ekonomi kreatif tersebut kemudian diekspresikan dalam 17 subsektor ekonomi kreatif, sebagaimana yang termaktub dalam Peraturan Presiden (Perpres) Nomor 96 Tahun 2019 Pasal 4 ayat 2, yakni: subsektor aplikasi, *game developer*, arsitektur, desain interior, Desain Komunikasi Visual (DKV), desain produk, *fashion*, film, animasi dan video, fotografi, kriya, kuliner, musik, penerbitan, periklanan, seni pertunjukan, seni rupa, serta televisi dan radio.

Sejauh ini, banyak penelitian menunjukkan urgensi untuk terus mengembangkan ekonomi kreatif di Indonesia. Kehadiran sektor ini telah memberikan kontribusi yang signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi nasional (Asthu et al., 2023; Firdausy et al., 2017; Loeis et al., 2023; United Nations, 2024). Provinsi Jawa Barat dalam hal ini merupakan provinsi dengan kontribusi terbesar, memimpin dalam ekspor produk kreatif dan menjadi penyumbang utama PDRB ekonomi kreatif di Indonesia (Nawangpalupi et al., 2023; Taufik et al., 2020).

Walaupun demikian, atas segala *impact* positif dari pada ekonomi kreatif, berbagai penelitian juga menunjukkan bahwa banyak daerah masih menghadapi tantangan dalam mengembangkan sektor ini secara optimal. Firdausy et al. (2017) mencatat bahwa ekonomi kreatif sering kali hanya dipahami sebagai aktivitas kerajinan tangan yang menghasilkan barang untuk dijual, sehingga kesadaran masyarakat akan posisi strategis sektor ini masih sangat rendah. Selain itu, Ginting (2017) mengidentifikasi sejumlah permasalahan utama yang dihadapi Jawa Barat dalam ekonomi kreatif, yaitu keterbatasan akses keuangan dan permodalan, kurangnya pengembangan sumber daya manusia (SDM), lemahnya perlindungan Hak Atas Kekayaan Intelektual (HAKI), serta hambatan dalam aspek pemasaran.

Salah satu diantaranya adalah Kabupaten Sukabumi, yang terletak di Pantai Selatan, merupakan salah satu daerah strategis yang memiliki potensi sumber daya ekonomi yang melimpah, mulai dari Sumber Daya Alam, kekayaan sejarah, hingga warisan budaya. Selama ini, banyak diantara masyarakat Kabupaten Sukabumi mengelola sumber daya ekonomi yang dimiliki oleh daerahnya menjadi produk kreatif yang memiliki daya saing tinggi, yang beberapa diantaranya telah teruji oleh sejarah dan pelanggan internasional. Sebagai contoh adalah kerajinan serat pandan

di Cisaat, kerajinan *bedog* di Cibatu, dan kerajinan tanduk di Sukaraja. Ketiga produk kerajinan tersebut tidak hanya sebatas mencerminkan kreativitas dan kearifan lokal, lebih dari itu ketiganya merupakan sumber daya ekonomi yang dapat terus dikembangkan dalam rangka meningkatkan pengembangan ekonomi di Kabupaten Sukabumi. Sayangnya dalam konteks ekonomi kreatif, ketiga kerajinan tersebut mengalami stagnasi dalam pengembangannya. Oleh karena itu, dengan pendekatan yang inovatif dan berkelanjutan melalui strategi desain, maka kerajinan-kerajinan tersebut dapat dikreasikan secara ekonomi agar menjadi bagian penting dalam pembangunan daerah Kabupaten Sukabumi.

Ketiga kerajinan tersebut merupakan bagian dari pada subsektor desain produk dalam ekonomi kreatif, ketiganya merepresentasikan pemanfaatan Sumber Daya Alam (SDA), kekayaan sejarah, hingga warisan budaya, sebagai sumber produksi dalam ekonomi kreatif di Kabupaten Sukabumi. Subsektor desain produk seperti ketiga kerajinan tersebut, memiliki peran penting sebagai salah satu subsektor dalam ekonomi kreatif. Penelitian sebelumnya belum mengembangkan sub-sektor desain produk secara spesifik dan signifikan. Padahal, desain produk tidak hanya berfungsi sebagai wadah kreativitas, tetapi juga sebagai sarana untuk memperkenalkan ciri khas daerah yang memiliki daya saing di pasar global (HSU et al., 2013).

Apalagi sejauh ini, Kabupaten Sukabumi sebagai sebuah daerah yang potensial atas segala sumber produksi dari pada ekonomi kreatif, justru tidak menempatkan ekonomi kreatif sebagai sektor strategis, tetapi hanya mendudukkan ekonomi kreatif sebagai penunjang dari pada sektor wisata, sehingga hal tersebut berimplikasi pada stagnasi pengembangan ekonomi kreatif, tak terkecuali subsektor desain produk seperti ketiga kerajinan tersebut diatas. Terlebih potret kerajinan serat pandan Cisaat, kerajinan tanduk Sukaraja, dan kerajinan *bedog* Cibatu, menunjukkan bahwa terdapat proses regenerasi yang hampa dan kaderisasi yang mandek, belum lagi proses inovasi produk pun sangatlah minim, promosi dan pemasaran tidak berkembang disamping terdapat beberapa persoalan mendasar lainnya yang menggambarkan persoalan pada ketiga kerajinan tersebut.

Oleh karena itu, untuk mengembangkan ekonomi kreatif dalam subsektor produk yang berkelanjutan pada tiga kerajinan yang dimaksud, maka perlu mempertimbangkan beberapa instrumen utama dalam ekonomi kreatif, yaitu: 1) promosi dan pemasaran, yang memungkinkan produk kreatif dikenal luas dan memperoleh pangsa pasar yang tepat; 2) akses perlindungan kekayaan intelektual (HAKI), untuk melindungi karya dan inovasi lokal dari peniruan; 3) penguatan infrastruktur pendukung ekonomi kreatif, yang mencakup fasilitas, teknologi, dan sumber daya untuk mendukung proses kreatif; 4) pelatihan dan peningkatan kapasitas SDM, agar sumber daya manusia terus berinovasi dan meningkatkan kualitas produk; 5) kemudahan akses keuangan, yang memungkinkan pelaku ekonomi kreatif mendapatkan dana untuk pengembangan usaha (Asthu et al., 2023); 6) keunggulan produk; serta 7) motivasi dan kesadaran ideologi.

Berdasarkan potret yang telah diuraikan, strategi desain dalam penelitian ini hadir untuk memberikan konsep dalam merancang strategi desain yang terukur. Penelitian ini dimulai dengan penguraian masalah secara rinci dan berlanjut pada penyajian solusi yang terperinci pula, terutama dalam upaya mengorkestrasi ekonomi kreatif sub-sektor desain produk di Kabupaten Sukabumi. Dengan demikian, penelitian ini bertujuan untuk merancang strategi desain sehingga mendorong pengembangan ekonomi kreatif di Kabupaten Sukabumi.

1.2 Identifikasi Masalah

Berangkat dari pada latar belakang penelitian tersebut diatas, maka teridentifikasi beberapa permasalahan sebagaimana berikut:

- a. Ekonomi Kreatif Jawa Barat memberikan sumbangsih terbesar dalam peningkatan ekonomi di Indonesia, namun sayangnya Kabupaten Sukabumi sebagai salah satu daerah potensial atas kekayaan sumber produksi dalam ekonominya, belum memberikan peran signifikan dalam pembangunan ekonomi kreatif Jawa Barat.

- b. Kabupaten Sukabumi memiliki sumber ekonomi kreatif yang memadai, salah satunya dalam subsektor desain produk berupa produk-produk kerajinan, tetapi faktanya masih banyak produk yang belum dikelola dengan baik.
- c. Kerajinan serat pandan Cisaat, kerajinan *bedog* Cibatu, dan kerajinan tanduk Sukaraja, merupakan beberapa ekonomi kreatif subsektor desain produk di Kabupaten Sukabumi yang sangat potensial, sungguh demikian dalam perkembangannya mengalami stagnasi.

1.3 Rumusan Masalah

- a. Apa permasalahan ekonomi kreatif pada konteks internal dan eksternal kerajinan serat pandan Cisaat, kerajinan *bedog* Cibatu, dan kerajinan tanduk Sukaraja?
- b. Mengapa permasalahan ekonomi kreatif pada kerajinan serat pandan Cisaat, kerajinan *bedog* Cibatu, dan kerajinan tanduk Sukaraja terjadi?
- c. Bagaimana Strategi Desain dalam Mengembangkan kerajinan serat pandan Cisaat, kerajinan *bedog* Cibatu, dan kerajinan tanduk Sukaraja sebagai subsektor dalam ekonomi kreatif?

1.4 Tujuan Penelitian

- a. Untuk mengidentifikasi permasalahan ekonomi kreatif pada konteks internal dan eksternal kerajinan serat pandan Cisaat, kerajinan *bedog* Cibatu, dan kerajinan tanduk Sukaraja.
- b. Untuk menelusuri akar permasalahan ekonomi kreatif pada kerajinan serat pandan Cisaat, kerajinan *bedog* Cibatu, dan kerajinan tanduk Sukaraja.
- c. Untuk memformulasikan Strategi Desain dalam mengembangkan kerajinan serat pandan Cisaat, kerajinan *bedog* Cibatu, dan kerajinan tanduk Sukaraja sebagai subsektor dalam ekonomi kreatif.

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1. Aspek Teoritis

Secara teoritis penelitian ini dianggap bermanfaat dalam pengembangan implementasi Strategi Desain secara khusus, dan disiplin desain secara umum. Selain itu dalam aspek teoritis penelitian ini, diharapkan dapat menjembatani pemikiran desain berikutnya dalam pengembangan ekonomi kreatif, juga penelitian interdisipliner tentang topik-topik strategis pada bidang ekosospolbud-hankamrata.

1.5.2. Aspek Praktis

a. Bagi Mahasiswa

Bagi mahasiswa penelitian ini dapat bermanfaat untuk eksplorasi pemikiran, dalam memahami strategi desain sebagai perspektif yang komprehensif, dan tepat digunakan dalam penguraian masalah maupun pengusulan solusi atas masalah yang mendasar.

b. Bagi Masyarakat dan Pelaku Usaha Kreatif

Secara laten, bertahap dan berkelanjutan bagi masyarakat dan pelaku usaha kreatif, penelitian ini dapat dengan mudah menjadi pedoman pengembangan sektor-sektor dalam ekonomi kreatif.

c. Bagi Lembaga Pemerintah

Penelitian ini akan sangat bermanfaat bagi Lembaga Pemerintah dalam menyadari betapa pentingnya penelitian tentang isu-isu strategis yang berkaitan dengan tanah air, dalam ikhtiar mewujudkan cita-cita Kemerdekaan Indonesia.

1.6 Sistematika Penulisan

1.6.1. BAB I Pendahuluan

Merupakan rumpian mengenai urgensi pengembangan ekonomi kreatif dalam kehidupan berbangsa dan bernegara, melalui perspektif strategi desain. Hal tersebut melatarbelakangi penelitian dilakukan secara telaten

pada ekonomi kreatif subsektor desain produk, berupa produk-produk kerajinan di Kabupaten Sukabumi. Kemudian dari pada itu dipaparkan setelahnya identifikasi dan rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, serta sistematika penulisan.

1.6.2. BAB II Tinjauan Pustaka

Dalam penelitian ini dipaparkan teori-teori yang dielaborasi berdasarkan setiap variabel penelitian, dalam penelitian ini teori digunakan untuk mengeksplorasi pertanyaan dalam penelitian, dan sebagai lensa advokasi transformatif. Untuk itu, dipaparkan pada BAB II konsep dasar berupa penjelasan teori tentang strategi desain dengan segala aspek yang menyertainya: ekonomi kreatif, *brand management*, *design education* dan desain produk. Sebagai perbandingan, dipaparkan setelahnya penelitian terdahulu untuk menempatkan *research gap* yang penting bagi penelitian, yakni kekosongan ruang dalam penelitian ekonomi kreatif atas perspektif strategi desain yang komprehensif, sekalipun didapati banyak dari penelitian terdahulu yang hanya sampai kepada rekomendasi strategi. Kemudian, dalam bab ini dipaparkan kerangka teori dan hipotesis penelitian, atas pembacaan dan pemikiran berdasarkan teori yang digunakan dalam penelitian ini.

1.6.3. BAB III Metode Penelitian

Bab ini menerangkan metode penelitian, dimulai dari pada pendekatan yang digunakan yaitu strategi desain, lalu pemaparan populasi dan sampel, serta fokus penelitian diterangkan agar tujuan penelitian dapat tercapai. Setelah fokus penelitian ditentukan, pada bab ini diuraikan metode pengumpulan, uji validitas dan metode analisis data yang dilakukan. Adapun di bagian akhir diterangkan mengenai penarikan kesimpulan dan kerangka penelitian.

1.6.4. BAB IV Hasil Penelitian dan Pembahasan

Pada bab ini dijelaskan mengenai uraian selang pandang tentang objek penelitian secara mendasar. Berikutnya dipaparkan hasil penelitian yang diambil dari wawancara, *contextual inquiry*, kuesioner, *review document*

dan *literature review*. Kemudian diuraikan pembahasan penelitian yang menerangkan temuan penelitian hingga penarikan kesimpulan dari padanya dengan bentuk pilihan-pilihan strategis dalam pengembangan ekonomi kreatif di Kabupaten Sukabumi, bagian akhir dari pada bab ini adalah rancangan panduan mengembangkan ekonomi kreatif Kabupaten Sukabumi.

1.6.5. BAB V Kesimpulan dan Saran

Kesimpulan dan saran merupakan bab akhir dalam penelitian yang mana setiap tujuan penelitian disimpulkan ketercapaiannya setelah penelitian dilakukan, berupa pernyataan mendasar tentang permasalahan yang hadir ditengah ekonomi kreatif Kabupaten Sukabumi pada objek penelitian, dan urgensi dari pada pendekatan strategi desain dalam menyelesaikan langkah-langkah strategis pada pemecahan masalah yang ditemukan. Pun serta disimpulkan langkah strategis yang mungkin diintegrasikan dalam pengembangan ekonomi kreatif Kabupaten Sukabumi melalui sebarang **Strategi Desain: Panduan Pengembangan Ekonomi Kreatif Subsektor Desain Produk Kerajinan**. Tak luput pada bab ini, secara mendasar disampaikan limitasi beserta saran-saran kedepan untuk semua pihak agar melahirkan keberlanjutan pengembangan ekonomi kreatif, demi pengelolaan setiap potensi tanah air oleh generasi bangsa berikutnya.