

# BAB 1

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Ekonomi kreatif merupakan suatu konsep ekonomi yang sedang berkembang di era modern ini. Ekonomi kreatif berbasis pada ide dan kreativitas dari manusia. Ekonomi kreatif disebut sebagai ekonomi gelombang ke-4 yang merupakan evolusi dari ekonomi gelombang ketiga yang mengedepankan kreativitas, budaya, dan lingkungan menurut Bapak Susilo Bambang Yudhoyono (2006). Purnomo (2016) menjelaskan bahwa ekonomi kreatif berorientasi pada kreativitas dengan tujuan untuk pembangunan ekonomi yang berkelanjutan.

Di Indonesia pertumbuhan sektor ekonomi kreatif berhasil mengungguli sektor lainnya seperti sektor listrik, gas dan air bersih, pertambangan, dll. Pertumbuhan sektor ekonomi kreatif mencapai 5,76% yang dilansir melalui laman Kominfo (2015). Dilansir melalui laman Kominfo (2015), Presiden Republik Indonesia Bapak Ir. Joko Widodo dalam dialog pada acara Temu Kreatif Nasional (4/8/2015) menyampaikan bahwa akan mendukung ekonomi kreatif untuk bisa menjadi pilar perekonomian nasional. Presiden Joko Widodo memiliki keyakinan bahwa ekonomi kreatif memiliki masa depan yang cerah. Keyakinan tersebut mendorong Presiden Joko Widodo untuk membentuk Badan Ekonomi Kreatif (Bekraf) untuk mendukung pertumbuhan ekonomi kreatif di Indonesia. Badan Ekonomi Kreatif saat ini sudah dilebur dengan Kementerian Pariwisata menjadi Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif.

Menteri Perdagangan Republik Indonesia membagi ekonomi kreatif menjadi beberapa jenis, diantaranya arsitektur, periklanan, kerajinan tangan, kuliner, desain dan film (video dan fotografi). Salah satu industri kerajinan tangan yang ada di Indonesia adalah industri keramik. Indonesia merupakan pasar potensial untuk produk industri keramik. Hal tersebut didukung dengan data bahwa tingkat dan produksi konsumsi produk keramik di Indonesia selalu stabil sejak tahun 2017-2019 menurut data dari Asosiasi Aneka Industri Keramik Indonesia (ASAKI).

*Tableware* merupakan salah satu produk dari industri keramik yang ada di Indonesia. Jenis – jenis *tableware* keramik yang sering dijumpai adalah piring, mangkuk, gelas, mug, dll. *Tableware* dulunya hanya digunakan sebagai alat makan saja, akan tetapi sekarang juga digunakan sebagai elemen penunjang

desain interior. Bagus Pursena selaku Direktur PT Nuansa Porselen Indonesia, menjelaskan bahwa mangkuk dan piring bisa memberikan nilai tambah pada interior rumah apabila memiliki nilai artistik yang tinggi (Tempo, 2015). Berdasarkan hal itulah, maka *tableware* keramik perlu dikembangkan agar bisa memiliki ciri khas tertentu. Tujuannya adalah untuk memberikan keunikan dan nilai tambah terhadap *tableware* keramik tersebut.

Batik merupakan salah satu budaya yang berasal dari Indonesia. UNESCO telah mengukuhkan Batik Indonesia menjadi warisan budaya dunia pada 2 Oktober 2009. Batik Indonesia memiliki jenis motif yang beraneka ragam dan berasal dari berbagai daerah di Indonesia. Batik bisa menjadi salah satu keunikan pada produk keramik bila diimplementasikan pada produk keramik. Relief motif batik tersebut akan meningkatkan nilai jual dan kualitas produk keramik untuk bersaing di pasar global. Salah satu motif batik yang menarik untuk diimplementasikan pada piring keramik adalah batik kawung. Batik kawung memiliki bentuk seperti buah kolang – kaling yang ditata dan dirapikan secara geometris. Hartanti dan Setiawan (2019) dalam jurnalnya menjelaskan mengenai pengaplikasian batik kawung pada perancangan interior bangunan. Batik kawung digunakan sebagai ornamen pada elemen – elemen interior seperti lantai, dinding, plafon, furnitur, dan aksesoris lainnya. Menariknya batik kawung ini, belum pernah ditemukan menjadi corak/ornamen pada produk keramik *brand* Naruna yang dimiliki oleh Bapak Roy Wibisono.

Naruna merupakan salah satu *brand* keramik lokal Indonesia yang diproduksi oleh Naruna Ceramics Studio. Naruna Ceramics Studio merupakan salah satu divisi di bawah naungan PT. Gyan Kreatif Indonesia. Lokasi PT. Gyan Kreatif Indonesia terbagi menjadi dua tempat, yaitu *showroom* dan *workshop*. *Showroom* berlokasi di Jl. Sawosari No.2, Salatiga, Kec. Sidorejo, Salatiga, Jawa Tengah. *Workshop* berlokasi di Jl. Perengsari, Setro, Sukoharjo Kec. Pabelan, Semarang, Jawa Tengah. PT. Gyan Kreatif Indonesia meluncurkan berbagai produk *tableware*, dari mulai piring, mug, cangkir, teko, mangkuk, *coaster*, dll. Keunggulan yang diusung adalah produk keramik *tableware* dengan corak warna – warni, yang menggunakan metode pewarnaan glasir.

PT. Gyan Kreatif Indonesia memiliki permasalahan yang belum teratasi sampai sekarang. Permasalahan yang pertama adalah mengenai *product development*. Tim *research and development* tidak memiliki kemampuan *3D modelling*.

Permasalahan yang kedua adalah mengenai tata letak antar departemen produksi di *workshop* yang masih berantakan yang tidak sesuai dengan alur produksi. Berdasarkan tingkat urgensinya, masalah utama yang dihadapi PT. Gyan Kreatif Indonesia yang diharapkan untuk segera terselesaikan adalah masalah yang pertama.

Ketidakmampuan tim *research and development* untuk melakukan *3D modelling*, membatasi ruang untuk inovasi produk PT. Gyan Kreatif Indonesia. Ditambah dengan teknik produksi yang masih menggunakan teknik *handmade*, yang membuat kualitas produk kurang baik (tidak presisi dan tidak akurat) terutama pada produk yang berornamen dan repetitif. Teknik *handmade* masih bisa diterapkan pada produk polos atau produk berornamen yang tidak repetitif. Hal tersebut disebabkan oleh keakurasian dan kepresisian produk yang tidak dituntut karena produk tidak memiliki ornamen yang repetitif. Masalah muncul akan membuat produk yang berornamen dan repetitif, karena pada produk seperti itu dituntut untuk memiliki bentuk produk dan ornamen yang akurat dan presisi. Teknik lain yang dapat digunakan adalah dengan menggunakan *3D modelling*, salah satu teknologi yang bisa digunakan adalah menggunakan teknologi CAD/CAM. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Fergiawan, dkk (2016), Anggoro, dkk (2019), dan Tan Wijaya (2017) menunjukkan CAD/CAM dapat digunakan dalam pembuatan produk keramik.

PT. Gyan Kreatif Indonesia yang merupakan mitra usaha Dunia Usaha Dunia Industri (DUDI) diajak oleh tim riset Kedaireka untuk mengimplementasikan dan mempercepat ekosistem MBKM untuk membantu kolaborasi penelitian antara dosen dan mahasiswa. DUDI memiliki permasalahan berupa ketidakmampuannya untuk membuat produk keramik yang berornamen dalam jumlah banyak, seragam, dan presisi. Dalam upaya menjawab permasalahan yang dimiliki DUDI, tim riset Kedaireka mengaplikasikan teknologi artistik CAD/CAM di mesin CNC *router* dan fabrikasi produk keramik *tableware* di industri keramik. Implementasi yang dilakukan oleh tim riset Kedaireka tersebut tertuang dalam proposal *matching fund* Kedaireka tahun 2021.

Pada saat ini, PT. Gyan Kreatif Indonesia ingin menjadi unggul dalam industri keramik di Indonesia. PT. Gyan Kreatif Indonesia menyadari bahwa produk keramik yang diproduksi tidak boleh hanya monoton. Diperlukan inovasi dan kreativitas untuk menciptakan produk baru untuk mengantisipasi kebosanan

pelanggan terhadap produk PT. Gyan Kreatif Indonesia. PT. Gyan Kreatif Indonesia berencana untuk merambah potensi pasar produk baru, yaitu produk *tableware* berornamen dengan konsep tertentu. Berdasarkan hasil riset, belum ada kompetitor yang bermain di pasar tersebut. PT. Gyan Kreatif Indonesia ingin segera mewujudkan rencana ini, karena ingin menjadi yang pertama (pionir) pada pasar ini. Pada rencana ini, PT. Gyan Kreatif Indonesia ingin membuat *dining set tableware* yang bertemakan salah satu budaya Indonesia, yaitu batik kawung. *Dining set tableware* tersebut terdiri dari piring, mug, mangkuk, teko, dan *tray*. Kendala dalam proses pembuatan produk tersebut adalah proses *3D modelling* produk tersebut. Selama ini produk yang diproduksi oleh PT. Gyan Kreatif Indonesia hanya produk *tableware* polos atau tanpa ornamen sehingga tidak memerlukan proses *3D modelling*. Upaya untuk menyelesaikan permasalahan ketidakmampuan melakukan proses *3D modelling* produk tersebut, penulis berencana mendesain salah satu produk *dining set tableware* tersebut yaitu piring dengan jenis *coupe plate* dengan ornamen batik kawung. Penelitian ini akan membahas tentang proses perancangan produk dan *3D modelling*, dimana orientasinya tidak hanya tampilan produk menarik, akan tetapi juga harus sesuai dengan standar desain bagian *research and development* PT. Gyan Kreatif Indonesia serta hasil desain juga harus dapat dikerjakan oleh bagian manufaktur dan produksi.

### **1.2. Perumusan Masalah**

Ketidakmampuan tim *research and development* dalam melakukan proses *3D modelling* produk menyebabkan PT. Gyan Kreatif Indonesia tidak mampu meluncurkan produk berornamen batik kawung. Berdasarkan hal tersebut, maka PT. Gyan Kreatif Indonesia memiliki permasalahan terkait perancangan produk keramik berupa *coupe plate* berornamen batik kawung dengan mempertimbangkan keakuratan dan kepresisian produk.

### **1.3. Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian ini adalah untuk merancang produk *tableware* keramik berupa *coupe plate* berornamen batik kawung dengan mempertimbangkan keakuratan dan kepresisian produk (bentuk produk dan ornamen), serta harus mampu dimanufaktur oleh Tim Riset Kedaireka.

#### 1.4. Batasan Masalah

Batasan masalah yang ditentukan untuk menunjang penelitian agar mencapai tujuan penelitian adalah:

1. Masalah yang ditemukan di PT. Gyan Kreatif Indonesia ada dua. Masalah pertama adalah mengenai perancangan produk *tableware* keramik berornamen batik kawung dengan mempertimbangkan keakurasian dan kepresisian produk. Masalah yang kedua adalah mengenai susunan tata letak setiap departemen produksi yang tidak sesuai dengan alur produksi.
2. Penelitian ini berfokus pada masalah pertama yaitu mengenai perancangan produk *tableware* keramik berornamen batik kawung dengan mempertimbangkan keakurasian dan kepresisian produk.
3. Data penelitian yang digunakan diambil dari bulan September 2021 sampai September 2022.
4. Objek yang menjadi bahan penelitian adalah PT. Gyan Kreatif Indonesia.
5. Penelitian dilakukan untuk mendapatkan *database* rancangan produk dan *master* cetakan. Proses manufaktur dilakukan oleh Tim Riset Kedaireka, sedangkan proses produksi produk dilakukan oleh PT. Gyan Kreatif Indonesia.
6. Pengambilan data dilakukan melalui observasi, wawancara, dan *forum group discussion*.
7. Produk *tableware* yang menjadi fokus dalam penelitian adalah *coupe plate*.