

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,

31 mug, dll. *Tableware* dulunya hanya digunakan sebagai alat-alat makan saja, akan
32 tetapi sekarang juga digunakan sebagai elemen penunjang desain interior.

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

47 Naruna merupakan salah satu brand keramik lokal Indonesia yang diproduksi oleh
48 Naruna Ceramics Studio. Naruna Ceramics Studio merupakan salah satu divisi di
49 bawah naungan PT. Gyan Kreatif Indonesia. Lokasi PT. Gyan Kreatif Indonesia
50 terbagi menjadi dua tempat, yaitu showroom dan workshop. Showroom berlokasi di Jl.
51 Sawosari No.2, Salatiga, Kec. Sidorejo, Salatiga, Jawa Tengah. Workshop berlokasi
52 di Jl. Perengsari, Setro, Sukoharjo Kec. Pabelan, Semarang, Jawa Tengah.

53 PT. Gyan Kreatif Indonesia memiliki permasalahan yang belum teratasi sampai
54 sekarang. Permasalahan yang pertama adalah mengenai product development. Tim
55 research and development tidak memiliki kemampuan 3D modelling. Permasalahan
56 yang kedua adalah mengenai tata letak antar *departemen* produksi di workshop yang
57 masih berantakan yang tidak sesuai dengan alur produksi. Berdasarkan tingkat
58 urgensinya, masalah utama yang dihadapi PT. Gyan Kreatif Indonesia yang
59 diharapkan untuk segera terselesaikan adalah masalah yang pertama yaitu
60 pengembangan produk dan peningkatan produktivitas.

61 Naruna Ceramic Studio dalam pembuat produk mangkuk keramik, masih
62 menggunakan teknik manual atau *handmade*, desain produknya pun monoton dan
63 tidak memiliki ornament atau corak. Teknik manual tersebut mempunyai kelemahan
64 yaitu tidak efisien apabila diaplikasikan untuk produksi massal dengan kontur tertentu.
65 Berdasarkan masalah ini, Naruna Ceramic Studio melihat peluang untuk
66 meningkatkan kualitas bentuk produk yang dihasilkan. Maka, Naruna Ceramic Studio
67 mulai menggunakan bantuan teknologi dalam melakukan proses desain. Naruna
68 Ceramic Studio mulai menggunakan metode CAD untuk membuat desain mangkuk
69 dengan ornamen motif Batik Kawung.

70 Pada saat ini, PT. Gyan Kreatif Indonesia ingin menjadi unggul dalam industri keramik
71 di Indonesia. PT. Gyan Kreatif Indonesia menyadari bahwa produk keramik yang
72 diproduksi tidak boleh hanya monoton. Diperlukan inovasi dan kreativitas untuk
73 menciptakan produk baru untuk mengantisipasi kebosanan pelanggan terhadap
74 produk PT. Gyan Kreatif Indonesia. PT. Gyan Kreatif Indonesia berencana untuk
75 merambah potensi pasar produk baru, yaitu produk *tableware* berornamen dengan
76 konsep tertentu. Berdasarkan hasil riset, belum ada kompetitor yang bermain di pasar
77 tersebut. PT. Gyan Kreatif Indonesia ingin segera mewujudkan rencana ini, karena
78 ingin menjadi yang pertama (pionir) pada pasar ini. Pada rencana ini, PT. Gyan Kreatif
79 Indonesia ingin membuat dining set *tableware* yang bertemakan salah satu budaya
80 Indonesia, yaitu batik kawung. Dining set *tableware* tersebut terdiri dari piring, mug,
81 mangkuk, teko, dan tray. Kendala dalam proses pembuatan produk tersebut adalah
82 produksi massal untuk mangkuk dengan motif timbul membutuhkan waktu yang
83 panjang, terlebih jika motif yang digunakan rumit, tidak simetris dan memiliki pola
84 abstrak. Sementara dari unsur desain sendiri, menggabungkan mangkuk ramen
85 ohgigatadon dan motif batik kawung merupakan terobosan baru yang dicetuskan oleh
86 PT Gyan Kreatif Indonesia..

87 1.2. Perumusan Masalah

88 Berdasarkan uraian latar belakang yang telah dijelaskan di atas, PT. Gyan Kreatif
89 Indonesia memiliki permasalahan terkait produksi dan perancangan produk keramik
90 berupa *ohgigatadon* berornamen batik kawung. Produk *handmade* memiliki
91 keunggulan pada nilai artistik, tetapi memiliki masalah berupa aktivitas produksi yang

membutuhkan waktu lebih lama dibanding produk yang dibuat menggunakan cetakan. Untuk menyelesaikan masalah laju produksi dan konsistensi hasil produksi, maka yang harus diperbaiki adalah aspek produksi tersebut.

Fokus utama produk penelitian ini adalah mangkuk dan motif batik kawung yang menonjol pada permukaan mangkuk, Mangkuk dapat dibuat dengan cara *handmade* atau menggunakan cetakan, sedangkan untuk motif batik menonjol. PT Gyan Kreatif Indonesia memiliki keterbatasan pada cetakan yang ada. Sehingga untuk menyelesaikan kedua masalah tersebut sekaligus, harus dibuat alat bantu berupa cetakan mangkuk dengan ornamen motif batik didalamnya. Sebelum penelitian ini dibuat, PT Gyan Kreatif Indonesia hanya memiliki cetakan piring dengan ornamen batik kawung, sehingga pada penelitian ini, penulis membuat sebuah rancangan mangkuk dengan ornamen motif batik kawung yang sesuai dengan keinginan PT. Gyan Kreatif Indonesia dan mampu dibuat menggunakan cetakan yang dihasilkan oleh mesin CNC Tim Riset Kedaireka. Maka dapat ditarik sebuah kesimpulan jika penulis harus membuat sebuah rancangan produk beserta cetakan mangkuk dengan ornamen batik kawung.

Commented [ADAL4]: Masalah produksi massal, solusi menggunakan cetakan, cetakan dibuat menggunakan proses perancangan dan prototyping Line 90-105

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk merancang produk *tableware* keramik berupa *ohgigatadon* berornamen batik kawung beserta cetakannya dengan teknik 3D modelling berbasis CAD supaya dapat menghasilkan produk (bentuk produk dan ornamen) yang seragam, serta harus mampu dimanufaktur oleh Tim Riset Kedaireka.

1.4. Batasan Masalah

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

1. Penelitian hanya mencakup tentang perancangan CAD pada produk *dining bowl tableware*.
2. Launching produk menjadi hak PT. Gyan Kreatif Indonesia, *output* utama penelitian hanya berupa *database* desain produk.
3. Riset pasar tidak menjadi fokus penelitian dan tidak dituntut oleh PT. Gyan Kreatif Indonesia.

- 122 4. Produk *tableware* yang menjadi fokus dalam penelitian adalah mangkuk
123 *ohgigatadon*.
124 5. Ornamen yang dipilih adalah batik kawung.
125 .

