

# PENDIDIKAN DESAIN YANG MEMIHAK PADA INDUSTRI KECIL DAN MENENGAH

Samodro  
Dosen Program Studi Desain Komunikasi Visual ISTA

## **ABSTRAK**

*Industri kecil dan menengah (IKM) merupakan industri yang menyokong perekonomian nasional. Industri ini telah pula menjadi tumpuan perekonomian bagi sebagian besar masyarakat Indonesia. Namun, dilain sisi masih ada kelemahan dalam daya saing industri industri kecil dan menengah merupakan faktor yang melemahkan dalam persaingan pasar. Produk industri kecil dan menengah selalu identik dengan kualitas produk yang rendah. Desain sebagai bagian yang berperan dalam menunjang kualitas dan daya saing produk tampaknya masih belum mendapat perhatian pelaku industri kecil dan menengah. Ketersediaan sumber daya manusia bidang keilmuan desain khususnya desain komunikasi visual masih menjadi kendala. Perguruan tinggi desain tampaknya masih enggan untuk berpihak dalam pengembangan desain bagi industri kecil dan menengah.*

**Kata kunci** : Industri kecil dan menengah, desain

## **ABSTRACT**

*The Small and Mediate Industry is making support up national economy industry. This industry has been pillar economy to the most of people in Indonesia. But, in other side there are still have some weaknesses in rivalry capacity snall and mediate industry is weaken factor in market competition . The small and mediate product industry is always still identical with low quality product. Design is as a part of perform to support quality and compete capacity product seems still get attention of small and mediate industry yet. The constraints readiness of human being compete source in design knowledge categorize especially visual communication design still to be obstacle. The design educational institution seems still have no use for taking sides in design develop for small and mediate industry.*

**Key words** : design education, small and mediate industry.

## **PENDAHULUAN**

### **Latar Belakang Masalah**

Didalam upaya membangun sebuah bangsa maka peran pendidikan menjadi sangat sentral guna menghasilkan manusia yang berkualitas. Oleh karena itu menjadi mustahil bila awal pondasi pembangunan sebuah bangsa tidak dimulai dari menciptakan manusia yang berkualitas. Sejarah bangsa Indonesia telah mencatat bahwa pemuda-pemuda telah mengawali sebuah pergerakan nasional. Mereka adalah pemuda yang telah mengenyam pendidikan secara formal di Belanda. Pendidikan adalah usaha sadar untuk menjadikan manusia lebih baik, bertakwa, berketrampilan dan siap menghadapi masa depan. Oleh karena pendidikan merupakan suatu usaha sadar maka untuk pengembangan

dan kemajuan pendidikan diperlukan adanya rekayasa dalam bentuk strategi pendidikan (Sairin, 2001: 150). Pendidikan merupakan sebuah komitmen bersama antara pendidik dan yang dididik guna membangun personalitas yang berkualitas.

Pendidikan desain merupakan bagian dari sebuah komitmen bersama guna membangun manusia yang ahli dalam bidang desain. Keahlian seorang sarjana haruslah bermanfaat bagi masyarakat, oleh karena itu konsep pendidikan yang diberikan haruslah merupakan respon dari kebutuhan masyarakat.

Pemikiran mengenai pendidikan desain harus dimulai dari sebuah konsep bahwa desain adalah suatu aktivitas kreatif untuk mewujudkan sesuatu yang baru dan bermanfaat, yang tidak pernah ada sebelumnya. Konsep pendidikan tersebut tampaknya berbeda dengan keilmuan bidang lain yang cenderung linear, satu pilihan dan satu kebenaran. Desain sebagai bagian dari industri kreatif karena mampu menghadirkan sesuatu tampilan karya berbeda (multilinear). Oleh karena itu prospeknya maka Industri kreatif akan menjadi harapan industri dimasa depan. Era pasar bebas telah mendorong kesadaran kreatif untuk segera dibangkitkan karena kecenderungan selera dan preferensi konsumen yang berbeda. Masyarakat dunia kini telah merespon kreativitas sebagai bagian dari keunggulan sebuah produk yang ditawarkan. Kreativitas saat ini merupakan unsur yang dapat digunakan sebagai perangkat nilai tambah dan perangkat daya saing sebuah produk. Hal itu terbukti, pada tahun 2005 industri yang terkait kreativitas telah memberi kontribusi 33% bagi pendapatan dunia, atau enam kali lipat lebih besar dibandingkan kontribusi minyak dan gas. Menurut Ir. Ciputra, kesadaran kreatif harus ditumbuhkan guna menjadi perangkat daya saing bangsa setelah minyak bumi akan segera menipis pada kurun waktu 25 tahun kedepan<sup>1</sup> Oleh karena itu, peluang besar sangat terbuka dalam berusaha pada bidang industri kreatif.

Pada tulisan ini, permasalahan difokuskan pada orientasi pendidikan tinggi desain yang tidak memihak pada industri kecil dan menengah (IKM). Dewasa ini telah terjadi sebuah “*booming*” ketika di perguruan tinggi berlomba membuka jurusan desain. Jurusan yang paling diminati dan menjadi primadona. adalah jurusan desain komunikasi visual. Tidak kurang dari 56<sup>2</sup> perguruan tinggi telah membuka jurusan desain komunikasi visual dengan jenjang S1 dan D 3. Fakta ini dapat menjadi indikasi bahwa pada era tahun 1990-2010 telah terjadi perubahan yang mengarah pada dunia yang lebih kreatif. Kemajuan teknologi media dan informasi telah membuka cakrawala baru dalam industri yang lebih kreatif. Namun diantara hiruk-pikuknya *euphoria* jagat kreatif tampaknya industri kecil dan menengah justru menghadapi permasalahan karena kesulitan dalam pengembangan desain yang lebih kreatif. Seharusnya pemikiran tersebut dapat dijadikan titik tolak dalam perencanaan konsep pendidikan tinggi desain yang memberi layanan untuk IKM. Selama ini, pendidikan tinggi desain yang ada lebih fokus guna menyiapkan lulusannya agar tercerap pada industri besar. Pada akhirnya kondisi ini menimbulkan ketimpangan karena IKM tidak mampu bersaing karena desain belum menjadi bagian dari upaya untuk meningkatkan kualitas produk. Sudah saatnya pendidikan tinggi desain (jurusan desain) dirancang dengan berbasis kebutuhan masyarakat (IKM).

---

<sup>1</sup> Disampaikan pada seminar ArtPreneurship di Jakarta, 2010.

<sup>2</sup> [www.evaluasi.or.id](http://www.evaluasi.or.id).

## **Maksud dan Tujuan**

Tulisan ini dimaksudkan untuk memberikan gambaran mengenai pendidikan desain yang dapat merespon kebutuhan IKM. Tujuan dari tulisan ini memberikan gambaran mengenai perencanaan kurikulum yang mengacu pada kebutuhan IKM.

## **LANDASAN TEORI**

### **Produk Industri Kecil dan Menengah**

Kebutuhan dan keinginan manusia dapat dipenuhi dengan barang dan jasa. Produk dapat didefinisikan sebagai sesuatu yang dapat ditawarkan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan (Kotler, 1995: 9). Pentingnya suatu produk fisik bukan terletak pada kepemilikannya tetapi pada jasa yang dapat diberikannya. Produk yang ditawarkan kepada konsumen sebaiknya produk yang bermutu dengan kualitas yang baik. Produk yang tidak memenuhi kriteria keinginan pasar akan ditinggalkan dan kalah dalam persaingan. Menurut para ahli manajemen dunia maka persaingan tersebut menjadi tidak indah. Persaingan bisnis baru menjadi enak kalau dilakukan dengan mengandalkan kreativitas dan inovasinya (Kompas, Senin 7 Januari 2008). Oleh karena itu produk harus dirancang dengan keunggulan nilai tambah yang lebih dari pesaingnya. Salah satu upaya untuk meningkatkan nilai tambah tersebut dapat dilakukan melalui pengembangan desain. Perencanaan desain adalah sebuah pemikiran yang memberi keputusan kreatif dengan titik berat pada nilai tambah produk. Produk dengan desain yang baik harus dapat memecahkan permasalahan (*problem solving*) dan memuaskan keinginan-keinginan konsumennya.

Menurut Abraham Maslow (Munandar, 1999: 48), manusia mempunyai naluri-naluri dasar yang menjadi nyata menjadi kebutuhan. Kebutuhan harus dipenuhi dalam urutan hierarki tertentu. Kebutuhan aktualisasi (perwujudan diri) dan estetik merupakan kebutuhan "*being*" yang bila dipupuk akan memperkaya keberadaan kita.. Desain merupakan upaya kreatif untuk memberi pemenuhan terhadap kebutuhan-kebutuhan tersebut. Kedua kebutuhan tersebut merupakan kebutuhan pada hierarki paling akhir setelah kebutuhan-kebutuhan sebelumnya telah dipenuhi (lihat tabel 1.)

## **ANALISA DAN PEMBAHASAN**

Di dalam sejarah industri di Indonesia, kegiatan produktif telah lama dilakukan sejak ber-abad-abad yang lalu. Beberapa dari kegiatan produktif tersebut berkembang menjadi pola industri. Selanjutnya pola industri tersebut berkembang menjadi sentra-sentra industri yang dilakukan secara *turun-temurun*. Umumnya sentra-sentra industri tersebut dilakukan tersebut sebagai industri tradisional yang hampir tidak memperhatikan aspek desain. Namun dilain sisi, keberadaan sentra-sentra industri tersebut harus menghadapi sebuah era global. Sebuah pola industri yang keberadaannya tidak berdiri sendiri namun saling berhubungan, terkait dengan kebutuhan global. Saat ini perubahan tersebut telah memasuki segala aspek industrialisasi di Indonesia.

IKM tampaknya harus segera berbenah termasuk dari aspek desainnya. Era global telah membuka sebuah kran perdagangan bebas dimana produk IKM harus bersaing dengan produk asing. Sebagai contoh, produk batik China telah merambah pasar domestik dan keberadaannya sangat mengancam kelangsungan produk lokal (IKM). Oleh karena itu produk yang akan ditawarkan kepada pasar harus diupayakan lebih kreatif melalui inovasi produk, tampilan (estetika/visual), dan strategi promosi yang kreatif.

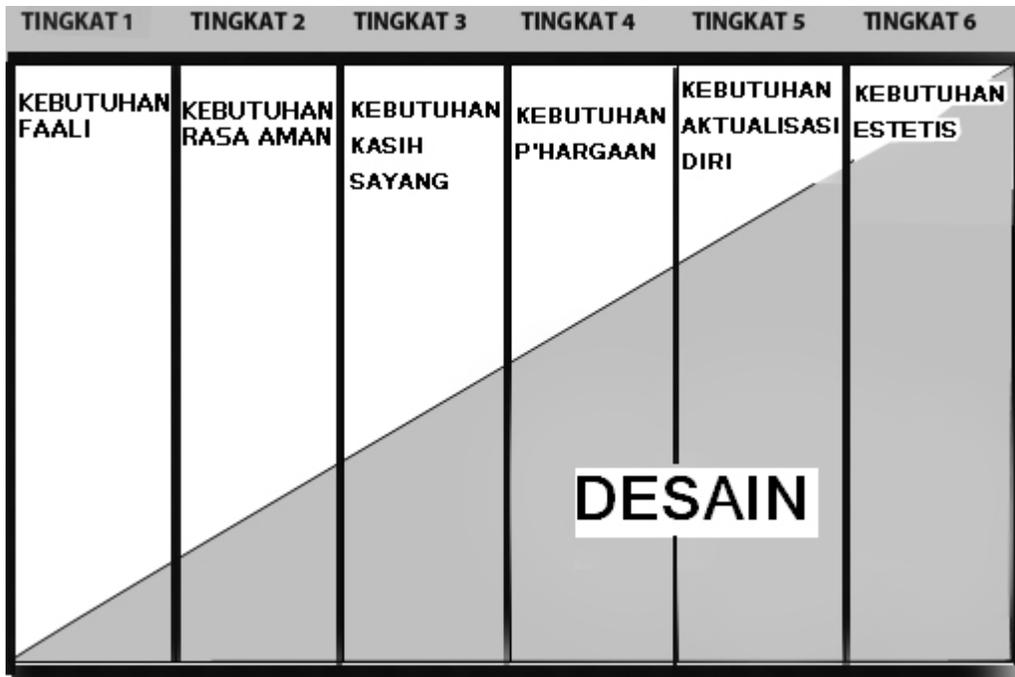
Produk harus dikomunikasikan pada pasar melalui pencitraan visual agar dapat dikenal dan diterima pasar.

Mengacu pada teori Maslow, bahwa tingkatan hierarki kebutuhan masyarakat moderen telah meningkat pada tingkatan hierarki paling akhir yakni pada tingkatan kebutuhan akan aktualisasi diri dan estetik (kebutuhan pada tingkat kelima dan enam). Pada tingkatan ini dapat dijadikan dasar pengembangan desain yang berorientasi pada pasar.

<b>Jenis Kebutuhan</b>	<b>Tingkat Kebutuhan</b>
(1) Kebutuhan faali yang diperlukan untuk mempertahankan hidup, misalnya zat asam, air, makanan, minuman dan udara	<i>Deficiency</i> rendah
(2) Kebutuhan rasa aman. Kita perlu merasa aman, bebas dari ancaman terhadap hidup kita, seperti kebutuhan akan keakraban, keteraturan, mempunyai rumah.	<i>Deficiency</i>
(3)Kebutuhan akan sense of belonging dan cinta. Kebutuhan akan kasih sayang.	<i>Deficiency</i>
(4) Kebutuhan akan penghargaan dan harga diri.	<i>Deficiency</i>
(5) Kebutuhan aktualisasi diri. Kebutuhan akan pengembangan dan perwujudan potensi kita sepenuhnya, termasuk imajinasi dan kreativitas.	<i>Being</i>
(6) Kebutuhan akan estetik. Kebutuhan ini akan memberi sumbangan bermakna untuk kemanusiaan. Hasrat untuk memahami dunia sekeliling kita.	<i>Being</i> tinggi

**Tabel 1.**

Mengenai hubungan antara hierarki kebutuhan pada beberapa tingkatan dengan aspek desain dapat dijelaskan melalui tabel 2 dibawah ini.



**Tabel 2**

Desain diyakini muncul setelah kebutuhan masyarakat pada tingkatan awal telah terpenuhi. Artinya, bila manusia telah terpenuhi kebutuhan-kebutuhan dasarnya maka ia akan membutuhkan desain. Desain mencakup kebutuhan inti (utama) yakni berupa kebutuhan faali, kebutuhan rasa aman, kebutuhan rasa kasih sayang dan kebutuhan untuk dihargai telah terpenuhi. Apabila kebutuhan-kebutuhan pada tingkatan tersebut telah dipenuhi maka manusia mulai akan melakukan pemenuhan kebutuhan berikutnya yaitu kebutuhan aktualisasi diri dan rasa estetik. Desain diperlukan ketika seseorang mulai merasakan diri untuk melakukan aktualisasi diri dengan tindakan imajinasi dan kreatif. Pada tingkatan akhir manusia membutuhkan rasa estetik sebagai kebutuhan guna memenuhi kebutuhan humanisnya.

Apabila dicermati maka tumbuh suburnya pendidikan tinggi desain di Indonesia merupakan dampak dari industrialisasi dan modernisasi dalam segala bidang. Desain merupakan respons dari kebutuhan masyarakat moderen yang terus meningkat. Desain itu sendiri muncul sebagai hasil pola industri masal yang dimiliki serta pemikiran modernisme dengan azas spesialisasinya. Secara singkat istilah tersebut dapat diartikan sebagai hasil karya manusia yang harus dapat berfungsi untuk memecahkan suatu masalah (*problem solving*). Permasalahan masyarakat moderen semakin kompleks seperti keterbatasan ruang, pencemaran lingkungan, keterbatasan bahan baku, persaingan yang ketat dan kondisi lingkungan yang dituntut dapat mendukung kelangsungan hidup manusia. Permasalahan tersebut memerlukan solusi kreatif agar kehidupan dapat lebih baik.



**Gambar.1. Desain muncul karena kebutuhan aktualisasi diri dan rasa estetis dan fungsional (Foto: Samodro)**

Kebutuhan tidak diciptakan masyarakat atau pemasar namun sudah dalam penghayatan hayati serta kondisi manusia. Oleh karena itu pemikiran desain harus dimulai dari sebuah upaya untuk memberi solusi atas kebutuhan dan keinginan manusia. Keinginan adalah hasrat akan pemuas tertentu dari kebutuhan tersebut. Sedangkan permintaan adalah keinginan akan suatu produk yang didukung dengan kemampuan serta kesediaan membelinya. Didalam ilmu pemasaran proses bertemunya pemenuhan kebutuhan serta keinginannya dengan pertukaran. Peranan desain komunikasi visual dalam industri adalah untuk menunjang terjadinya pertukaran dengan mengkomunikasikan produk kepada sasaran.

### **Desain yang memihak pada usaha kecil dan menengah**

Saat ini permasalahan dalam industrialisasi di Indonesia adalah adalah kemampuan daya saing produk IKM yang masih sangat lemah. Kemajuan IKM dianggap statis, tidak berkembang, dan daya saing rendah bahkan tidak mampu berkompetisi dengan produk asing. Produk IKM belum dikelola dengan baik Umumnya pola industri yang dikembangkan merupakan pola industri tradisional yang cenderung statis dan kurang memperhatikan aspek desain dalam upaya meningkatkan daya saingnya. Produk yang dihasilkan masih didasari pesanan dalam bentuk komoditas "kiloan" sehingga kurang memberi keuntungan bagi pelaku IKM itu sendiri. Kelemahan mendasar dalam kekuatan daya saing IKM terletak pada kemampuan dalam upaya peningkatan kualitas produk. Upaya peningkatan kualitas tersebut salah satunya melalui desain. Desain masih dianggap sebagai komponen yang memberatkan biaya sehingga belum menjadi 'senjata' untuk berkompetisi.



**Gambar 2. Produk industri kecil dan menengah umumnya dijual sebagai komoditas kiloan, tidak dikemas dengan baik sehingga belum memberi keuntungan yang optimal. (foto: Samodro, 2003)**

Namun disamping beberapa kelemahan tersebut tampaknya IKM masih menyimpan harapan karena memiliki potensi besar sebagai kekuatan perekonomian Indonesia. Beberapa keunggulan produk hasil IKM umumnya lebih ramah lingkungan karena berbahan baku produk alam. IKM banyak menyerap tenaga kerja sehingga berperan pula dalam upaya penyelamatan ekonomi masyarakat. Keunggulan lain adalah, bisnis tersebut paling tahan banting di dalam menghadapi krisis ekonomi global karena cukup fleksibel dalam pengelolaan tenaga kerja, sistem produksi dan bahan baku, Pada saat krisis ekonomi IKM telah menyelamatkan negeri kita dari keterpurukan, hal ini sangat berbeda dengan kondisi di beberapa negara yang sangat mengandalkan industri besar.

Harus disadari pula bahwa sebagian besar tumbuhnya sentra IKM di Indonesia memang tidak lepas dari dukungan kondisi geografis dan kultural masyarakatnya. Aspek kultural umumnya telah terbentuk lama cukup sejak beberapa puluh tahun bahkan ratusan tahun yang lalu.. Sebagai contoh, industri kerajinan dan furnitur (mebel) di Jepara merupakan sentra industri yang telah terbentuk sejak beberapa abad yang lalu. Tokoh-tokoh wanita telah banyak berperan pada proses pertumbuhan dan perkembangan mebel ukir Jepara. Dimulai sejak kerajaan Kaling (Ho-Ling) yang diperintah oleh ratu Shima.<sup>3</sup> Peran penguasa kerajaan pada saat itu sangat mendukung ketrampilan para perajin terutama untuk mendukung kebutuhan kerajaan. Kemampuan mengukir tersebut telah dimulai sejak abad 7 yang selanjutnya diwariskan *turun temurun* hingga dilanjutkan pada masa Islam di Jawa. Ratu Kalinyamat sebagai tokoh yang berperan pada pengembangan seni ukir di Jepara pada abad ke 16. Contoh lain adalah pada industri makanan dan minuman yang berkembang di daerah seperti Semarang, Jogja, Solo, Sumedang, Cianjur, maka peran wanita-wanita keturunan Tionghoa merupakan pelopor dalam industri makanan tersebut.

Apabila ditinjau dari kondisi diatas maka tampak bahwa peluang dalam pengembangan IKM memiliki prospek yang sangat baik. Oleh karena itu diperlukan dukungan dari perguruan tinggi desain dalam peran serta dalam pengembangan desain dan promosi produk industri kecil dan menengah. Perguruan tinggi dapat berperan sebagai industri mulia (*noble industry*) dengan memberikan keuntungan kepada masyarakat. Kurikulum perguruan tinggi desain dapat dirancang sesuai kebutuhan masyarakat khususnya untuk IKM. Selanjutnya peran perguruan tinggi desain dapat memberikan layanan pendidikan yang tujuannya untuk mengubah pola desain industri tradisional menuju pola desain industri yang lebih moderen.

---

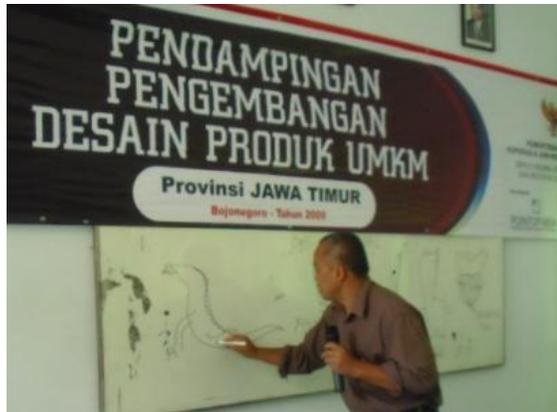
<sup>3</sup> Sumber dari hasil penelitian mengenai *Seni Kerajinan Mebel Ukir Jepara, Kajian Estetik melalui Pendekatan Multi Disiplin* oleh: Prof. Drs. SP. Gustami, S.U. dosen ISI Yogyakarta.



Gambar.3 Skema Pola Desain Industri Kecil dan Menengah

Selanjutnya kebijakan dalam pengelolaan pendidikan tersebut harus memihak pada kepentingan IKM. Dukungan perguruan tinggi desain dalam proses peningkatan kualitas produk IKM terkait dengan adanya;

- *Pasar bebas* yang akan membawa pola ekonomi dunia yang semakin bebas dan persaingan menjadi ketat. Produk industri kecil dan menengah harus memiliki kualitas produk yang baik.
- Perubahan gaya hidup konsumen karena kemajuan informasi dan teknologi. Produk harus dikelola mengacu pada kebutuhan dan keinginan konsumen.
- Produk harus memenuhi *Standardisasi mutu desain* yang baik sesuai ISO 9001
- Kepuasan konsumen (*customer's satisfaction*) menjadi orientasi dari kegiatan pemasaran.
- Terbentuknya fragmentasi pasar ketingkat yang sangat eksklusif (*sub culture market*).
- Produk harus adaptatif karena perubahan selera dan perilaku konsumen yang sangat cepat
- Kesepakatan global yang diikuti Indonesia. Indonesia meratifikasi *Agreement Establishing the World Trade Organization* (Peretujuan Pembentukan Organisasi Perdagangan Dunia) yang mencakup pula *Agreement on Trade Related Aspects of Intellectual Property Right* (persetujuan Trips) sebagaimana telah diratifikasi dengan Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1994. Ratifikasi atas persetujuan-persetujuan tersebut mendukung ratifikasi *Paris Convention for the Protection of Industrial Property* (Konvensi Paris) dengan Keputusan Presiden Nomor 15 tahun 1997 dan keikutsertaan Indonesia dalam *the Hague Agreement (London Act) Concerning the International Deposit of Industrial Designs*



Gambar.4 Produk IKM masih belum banyak mendapat sentuhan desain yang dilakukan oleh tenaga ahli dari Perguruan Tinggi.Desain (Foto: Samodro, 2009)



Gambar.5. Aspek pengemasan (*packaging* dan *labelling*) adalah aspek yang paling banyak dijumpai pada produk Industri Kecil dan Menengah yang belum mendapat sentuhan desain disamping aspek promosinya.(Foto: Samodro,2009).



**Gambar 6. Perguruan Tinggi Desain dapat merancang kurikulum yang disesuaikan dengan kebutuhan IKM. (Foto: karya mahasiswa ).**

## **KESIMPULAN**

Aspek desain sangat dibutuhkan dalam peningkatan kualitas produk IKM. IKM sebagai sebuah industri yang banyak menyerap tenaga kerja dan memiliki potensi ekonomi dan sosial yang besar masih belum dikembangkan secara optimal. Kendala utama IKM dalam pengembangan tersebut adalah memperoleh sumber daya manusia yang handal dalam bidang desain. Kendala ini akan sulit diatasi bila perguruan tinggi belum sepenuhnya memihak pada IKM. Keberpihakan perguruan tinggi dapat dilakukan dengan membuat rancangan kurikulum desain yang disesuaikan dengan kebutuhan IKM, menjadi mitra pemerintah dalam pembinaan IKM, membuat kerjasama dengan IKM dan BDS (*Business Development Service*).

Selanjutnya, perguruan tinggi desain dapat mengembangkan usaha mulianya (*noble industry*) dengan menghasilkan sarjana yang handal dan menguasai permasalahan IKM. Keberpihakan terhadap IKM tersebut merupakan bentuk pelayanan terhadap kebutuhan masyarakat.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Gustami, SP. *Seni Kerajinan Mebel Ukir Jepara, Kajian Estetik Melalui Pendekatan Multi Disiplin*, Yogyakarta : Penerbit Kanisius, 2000.
- Kotler, Philip. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Penerbit Salemba, 1995.
- Munandar, SC.Utami . *Kreativitas Dan Keberbakatan, Strategi Mewujudkan Potensi Kreatif dan Bakat*, Jakarta: Penerbit PT Gramedia Pustaka Utama, 1999.
- Sairin, Weinata. *Pendidikan Yang Mendidik, butir-butir pemikiran strategis-reflektif diseputar pendidikan*, Jakarta: Penerbit Yudistira, 2001.
- Samodro, *Makalah Pendampingan Desain Industri*, Jakarta, Kantor Menteri Koperasi RI, 2009.

