

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

1. Peranan Industri Kreatif dalam Pertumbuhan Ekonomi

Ketahanan industri kreatif di sebagian besar negara-negara di dunia cukup mengagetkan. Kesadaran pemerintah di tiap negara berdampak kepada dorongan untuk memajukan industri kreatif dengan berbagai kebijakan dan bantuan yang bertujuan untuk mendorong laju pertumbuhan industri kreatif baik dari segi kualitas maupun kuantitasnya. Negara-negara yang paling sungguh-sungguh melakukan pengembangan yang cukup radikal adalah Negara United Kingdom, New Zealand, Taiwan, Thailand, Malaysia, China, dan Singapura (Pangestu, 2008).

Pemerintahnya memberi motivasi dengan memberikan berbagai kemudahan, seperti bantuan modal yang besar tanpa bunga dan anggunan. Pelatihan dilakukan oleh tenaga ahli yang profesional dan berkesinambungan baik dari dalam maupun luar negeri, pengiriman ke luar negeri untuk mendapatkan pendidikan, pemasaran yang luas, dan sungguh-sungguh baik dilakukan pemerintah maupun swasta, sehingga berdampak pada kualitas produk yang dihasilkan, volume yang banyak, desain yang sangat variatif, dan harga yang relatif murah.

Pertama, di Negara United Kingdom mekanisme pengelolaan industri kreatif dilakukan dengan koordinasi tunggal oleh *Department Culture, Media, and Sport* (DCMS). DCMS mengkoordinasikan pemerintah dalam mengembangkan industri: *Architecture, the Arts* dan *Antiques Markets, Crafts, Designer Fashion, Film dan Video, Music, Performing Arts, Televisions*, dan *Radio*. DCMS bersama-sama dengan *Departement for Business, Enterprise and Regulatory Reform* (BERR) mengembangkan industri *Advertising, Computer, Video Games, Design and Publishing*. BERR ini merupakan lembaga pemerintah yang bertanggung jawab atas beberapa perangkat lunak.

Kedua, di Negara New Zealand mekanisme pengelolaan melalui koordinasi tunggal oleh lembaga bentukan baru yaitu *New Zealand Trade and Enterprise*

(NZTE). NZTE ini adalah *government's national economic development agency* yang mengkoordinasikan kementerian industri kreatif melalui pembentukan *task forces* (pokja-pokja). **Ketiga**, di Negara Singapura mekanisme pengelolaannya melalui koordinasi tunggal oleh kementerian yang sudah ada yaitu *Ministry of Information, Communication and the Art* (MICA), koordinasi antar departemen dilakukan oleh instansi-instansi di dalam MICA.

Keempat, di Negara China mekanisme pengelolaannya dilakukan melalui kolaborasi antar departemen yang terkait dengan masing-masing subsektor industri kreatif dengan pemerintah daerah, departemen-departemen pusat bertanggung jawab membuat dan menyesuaikan kebijakan subsektoral industri kreatif yang terkait untuk mendukung pemerintah daerah. Pemerintah daerah bertanggung jawab mengimplementasi pengembangan klaster subsektor industri kreatif. **Kelima**, di Negara Taiwan, mekanisme pengelolaannya melalui koordinasi tunggal oleh Kementerian Bidang Ekonomi. Koordinator memimpin kolaborasi empat kementerian, berkaitan dengan perencanaan dan implementasi pengembangan industri kreatif.

Keenam, di Negara Malaysia mekanisme pengelolaannya dilakukan melalui kolaborasi antara beberapa lembaga pemerintah sesuai dengan subsektor industri kreatif yang akan dikembangkan. **Ketujuh**, di Negara Thailand mekanisme pengelolaan dilakukan melalui koordinasi tunggal oleh badan *ad hoc* bentukan yaitu *Thailand Creative & Design Centre* (TCDC). Secara umum perbandingan pengelolaan industri di negara-negara tersebut, yang menyangkut mekanisme pengelolaan dan lembaga terkait disajikan pada Tabel 1.1 berikut.

Tabel 1.1 Pengelolaan Industri Kreatif di Beberapa Negara

Negara	Mekanisme Pengelolaan	Lembaga Terkait
United Kingdom	<ol style="list-style-type: none"> 1. Koordinasi tunggal oleh <i>Departement Culture, Media, and Sport</i> (DCMS). 2. DCMS mengkoordinasikan pemerintah dalam mengembangkan industri: <i>Architecture, the Arts dan Antiques Markets, Crafts, Designer Fashion, Film dan Video, Music, Performing Arts, Televisions, dan Radio</i>. 3. DCMS bersama-sama dengan <i>Departement for Business, Enterprise and Regulatory Reform</i> (BERR) mengembangkan industri <i>Advertising, Computer, Video Games, Design and Publishing</i>. 4. BERR ini merupakan lembaga pemerintah yang 	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Departement Culture, Media, and Sport</i> (DCMS) 2. <i>Departement for Business, Enterprise and Regulatory Reform</i> (BERR) 3. Design Council 4. National Endowment for Science, Technology, and the Arts (NESTA)

Negara	Mekanisme Pengelolaan	Lembaga Terkait
	bertanggung jawab atas perangkat lunak	
New Zealand	<ol style="list-style-type: none"> 1. Koordinasi tunggal oleh lembaga bentukan baru yaitu <i>New Zealand Trade and Enterprise</i> (NZTE). 2. NZTE ini adalah <i>government's national economic development agency</i> yang mengkoordinasikan kementerian industri kreatif melalui pembentukan <i>task forces</i> (pokja-pokja). 	<i>New Zealand Trade and Enterprise</i> (NZTE)
Singapore	<ol style="list-style-type: none"> 1. Koordinasi tunggal oleh kementerian yang sudah ada yaitu <i>Ministry of Information, Communication and the Art</i> (MICA) 2. Koordinasi antar departemen dilakukan oleh instansi-instansi di dalam MICA. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. MICA konseptor, kordinator dan kolaborator, 2. Ministry of Trade and Industry
China	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kolaborasi antar departemen yang terkait dengan masing-masing subsektor industri kreatif dengan pemerintah daerah, pembagian peran 2. Departemen-departemen pusat bertanggung jawab membuat dan menyesuaikan kebijakan subsektoral industri kreatif yang terkait untuk mendukung pemerintah daerah. Pemerintah daerah bertanggung jawab mengimplementasi pengembangan klaster subsektor industri kreatif. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ministry of Culture, 2. State Administration of Radio, Film and TV (SARFT) 3. Administration of Press and Publishing (GAPP) 4. Ministry of science an technology mengelola game. 5. Ministry of Science and Tecnology 6. Ministry of Cintruction
Taiwan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Koordinasi tunggal oleh Kementrian Bidang Ekonomi. 2. Koordinator memimpin kolaborasi empat kementrian, berkaitan dengan perencanaan dan implementasi pengembangan industri kreatif. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menteri Bidang Ekonomi 2. Menteri Pendidikan 3. Kantor Informas Pemerintah 4. Dewan Kebudayaan
Malaysia	Kolaborasi antara beberapa lembaga pemerintah sesuai dengan subsektor industri kreatif yang akan dikembangkan	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Ministry of art culture and heritage;</i> 2. Ministry of enterpleneur and corporation; 3. MDIC (<i>Malaysia design and Inovation Centre</i>)
Thailand	Koordinasi tunggal oleh badan <i>ad hoc</i> bentukan yaitu <i>Thailand Creative & Design Centre</i> (TCDC)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Departemen Luar negeri, 2. Departemen Perdagangan, 3. Departemen Perindustrian, 4. Bank untuk UKM

(Sumber: Pangestu, 2008)

Sementara itu, industri kreatif di Negara Indonesia keberadaanya memiliki sejarah yang cukup panjang. Negara Indonesia terdiri dari banyak pulau, baik yang besar maupun kecil dengan banyak suku bangsa dan berbagai kebudayaan, seperti seni tari, seni musik, seni kerajinan, seni rupa dan seni-seni lainnya. Hal ini merupakan kekayaan yang tak ternilai dan apabila dikemas dengan profesional akan dapat menyumbang devisa negara yang sangat besar. Industri kreatif di Indonesia merupakan industri yang mampu bertahan, bahkan menjadi penopang laju roda perekonomian di Indonesia. Pada saat terjadinya krisis moneter di tahun 1997 begitu juga pada krisis keuangan tahun 2007, industri kreatif di Indonesia

Yaya Sukaya, 2016

MODEL PEMBELAJARAN MANDIRI PADA PELATIHAN PENGEMBANGAN DESAIN KERAMIK (Studi Pada Komunitas Perajin Keramik Anjun, Plered, Purwakarta)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

memberikan kontribusi terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) sebesar 104,638 triliun di atas rata-rata kontribusi sektor: pengangkutan dan komunikasi, bangunan dan listrik, gas, dan air bersih, dengan kemampuan menyerap tenaga kerja sebesar 5,4 juta pekerja serta produktivitas tenaga kerja mencapai 19,5 juta per pekerja tiap tahunnya.

Sementara jumlah perusahaan yang bergerak di sektor ini hingga tahun 2006 mencapai 2,2 juta, berkisar 5,17% dari jumlah perusahaan yang ada di Indonesia. Pada tahun 2006 ini pula, industri kreatif telah melakukan ekspor sebesar 81,5 triliun rupiah mencapai hingga 9,13% dari total ekspor nasional. Kondisi ini disambut baik oleh berbagai pihak yang terkait termasuk pemerintah dengan mengeluarkan berbagai peraturan untuk menunjang berkembangnya industri kreatif. Pada tahun 2008, Pemerintah Republik Indonesia memasukan industri kreatif sebagai prioritas pembangunan industri nasional, melalui Peraturan Presiden no 28 tahun 2008 tentang Kebijakan Industri Nasional. Industri Kreatif menjadi bagian penting untuk dikembangkan sebagai upaya menuju terwujudnya ekonomi kreatif tahun 2025.

Kemudian sebagai tindak lanjut Peraturan Presiden no 28 tahun 2008, presiden mengeluarkan Instruksi Presiden No. 6 Tahun 2009 tentang pengembangan ekonomi kreatif kepada 28 instansi Pemerintah Pusat dan Daerah untuk mendukung kebijakan Pengembangan Ekonomi Kreatif tahun 2009-2015. Selain itu, Departemen Perdagangan RI mengelompokkan 14 (empat belas) jenis industri kreatif, yaitu: (a) periklanan, (b) arsitektur, (c) pasar seni dan barang antik, (d) kerajinan, (e) desain, (f) fesyen, (g) video, film, dan fotografi, (h) permainan interaktif, (i) musik, (j) seni pertunjukan, (k) penerbitan dan percetakan, (l) layanan komputer dan piranti lunak, (m) televisi dan radio, dan (n) riset dan pengembangan. Tindak lanjut dukungan pemerintah terhadap industri kreatif diantaranya, bantuan berupa pinjaman modal tanpa tanggungan, pemasaran, izin usaha dipermudah, pengharusan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) dan Badan Usaha Milik Daerah (BUMD) menjadi mitra usaha dan berbagai pelatihan diberikan lewat instansi terkait, lembaga Swadaya Masyarakat, dan perguruan tinggi.

2. Industri Kerajinan Keramik dan Pertumbuhannya

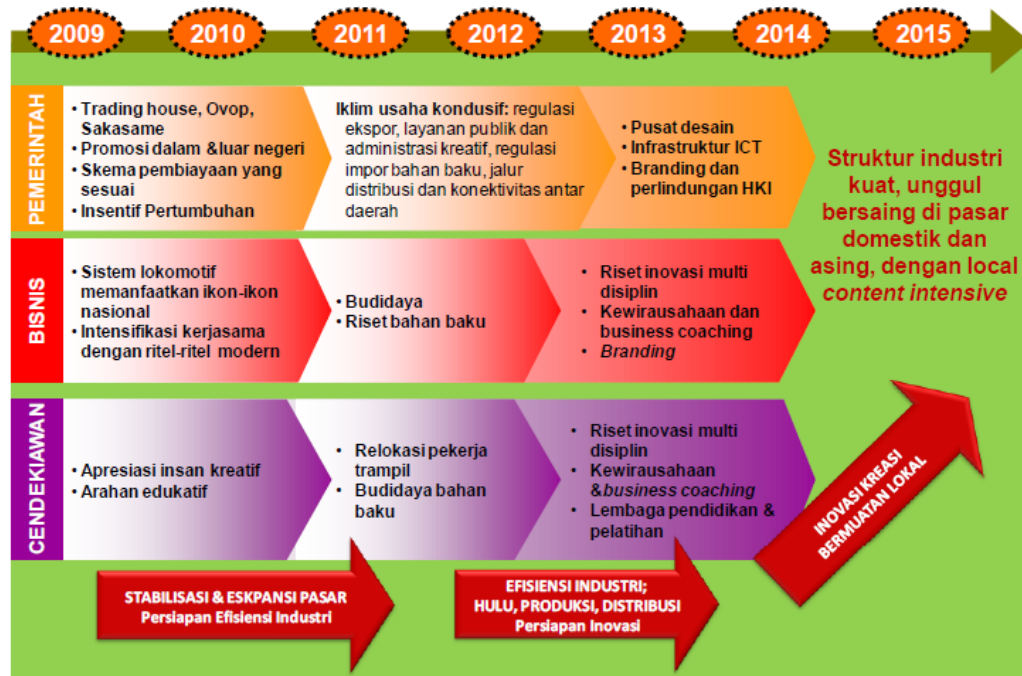
Industri kerajinan merupakan subsektor industri kreatif. Menurut Pangestu (2008), industri kerajinan merupakan kegiatan kreatif yang berkaitan dengan kreasi, produksi, dan distribusi produk yang dibuat dan dihasilkan oleh tenaga perajin yang berawal dari desain awal sampai dengan proses penyelesaian produknya, antara lain meliputi barang kerajinan yang terbuat dari batu berharga, serat alam maupun buatan kulit, rotan, bambu, kayu, logam (emas, perak, tembaga, perunggu, besi), kaca, porselin, kain, marmer, tanah liat, dan kapur.

Sementara itu, berdasarkan Simposium Internasional UNESCO/ITC “*Craft and the International Market Trade and Custom Codification*” dalam Pangestu (2008) kerajinan adalah industri yang menghasilkan produk-produk, baik secara keseluruhan dengan tangan atau menggunakan peralatan biasa, peralatan mekanis mungkin juga digunakan sepanjang kontribusi para perajin tetap lebih substansial pada komponen produk akhir. Produk kerajinan tersebut dibuat dari bahan baku dalam jumlah yang tidak terbatas, produk itu berupa produk kegunaan, estetik, artistik, kreatif, pelestarian budaya, dekoratif, tradisional, religius, dan simbol-simbol sosial. Dengan demikian, berdasarkan bahan baku, produk kerajinan dapat dikategorikan menjadi: (a) keramik, (b) logam, (c) natural fiber, (d) batu-batuan, (e) tekstil, dan (f) kayu.

Industri kerajinan memiliki posisi strategis dalam kebijakan pembangunan industri di Indonesia, yaitu membangun struktur industri yang kuat, unggul bersaing di pasar domestik dan asing, dengan *local content intensive*. Tiga arah utama untuk mencapai sasaran pengembangan industri kerajinan adalah (a) stabilisasi dan ekspansi pasar, dengan tujuan *unfreezing the value* dari pekerja kreatif kerajinan, sehingga lebih mudah dibangun menjadi pondasi yang kokoh, (b) penguatan struktur industri, baik industri hulu, rantai produksi dan distribusi, dan (c) inovasi rantai kreasi bermuatan lokal. Berkaitan dengan hal ini, telah dirumuskan peta jalan pengembangan industri kerajinan, seperti yang tersaji pada Gambar 1.1.

Stabilisasi dan ekspansi pasar pada dasarnya merupakan penguatan pondasi *people*, karena pelatihan, pengembangan, pusat inovasi, dan inkubator bisnis yang selama ini dilakukan ternyata belum memberikan hasil yang signifikan.

Penguatan struktur industri bertujuan untuk mencapai industri yang semakin efisien pada seluruh rantai nilai. Sementara itu, inovasi rantai kreasi bermuatan lokal bertujuan untuk menciptakan loyalitas konsumen terhadap produk kerajinan bermutu, harga kompetitif, dan desain yang inovatif.



Gambar 1.1 Peta Jalan Pengembangan Industri Kerajinan di Indonesia
(Sumber: Pangestu, 2008)

Berdasarkan Gambar 1.1 ditunjukkan bahwa Peta Jalan Pengembangan Subsektor Industri Kerajinan dimulai tahun 2009 s.d. 2015, di mana terdapat tiga pihak yang terlibat, yaitu (a) Pemerintah, (b) Bisnis, dan (c) Cendekiawan. Strategi yang dilakukan oleh pemerintah, bisnis, dan cendekiawan pada arah kebijakan stabilisasi dan ekspansi pasar diantaranya adalah (a) melaksanakan sistem lokomotif memanfaatkan ikon-ikon nasional, (b) melakukan intensifikasi kerjasama dengan ritel-ritel modern, (c) mengembangkan *trading house*, (d) melakukan promosi di dalam dan luar negeri, (e) merancang skema pembiayaan yang sesuai, (f) memberikan insentif pertumbuhan, (g) menyelenggarakan ajang apresiasi kreatif, dan (h) melakukan arahan edukatif.

Strategi yang dilakukan oleh pemerintah, bisnis, dan cendekiawan pada arah kebijakan efisiensi industri diantaranya adalah (a) melakukan revitalisasi regulasi ekspor, (b) menyempurnakan *public service* dan administrasi kreatif, (c) melakukan revitalisasi regulasi impor bahan baku, (d) melakukan revitalisasi

regulasi lain yang terkait, (e) membangun jalur distribusi dan konektivitas antar daerah, (f) menganalisis kemungkinan relokasi, (g) mengembangkan budidaya bahan baku, dan (h) meningkatkan riset bahan baku.

Sementara itu, strategi yang dilakukan oleh pemerintah, bisnis, dan cendekiawan pada arah kebijakan inovasi rantai kreasi bermuatan lokal diantaranya adalah (a) mendirikan pusat desain, (b) memperbaiki infrastruktur teknologi komunikasi dan informasi, (c) melakukan pencitraan dan perlindungan Hak Kekayaan Intelektual (HKI), (d) meningkatkan riset inovasi multidisiplin, (e) menyelenggarakan pelatihan kewirausahaan dan *business coaching*, dan (f) membangun lembaga pendidikan dan pelatihan.

Salah satu industri kerajinan yang mempunyai prospek untuk terus dikembangkan adalah industri keramik. Prospek industri keramik nasional dalam jangka panjang cukup baik seiring dengan pertumbuhan pasar dalam negeri yang terus meningkat, terutama untuk jenis tile/ubin karena didukung oleh pertumbuhan pembangunan baik properti maupun perumahan. Produksi keramik nasional setiap tahunnya terus meningkat dan memberikan kontribusi yang cukup baik dalam mendukung pertumbuhan perekonomian nasional. Oleh karena itu industri keramik terus meningkatkan kualitas maupun desainnya guna merebut pangsa pasar dalam negeri dan manca negara.

Indonesia sudah menjadi salah satu produsen top dunia di bidang keramik, peringkat ke-6 di antara 30 negara produsen teratas pada tahun 2012 dan salah satu dari 10 negara teratas dalam hal konsumsi keramik sejak 2010. Dengan total impor dan ekspor Rp20 triliun pada 2012, diperkirakan tahun ini nilainya akan mencapai Rp 30 triliun. Menurut data Asosiasi Industri Keramik Indonesia (Asaki), industri keramik di Indonesia diperkirakan akan tumbuh 15% - 20% tahun ini. Didukung oleh ekonomi Indonesia yang terus berkembang, saat ini konsumsi domestik yang kuat dari produk keramik dan pesatnya pertumbuhan di sektor properti dan konstruksi lokal, permintaan untuk produk-produk keramik berkualitas seperti lantai, ubin dinding, ubin atap dan barang *sanitary* terus meningkat.

Sejak tahun 2011, industri keramik lokal telah mengalami pertumbuhan permintaan domestik 10% - 15% per tahun. Konsumsi produk keramik di

Indonesia juga meningkat, sekitar 8% - 10% peningkatan konsumsi per kapita per tahun. Total penjualan untuk industri keramik di Indonesia mencapai Rp 4,6 triliun (USD 500 juta) pada kuartal pertama tahun 2012. Kemampuan Indonesia untuk menghasilkan produk-produk berkualitas tinggi keramik, desain yang kuat serta kelimpahan sumber daya alam dan bahan baku, membuat posisi Indonesia untuk menjadi pusat regional untuk pembuatan keramik dan ritel.

Menurut Dyah dan Ai (2008) keramik mempunyai fungsi dan peranan strategi dalam tradisi masyarakat Indonesia, di mana Indonesia sebagai negara kepulauan yang dikelilingi laut dan dilintasi banyak sungai merupakan wilayah strategis dalam jalur pelayaran dan perdagangan di masa lalu. Karena kondisi strategis inilah, interaksi terjadi antara masyarakat pribumi dengan kaum pendatang, salah satunya dalam perkembangan keramik di beberapa wilayah Indonesia. Sampai saat ini, penggunaan aneka benda keramik masih terlihat dalam kegiatan tradisi, seperti dalam upacara perkawinan, kelahiran, kematian, dan persembahan. Produk keramik yang paling sering ditemukan untuk kegiatan-kegiatan tersebut adalah kendi, yaitu sejenis wadah penyimpanan air.

Pada awalnya produk keramik diciptakan dan digunakan sebagai benda pragmatis, yaitu benda keramik yang berorientasi pada segi utilitas untuk menunjang aktivitas kehidupan sehari-hari (Arimbawa, 2011). Pembuatan produk keramik pada awalnya berfungsi sebagai “wadah” seperti penemuan beberapa mangkuk, priuk, kendi, dan sebagainya (Mulyadi, 2007). Dewasa ini, ranah perkembangan keramik semakin meluas dan kompleks sejalan dengan perkembangan peradaban manusia. Penciptaan keramik tidak sekedar untuk memenuhi kebutuhan sendiri, namun diproduksi secara massal dan dijadikan sebagai barang yang memiliki nilai finansial, sehingga produk keramik termasuk di Indonesia dapat dipasarkan secara regional, nasional, atau diekspor ke manca negara.

Usaha keramik di Indonesia tanpa disadari telah memasuki era globalisasi ekonomi dalam lingkup perdagangan bebas atau lingkungan pasar global (*global market*) yang ditandai dengan terjadinya integrasi ekonomi dunia (Arimbawa, 2011). Hal ini merupakan persoalan krusial bagi perkembangan keramik di Indonesia, karena pasar global membawa pengaruh dan dampak ganda, di satu sisi

merupakan kesempatan atau peluang untuk menjalin kerjasama yang seluas-luasnya dengan berbagai negara produsen dan konsumen produk keramik di dunia, sebagai pintu untuk meningkatkan kemampuan dalam mendesain, menciptakan produk keramik berkualitas dengan harga yang kompetitif. Sementara di sisi lain, dapat menjadi ancaman atau tantangan yang perlu diwaspadai (Piliang, 2005).

3. Kontribusi Desain dalam Pembuatan Keramik

Istilah desain memiliki pengertian yang berbeda-beda (Widagdo, 2005). Desain mencakup pengertian yang luas, meliputi merancang *software*, menyusun kerangka penelitian, merancang mesin, gedung, dan ruang. Kata desain bukan sekedar rancang bangun karena kata tersebut tidak dapat mewadahi kegiatan, keilmuan, keluasan dan pamor profesi atau kompetensi (Sachari, 1989). Desain menurut Heskett (1986) merupakan “hasil karya seseorang atau hasil karya suatu kelompok kerja sama, bisa saja kumpulan dari ledakan intuisi kreatif, atau hasil dari keputusan yang telah diperhitungkan berdasarkan data-data teknis atau penelusuran pasar. Desain dapat diartikan pula sebagai rancangan (KBBI, 2008). Desain juga dapat diartikan sebagai mencari mutu yang lebih baik, mutu material, teknis, performansi, bentuk dan semuanya baik secara bagian maupun keseluruhan. Dikaitkan dengan produk keramik, desain ditempatkan dalam konteks kegiatan perancangan yang menghasilkan wujud benda untuk memenuhi kebutuhan hidup manusia dalam lingkup seni rupa.

Kualitas desain merupakan suatu hal yang penting dalam suatu karya baik karya seni murni maupun terapan seperti halnya keramik. Pada dasarnya, keindahan merupakan aspek yang paling penting dalam sebuah desain. Faktor yang merupakan hambatan dalam pengembangan desain adalah lemahnya tradisi cipta kita (Sachari, 1989). Desain yang berkualitas adalah desain yang mampu memenuhi permintaan pasar. Proses membuat desain umumnya membutuhkan pertimbangan aspek estetika, fungsional, dan banyak aspek lain yang biasanya memerlukan riset serius, pemikiran, pembuatan model, penyesuaian perhitungan, dan desain ulang. Sementara langkah pertama dari pencarian ide atau gagasan dan proses penciptaan biasanya digunakan nama “konsep desain”.

Pertimbangan yang dipakai dalam proses desain yang juga merupakan syarat bagi suatu desain yang baik adalah faktor kegunaan, fungsi, produksi, pemasaran keuntungan, dan nilai rupa atau estetis dari benda pakai itu (Sachari. 1989). Jadi desain dan kriya keramik merupakan hal yang saling terkait dan berkesinambungan dan memiliki peran yang sangat penting dalam seni rupa. Dalam merancang desain pastinya menggunakan unsur titik, garis, bidang, bentuk, volume, warna, tekstur, dan pencahayaan dengan acuan estetika.

Minat pasar internasional terhadap produk keramik cukup besar, aspek desain menjadi salah satu hal penting dalam industri keramik. Konsumen industri keramik menuntut perubahan yang terus menerus pada aspek desain sesuai kebutuhan pasar. Oleh karena itu, pelaku dunia industri keramik dituntut terus untuk selalu mengembangkan kreativitas desainnya. Di dalam pengembangan desain keramik, ada banyak sekali faktor yang dapat digunakan dalam pelaksanaannya. Menurut Masri (2010), pengembangan desain yaitu dengan cara “strategi eksplorasi unsur visual dan strategi eksplorasi material. Jadi strategi yang digunakan untuk mengangkat/meningkatkan harga pasar sebuah produk kriya keramik adalah desain, sehingga desain merupakan suatu hal yang sangat penting untuk sebuah industri di bidang seni, termasuk keramik.

Penciptaan desain keramik yang berkualitas tidak terlepas dari kreativitas. Hal ini sejalan dengan pendapat yang disampaikan oleh Zainuddin (2010) yaitu desain sebagai kegiatan yang menuntut kreativitas dan daya imajinasi pembuatnya, menawarkan mutu estetis. Melalui kreativitas dapat dikembangkan desain keramik yang bersumberkan motif-motif dan bentuk-bentuk baru dengan menuangkan ide-idenya di atasnya. Menciptakan desain keramik tidak hanya dapat dikerjakan oleh orang-orang berbakat saja melainkan perlu latihan untuk mengembangkan ide-ide terbarunya secara kreatif. Desain produk kerajinan, termasuk keramik, mengandung upaya mencari struktur dan material yang tepat. Penciptaan desain juga memerlukan proses berfikir yang sistematis untuk mencapai mutu hasil yang optimal.

Dengan demikian pada hakekatnya desain adalah mencari mutu yang lebih baik, mutu material, teknis dan performansi, dan bentuk baik secara perbagian maupun secara keseluruhan yang membutuhkan proses berpikir kreatif, karena

dalam penciptaan desain ada tahapan-tahapan berfikir, yaitu: (a) pencarian gagasan, yang dipengaruhi oleh pengalaman internal dan eksternal, (b) pengolahan gagasan, yang hasilnya memunculkan gagasan awal, (c) penyesuaian dengan fungsi yang akan dibuat, sehingga menghasilkan gagasan baru, dan (d) pengembangan yang berkelanjutan tergantung kepada kreativitas dan kemampuan seseorang. Keempat hal tersebut dipengaruhi oleh pengalaman, baik secara faktual maupun proses berpikir.

Masri (2010) mengatakan kemunduran ekspor produk industri kreatif khususnya kerajinan diantaranya disebabkan oleh pola pikir pelaku industri kerajinan yang masih banyak mengandalkan pola tradisi. Akibatnya dari sisi kualitas desain, kerajinan Indonesia hampir tidak pernah menawarkan inovasi. Walaupun ada kecepatan pertumbuhannya sangat lambat. Kenyataan saat ini persoalan kompetensi desain merupakan persoalan yang dihadapi hampir di seluruh sub sektor industri kreatif, termasuk industri kerajinan keramik. Akibatnya produk yang dihasilkan seringkali jenuh, monoton dan bernilai jual rendah. Hal ini dapat berakibat buruk terhadap eksistensi industri keramik, karena daya saing kompetitifnya menjadi menurun. Ketidakmampuan dalam hal desain ditunjukkan oleh kebiasaan mereka menjiplak produk perajin lainnya tanpa sedikit pun melakukan pengembangan dan terjebak membuat produk dengan desain yang diwariskan secara turun temurun

4. Pembelajaran Mandiri dalam Pelatihan Desain Keramik

Belajar mandiri atau kemandirian dalam belajar mempunyai pengertian sebagai “...*the ability to take charge of one's learning*” (Holec, 1981) yaitu kemampuan seseorang dalam bertanggungjawab atas proses pembelajarannya. Belajar mandiri disebut juga sebagai *self directed learning* atau *independent learning* atau *self regulated learning*. Harrison (1978) melihat *self directed learning* sebagai proses pengorganisasian instruksi, yaitu memfokuskan perhatian peserta didik pada tingkat otonomi atas proses instruksional. Guglielmino (1977), Kasworm (1988), dan (Candy, 1991) mendefinisikan *self directed learning* sebagai pengarah diri sendiri sebagai atribut pribadi, dengan tujuan pendidikan digambarkan sebagai individu berkembang yang dapat mengasumsikan otonomi moral, emosional, dan intelektual.

Belajar mandiri dalam pengertian *self regulated learning* menurut Bell dan Akroyd (2006) merupakan bagian dari teori pembelajaran kognitif yang menyatakan bahwa perilaku, motivasi, dan aspek lingkungan belajar mempengaruhi prestasi seorang peserta didik. Chamot dkk (1999) menyatakan bahwa, *self regulated learning* adalah sebuah situasi belajar di mana peserta didik memiliki kontrol terhadap proses pembelajaran tersebut melalui pengetahuan dan penerapan strategi yang sesuai, pemahaman terhadap tugas-tugasnya, penguatan dalam pengambilan keputusan dan motivasi belajar. Montalvo dan Torres (2004) berpendapat bahwa peserta didik yang telah mampu melakukan *self regulated learning* akan tercermin dari kemampuan mereka berpartisipasi aktif dalam pembelajaran baik dari segi metakognitif, motivasi dan kesungguhan perilaku dalam pencapaian tujuan belajar.

Pada dasarnya belajar mandiri dikembangkan untuk meningkatkan tanggungjawab peserta didik dalam proses pembelajaran. Tanggungjawab peserta didik dalam proses pembelajaran akan meningkatkan motivasi intrinsik, yang dibangun dengan pemahaman bahwa segala sesuatu yang dilakukan sekarang dalam rangka mempersiapkan masa yang akan datang, sehingga peserta didik mempunyai keyakinan dan dorongan kuat untuk mengembangkan dirinya. Motivasi intrinsik membantu peserta didik membuat pilihan informasi dan mengambil tanggung jawab untuk memutuskan apa yang perlu dilakukan dalam rangka untuk belajar. Untuk melakukan ini dan untuk memiliki motivasi belajar independen, peserta didik harus: (a) percaya diri dalam mengambil keputusan dan bertindak, (b) menghargai nilai dalam merefleksikan pembelajaran, dan (c) memutuskan apakah pembelajaran telah efektif atau apakah perlu mencoba pendekatan lain.

Dalam konteks kerajinan keramik, kompetensi desain dari seorang perajin sangat dibutuhkan untuk menciptakan kerajinan keramik yang berkualitas sesuai dengan standar pasar yang berlaku, baik pasar domestik maupun pasar internasional. Selain itu, kompetensi desain dari perajin akan berimplikasi pada variasi produk. Kompetensi desain pada dasarnya merupakan pengetahuan, kemampuan, dan sikap dalam mendesain untuk menghasilkan desain yang lebih

variatif dan inovatif serta meningkatkan keberagaman bentuk produk berdasarkan fungsi yang sama namun dikembangkan dalam bentuk-bentuk yang berbeda.

Pengetahuan tentang desain (*design knowledge*), menurut Walker (2010) secara garis besar dibedakan menjadi empat kategori: (a) pengetahuan tentang objek (*design object*), yaitu pengetahuan tentang sistem, struktur, kualitas fisik, dan bentuk objek, (b) pengetahuan tentang praktik (*design practice*), yaitu pengetahuan tentang kegunaan, fungsi, dan utilitas objek, (c) pengetahuan tentang proses (*design process*), yaitu pengetahuan tentang metodologi desain, proses produksi, dan konsumsi, dan (d) pengetahuan tentang teori (*design theory*), yaitu pengetahuan tentang pelbagai aspek teoritis dari desain, baik tentang teori objek itu sendiri, dimensi mental, dimensi sosial, dan dimensi estetika.

5. Komunitas Perajin Anjun dan Permasalahannya

Anjun merupakan salah satu kampung dan desa yang berada di wilayah Kecamatan Plered, berjarak ± 13 km dari kota Purwakarta. Desa Anjun merupakan sentra industri keramik Plered, tempat perajin memproduksi keramik. Nama Anjun ini sudah terkenal sebagai sentra kerajinan keramik di Plered sejak ratusan tahun silam. Nama Anjun sendiri berasal dari kata “Panjunan” yang berarti tempat membuat barang-barang dari tanah liat yang kemudian disebut dengan istilah gerabah. Di daerah Panjunan, penduduknya sudah membuat gerabah dan tanah liatnya diambil dari Citalang dan Citeko. Sebenarnya bukan desa Anjun saja yang mempunyai industri keramik, tetapi masih ada desa lain di Plered, seperti desa Pamoyanan dan Citeko. Perajin keramik di Desa Anjun jumlahnya lebih banyak daripada desa-desa lainnya, di mana terdapat ratusan unit usaha kecil perajin keramik yang mampu menampung sekitar 3.000 tenaga kerja dan eksis dalam memproduksi berbagai model keramik.

Permasalahan utama yang dihadapi perajin keramik Desa Anjun adalah kelemahan dalam mengembangkan desain keramik, yang menyebabkan produk keramik yang dihasilkan tidak variatif dan inovatif, berdampak pada terjadinya kejenuhan pasar. Desain cenderung mengikuti pola lama yang sifatnya turun temurun. Dengan meniru pola lama, menyebabkan ciri khas karya keramik pasif dan tidak terlihat. Hal ini disebabkan oleh ketidakmampuan perajin dalam mengembangkan bentuk-bentuk yang ada. Kemandirian perajin keramik dalam

mengembangkan desain keramik belum nampak, sehingga perlu peningkatan kreativitas dari perajin untuk mengungkap ide dan gagasan dalam mengembangkan desain. Dengan demikian, pelatihan pengembangan desain yang bertumpu pada pembelajaran mandiri menjadi suatu kebutuhan yang tidak bisa ditunda, dengan tujuan agar perajin keramik mempunyai kemandirian dan kepercayaan diri dalam pengembangan desain keramik.

Berdasarkan survei pendahuluan terhadap pelatihan pengembangan desain bagi komunitas perajin keramik yang selama ini dilaksanakan, baik oleh instansi pemerintah, perguruan tinggi maupun LSM di Kecamatan Plered, Kabupaten Purwakarta ditemukan beberapa permasalahan mendasar, diantaranya adalah:

- a. Pelatihan pengembangan desain keramik dilaksanakan dalam rentang waktu singkat dan tidak berkelanjutan, sehingga tidak pernah mencukupi memberi wawasan desain
- b. Pelatihan pengembangan desain keramik tidak memberi bekal secara optimal bagi perajin untuk mengembangkan diri.
- c. Pelatihan pengembangan desain keramik yang diberikan belum dapat membuka pikiran dan memberikan rangsangan bagi perajin untuk mengetahui teknik-teknik baru atau ide-ide baru dalam desain.
- d. Pada pelatihan pengembangan desain keramik, komunitas perajin keramik tidak didorong untuk belajar mandiri dalam mengembangkan desain, di mana intervensi instruktur lebih dominan dalam proses pembelajarannya.
- e. Pada pelatihan pengembangan desain keramik, komunitas perajin keramik tidak mampu memperdalam pengetahuan desain sendiri, mengingat desain adalah bidang yang sangat dinamis dan terus berkembang sesuai *trend*, sehingga pengetahuan desain harus selalu di-*update*.
- f. Pada pelatihan pengembangan desain keramik belum secara optimal meningkatkan kompetensi desain bagi komunitas perajin keramik.

Dengan adanya berbagai persoalan yang dihadapi dalam program pelatihan pengembangan desain, dipandang perlu dilakukan penelitian yang menekankan penggunaan model pembelajaran mandiri dalam pelatihan pengembangan desain keramik untuk meningkatkan kompetensi desain bagi komunitas perajin keramik di Kampung Anjun, Kecamatan Plered, Kabupaten Purwakarta. Hal yang berbeda

dari program pelatihan ini adalah para perajin akan lebih didorong atau dimotivasi untuk dapat melakukan pembelajaran mandiri dalam mengembangkan ide dan gagasan untuk desain kerajinan keramik. Hal ini akan bermuara pada produk yang dihasilkan sangat bervariasi dan inovatif, dengan tidak meniru desain lama atau mencontoh pada desain keramik yang sudah ada.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian yang telah disampaikan dalam latar belakang masalah dapat diidentifikasi beberapa permasalahan dalam program pelatihan pengembangan desain yang selama ini dilaksanakan baik oleh instansi pemerintah, perguruan tinggi maupun LSM di Kecamatan Plered, Kabupaten Purwakarta adalah sebagai berikut:

1. Persoalan rentang waktu pelatihan yang demikian singkat dan tidak berkelanjutan berdampak cukup luas bagi komunitas perajin keramik. Selain kurang optimalnya dalam pengembangan wawasan desain dari komunitas perajin keramik, juga terjadinya kemandegan dalam proses berfikir kreatif dari komunitas perajin keramik dalam mengembangkan desain keramik. Wawasan tentang desain dipandang perlu mengingat perkembangan desain sangat dinamis disesuaikan dengan keinginan dan kebutuhan pasar.
2. Pelatihan pengembangan desain keramik yang bersifat *instructur oriented* menyebabkan komunitas perajin keramik kurang memiliki motivasi yang kuat untuk belajar mandiri dalam mengembangkan desain. Desain keramik yang dibuat hanya bersifat meniru dari desain yang sudah ada menunjukkan kurangnya keberanian komunitas perajin dalam mengembangkan desain berdasarkan ide-ide yang mereka miliki. Selain kurang diberikan keleluasaan untuk berkreasi, juga kurangnya dorongan, intervensi, dan rangsangan instruktur bagi komunitas perajin keramik untuk berfikir kreatif dalam mengembangkan desain.

C. Perumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah diuraikan di atas, model pembelajaran mandiri dapat dijadikan salah satu solusi untuk mengembangkan kompetensi komunitas perajin keramik dalam mengembangkan desain keramik yang lebih inovatif. Dengan demikian, rumusan utama penelitian ini adalah

bagaimana model pembelajaran mandiri dapat diimplementasikan pada pelatihan pengembangan desain keramik bagi komunitas perajin keramik di Kampung Anjun, Kecamatan Plered, Kabupaten Purwakarta dengan tujuan peningkatan kompetensi desain keramik?. Untuk memperjelas pertanyaan utama, dirumuskan beberapa pertanyaan pendukung sebagai berikut:

1. Bagaimana kondisi empirik pelatihan pengembangan desain keramik yang selama ini dilaksanakan bagi komunitas perajin kerajinan keramik di Kampung Anjun, Kecamatan Plered, Kabupaten Purwakarta?
2. Bagaimana ragam model pembelajaran mandiri dalam pelatihan pengembangan desain keramik bagi komunitas perajin kerajinan keramik di Kampung Anjun, Kecamatan Plered, Kabupaten Purwakarta?
3. Bagaimana keberhasilan model pembelajaran mandiri dalam pelatihan pengembangan desain keramik bagi komunitas perajin kerajinan keramik di Kampung Anjun, Kecamatan Plered, Kabupaten Purwakarta?

D. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan utama penelitian ini adalah untuk mengkaji implementasi model pembelajaran mandiri dalam pelatihan pengembangan desain keramik bagi komunitas perajin keramik di Kampung Anjun, Kecamatan Plered, Kabupaten Purwakarta. Untuk mencapai tujuan utama tersebut, disusun tujuan khusus penelitian sebagai berikut:

1. Memetakan kondisi empirik pelatihan pengembangan desain keramik yang selama ini dilaksanakan bagi komunitas perajin kerajinan keramik di Kampung Anjun, Kecamatan Plered, Kabupaten Purwakarta
2. Memetakan ragam model pembelajaran mandiri yang dapat meningkatkan kompetensi desain untuk komunitas perajin kerajinan keramik di Kampung Anjun, Kecamatan Plered, Kabupaten Purwakarta;
3. Mengevaluasi keberhasilan model pembelajaran mandiri yang dapat meningkatkan kompetensi desain untuk komunitas perajin kerajinan keramik di Kampung Anjun, Kecamatan Plered, Kabupaten Purwakarta.

E. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pada pengembangan keilmuan dan kajian pendidikan luar sekolah. Model pembelajaran mandiri pada

pelatihan pengembangan desain keramik diharapkan mampu meningkatkan kompetensi desain perajin keramik, sehingga dapat dihasilkan keramik yang memiliki nilai jual yang tinggi baik di pasar domestik maupun internasional. Manfaat penelitian lebih rinci dapat dikemukakan sebagai berikut:

1. Mengembangkan teori dan konsep yang telah ada dalam program pelatihan bagi komunitas perajin keramik khususnya pengembangan model pembelajaran mandiri untuk pengembangan desain keramik;
2. Dapat digunakan sebagai salah satu referensi oleh peneliti lain yang bermaksud melakukan penelitian dalam bidang pelatihan pengembangan desain, baik sebagai referensi pendukung maupun penemuan terbaru hasil-hasil yang telah ada;
3. Dapat digunakan oleh para pengambil kebijakan/keputusan sebagai masukan dalam kegiatan pelatihan pengembangan desain keramik;
4. Diharapkan sebagai masukan efektif dan efisien bagi industri keramik untuk meningkatkan kompetensi desain para perajin keramik.

F. Struktur Organisasi Disertasi

Disertasi ini akan disajikan ke dalam lima bab, yaitu: (1) Bab I Pendahuluan, (2) Bab II Kajian Pustaka, (3) Bab III Metode Penelitian, (4) Bab IV Temuan dan Pembahasan, dan (5) Bab V Simpulan, Implikasi, dan Rekomendasi. Kelima bab tersebut dijelaskan sebagai berikut:

Bab I Pendahuluan

Bab I menjelaskan apa yang akan diteliti dan mengapa perlu diteliti yang dituangkan dalam beberapa subbab, yaitu: (1) Latar Belakang Masalah, (2) Identifikasi Masalah, (3) Perumusan Masalah, (4) Tujuan Penelitian, (5) Manfaat Penelitian, dan (6) Struktur Organisasi Disertasi.

Bab II Kajian Pustaka

Bab II menjelaskan berbagai konsep yang mendasari penelitian ini, yaitu: (1) Konsep Pelatihan, (2) Konsep Belajar dalam Pelatihan, (3) Konsep Pembelajaran Mandiri, (4) Konsep Kompetensi, (5) Konsep Kreativitas dan Inovasi, (6) Konsep Difusi Inovasi. Selain itu pada bab

ini disampaikan pula tentang Penelitian-Penelitian Relevan dan Kerangka Berpikir.

Bab III Metode Penelitian

Bab III menjelaskan tentang bagaimana penelitian ini dilakukan yang secara rinci dituangkan dalam beberapa subbab, yaitu: (1) Pendekatan Penelitian, (2) Metode Penelitian, (3) Subyek Penelitian, (4) Teknik Pengumpulan Data, (5) Definisi Operasional Penelitian, (6) Pengembangan Instrumen Penelitian, dan (7) Teknik Analisi Data.

Bab IV Temuan dan Pembahasan

Bab IV menjelaskan hasil temuan penelitian yang berkaitan dengan masalah penelitian, pertanyaan penelitian, dan tujuan penelitian. Kemudian berdasarkan hasil hasil temuan tersebut akan dilakukan pembahasan atau analisis temuan.

Bab V Simpulan, Implikasi, dan Rekomendasi

Bab V menjelaskan penafsiran dan pemaknaan peneliti terhadap hasil analisis temuan penelitian yang dituangkan dalam beberapa subbab, yaitu: (1) Simpulan, (2) Implikasi, dan (3) Rekomendasi.