

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **I.1 Latar Belakang**

Usaha Kecil Menengah atau biasa disebut UKM merupakan sebuah usaha ekonomi produktif yang dijalankan dengan skala kecil dan menengah yang berdiri sendiri dan dijalankan oleh perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan manapun. Menurut Badan Pusat Statistik (BPS), usaha kecil merupakan entitas usaha yang memiliki jumlah tenaga kerja 5-19 orang, sedangkan usaha menengah merupakan entitas usaha yang memiliki tenaga kerja 20-99 orang. Di banyak negara di dunia, pembangunan dan pertumbuhan usaha kecil dan menengah (UKM) merupakan salah satu motor penggerak pertumbuhan ekonomi (Sriyana, 2010). Termasuk di Indonesia, Usaha Kecil Menengah telah menjadi bagian penting dalam sistem perekonomian. UKM dapat membantu mempercepat pemerataan ekonomi nasional, membantu menyediakan lapangan pekerjaan, serta dapat meningkatkan devisa negara. UKM juga dinilai dapat mengurangi kesenjangan antara perkotaan dan perdesaan, karena biasanya UKM di Indonesia berasal dari daerah perdesaan, dan menjadi penggerak pertumbuhan ekonomi di daerah tersebut.

UKM ini mempunyai ciri khas yaitu modal yang kecil, resiko yang sedikit tinggi tetapi penerimaan juga tinggi, dan membawa kewirausahaan bagi pemiliknya (Wahyuningsih, 2009). Usaha Kecil Menengah juga memiliki beberapa ciri lain, diantaranya masih menggunakan teknologi yang sederhana, menggunakan keterampilan dasar yang bersifat turun temurun serta melibatkan masyarakat ekonomi lemah di daerah setempat. Produk-produk UKM banyak digemari oleh masyarakat, karena selain memiliki nilai kedaerahan yang unik, juga memiliki harga jual yang relatif rendah. Produk UKM juga memiliki peluang pasar yang cukup luas, karena memiliki potensi untuk diekspor. Namun dibalik itu semua, ada berbagai macam permasalahan yang dialami oleh UKM di daerah-daerah, salah satunya adalah UKM kerajinan anyaman Rafi Craft di Rajapolah Tasikmalaya.

Permasalahan yang dialami oleh UKM Rafi Craft sangat beragam. Mulai dari sisi bahan baku material yang digunakan hingga ke proses promosinya. Dalam pemilihan bahan baku, para UKM di Rajapolah lebih memilih membelinya dari daerah lain, yaitu daerah Kebumen. Bahan baku dari Kebumen dinilai lebih memenuhi standar untuk dianyam, karena memiliki karakteristik yang tidak mudah rapuh dan lebih kuat jika dibandingkan dengan bahan baku lokal dari Tasikmalaya itu sendiri. Selain itu, minimnya pengetahuan pengrajin tentang teknik anyam juga menjadi masalah. Para pengrajin UKM Rafi Craft hanya menguasai sebagian kecil teknik anyaman saja, artinya belum memiliki variasi teknik anyam, sehingga teknik anyam pada produk yang dihasilkan juga terkesan monoton.

Selain itu, dari sisi konsep dan desain, produk-produk UKM Rafi Craft belum memiliki konsep desain yang matang. Desain produknya hanya dihasilkan secara spontan dan hanya meniru dari desain-desain yang sudah ada sebelumnya, tanpa adanya modifikasi. Selain itu, produk UKM Rafi Craft juga belum memiliki ciri khas atau identitas (*product identity*) sebagai pembeda dengan produk UKM lain, sehingga sulit untuk dikenali dan diingat oleh benak masyarakat. Padahal, identitas produk sangat diperlukan bagi sebuah *brand*, seperti yang dikatakan oleh Aaker dan Keller (1996), dimana identitas merek diciptakan untuk membentuk relasi dengan para konsumen yang nantinya akan membentuk aspirasi konsumen terhadap merek tersebut. Kemudian dari sisi promosi, dinilai masih kurang maksimal karena promosi hanya dilakukan dari mulut ke mulut, sehingga produk UKM Rafi Craft hanya diketahui oleh kelompok tertentu saja.

Melihat kondisi yang demikian, peneliti menganggap perlu adanya inovasi pengembangan produk kerajinan anyaman guna menciptakan *product identity* sebagai upaya mengenalkan dan mengikat konsumen UKM Rafi Craft secara lebih meluas dengan adanya identitas visual atau ciri khas yang dapat membedakannya dengan kompetitor lain. Rencana yang akan dibuat untuk menciptakan identitas tersebut adalah dengan melalui penerapan motif dengan teknik aplikasi.

## **I.2 Identifikasi Masalah**

Dari pemaparan latar belakang, maka didapatkan identifikasi masalah sebagai berikut:

1. Belum adanya *product identity* pada produk kerajinan anyaman UKM Rafi Craft
2. Diperlukannya pengembangan proses atau teknik penerapan motif dalam rangka menciptakan *product identity* pada produk kerajinan anyaman UKM Rafi Craft
3. Adanya kebutuhan untuk mewujudkan produk inovatif yang menampilkan identitas atau ciri khas dari produk kerajinan anyaman UKM Rafi Craft

## **I.3 Rumusan Masalah**

Berdasarkan identifikasi masalah, maka didapatkan rumusan masalah yang menjadi fokus penelitian ini, diantaranya :

1. Apa identitas atau ciri khas yang akan ditunjukkan pada produk kerajinan anyaman UKM Rafi Craft Rajapolah?
2. Bagaimana cara untuk menampilkan identitas atau ciri khas pada produk kerajinan anyaman UKM Rafi Craft Rajapolah?
3. Apa produk inovatif yang tepat yang dapat menampilkan identitas atau ciri khas dari produk kerajinan anyaman UKM Rafi Craft Rajapolah?

## **I.4 Batasan Masalah**

Merujuk pada identifikasi dan rumusan masalah yang telah disusun, maka terdapat pula batasan masalah, diantaranya :

1. Bahan atau material yang digunakan dalam pembuatan produk kerajinan anyaman adalah mendong
2. Upaya menampilkan identitas atau ciri khas pada produk kerajinan anyaman UKM Rafi Craft dilakukan melalui penerapan aplikasi imbu

## **I.5 Tujuan Penelitian**

Adapun yang menjadi tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk menciptakan *product identity* pada produk kerajinan anyaman UKM Rafi Craft Rajapolah
2. Untuk menghasilkan cara pengembangan proses atau teknik penerapan yang tepat guna menerapkan identitas atau ciri khas pada produk kerajinan anyaman UKM Rafi Craft
3. Untuk menghasilkan produk inovatif yang tepat

## **I.6 Manfaat Penelitian**

Terdapat beberapa manfaat dari adanya penelitian ini, diantaranya :

1. Bagi pengrajin UKM Rafi Craft, bisa mendapatkan teknik-teknik baru untuk menciptakan identitas atau ciri khas pada produk kerajinan anyaman Rajapolah, guna meningkatkan kualitas produk kedepannya
2. Bagi sesama desainer, bisa mendapatkan pengetahuan tambahan mengenai cara menciptakan identitas atau ciri khas pada produk kerajinan anyaman dengan teknik aplikasi imbuhan
3. Bagi masyarakat umum, dapat memperluas wawasan mengenai cara menampilkan identitas atau ciri khas yang tepat pada produk kerajinan anyaman

## **I.7 Metodologi Penelitian**

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif, dengan metode pengumpulan data berupa :

1. Studi Kepustakaan  
Studi kepustakaan melalui dokumen-dokumen, buku, majalah, jurnal dan literatur lainnya baik secara tertulis maupun elektronik sehingga dapat menunjang terkumpulnya data-data sekunder. Beberapa buku yang dijadikan sebagai literatur adalah sebagai berikut :
  - a. “*Pengantar Ilmu Tekstil 2*” ; Muh. Zyahri (2013)

- b. *“Fashion sebagai Komunikasi: Cara Mengkomunikasikan Identitas Sosial, Seksual, Kelas dan Gender”* ; Malcolm Barnard (1996)
- c. *“The Dancing Peacock Colours and Motifs of Priangan Batik”* ; Didit Pradito (2010)
- d. *“A Field Guide to Fabric Design”* ; Kimberly Kight (2011)

## 2. Observasi

Merupakan teknik pengumpulan data dengan cara mengamati kondisi lapangan secara langsung. Observasi dilakukan dengan 2 cara, yaitu observasi tidak langsung dan observasi langsung. Observasi tidak langsung dilakukan melalui sosial media UKM Rafi Craft, mulai dari Instagram hingga Facebook. Kemudian untuk observasi langsung, dilakukan dengan cara berkunjung ke UKM Rafi Craft Rajapolah Tasikmalaya dan mengamati secara langsung agar memperoleh data-data yang diperlukan. Observasi ini dilakukan sebanyak 2 kali, yaitu pada tanggal 01 dan 19 Oktober 2020 yang berlokasi di Sentra Kerajinan Anyaman Rajapolah Tasikmalaya.

Pada observasi pertama (01 Oktober 2020), penulis mendapatkan beberapa data lapangan, diantaranya tempat yang didatangi ternyata hanya pusat penjualan anyaman, bukan pusat pembuatan anyaman, sehingga tidak bisa menemui pengrajin. Selain itu, juga ditemukan kondisi toko sepi dari pembeli, karena adanya penurunan angka penjualan akibat pandemi. Kemudian pada observasi kedua (19 Oktober 2020), didapatkan beberapa informasi lapangan seperti bagaimana cara kerja UKM Rafi Craft, apa saja permasalahan yang ada di UKM Rafi Craft, serta bagaimana produk-produk dari UKM tersebut.

## 3. Wawancara

Merupakan teknik pengumpulan data dengan cara bertatap muka secara langsung dengan informan untuk menggali informasi yang lebih dalam. Penulis melakukan wawancara sebanyak 6 kali, yaitu pada tanggal :

- a. Senin, 19 Oktober 2020, berlokasi di Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Tasikmalaya dengan narasumber Ibu Eulis selaku Kepala

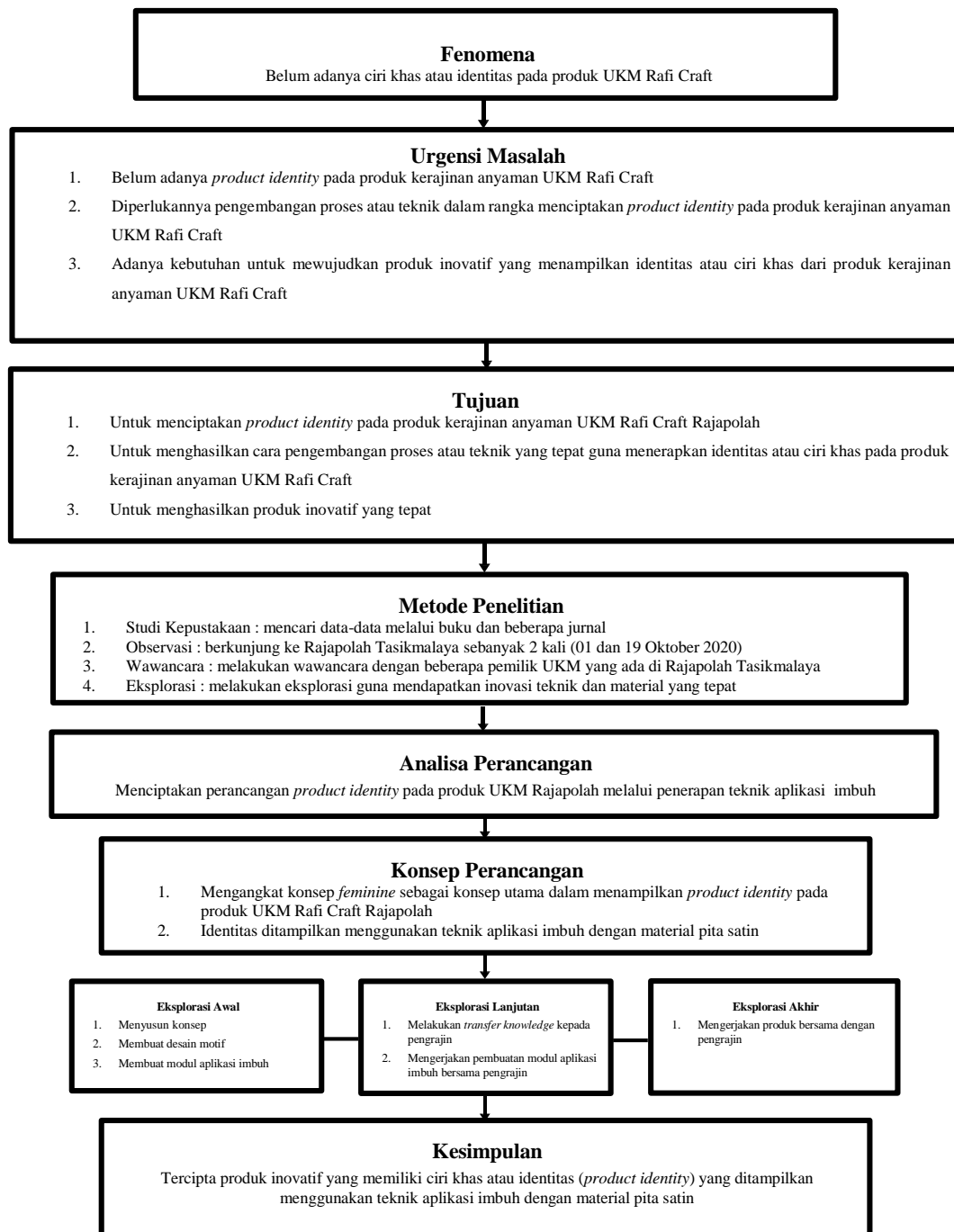
Divisi Kreatif Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Tasikmalaya. Tujuan pada wawancara ini adalah untuk mendapatkan data UKM serta pelatihan-pelatihan yang telah didapatkan oleh UKM di Rajapolah Tasikmalaya.

- b. Senin, 19 Oktober 2020, berlokasi di UKM Family Craft Rajapolah dengan narasumber Bapak Ade selaku pemilik UKM Family Craft. Pada wawancara ini, penulis mengajukan beberapa pertanyaan seperti apa saja produk yang dihasilkan oleh UKM Family Craft, produk-produk unggulan, serta bagaimana proses pembuatan produknya.
- c. Senin, 19 Oktober 2020, berlokasi di UKM Rafi Craft Rajapolah dengan narasumber Ibu Pipih selaku pemilik UKM Rafi Craft. Pada wawancara ini, penulis mengajukan beberapa pertanyaan seperti apa saja produk yang dihasilkan oleh UKM Rafi Craft, produk-produk unggulan, serta bagaimana proses pembuatan produknya.
- d. Selasa, 24 November 2020, melalui *Whatsapp Voice Call* dengan narasumber Ibu Pipih selaku pemilik UKM Rafi Craft. Wawancara ini bertujuan untuk menanyakan beberapa pertanyaan umum mengenai bahan baku yang digunakan, kemudian teknik yang digunakan serta bagaimana proses pembuatan konsep desainnya.
- e. Senin, 14 Desember 2020, melalui *Whatsapp Chatting* dengan narasumber Ibu Pipih selaku pemilik UKM Rafi Craft. Wawancara ini bertujuan untuk mendapatkan data lanjutan dari wawancara sebelumnya, seperti apa saja produk unggulan serta bagaimana proses pembuatannya.
- f. Rabu, 16 Desember 2020, melalui *Whatsapp Chatting* dengan narasumber Ibu Pipih selaku pemilik UKM Rafi Craft. Wawancara ini bertujuan untuk mendapatkan data yang lebih mendetail dari wawancara sebelumnya, seperti filosofi yang digunakan dalam motif, serta bagaimana respon pasarnya.

#### 4. Eksplorasi

Melakukan eksplorasi berupa pembuatan desain motif yang sesuai dengan konsep atau tema besar yang dimiliki oleh UKM Rafi Craft Rajapolah. Kemudian juga dilanjutkan eksplorasi pembuatan modul motif dengan variasi teknik yang beragam agar dapat ditemukan teknik yang tepat.

### I.8 Kerangka Penelitian



## **I.9 Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari beberapa bab, yaitu :

**BAB I : PENDAHULUAN**

Merupakan pemaparan mengenai latar belakang, identifikasi masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, metodologi yang digunakan serta sistematika penulisan

**BAB II : TINJAUAN PUSTAKA**

Merupakan pengkajian mengenai landasan teoritis yang mendukung pokok bahasan penelitian yang berupa pembahasan mengenai *product identity*, kerajinan anyaman, serta sentra kerajinan anyaman Rajapolah

**BAB III : DATA DAN ANALISA PERANCANGAN**

Merupakan pemaparan data-data yang telah didapatkan, baik data primer maupun data sekunder. Dalam bab ini juga dijelaskan mengenai hasil eksplorasi-eksplorasi yang telah dilakukan

**BAB IV : KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN**

Merupakan penjelasan mengenai konsep-konsep dari produk yang akan dihasilkan, seperti *imageboard*, *customer profile*, *lifestyle board*, serta sketsa desain produk. Dalam bab ini juga ditampilkan visualisasi produk akhir

**BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN**

Merupakan bab terakhir yang berisi penjelasan akhir dari uraian-uraian yang telah dipaparkan di bab-bab sebelumnya.