

# BAB I

## PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara yang kaya akan pengrajin yang terlibat dalam berbagai proses kerajinan tangan dan ekonomi kreatif yang digerakkan oleh industri kreatif. Berdasarkan Departemen Perdagangan Republik Indonesia tahun 2010, fesyen merupakan salah satu dari 14 subsektor industri kreatif (Sutanto, 2014). Para pecinta fesyen berlomba – lomba untuk mengikuti trend di zaman yang serba modern ini (Alchamdi & Nurjaman, 2022). Seiring perkembangan fesyen yang semakin maju, muncul berbagai industri kreatif yang semakin modern salah satunya yaitu industri rajut. Rajut adalah sebuah teknik fabrikasi yang digunakan untuk menghasilkan berbagai macam bentuk geometri dan tekstur dengan dua jenis proses pembuatan yaitu rajutan tradisional dan modern. Rajut tradisional atau disebut juga dengan *crochet* adalah teknik membuat sebuah bentuk 3D dari benang dengan menghubungkan lingkaran atau *loop* yang terbentuk menggunakan hook atau alat kait khusus (Guo et al., 2020). *Crochet* dapat disebut juga teknik yang membentuk struktur kain sekaligus membentuk motif dari struktur tersebut dengan menggunakan teknik selip dan tusuk tangkai atau yang menjadi dasar kaitan (Syahrial & Puspitasari, 2023). Sedangkan rajut modern melibatkan peralatan untuk proses produksi seperti mesin rajut dan mesin *linking* atau mesin yang digunakan untuk menyatukan lembaran – lembaran rajut, mesin ini biasanya digunakan oleh industri – industri besar.

Salah satu industri rajut yang menggunakan mesin tersebut terletak di Bandung, yaitu Sentra Rajut Binong Jati. Sentra Rajut Binong Jati merupakan pusat industri rajut terbesar di Kota Bandung. Salah satu komunitas pengrajin yang ada di Sentra Rajut Binong jati adalah Kampoeng Radjoet. Kampoeng Radjoet menghasilkan produk rajut seperti atasan, rok, celana, *sweater*, rompi dan juga aksesoris seperti tas dan bandana rajut. Bahan yang digunakan pun beragam jenis sesuai kualitas dan produk yang ingin diproduksi seperti *polyester*, *acrylic wool*, katun dan *viscose*. Terdapat dua jenis mesin untuk memproduksi pakaian rajut tersebut yaitu datar dan komputer dengan memiliki perbedaan pada keterbatasan desain, lama proses pengerjaan, serta tekstur yang dihasilkan. Mesin rajut komputer mampu memproduksi produk rajut dengan ketebalan yang bervariasi juga motif rajut yang rumit dibandingkan mesin rajut datar.

Berdasarkan pendekatan dengan metode *design thinking*, pada wawancara yang dilakukan pemilik Kampoeng Radjoet menuturkan bahwa Kampoeng Radjoet tidak memiliki motif ciri khas sendiri. Tidak terdapat diferensiasi motif pada produk rajut yang diproduksi dikarenakan desain pada produk kebanyakan lebih mengadaptasi teknik amati dan tiru, namun tidak dengan modifikasi. Namun, bahan baku dan mesin pada Kampoeng Radjoet dapat dibilang sudah cukup memadai. Hanya perlu ditingkatkan secara optimal pada pemanfaatannya agar keterbatasan kemampuan desain pengrajin dapat diatasi. Berdasarkan observasi kepada beberapa merek rajut secara langsung dan tidak langsung, produk Kampoeng Radjoet pun bisa dikatakan kurang bersaing dari desain. Oleh karena itu, dibutuhkannya diferensiasi dan perancangan motif pada produk rajut sehingga Kampoeng Radjoet memiliki ciri khas pada desain produk rajutnya dan dapat bersaing dengan merek rajut lainnya. Penelitian yang berjudul “Pengembangan Desain Motif pada Produk Rajut Kampoeng Radjoet Binong Jati” bertujuan untuk mengoptimalkan potensi rajut Binong Jati sebagai salah satu sentra rajut Bandung dan menjadi produk unggulan masyarakat Kampoeng Radjoet yang menghasilkan produk yang memiliki diferensiasi dan ciri khas motif tersendiri agar berbeda dengan sentra rajut lainnya.

Tahapan kreatif pada penelitian ini merujuk kepada metode *design thinking* yang terdiri dari lima tahapan yaitu *empathize*, *define*, *ideate*, *prototype* dan *test* yang dikenalkan oleh David Kelley dan Tim Brown. Dikutip dari (Lazuardi & Sukoco, 2019) Otak Dibalik Penciptaan Aplikasi Gojek. Organum: Jurnal Saintifik Manajemen dan Akuntansi, menurut (Kelley & Brown, 2018) *design thinking* adalah pendekatan yang berpusat pada manusia terhadap inovasi yang diambil dari perangkat perancang untuk mengintegrasikan kebutuhan orang – orang, kemungkinan teknologi dan persyaratan untuk kesuksesan bisnis. Lima tahapan kreatif pada *design thinking* ini berkenan dengan metode pengembangan kriya yaitu proses kreatif oleh (Rizali, 2012). Kedua rujukan ini memiliki kesamaan dan pembeda, namun, dapat dikatakan secara garis besar sama seperti pada tahapan ini diawali dengan pencarian data, dilanjutkan dengan pemberian rekomendasi terkait konsep desain, lalu, ujicoba yang diakhiri dengan tes pasar.

Kontribusi dari penelitian ini adalah diharapkan dengan dilakukan penelitian ini, Kampoeng Radjoet memiliki produk dengan motif ciri khas tersendiri dari brand rajut lainnya serta produk Kampoeng Radjoet dapat menjadi lebih bervariasi serta secara tidak langsung diharapkan dapat menumbuhkan nilai perekonomian dan menaikkan harga jual produk Kampoeng Radjoet.