

# NILAI-NILAI DESAIN DALAM PRAKTEK DAN KERANGKA BERPIKIR DESAINER STUDI KASUS: FILOSOFI “JALAN KAYU” BARATA SENA

Tri Noviyanto P Utomo<sup>1,\*</sup>, Yusita Kusumarini<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Interior Arsitektur, Fakultas Industri Kreatif, Universitas Ciputra

<sup>2</sup>Desain Interior, Fakultas Seni dan Desain, Universitas Kristen Petra

\*tommy@ciputra.ac.id, yusita@peter.petra.ac.id

**ABSTRAK.** Dalam paradigma baru, peran dan tanggung jawab Desainer tidak cukup hanya membuat gambar perencanaan dan memproduksi karya desain saja, namun juga memproduksi dan mereproduksi nilai-nilai dan makna desain di dalam setiap karya desain. Bagaimana memahami pesan dan nilai-nilai moral desain yang *intangibile* dalam kerangka berpikir seorang desainer di dalam derasnya arus persaingan desain industri saat ini menjadi topik permasalahan penting untuk di elaborasi lebih lanjut dalam paper ini. Melalui metode deskriptif analitik, paper ini menganalisa nilai-nilai desain yang melekat dalam praktik seorang desainer produk interior melalui kerangka berpikir filosofis yang dikenal sebagai “Jalan Kayu”. Jalan kayu adalah sebuah kerangka berpikir tentang material kayu sebagai bahan utama untuk produk-produk Art Furniture yang di kenalkan oleh Barata Sena: seorang desainer, seniman dan pengusaha “Art Furniture”. Landasan filosofi “Jalan Kayu” dalam perspektif seorang Barata Sena adalah menanamkan tiga sikap mental dalam berkarya yaitu sikap menerima, memberi dan melepaskan. Baginya semua jenis kayu mempunyai potensi nilai yang sama, tidak ada kayu yang jelek atau tidak bernilai. Hanya dengan kecerdasan kreatif yang diintegrasikan dengan kondisi material kayu yang dapat merubah nilai-nilai yang ada sebelumnya. Nilai-nilai desain yang tertanam dalam filosofi “Jalan Kayu” ternyata sejalan dengan pemikiran V. Papanek tentang nilai sosial dan moral desainer dalam praktik-praktik perancangan desain produk yang menekankan fungsi dan peran desain yang bertumpu pada nilai kesejahteraan dan nilai-nilai kemanusiaan. Nilai-nilai desain ini juga bermuara pada konsep besar dari Triple Botton Line of Design (Planet, People, Profit) sebagai arus besar sustainable development.  
**Kata kunci:** Nilai-nilai Desain, Triple Botton Line, Desain Produk Interior

**ABSTRACT.** *In the new paradigm the duties and responsibilities of Designers are not enough to just draw planning drawings and produce design works, but also produce and reproduce values and design meanings that are carried in each design work. It is important to understand the basics of design ethics that relate to the direction and purpose of society and instill moral messages from designers. This paper analyzes the values that arise in the practice of an interior product designer through a philosophical framework known as “Jalan Kayu”. Jalan Kayu is a framework for thinking about wood materials as the main ingredient of Art Furniture products that are introduced by a designer, artist and entrepreneur. The foundation of the philosophy of “Jalan Kayu” in the perspective of a Barata Sena is to instill three mental attitudes in the work, namely the attitude of accepting, giving and giving up. For him all types of wood have the same potential value, there is no bad wood. Only with creative intelligence that is integrated with the conditions of wood material that can change the values that exist before. Design embedded from the philosophy of “Jalan Kayu” are in line with V.Papanek’s thinking about social values and designer morals in design practices. These design ethics also become the estuary for the big Triple Botton Line of Design concept (Planet, People, Profit) as a large current of sustainable development.*  
**Keywords:** Values of Design Ethics, Triple Botton Line, Interior Product Design

## PENDAHULUAN

Dalam konsep perancangan desain tradisional yang dipraktekan secara umum menyatakan bahwa tugas dan kerangka kerja desainer adalah merencanakan dan memproduksi gambar-gambar desain serta mewujudkannya dalam kerangka kerja produksi guna mengasilkan karya untuk memberi keuntungan secara ekonomi (Burdek,1999). Dalam perkembangannya praktek-praktek desain

ini telah mengalami pergeseran orientasi yang cukup mendasar dimana desain di maknai tidak hanya sebatas pada fisik produk yang kasat indrawi saja namun desain dimaknai sebagai suatu ekspresi dari nilai-nilai etis yang membawa pesan-pesan moral yang tak terlihat dari kreatornya (Jill Grand, Frank Fox, 2007). Penting bagi desainer bahwa menyampaikan pesan moral lewat karya adalah salah satu bentuk peran dan tanggungjawab sosial dari

desainer bagi masyarakat penerima manfaat desain. Sebagai bagian dalam masyarakat, nilai-nilai etik dimaknai sebagai penjaga moral, tidak hanya mengedukasi masyarakat untuk bijak dalam menggunakan dan mengkonsumsi produk desain tetapi juga sebagai kontrol moral bagi desainer dalam praktek dan perannya sebagai perancang yang produk-produknya digunakan oleh masyarakat. Oleh karenanya konsep desain yang di bawa desainer dalam setiap proses perancangannya harus di dapat membawa perubahan-perubahan terhadap peningkatan kualitas hidup masyarakat secara luas (V. Papanek, 2007). Pernyataan ini sepertinya sangat ambisius dan terasa cukup sulit untuk diukur, tetapi pemahaman ini diperlukan untuk memberi batasan tujuan bagaimana menciptakan kualitas hidup yang lebih baik dalam masyarakat melalui produk desain. Tujuan desain ini secara tidak langsung telah dirumuskan dalam ‘Documents 8’ di Kessel 1987, yang di dalamnya menyatakan bahwa produk desain bukanlah karya tanpa tujuan bagi masyarakat penggunaanya, karenanya produk desain selain membutuhkan syarat-syarat pembenaran praktis yang terkandung dalam aspek standar estetis, teknik serta fungsi guna tetapi karya desain juga dimaknai sebagai produk Societal, Fungsional, Meaningful dan Kongkrit bagi masyarakat (Burdek, 1999). Nilai-nilai inilah yang seharusnya menjadi kerangka berfikir desainer dalam menciptakan produk-produk desainnya.

Konsep filosofi Jalan Kayu Barata Sena Nilai-nilai etik yang melekat pada produk desain ini menjadi penanda karakteristik yang mencerminkan pandangan batin dan cara berpikir desainernya.

Adalah Barata Sena, seorang yang berlatar belakang seniman kriya dari Solo Jawa Tengah membangun kerangka berpikir filosofis tentang bagaimana berpraktek desain melalui konsep filosofi yang di namakan “Jalan Kayu”. Jalan Kayu yang oleh Barata Sena dimaknai sebagai proses berpikir dengan menciptakan dan mengembangkan tiga sikap mental yang harus dimiliki oleh desainer. Ketiga sikap tersebut adalah sikap menerima, memberi dan sikap melepas (Rosalina, Yusita, Lucky, 2018). Konotasi yang dibangun dari tiga sikap mental ini adalah dengan memakai analogi kayu (material pembentuk desain Art Furniture). Sikap mental pertama, “menerima” dimaknai sebagai bagian dari sikap untuk tidak menolak kekurangan, kecacatan alam dari material kayu, seperti retak, berongga, alur

serat yang bermata, melengkung dan cacat-cacat yang lai, tetapi menganggapnya sebagai hal yang natural, hal ini menjadi tantangan berkreasi bagi desainer untuk membuatnya menjadi sesuatu yang dapat memberi manfaat keindahan/estetika terhadap produk desain. Sikap yang kedua adalah “memberi”, yang di maknai oleh Barata Sena sebagai bagian untuk menghormati, menghargai semua jenis kayu tanpa melabeli bahwa jenis kayu tertentu jelek dan tidak layak untuk digunakan. Semua kayu di mata Barata Sena adalah bernilai dan mempunyai potensi untuk diekplorasi sehingga menciptakan nilai lebih. Memberi juga berarti menciptakan sesuatu yang baru terhadap material sebelumnya. Sikap mental yang ketiga adalah “melepas”, yang di maknai bahwa segala sesuatu yang di lahirkan akan mengalami perubahan, demikian juga dengan material kayu. Perubahan yang terjadi pada material kayu akan memberikan pengalaman historis dan estetik bagi penggunaanya. Melepas juga di maknai bahwa produk yang sudah jadi tiba saatnya di nikmati, digunakan oleh konsumennya dan memberi kebahagiaan siapapun yang memilikinya.

#### Mengelola Nilai Idealisme

Sebagai desainer yang dikenal dekat dan peduli dengan kehidupan sosial masyarakat dan lingkungan, Barata Sena juga berprofesi sebagai pengusaha yang mengelola bisnis art furniture nya untuk konsumsi ekspor. Tidak mudah mengelola nilai-nilai idealisme profesi sebagai desainer professional yang tujuan utamanya tidak semata-mata demi keuntungan diri dan finansial. Namun di sisi lain sebagai seorang pengusaha yang orientasinya selalu dikonotasikan dengan nilai-nilai untung-rugi demi tujuan komersial, sebagai bentuk mempunyai tanggungjawab dalam mengelola bisnisnya agar dapat berjalan dan terus berkembang. Di sisi lain nilai-nilai sosial juga menjadi kerangka berfikir yang penting sebagai bagian dari konsep idealisme Jalan Kayu. Mengelola nilai-nilai sosial dan ekonomi yang muncul dalam satu entitas (Desainer) bukan suatu pekerjaan yang mudah. Nilai-nilai sosial dan ekonomi yang muncul sering dimaknai sebagai dua sisi kutub yang saling bertentangan. Bagaimana peran desainer dalam mengelola dua kutub ini sehingga keduanya tidak saling berbenturan dan meniadakan tetapi justru menjadi suatu medium baru yang saling melengkapi dan menyempurnakan satu dengan yang lainnya dan menciptakan nilai-nilai baru bagi masyarakat secara luas.

Tujuan dari penulisan paper ini adalah untuk menganalisa dan memberikan pandangan yang terkait dengan kerangka berpikir desainer dalam mengelola nilai-nilai sosial dan ekonomi yang muncul dari praktek dan aktivitas berkarya seorang desainer yang juga berprofesi sebagai *entrepreneur*. Studi ini dilakukan dengan studi kasus yang dilakukan dengan menganalisa praktik dan cara kerja Barata Sena dengan filosofi Jalan Kayunya yang tidak hanya menarik secara estetika tetapi juga mampu menciptakan nilai-nilai desain yang penting bagi kehidupan sosial ekonomi masyarakat dan lingkungannya.

## **METODE PENELITIAN**

Metodologi yang dilakukan adalah deskriptif kualitatif yang dilakukan melalui studi literatur dan wawancara mendalam dengan desainer secara langsung. Studi literatur dilakukan dengan menggali berbagai narasi tentang nilai-nilai etika desain dari berbagai referensi. Referensi utama dilakukan melalui prinsip dari nilai-nilai etik dari V. Papanek dalam bukunya *Design for the Real World* yang diterbitkan pertama tahun 1971 dan diterbitkan ulang tahun 2007 dan *The Green Imperative: Ecology and Ethics in Design and Architecture* (1997). Melalui bukunya V. Papanek membagikan pandangannya tentang nilai etik desain yang dibentuk dengan menekankan pada tujuan utamanya yaitu pentingnya tanggungjawab sosial bagi desainer dalam menciptakan produk-produknya.

Studi literatur lainnya adalah menggali framing (kerangka kerja) dari nilai-nilai etik desain dalam praktek desainer melalui jurnal, tulisan dan artikel yang berkaitan dengan konsep dan praktik desain dari Barata Sena.

Metode wawancara secara langsung dilakukan guna mendapatkan informasi-informasi yang lebih detail dari Barata Sena bagaimana dirinya menuangkan gagasan, ide-idenya dan cara berpikir dan berkonsep tentang nilai-nilai etik desain yang dibentuk dan diterapkan dalam produk Art Furniturnya. Metode Wawancara (*indepth interview*) ini dalam memuat metode *Think-Talk Aloud Protocol*. Metode *Think Aloud Protocol* adalah menghimpun dan menggali data dari narasumber (desainer) terhadap apa yang selalu dipikirkan, dirasakan terus menerus yang kemudian di respon menjadi sesuatu yang khas dan spesifik. Metode ini merekam apa yang disampaikan narasumber secara terus menerus tentang konsep filosofi Jalan Kayu baik secara langsung (wawancara) maupun lewat berbagai artikel, tulisan maupun

media-media lain. Metode ini akan menjadi efektif dan obyektif ketika apa yang selalu dikatakan di tuliskan sebagai catatan tentang apa yang sudah dikerjakan, sehingga tidak menimbulkan interpretasi yang berbeda (Kusumarini, Y, 2015).



Gambar 1. Wawancara dengan Barata Sena  
(Sumber: Dok. Pribadi)

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Desain bukan hanya masalah bentuk esternal dari suatu produk yang kasat oleh indra manusia, tetapi desain harus dipenuhi makna serta membawa pesan-pesan moral bagi kebaikan bersama (V. Papanek, 2007, Burdek, 1999, Jill Grant and Fox, 2007). Bagi Barata Sena aktivitas perancangan adalah seperti ritual perenungan yang diawali dengan menetapkan visi untuk setiap produk yang akan dibuat. Visi besarnya adalah menjadikan produk tidak hanya sekedar mempunyai tampilan estetika yang menarik tetapi juga menjadikan produk memiliki nilai-nilai kehidupan spiritual yang lebih dari sebelumnya. *Spirit* ini terlihat melalui karya-karya yang dibuatnya. Menggunakan berbagai jenis kayu sebagai medium karyanya. Baginya tidak ada kayu yang tidak baik, semua kayu sama nilainya di tangannya. Pesan moral yang disampaikan adalah menerima material kayu apa adanya, “menerima kecacatan kayu, seperti pecah, berlubang, berjamur, melengkung dan serat kayu yang tak beraturan adalah kondisi naturalitas kayu yang semestinya tidak di buang tetapi diintegrasikan dengan kecerdasan manusia yang juga tidak sempurna sehingga menjadikannya bernilai”. Ketidaksempurnaan dari kayu sesungguhnya menyimpan potensi bagi nilai-nilai kesempurnaan itu sendiri. Salah satu prinsip dalam desain adalah estetika, dan estetika tidak bisa eksis tanpa konteks di dalamnya (Olga Savvina, 2018). Rumus yang sama juga dinyatakan oleh V. Papanek dalam bukunya ‘*Design for the Real World*’, bahwa segala sesuatu itu berfungsi, maka keindahan akan muncul dengan sendirinya secara otomatis (V. Papanek, 2007). Konsep sikap menerima apa adanya kayu adalah meletakkan “kejujuran” material pada tempatnya. Jika dikerjakan dengan benar maka sesuatu akan memunculkan keindahannya tersendiri, karena

di dalamnya ada misteri yang terungkap. Indah karena benar (YB. Mangunwijaya, 1995).

#### Nilai-nilai Desain

Dalam konsep “Design for Value” yang digagas oleh Batya Friedman pada tahun 1997, dinyatakan bahwa nilai-nilai sosial dan moral adalah area sentral dalam desain dan menjadi arah bagi pengembangan teknologi baru (J.van Den Hoven,2015). Jadi karya desain seharusnya mencerminkan pandangan yang membawa nilai-nilai tertentu dan dapat memberi kesadaran menuju perubahan sosial masyarakat yang lebih baik. Karenanya tugas professional desainer adalah aktif mengedukasi masyarakat melalui pesan-pesan di dalam karya desain. Pesan desain bisa di maknai seperti kemudahan aksesibilitas, kemudahan mendapatkan material sebagai bahan baku produk, mempunyai fungsi yang optimal, kejujuran dan kesederhanan bentuk serta aman di gunakan bagi penggunaannya bahkan sampai dengan keterjangkauan terhadap daya beli masyarakat secara ekonomi (Olga Savvina, 2018). Konsep aksesibilitas material juga ditunjukkan Barata Sena melalui kerangka filosofi Jalan Kayu. Dalam kerangka berpikir Jalan Kayu, Barata Sena menggunakan maerial utama untuk produk *art furniture* nya dari semua jenis kayu. Artinya tidak ada dikotomi bahwa kayu jelek tidak dapat di gunakan dan harus di buang, baginya semua jenis kayu mempunyai potensi untuk di munculkan nilai-nilainya. Baginya segala yang dilahirkan Ibu Bumi adalah sesuatu yang alami, natural saja karenanya apapun perbedaan atau kekurangan/kecacatan material hanyalah masalah bagaimana desainer mengelola integrasi kecerdasan kreatifitas dan perenungan visinya dengan batang-batang kayu atau pohon sebagai material produk dengan berbagai kekurangannya. Sehingga dalam praktek dan proses produksinya, Barata Sena tidak pernah merasa kekurangan bahan baku kayu sebagai sumber utama pembuatan *art furniture* nya, karena para pemasok kayu sudah mengerti apa yang di butuhnya. Bahkan sekarang sudah tidak pernah lagi mencari kayu untuk bahan baku produk karena para supplier ini adalah orang-orang atau masyarakat yang sudah mengerti kebutuhan *workshop* Jalan Kayu Barata Sena. Masyarakat inilah mitra sejati yang selalu memberikan kontribusi besar bagi lahirnya karya-karya besar Barata Sena. Kolaborasi inilah yang membentuk ikatan emosional dimana nilai-nilai yang muncul dari proses desain dapat memberikan manfaat nyata bagi masyarakat.



Gambar 2. Produk Art Furniture karya Barata Sena  
(Sumber: Dok. Instagram Barata Sena)

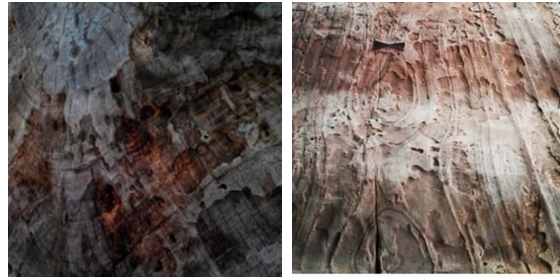
#### Spirit Kolaborasi Sosial

Dalam masyarakat industri modern, desainer mempunyai peran penting dalam membangun interaksi dan melakukan transaksi dengan masyarakat dalam praktik-praktik desainnya. Interaksi dan traksaksi yang terjadi dalam hubungan kerja pada akhirnya akan membentuk realitas budaya sosial desainer dan masyarakat yang berpartisipasi dalam praktik desain yang dilakukannya (Jill Grant and Fox, 2007). Komunitas yang terbagun melalui interaksi tersebut adalah bentuk kolaborasi sosial dimana pesan dan nilai-nilai dari desainer yang terkandung didalamnya dapat dikomunikasikan serta tersampaikan kepada penerima manfaat desain. Barata Sena membangun kolaborasi sosialnya lewat berbagai kesempatan, baik lewat media, orang-orang yang bekerja di sekelilingnya dan masyarakat yang datang di bengkel tempat bekerjanya sampai dengan konsumen atau klien yang membeli produk-produknya. Di berbagai kesempatan tersebut filisofi Jalan Kayu menjadi bahan edukasi sekaligus medium bagaimana dirinya menjual produk *art furniturnya* kepada pembelinya. Inti dari kolaborasi sosial bagi Barata Sena adalah keterbukaan: “Semua memungkinkan jika kita mau membuka diri”. Diskusi sebelum mengeksekusi konsep desain adalah bentuk komunikasi yang dilakukannya ketika mengedukasi para tukang/pekerja yang bekerja di *workshop*nya. Penekanan kepada para pekerja untuk tidak dulu menganggap sulit pekerjaan yang belum dilakukannya adalah bagaimana dirinya memotivasi mereka untuk tidak mudah menyerah. Setelahnya baru di ajarkan bagaimana membentuk ukiran yang bebas tanpa ada rasa tertekan dan ragu. “Seluruh staf dan pekerja sekarang sudah mengerti begitu diminta mengeksekusi desain langsung di kerjakan tanpa harus detail dijelaskan lagi” begitu Barata Sena menjelaskan (Media BeKraf , 2011). Sikap membuka diri juga dilakukan ketika ada para mahasiswa desain yang magang di bengkel tempatnya bekerja di ajarkan teknik-teknik yang biasa di pakainya dalam membuat produk-produknya. Selain diajarkan teknik desain, mereka para mahasiswa magang juga mendapat

pembelajaran bagaimana konsep- filosofi Jalan Kayu di implementasikan dalam kehidupan sehari-hari seperti : sikap mental memberi, menerima dan melepas. Ini adalah nilai-nilai soft skill yang di bagikan secara tidak langsung lewat proses desain yang dilakukan bersama-sama. Meski karya Art Furniture nya diakui sebagai karya yang unik, langka dan tidak ada yang sama, Barata Sena tidak membatasi orang untuk belajar di bengkel kerjanya. Ini adalah salah satu bukti filosofi sikap terbuka memberi dan melepas tanpa menutup nutupi apa yang dikerjakan di bengkel kerjanya. Baginya justru malah senang jika ada orang/ mahasiswa magang yang nantinya mengikuti jejaknya sebagai desainer produk-produk yang bertema Art Furniture. “Janganlah karya itu dibatasi atau ditutup tutupi, karena proses kreatifitas yang muncul nantinya akan mengendap ke masing-masing orang, dan ketika itu menjadi sebuah karya pasti sentuhannya akan berbeda” (media BeKraf, 2011). Kolaborasi sosial yang terjadi adalah bisa sama-sama belajar dan bisa sama-sama saling mereferensi.

#### Spirit Kolaborasi dengan Alam

Spirit kolaborasi sosial yang dilakukan dalam proses desainnya selain keterlibatan dengan orang atau masyarakat luas, Barata Sena juga melakukan perenungan lewat komunikasi dengan alam, bagaimana alam bekerja untuk produk-produk desainnya. Hal ini dinyatakan lewat proses perancangan atas produknya dengan membiarkan bagaimana tanah dan rayap membentuk elemen-elemen estetis dari desainnya secara natural. Teknik ini oleh Barata Sena di sebut dengan metode “Penyangkalan” (Rosanila, Yusita, Lucky, 2018). Metode ini merupakan cara berpikir yang terbalik, dimana biasanya orang membuang material kayu yang rusak, cacat karena pembawaan (Naturalisasi) dari alam. Metode ini malah membiarkan apa yang cacat dan rusak karena alam menjadi bagian yang paling menantang untuk dieksplorasi hingga memunculkan nilai-nilai estetis dari produk furniturnya. Kompromi dengan hal-hal yang di hindari oleh banyak orang justru menjadi arena kreatifitas dari Barata Sena, sehingga tidak mengherankan jika hewan rayap yang di anggap pengerat yang merusak dan musuh utama kayu justru di pandang sebagai mitra kolaboratif yang dapat bekerjasama dalam menghasilkan karya-karya yang bernilai.



*Gambar 3. Kolaborasi dengan Rayap menghasilkan motif natural yang estetis*  
(Sumber: Dok.Instagram Barata Sena)

#### Paradigma Sosial Ekonomi Desain

Paradigma desain industri yang berfokus pada nilai-nilai para investor dengan memaksimalkan keuntungan finansial kini telah bergeser dengan paradigma transformasional yang baru. Paradigma kolaborasi kolektif dimana masyarakat sosial bukan hanya sebagai pemangku kepentingan dalam bisnis saja saja namun juga sebagai penerima manfaat (Elke den Quden, 2012). Jadi masyarakat dan desainer pada saat yang sama akan tumbuh kesadaran baru dalam menciptakan nilai-nilai etika bisnis bersama. Lebih dari itu tanggungjawab sosial-ekonomi yang muncul tidak lagi hanya tentang amal dan filantropi semata namun menciptakan nilai-nilai kehidupan bersama yang berkualitas bagi orang lain, organisasi/perusahaan serta masyarakat luas. Pernyataan ini sejalan dengan apa yang diungkapkan oleh V. Papanek, bahwa desainer ideal adalah desainer yang orientasinya lebih pada melayani nilai-nilai sosial daripada mengikuti cara-cara perusahaan komersial dalam menawarkan dan melayani desain-desain komersial (Olga Savvina, 2018). Konsep sosial ekonomi bagi Barata Sena lewat filosofi Jalan kayu menawarkan nilai-nilai kemanusiaan lewat pembelajaran “menerima” kecacatan dan kekurangan sebagai sesuatu yang bernilai. Menerima juga berarti membuka diri bagi siapapun yang mau belajar di bengkel kerjanya, menjadi mitra berdiskusi dan saling mereferensi. “Memberi” berarti menciptakan guna, menciptakan keindahan dengan apa yang sebelumnya tidak terlihat melalui integrasi kecerdasan dan *spirit* nilai-nilai yang ada didalam material. Memberi dalam konteks sosial adalah membagi pengetahuan tanpa ada pamrih ekonomi, tetapi saling memberi, menciptakan kolaborasi antara desainer sebagai konseptor dengan pekerja, *supplier*, karyawan sebagai mitra pencipta produk. “Melepas” berarti merelakan karya untuk menjadi bagian kebahagiaan pengguna atau kolektor yang memilikinya. Dalam konteks ekonomi berarti menjual produk yang hasilnya

untuk memberi kesejahteraan para karyawan, staff pekerja yang telah berhasil mewujudkan apa yang menjadi tujuan bersama.



Gambar 4. Kolaborasi sosial dengan para pekerja dan tukang di workshop Jalan Kayu.  
 (Sumber: Dok. Instagram Barata Sena)

Triple Botton Line dalam Framework Jalan Kayu Barata Sena.

Triple Botton Line (TBL) adalah sebuah konsep tentang *sustainable development* dengan tiga pilar penyangganya yaitu dimensi kerja sosial, ekonomi dan lingkungan (Timothy F Slafer, 2011). TBL ini kemudian dirumuskan dengan tujuan yang lebih fokus pada pengembangan pembangunan terhadap Manusia , Laba, dan Lingkungan atau di kenal dengan sebutan 3P (People, Profit , Planet) (John Elkington,1994, Timtothy F Slafer, 2011). Konsep besar TBL adalah bagaimana mengoptimalkan kinerja ketiga pilarnya untuk mewujudkan kesejahteraan masyarakat secara bersama-sama. Agenda TBL terutama ditujukan kepada perusahaan untuk tidak hanya mengejar dan menciptakan nilai-nilai ekonomi saja, tetapi juga pada penciptaan nilai-nilai sosial dan lingkungan yang berkelanjutan. Dalam mewujudkan tujuan besar TBL tersebut diperlukan keberanian untuk menggeser paradigma lama kepada paradigma baru. Menurut Elkington (1997), terdapat tujuh pendorong revolusi berkelanjutan. Ketujuh revolusi keberlanjutan yang merupakan paradigma baru dalam pembangunan berkelanjutan tersebut adalah:

1 Markets	Old Paradigm	→	New Paradigm
2 Values	Compliance	→	Competition
3 Transparency	Hard	→	Soft
4 Life-cycle technology	Closed	→	Open
5 Partnerships	Product	→	Function
6 Time	Subversion	→	Symbiosis
7 Corporate governance	Wider	→	Longer
	Exclusive	→	Inclusive

Gambar 5. Tujuh Revolusi Keberlanjutan  
 (Sumber: Elkington, 1997)

Konsep dasar 7 revolusi keberlanjutan dari TBL melalui tiga pilarnya sosial, ekonomi dan lingkungan ternyata juga beririsan dengan konsep filosofi Jalan Kayu dari Barata Sena. Ke

tujuh paradigma baru yang beririsan tersebut di jelaskan sebagai berikut :

### 1. Markets

Revolusi 1 (Markets) akan didorong oleh persaingan yang pasar bebas yang makin terbuka. Iklim kompetisi akan menjadi hal yang sangat normal. Barata Sena dengan perusahaan yang telah didirikan sejak tahun 1999 sampai sekarang masih tetap bisa bersaing denagn produk dan pasar global. Dengan segmentasi pasar yang menyasar kalangan kolektor dan klien tertentu produk-produknya dapat bersaing dan bahkan dapat mengendalikan pasar sebagai market driven (Media BeKraf , 2011). Melalui filosofi Jalan Kayu : sikap menerima menjadikan produk-produknya siap bersaing dengan produk-produk *art furniture* lainnya tanpa takut kehilangan pasar.

### 2.Values

Revolusi 2 tentang Nilai (*Values*), desain tidak hanya masalah bentuk yang terlihat secara indrawi saja namun yang terpenting adalah desain harus membawa nilai-nilai atau pesan-pesan sosial bagi kemanusiaan. Barata Sena, dengan konsep Jalan Kayunya membawa produk *Art Furniture* nya kaya akan makna dan filosofi kemanusiaan. Bagaimana sikap menerima, memberi dan melepas yang muncul dalam material kayu menjadi pondasi dalam setiap aspek berpikir dan berpraktik desain. Itulah nilai-nilai desain yang menjadikan karyanya berbeda dengan para pesaingnya.

### 3.Transparancy

Keterbukaan adalah akibat dari perkembangan teknologi yang semakin cepat. *System* nilai baru yang terjadi secara global menjadi hal yang harus diikuti oleh semua pemangku kepentingan bisnis jika tidak ingin ketinggalan dalam persaingan. Dengan transparansi semua orang bisa belajar membangun jejaring yang lebih luas. Bagi Barata Sena membuka diri adalah bagian dari konsep sikap “melepas” dari filosofi Jalan Kayu. Barata Sena mengajarkan teknik desain dan nilai-nilainya kepada semua orang yang mau belajar. Ada mahasiswa magang, para tukang dan pekerja pada bengkelnya diberi kesempatan untuk memakai pengalaman yang didapat untuk berkembang secara mandiri. Baginya kreatifitas yang mengendap pada seseorang akan berbeda beda *outputnya*,oleh karenanya keterbukaan yang tercipta justru akan saling melengkapi dan saling merefensi.

#### 4. Life cycle Technology

Fokus dari konsep siklus hidup ini berkaitan dengan bagaimana proses produk di buat mulai dari awal sampai pada akhir masa pakainya. Semakin lama proses produksi tentu akan berpengaruh terhadap dampak yang di timbulkan. Orientasi penggunaan material pada produk juga menjadi konsentrasi utama masalah siklus hidup. Karya *art furniture* Barata Sena semua menggunakan kayu dari jenis apapun bahwa beberapa diantaranya menggunakan kayu dari pohon-pohon yang tumbang karena sudah lapuk dan tua. Masa pakai produk karya Barata Sena tentu saja punya *life cycle* yang lama karena sebagai produk Seni untuk dikoleksi, penggunaannya biasanya sangat di batasi sehingga membuat produk mempunyai ketahanan yang cukup lama

#### 5. Partnership

Dalam era perkembangan masyarakat industri, bermitra adalah salah satu komponen bisnis yang tidak dapat di hindari. Ada banyak jenis makna bermitra dalam praktik-praktik bisnis, dan biasanya semua mitra membangun hubungan yang saling menguntungkan. Melalui perusahaannya Barata Sena menjalin kerjasama dengan para *supplier* pemasok kayu dari masyarakat luas, bahkan dengan para penebang kayu tumbang di jalan atau pekarangan rumah warga. Jaringan mitra ini bahkan menjangkau sampai wilayah-wilayah yang cukup jauh, sehingga menciptakan hubungan yang lebih luas.

#### 6. Time

Bagi para pemilik usaha, waktu adalah uang. Betapa aspek waktu begitu penting dalam dunia industri yang terus bergerak dengan cepat. Diperlukan strategi yang tepat bagaimana membuat momentum yang tepat dalam memasarkan dan mengkampanyekan karya-karya baru kepada pelanggannya. Barata Sena membangun momentum waktu dalam memasarkan produknya lewat media online kepada klien-kliennya dengan menginformasikan desain baru di tanggal dan bulan-bulan tertentu. Komunikasi yang terjalin di sampaikan terus menerus lewat berbagai kesempatan, baik di *workshop*, diskusi-diskusi maupun lewat forum-forum bisnis.

#### 7. Corporate Government (Tata kelola perusahaan)

Tata kelola perusahaan berkaitan dengan bagaimana membangun ekosistem bisnis yang sehat, baik di dalam perusahaan maupun hubungan dengan pemangku kepentingan

lainnya. Barata Sena membangun ekosistem bisnisnya dengan manajemen yang ramping bersama dengan beberapa staf yang tidak banyak. Semua pekerjanya menjadi bagian penting dalam perusahaannya. Baginya semua karya desain yang di ciptakannya merupakan karya bersama, karya kolaborasi dengan para tukang, karyawan yang bekerja di bengkel kerjanya.

#### KESIMPULAN

Menjadi desainer tidak cukup hanya menciptakan atau memproduksi gambar desain dan memproduksi produk karyanya penggunaannya, tetapi juga memproduksi dan mereproduksi makna dan nilai-nilai etika sosial-ekonomi bagi kehidupan bermasyarakat dan memberi dampak positif bagi penerima manfaat desain. Filosofi Jalan Kayu dari Barata Sena menawarkan konsep bahwa desain tidak sekedar bentuk fisik , tetapi membawa pesan dan etika desain yang di sampaikan lewat *spirit* dan sikap mental “menerima”, “memberi” dan “melepas” sebagai filosofi dasar perancangan produk. Sikap menerima berarti membuak diri terhadap kekurangan, kelemahan sebagai bagian dari pemberian cuma-cuma dari alam. Baginya semua jenis material kayu mempunyai potensi nilai yang bisa dimunculkan lewat kekurangan-kekurangannya misalnya cacat/ pecah, melengkung, berjamur dan berlubang atau mempunyai serat kayu yang tidak sama, semua itu hal yang natural/ alami. Menjadi tugas dan tanggungjawab desainer untuk menggali potensi dari keadaan yang tidak sempurna itu dengan kecerdasan yang dimiliki dan mengubahnya menjadi produk yang bernilai secara sosial-ekonomi. Sikap “memberi” juga berarti mempersembahkan dan menempatkan jenis material kayu yang di nilai kurang bernilai menjadi sejajar bahkan mempunyai nilai keunikan yang unggul. Sikap “melepas” berarti segala sesuatu ada masanya. Desain yang sudah menjalani tugasnya akan di gantikan dengan yang baru, namun bukan berarti membuang menjadi produk yang tidak berguna. Memberi sentuhan baru meski dengan material yang lama menjadi tugas desainer dalam menjaga keberlangsungan produk.

Konsep Filosofi Jalan Kayu dari Barata Sena memiliki visi yang sejalan dengan kerangka berfikir dari V.Papanek yang menekankan bahwa desain sudah seharusnya lebih menekankan pada penyelesaian persoalan-persoalan sosial-ekonomi masyarakat dari pada mengedepankan cara-cara menciptakan produk untuk tujuan komersial. Nilai-nilai

desain yang di bawa V. Papanek dalam perkembangannya bermuara pada tujuan besar sustainable development dengan tiga pilarnya yaitu, sosial-ekonomi dan lingkungan yang dirumuskan lagi menjadi 3P (People, Profit, Planet). Konsep 3P menjadi pondasi utama dalam visi pembangunan berkelanjutan dengan tujuan besar pada kesejahteraan manusia yang dapat memberi keuntungan dan keberlanjutan lingkungan yang lebih baik.

#### **UCAPAN TERIMA KASIH**

Ucapan terima kasih di berikan pertama-tama kepada sang Desainer yang juga pemilik perusahaan Jalan Kayu Barata Sena yang telah membagikan konsep berpikir ala desainer dan seniman yang sungguh menginspirasi, dan oleh karenanya paper ini bisa selesai di tulis meski banyak kekurangan di sana sini. Yang berikutnya adalah buat para penulis sebelumnya yang banyak memberi kontribusi data, *literature* dan gagasan-gagasan baru sebagai pendukung analisis dalam paper ini.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- B. Friedman. 1997. **Human values and the design of computer technology.** Cambridge University Press, Cambridge.
- Bernhard E. Burdek 2005. **History, Theory and Practice of Product Design.** Birkhauser Publisers of Architecture, Berlin
- Elke den Quden 2012. **Value From different Perspective.** Faculty of Industrial Design Eindhoven University of Technology 2012.
- J. van den Hoven, Design for Values: An Introduction. In van den Hoven, Jeroen, Ibo Van de Poel, and Pieter E. Vermaas, eds. forthcoming. 2015. **Handbook of ethics and values in technological design.** Springer, pp. 1–9.
- Jill Grant and Fox 2007. **Understanding the Role of the Designer in Society.** Journal of Art & Design Education
- John Elkington. 1997. **The Triple Bottom Line of 21st Century Business.** Oxford Centre for Innovation Mill Street, UK
- Media BeKraf. 2011. **Barata Sena: Mengubah Paradigma Produk kayu Home story rising star.** Oktober, 13, 2011
- Olga Savvina, Olga Maximova. 2018. **Ethical Values in the Design Concept of Victor Papanek and Steve Jobs.** The 2nd International Conference on Culture, Education and Economic Development of Modern Society (ICCESE 2018).
- Rosalina, Yusita, Lucky. 2018. **Studi Profil**

**desainer, Konsep dan Karya Art Furniture (Studi kasus : Barata Sena)**  
Jurnal Intra Vol.6, No. 2 Hal 698-709.

- Timothy F. Slafer, PhD 2011. **The Triple Bottom Line: What Is It and How Does It Work?.** Indiana Business Research Centre, Indiana University Kellee School of Business.
- V. Papanek. 2007. **Design for the real world: Human Ecology and Social Change.** London: Thames and Hadson, 1985.
- Y.B. Mangunwijaya. 1995. **Wastu Citra.** Penerbit PT.Gramedia Pustaka Utama, Anggota IKAPI, Jakarta.