

# PELUANG INDUSTRI KREATIF MATERIAL PLASTIK PRODUK *FURNITURE* UNTUK KEBUTUHAN MASYARAKAT URBAN MENENGAH KE BAWAH

**Boike Janus Anshory**

*Program Studi Desain Produk, Fakultas Teknik, Universitas Agung Podomoro  
boike.janus@podomorouniversity.ac.id*

**ABSTRAK.** Salah satu kebutuhan utama yang masih banyak diperjuangkan masyarakat Indonesia adalah kebutuhan papan atau tempat tinggal. Kebutuhan tempat tinggal ini bukan hanya sekedar untuk berlindung dari cuaca panas dan hujan saja, tetapi juga berfungsi untuk identitas sosial dari penghuni rumah tersebut. Walaupun tempat tinggal berada di dalam gang sempit atau di kawasan rumah susun, penghuni rumah juga memerlukan kenyamanan dalam melakukan aktivitas kesehariannya baik dalam hal beristirahat, bersosialisasi, bekerja didalam rumah, anak melakukan aktivitas belajar dan sebagainya. Untuk menunjang bermacam aktivitas tersebut, penghuni rumah tentunya memerlukan beberapa fasilitas penunjang yang salah satunya berupa produk furniture yang sesuai kebutuhan, akan tetapi dengan kapasitas keekonomian masyarakat dalam memenuhi kebutuhan produk *furniture* sangat terbatas kemampuannya. Pada beberapa brand yang ditawarkan oleh produsen mempunyai harga dan kualitas yang beragam, tetapi ada brand furniture tertentu yang menyediakan *furniture* sesuai dengan kemampuan masyarakat golongan menengah bawah untuk membelinya. Dari hasil pengamatan sekilas penulis, produk *furniture* yang banyak dibeli masyarakat golongan menengah bawah adalah menggunakan material plastik yang dari fungsionalitasnya sangat sesuai dengan fungsi di dalam ruangan, desain yang cukup variatif dan harga produk sangat terjangkau. Produk *furniture* berbahan dasar plastik banyak kita temui di beberapa swalayan besar dan toko furniture di seluruh daerah Indonesia. Dalam penelitian ini penulis akan memetakan kapasitas industri kreatif produk *furniture* material plastik dari aspek inovasi terhadap tingkat daya beli masyarakat sampai sejauh mana menentukan pilihan produk untuk memenuhi kebutuhan di dalam rumah. Pihak produsen tentunya harus dapat mengimbangi keadaan ini dengan banyak melakukan inovasi desain produk yang sesuai dengan kapabilitas masyarakat.

**Kata kunci:** Inovasi produk *furniture* plastik, Industri kreatif, Masyarakat ekonomi bawah.

**ABSTRACT.** *One of the main needs that many Indonesians still struggle with is the need for boards or shelter. The need for shelter is not just to protect themselves from hot and rainy weather, but also functions for the social identity of the residents of the house. Even though the residence is in a narrow alley or in a flat area, residents also need comfort in carrying out their daily activities both in terms of resting, socializing, working in the home, children doing learning activities and so on. To support these various activities, residents of the house certainly need some supporting facilities, one of which is furniture products that meet their needs, but with the economic capacity of the community to meet the needs of furniture products, their capabilities are very limited. In some brands offered by producers, there are various prices and qualities, but there are certain furniture brands that provide furniture in accordance with the ability of the lower middle class to buy it. From the results of a quick glance at the author, furniture products that are widely purchased by the lower middle class are using plastic materials that are of a very suitable function in the room, quite varied designs and very affordable product prices. We find many plastic-based furniture products in several large supermarkets and furniture stores throughout Indonesia. In this study the author will map the capacity of the creative industry of plastic material furniture products from the aspect of innovation to the level of purchasing power of the community to the extent of determining the choice of products to meet the needs in the home. The producers of course must be able to compensate for this situation by making many product design innovations that are in accordance with the capabilities of the community.*

**Keywords:** *Plastic furniture product innovation, creative industry, economic community.*

## PENDAHULUAN

Tingkat ke ekonomian dan daya beli masyarakat pada saat ini masih sangat rendah sesuai dengan informasi dari Badan Pusat

Statistik (BPS) tahun 2017, hal ini secara tak langsung berdampak pada tingkat konsumtif pemenuhan kebutuhan pokok masyarakat yang masih diperlukan. Jika kita melihat lebih detail

ke dalam kehidupan keseharian masyarakat, ada beberapa kebutuhan di dalam rumah tangga yang memerlukan fasilitas produk guna menunjang aktivitasnya. Jika kita petakan untuk masyarakat yang berpenghasilan rendah pada umumnya menempati rumah tinggal atau rumah susun dengan sistem kontrak atau sewa dengan luasan yang sangat kecil, sedangkan yang menempati lebih kurang ada 4 orang yang terdiri dari 2 orang tua dan 2 anak. Terdapat juga masyarakat yang berprofesi sebagai buruh pabrik atau karyawan suatu perusahaan yang menempati rumah tinggal secara bersamaan dengan rekan kerjanya. Dari situasi tersebut tentunya mereka menempati rumah tinggal tidak hanya sekedar untuk beristirahat saja, tetapi mereka juga memikirkan bagaimana membuat suasana rumah tinggal yang berukuran kecil menjadi lebih luas dan tentunya tertata rapi dari barang-barang yang mereka miliki. Sebagai contoh sederhana barang yang keseharian mereka pergunakan adalah pakaian atau sandang, dimana untuk penataan pakaian tersebut perlu diberikan tempat yang dapat dijangkau dengan mudah dan tertata rapi, sehingga diperlukan suatu produk penyimpanan pakaian yang sesuai dengan ukuran didalam ruangan (gambar 1).



*Gambar 1. Suasana hunian pada masyarakat menengah bawah yang masih menggunakan produk furniture plastik sebagai solusi fungsional. (Sumber: Foto lokasi)*

Ada beberapa pertimbangan masyarakat untuk menentukan produk *furniture* yang akan dibeli untuk dapat mengakomodir banyaknya pakaian yang akan disimpan, posisi peletakan produk penyimpanan pakaian sesuai dengan ukuran di dalam ruangan, bentuk atau desain yang menarik, keawetan produk dan tentunya harga yang terjangkau oleh kemampuan masyarakat. Kondisi tersebut ternyata banyak dialami oleh masyarakat dengan tingkat perekonomian rendah, masyarakat harus dapat menentukan dengan baik produk yang menjadi pilihan untuk dapat dipergunakan semaksimalnya di dalam unit hunian (Lampiran 2). Hal ini juga berhubungan dengan tidak meratanya pembangunan perkotaan di Indonesia yang

menjadikan kota besar seperti DKI Jakarta, Surabaya, Medan disebut sebagai kota urban, masyarakat mempertaruhkan kehidupannya untuk mendapatkan kehidupan yang lebih baik.

Bagi produsen produk rumah tangga yang sudah banyak berkarya di Indonesia tentunya hal tersebut masih menjadi pekerjaan rumah yang harus dipikirkan secara baik, tentunya hasil dari produk tersebut akan sangat membantu masyarakat kalangan menengah bawah dalam usaha untuk pemenuhan kebutuhan rumah tangganya. Di dalam manajemen produsen produk alat rumah tangga tentunya mempunyai team desain yang akan membantu melakukan desain yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Hasil desain yang sudah dihasilkan oleh produsen kebutuhan rumah tangga tentunya akan memberikan kontribusi yang sangat besar kepada keberlangsungan aktivitas masyarakat untuk dapat meningkatkan kualitas hidup menjadi lebih baik walaupun masih dalam kondisi berjuang untuk kelangsungan kehidupan masing-masing. Produsen perlengkapan *furniture* plastik tentunya sudah mempunyai strategi untuk memenuhi kebutuhan tersebut dengan menyiapkan sumber daya yang ada dengan konsep manajemen industri 4.0. Dengan konsep tersebut tentunya proses percepatan produksi dan efisiensi tenaga kerja menjadi taruhan strategi bisnis terutama dalam hal investasi perlengkapan mesin dan computerized sistem yang akan diperhitungkan secara cermat. Bagi produsen produk rumah tangga yang sudah banyak berkarya di Indonesia tentunya hal tersebut masih menjadi pekerjaan rumah yang harus dipikirkan secara baik, salah satunya brand produk plastik Napolly (gambar 2), tentunya hasil dari produk tersebut akan sangat membantu masyarakat kalangan menengah bawah dalam usaha untuk pemenuhan kebutuhan rumah tangganya.



*Gambar 2. Ragam desain furniture material plastik dengan brand Napolly yang masih memerlukan inovasi baru seiring dengan kebutuhan masyarakat. (Sumber: Web Napolly)*

Dibalik proses kerja yang berbasis industri 4.0 tentunya terdapat sumber daya manusia yang akan memberikan kontribusi desain yang akan menghasilkan produk – produk dengan muatan inovasi yang baik dan dapat diakomodir oleh proses kerja mesin yang sudah disiapkan oleh divisi produksi.

### **KAJIAN TEORI**

Dalam mengelola pola pikir kreatif desain yang mempunyai misi untuk masuk ke dalam era revolusi industri 4.0, perlu adanya konsep pemikiran yang berlandaskan *design thinking* yang akan berfungsi untuk menterjemahkan pola pikir / *mindset* desain dengan mengedepankan metode sistem kerja atau sistem produksi. Dalam hal aktifitas penunjang perangkat kerja desain yang akan dijalankan dalam skema revolusi industri 4.0 akan dapat memberikan warna dalam proses produksi produk desain dengan menerapkan 5 (lima) tahapan yang mempunyai dasar implementasi berupa tahapan : *discovery, interpretation, ideation, experimental, evolution*. Pada penjelasan di (gambar.3) menunjukkan bahwa konsep revolusi industri 4.0 sudah mulai dilakukan oleh beberapa industri terkait yang bertujuan untuk menekan tingkat efisiensi biaya produksi agar harga pemasaran dapat diterima oleh masyarakat.



*Gambar 3. Kapasitas pabrik furniture material palstik yang sudah masuk ke era industri 4.0*  
(Sumber: Foto lapangan pabrik Napolly)

Hal tersebut dapat memberikan proses hasil kerja desain pada tingkat keberhasilan yang baik melalui pola pengukuran *self efficacy* atau melakukan dorongan dalam diri para desainer untuk menyelesaikan studi kelayakan desain yang akan dijalaninya, akan tetapi untuk hasil kelayakan desain yang berlandaskan idealisme desainer tentunya masih harus diuji oleh fundamental prinsip kerja industri 4.0. Banyak hal yang dapat menjadi pertimbangan dalam penentuan desain *furniture* berbahan dasar material plastik, yang salah satu *issued* terpenting adalah bagaimana mengelola prinsip *recycle* produk setelah masa *trend* desain sudah tidak diminati oleh *customer*.

Sesuai dengan makna dasar desain yaitu menunjukkan suatu cara bagaimana setiap bagian menyempurnakan suatu objek secara bersama. Baik yang ditemukan di alam atau buatan manusia, dan setiap obyek tersebut memiliki susunannya masing-masing. Ketika obyek itu dilihat sebagai satu keseluruhan, maka pada saat itu pula kita melihat itu sebagai satu desain. Kesatuan ini merupakan unsur yang paling penting dalam satu desain yang berhasil. (The New Book of Knowledge)

Selain itu ada beberapa cara melakukan aktivitas metode desain yang selalu menyampaikan isu bahwa strategi inovasi yang dilakukan oleh suatu konsultan desain, akademisi, dan peneliti ilmiah adalah berbeda (Simons, Gupta, Buchanan, 2011). Dari sisi lain Simons dan beberapa desainer produk menepakati bahwa pada saat ini sedang berjalan beberapa fenomena menarik yang dapat memberikan pengaruh ke dalam proses pekerjaan kreatif di berbagai bidang, termasuk di dunia pendidikan atau pembelajaran, yakni *design thinking*. *Design thinking* adalah suatu pola pikir yang saat ini menjadi hal yang fenomenal di berbagai negara dan di berbagai bidang bisnis lainnya. Pink (2005) mengungkapkan bahwa di jaman era kreativitas, keterampilan yang berbeda dari era sebelumnya sangatlah diperlukan untuk menunjang cara berpikir desain yang inovatif. Salah satu kemampuan penting seorang desainer adalah kemampuan desain yang inovatif melalui Avital dan Boland (2008) menyebut kemampuan ini sebagai *design attitude*.

### **ANALISIS DAN INTERPRETASI DATA**

Kata inovasi dapat diartikan sebagai “proses” dan atau “hasil” pengembangan dan/atau pemanfaatan/mobilisasi pengetahuan, keterampilan (termasuk keterampilan teknologis) dan pengalaman untuk menciptakan atau memperbaiki produk (barang dan/atau jasa), proses, dan/atau sistem yang baru, yang memberikan nilai yang berarti atau secara signifikan (terutama ekonomi dan sosial).

Inovasi sebagai suatu “objek” juga memiliki arti sebagai suatu produk atau praktik baru yang tersedia bagi aplikasi, umumnya dalam suatu konteks komersial. Biasanya, beragam tingkat kebaruannya dapat dibedakan, bergantung pada konteksnya: suatu inovasi dapat bersifat baru bagi suatu perusahaan (atau “agen/aktor”), baru bagi pasar, atau negara atau daerah, atau baru secara global. Sementara itu, inovasi sebagai suatu “aktivitas” merupakan proses

penciptaan inovasi, seringkali di identifikasi dengan komersialisasi suatu invensi.

Berdasarkan identifikasi masalah diatas, maka permasalahan dirumuskan sebagai berikut :  
Pemetaan kebutuhan produk rumah tangga yang diharapkan oleh masyarakat menengah bawah.

1. Strategi inovasi produk desain yang harus dilakukan oleh produsen untuk mengembangkan usaha dalam meningkatkan daya saingnya .
2. Peran industri kreatif dalam menjawab kebutuhan masyarakat untuk konsumsi masyarakat menengah bawah.

Istilah inovasi memang sering didefinisikan secara berbeda, walaupun pada umumnya memiliki pemaknaan serupa, inovasi, dalam ilmu lingusitik adalah fenomena munculnya kata-kata baru dan bukan kata-kata warisan. Inovasi berbeda dengan neologisme. Inovasi bersifat 'tidak sengaja'.

Inovasi terdiri dari empat jenis :

- a. Penemuan. Kreasi suatu produk, jasa, atau proses baru yang belum pernah dilakukan sebelumnya. Konsep ini cenderung disebut revolisioner. Ex, penemuan pesawat terbang oleh wright bersaudara, telepon oleh alexander graham bell dll.
- b. Pengembangan. Pengembangan suatu produk, jasa, atau proses yang sudah ada. Konsep seperti ini menjadi aplikasi ide yang telah ada berbeda. Misalnya, pengembangan MCD oleh Ray Kroc.
- c. Duplikasi. Peniruan suatu produk, jasa, atau proses yang telah ada. Meskipun demikian duplikasi bukan semata meniru melainkan menambah sentuhan kreatif untuk memperbaiki konsep agar lebih mampu memenangkan persaingan. Misalnya, duplikasi perawatan gigi oleh Dentaland.
- d. Sintesis. Perpaduan konsep dan faktor-faktor yang sudah ada menjadi formulasi baru. Proses ini meliputi pengambilan sejumlah ide atau produk yang sudah ditemukan dan dibentuk sehingga menjadi produk yang dapat diaplikasikan dengan cara baru. Misal, sintesis pada arloji oleh Casio

## **KESIMPULAN**

Dalam hal ini perlu adanya tujuan studi kelayakan yang akan dilakukan oleh para desainer yang menghasilkan kreativitas desain serta untuk mendapatkan hasil desain produk yang maksimal selama proses penelitian. Furniture material plastik yang selama ini masih

dianggap masyarakat sebagai produk yang belum menunjukkan konsep *go green*, tetap saja kebutuhan akan produk ini masih dicari oleh masyarakat (gambar 4).



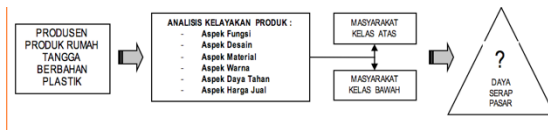
*Foto 4. Penjual furniture material plastik mempunyai peran yang besar dalam menjawab kebutuhan masyarakat dalam pemenuhan kebutuhan rumah tangga.  
(Sumber: Foto lapangan)*

Faktor kebutuhan di dalam unit hunian sampai saat ini masih banyak yang membutuhkan, Golongan ekonomi menengah ke bawah masih menunjukkan jumlah yang sangat banyak terutama di kota-kota besar. Ada beberapa pertimbangan kelayakan yang perlu dilakukan oleh peneliti desain dan produsen dengan merujuk kepada daya serap pasar untuk penggunaan produk kelengkapan rumah tangga berbahan dasar plastik, antara lain sebagai berikut:

1. Memudahkan produsen atau dunia industri peralatan rumah tangga untuk dapat menterjemahkan desain produk yang akan dipergunakan masyarakat sesuai dengan kapasitasnya.
2. Dapat menghadirkan ragam produk yang sesuai dengan kondisi di dalam tempat tinggal pada kelompok masyarakat tertentu.
3. Memudahkan masyarakat untuk menentukan jenis produk yang akan dipergunakan dalam berbagai kebutuhan di tempat tinggal.
4. Menyampaikan suatu karya inovasi desain produk agar masyarakat juga ikut melakukan apresiasi hasil desain ke dalam tatanan interior tempat tinggalnya dari aspek visual.
5. Revolusi Industri 4.0 sudah dapat menjawab kebutuhan fungsional masyarakat pada fasilitas kelengkapan produk interior untuk kalangan menengah bawah.

Dari penjelasan ini diharapkan ada keterkaitan yang erat yang dapat menjadi penengah antara desainer sebagai pencipta produk desain, pihak produsen yang akan mengimplementasikan produk melalui pendekatan produksi revolusi

industri 4.0, dan customer yang akan menjadi pengguna produk sesuai dengan kebutuhannya (lampiran 1).



*Lampiran 1. Menjelaskan bahwa produk material plastik yang menghasilkan produksi peralatan rumah tangga harus dapat memberikan dampak inovasi dan berkualitas layak produk, yang dihasilkan berdasarkan pemetaan kapasitas masyarakat sebagai customer yang membutuhkan produk tersebut.*

Dalam kebutuhan produk material furniture berbahan dasar plastik masih perlu pendampingan dari para pakar desain dan pemerintah untuk dapat mengakomodir hal-hal yang berkaitan dengan konsep *green design*.



*Lampiran 2. Menjelaskan bahwa polarisasi dari gaya hidup perkotaan telah mengkondisikan kehidupan masyarakat urban yang ikut terbawa arus dalam bertahan di setiap jengkal kehidupannya dengan mempertaruhkan rutinitas kehidupan terhadap pemakaian produk benda kontemporer. (Syarief, Achmad Drs. 1980)*

#### DAFTAR PUSTAKA

- Sachari, Agus. 2002. **Sosiologi Desain**. Penerbit ITB.
- Sachari, Agus, Yan Yan Sunarya. 2000. **Pengantar Tinjauan Desain**. Penerbit ITB Urban, Glen L. Hauser, John R. 1980. Design and Marketing of New Products.
- Susilo, Budi. **Mentalitas Dalam Pembangunan Masyarakat Modern**. Kanisius, Yogyakarta. 1994
- Simons, Gupta, Buchanan, 2011
- Syarief, Achmad Drs. 1980. **Pengantar Kajian Desain dan Gaya Hidup**.