

Bab I Pendahuluan

1.1 Latar Belakang

Industri *fashion* merupakan salah satu pilar utama dalam ekonomi kreatif Indonesia. Menurut data Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (2020), sektor ini menyumbang sekitar 18% dari total Produk Domestik Bruto (PDB) ekonomi kreatif, menjadikannya kontributor terbesar kedua setelah kuliner. Dengan kekayaan budaya dan warisan wastra (kain tradisional) Nusantara yang sangat beragam, industri fashion Indonesia memiliki potensi besar untuk berkembang, baik di pasar domestik maupun internasional.

Sebagai sektor utama, industri fashion tidak hanya ditopang oleh merek besar, tetapi juga oleh komunitas produksi lokal yang memainkan peran penting dalam rantai pasok. Kluster industri berbasis komunitas memiliki nilai strategis, baik dalam menjaga kelestarian budaya maupun dalam pemberdayaan ekonomi masyarakat. Salah satu contoh komunitas tersebut adalah Kampung Radjoet di Kecamatan Batununggal, Kelurahan Binong, Bandung Timur, yang telah lama dikenal sebagai sentra produksi rajut.

Sejak tahun 1970-an, Kampung Radjoet dihuni oleh sekitar 400 pengrajin aktif. Pada 2014, kawasan ini mengalami proses rebranding menjadi Kampoeng Radjoet, dan kini memproduksi beragam produk rajutan berkualitas tinggi, mulai dari pakaian (sweater, cardigan, syal, topi) hingga perlengkapan rumah tangga (taplak meja, sarung bantal, selimut). Sebagai bagian dari Kampung Wisata Binong, kawasan ini juga memiliki potensi wisata edukatif dan belanja yang mendukung pengembangan ekonomi kreatif.

Penelitian sebelumnya oleh Maramis (2024), berjudul *Pengembangan Desain Motif pada Produk Rajut Kampoeng Radjoet*, menunjukkan bahwa integrasi elemen visual lokal dalam produk rajut mampu meningkatkan daya tarik dan nilai estetikanya. Dalam riset tersebut dikembangkan tiga motif berbasis pohon binong, yang kemudian diaplikasikan pada produk seperti sweater dan cardigan. Temuan

tersebut menegaskan pentingnya visualisasi kekayaan lokal dalam membentuk narasi budaya yang melekat pada produk. Namun, karena penelitian tersebut hanya berfokus pada pohon binong, masih terbuka ruang untuk mengeksplorasi elemen lokal lainnya di sekitar Kampoeng Radjoet.

Untuk mengembangkan potensi tersebut lebih lanjut, penelitian ini difokuskan pada pengembangan desain motif flora lokal yang akan diaplikasikan pada produk *tote bag* berbahan rajut. *Tote bag* dipilih karena fungsional untuk kebutuhan sehari-hari dan memiliki permukaan luas yang cocok untuk eksplorasi visual. Selain fleksibel secara desain dan segmentasi pasar, produk ini juga berpotensi memperkaya ragam produk rajut lokal.

Pemilihan *tote bag* juga didasarkan pada urgensi isu lingkungan, khususnya limbah plastik. Menurut UNEP (2021), sekitar 300 juta ton plastik diproduksi setiap tahun, dengan 8 juta ton mencemari laut. *Tote bag* menjadi alternatif nyata terhadap kantong plastik sekali pakai. Laporan Grand View Research (2022) memprediksi bahwa pasar produk berkelanjutan akan tumbuh sebesar 9,7% per tahun hingga 2030. Temuan IBM (2021) juga menunjukkan bahwa 55% konsumen mengutamakan keberlanjutan dalam memilih merek, dan 60% di antaranya bersedia mengubah perilaku belanja. Dengan demikian, *tote bag* bermotif lokal tidak hanya menjawab kebutuhan fungsional dan estetika, tetapi juga mendukung gaya hidup berkelanjutan serta pelestarian budaya. Hal ini menjadikannya produk strategis dalam pengembangan industri kreatif berbasis komunitas seperti Kampoeng Radjoet.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, terdapat beberapa permasalahan yang menjadi fokus dalam penelitian ini:

1. Peluang pengembangan motif yang terinspirasi dari lingkungan sekitar Kampoeng Radjoet sebagai elemen desain untuk memperkuat identitas produk rajut Kampoeng Radjoet.

2. Potensi penerapan motif ikon lingkungan Kampung Radjoet pada produk *tote bag* sebagai media desain yang dapat menghasilkan produk dengan nilai seni sekaligus fungsional.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan hasil identifikasi masalah, penelitian ini difokuskan untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan berikut:

1. Bagaimana mengembangkan motif yang terinspirasi dari lingkungan sekitar untuk memperkuat identitas produk rajut Kampoeng Radjoet?
2. Bagaimana penerapan motif ikon lingkungan Kampung Radjoet pada produk *tote bag* agar menghasilkan desain yang menarik secara visual?

1.4 Batasan Masalah

Batasan Penelitian ini berfokus pada pengembangan desain motif sebagai bagian dari upaya memperkuat ciri khas produk rajut lokal, khususnya di komunitas Kampoeng Radjoet dan brand Merajut Asa Kita. Agar pembahasan tetap jelas dan tidak terlalu luas, berikut batasan-batasan yang digunakan:

1. Tema Penelitian

Tema yang diangkat adalah pengembangan motif yang diambil dari elemen alam di sekitar Kampoeng Radjoet, seperti tumbuhan dan aliran sungai. Tujuannya adalah untuk menonjolkan karakter lokal agar produk rajut terasa lebih khas dan punya nilai budaya.

2. Objek Motif

Motif yang dikembangkan hanya diambil dari bentuk-bentuk yang ada di lingkungan sekitar Kampoeng Radjoet, yaitu daun binong, bunga telang, bunga zinnia, dan bentuk aliran Sungai Cikapundung. Penelitian ini tidak membahas bentuk lain seperti hewan, simbol tradisional, atau ornamen budaya yang tidak terlihat langsung di kawasan tersebut.

3. Wilayah Penelitian

Kegiatan penelitian dilakukan hanya di Kampoeng Radjoet, yang berada di Kelurahan Binong, Kecamatan Batununggal, Kota Bandung. Tempat ini merupakan pusat produksi rajut oleh para pengrajin lokal.

4. Jenis Produk

Produk yang dikembangkan hanya berupa tote bag berbahan rajut. Produk rajut lain seperti sweater, syal, atau bantal tidak dibahas dalam penelitian.

5. Material yang Digunakan

Bahan utama yang digunakan adalah benang rajut akrilik ukuran 2/32. Penelitian tidak menggunakan bahan lain seperti katun, wol, atau serat alami karena keterbatasan alat yang dimiliki oleh mitra produk.

6. Teknik Produksi

Produk dibuat menggunakan mesin rajut digital, agar motif dapat diaplikasikan dengan lebih rapi dan presisi. Penelitian ini tidak menggunakan teknik rajut manual, bordir, atau sablon.

7. Pendekatan Desain

Desain motif dikembangkan secara digital dengan menyederhanakan bentuk-bentuk alam tadi (daun, bunga, sungai), mengatur komposisi, dan menyesuaikannya dengan bentuk tas. Penelitian ini tidak membahas makna filosofis, sejarah, atau simbol budaya secara mendalam.

8. Target Pasar

Produk ditujukan untuk anak muda usia 17–30 tahun yang suka produk lokal, peduli lingkungan, dan tertarik dengan desain yang unik. Kelompok usia lain tidak menjadi fokus dalam penelitian ini.

9. Bentuk Evaluasi

Evaluasi dilakukan melalui:

- a. Penilaian visual terhadap desain dan prototipe yang dihasilkan,
- b. Pengumpulan tanggapan dari calon pengguna melalui kuesioner.
- c. Uji teknis untuk memastikan motif dapat diterapkan dengan baik menggunakan mesin rajut.

Evaluasi tidak mencakup pengujian kelayakan produksi massal, perhitungan biaya produksi, ataupun uji ergonomi secara komprehensif.

10. Pihak yang Terlibat

Penelitian ini melibatkan dua pihak, yaitu Kampoeng Radjoet sebagai komunitas UMKM pengrajin rajut yang menjadi subjek utama, serta Merakit (Merajut Asa Kita) sebagai salah satu brand yang lahir dari komunitas tersebut dan berperan dalam merepresentasikan gagasan desain dan identitas visual hasil penelitian.

1.5 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengembangkan motif desain yang terinspirasi dari elemen visual lingkungan Kampoeng Radjoet.
2. Menerapkan motif yang dikembangkan ke dalam desain produk tote bag berbahan rajut dengan pertimbangan visual dan fungsionalitas.
3. Memperkuat identitas visual Kampoeng Radjoet melalui desain yang mencerminkan karakter dan kekayaan alam sekitarnya.
4. Menghasilkan alternatif produk rajut yang ramah lingkungan dan memiliki nilai budaya lokal untuk mendukung gaya hidup berkelanjutan.

1.6 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini antara lain:

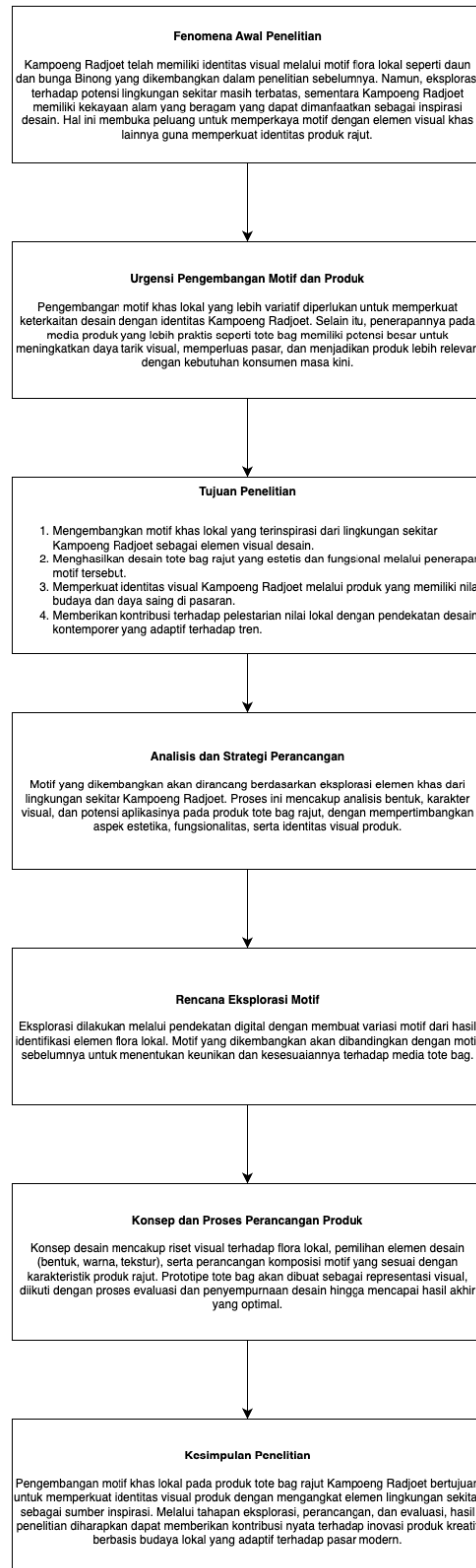
1. Menambah wawasan tentang desain produk, khususnya pengembangan motif khas dari lingkungan sekitar yang dapat diterapkan pada produk rajut maupun produk kreatif lainnya.
2. Membantu Kampoeng Radjoet menciptakan produk rajut dengan ciri khas yang kuat sehingga dapat meningkatkan daya saing dan menarik minat konsumen.
3. Mendorong masyarakat agar lebih menghargai kearifan lokal melalui desain produk yang menonjolkan budaya lokal dalam bentuk yang mudah digunakan sehari-hari.
4. Memberikan peluang untuk pengembangan produk ramah lingkungan seperti *tote bag*, yang tidak hanya estetis tapi juga dapat membantu mengurangi penggunaan plastik sekali pakai.

1.7 Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan kuantitatif. Pendekatan kualitatif digunakan untuk memahami secara mendalam proses pengembangan motif serta implementasinya pada produk rajut di Kampoeng Radjoet. Sementara itu, pendekatan kuantitatif digunakan untuk memperoleh data preferensi visual konsumen melalui penyebaran kuesioner. Untuk mendukung proses pengumpulan data, digunakan empat metode berikut.

1. Observasi, dilakukan dengan mengamati langsung proses produksi, bahan baku yang digunakan, serta jenis produk yang dihasilkan oleh pengrajin di Kampoeng Radjoet. Selain itu, observasi juga dilakukan melalui media sosial dan situs web untuk memahami tren pasar dan gaya visual yang sedang diminati oleh konsumen.
2. Wawancara, dilakukan dengan dua narasumber, yaitu peneliti sebelumnya untuk membahas hasil serta rekomendasi dari penelitian terdahulu, dan koordinator Kampoeng Radjoet untuk menggali informasi seputar proses produksi, tantangan di lapangan, serta harapan mereka terhadap pengembangan desain motif dan produk rajut.
3. Eksplorasi desain, digunakan sebagai proses kreatif dalam pengembangan motif. Proses ini meliputi pencarian ide, studi bentuk visual, stilasi elemen lokal, hingga uji coba penerapan motif pada produk tote bag rajut.
4. Kuesioner, digunakan untuk mengidentifikasi preferensi target pasar terhadap desain motif, pilihan warna, serta komposisi visual. Hasil kuesioner digunakan sebagai dasar evaluasi untuk menentukan desain akhir yang paling sesuai dengan selera konsumen.

1.8 Kerangka Penelitian



Gambar 1.1 Kerangka Penelitian (Dokumentasi Pribadi, 2025).

1.9 Sistematika Penulisan

Bab 1 Pendahuluan

Bab ini berisi tentang penjelasan yang melatar belakangi topik penelitian yang diambil, identifikasi, rumusah masalah, dan batasan masalah dalam melaksanakan penelitian serta sistematika urutan penulisan setiap bab dalam laporan.

Bab 2 Landasan Teori

Bab ini berisi tentang penjelasan mengenai teori yang menjadi landasan topik yang diangkat, baik dari sumber berupa buku, jurnal, paper, artikel, disertasi, tesis dan karya ilmiah lainnya guna memperkuat argumen dari peneliti yang sedang dilakukan.

Bab 3 Metode Penelitian dan Data Lapangan

Bab ini berisi tentang metode penelitian yang digunakan serta data primer, data sekunder serta menganalisis metode dan langkah-langkah penelitian secara rinci.

Bab 4 Konsep dan Hasil Perancangan

Memaparkan hasil konsep perancangan, desain produk dan hasil produk akhir.

Bab 5 Kesimpulan dan Saran

Berisi kesimpulan dari penelitian dan rekomendasi untuk pengembangan lebih lanjut.