

Seminar JIFFINA 2020

EKOSISTEM FURNITURE DALAM PENGEMBANGAN DESAIN UNTUK PASAR GLOBAL

Oleh Eddy Supriyatna-Mz.

PENDAHULUAN

Strategi mendesain furniture adalah konsep dan praktika yang memerlukan keterampilan khusus, tetapi keterampilan saja tidak cukup. Sebab, desainer bukan tukang gambar. Oleh sebab itu, praktika desain secara teknis dapat dilakukan apabila ada data tentang karakteristik desain di dalam pengembangannya.

Garner (2012: 10-11) mengungkapkan bahwa *design practice, in any of the various specialist fields, calls on a range of technical capabilities, shared enthusiasms, understanding of the operational culture and other domain-specific skills. This solution proposal is derived from those elements within the problem which will permit the creation of the physical form of the design idea. Thus thinking is converted from an abstract problem definition to a piece of visual thinking.*

Esensinya, Garner menekankan bahwa praktika desain merupakan salah satu dari berbagai bidang spesialis yang memerlukan berbagai keterampilan teknis, semangat bersama, pemahaman potensi budaya kerja, keterampilan dan domain khusus lainnya. Proposal solusi ini berasal dari elemen-elemen dalam masalah yang memungkinkan terciptanya bentuk fisik dari ide desain. Jadi, pemikiran diubah dari definisi masalah yang abstrak menjadi pemikiran visual berupa desain.

Ekosistem furniture berkaitan dengan keberadaan hutan alami di Indonesia, desain, produsen, dan pemasaran. Sebab, furniture yang dibuat menggunakan bahan baku dari hasil hutan. Oleh sebab itu, pengembangan desain furniture memegang peranan penting untuk melayani pasar, sekaligus bagaimana memanfaatkan hasil hutan dengan memperdayakan potensi *local* yang berorientasi pasar global.

Salah satunya adalah meminimalisir penggunaan bahan alami, seperti kayu dan rotan di dalam memproduksi furniture. Peranan *Research and Development* menjadi kunci untuk mendapatkan karakteristik desain yang sesuai tuntutan pasar.

Desain merupakan ujung tombak pemasaran, sehingga kehadirannya secara visual menjadi andalan dalam industry furniture di Indonesia.

METODE PELAKSANAAN

Pelaksanaan seminar dilakukan dengan cara presentasi tatap muka (offline). Penyajian menggunakan powerpoint dan pemaparan secara sistematis. Setelah pemaparan diadakan tanya jawab dan diskusi dengan para peserta seminar.

HASIL PEMBAHASAN

Para peserta seminar pada even pameran JIFFINA adalah para pelaku usaha bidang furniture dan kerajinan wilayah Yogyakarta, Jawa Tengah, Jawa Timur dan Bali. Adapun yang dibahas adalah pengembangan desain berbasis pasar global memiliki

karakteristik tersendiri. Narasumber utama Hasyim Djoyokusumo, Hatta Sinatra, Rudi Halim, dan Eddy Supriyatna sebagai *Keynote Speaker*.

Karakteristik desain tidak dapat terlepas dari “wants and needs” konsumen di pasar. Oleh sebab itu, karakteristik desain dapat dijadikan guidelines dalam mendesain. Berdasarkan hasil riset ditemukan karakteristik universal dan global yang sangat spesifik. Seminar ini memaparkan bagaimana karakteristik desain furniture untuk pasar global.

Karakteristik desain untuk pasar universal memiliki ciri-ciri (a). Selera universal(*universal tastes*); (b). Produk mudah dikemas (*easy to packed*); (c). Produk mudah diproduksi massal(*easily mass produced*); (d). Bentuk produk indah (*beautiful form*); (e). Mengikuti trend desain (*following the design trends*); (f). Harga relatif murah (*cheap prices*); (g). Produk mudah digunakan(*easy to used*).

Berdasarkan riset yang dilakukan Eddy Suriyatna, Irawan, dan Mutiara (2020) menemukan bahwa pengembangan desain furniture yang sesuai dengan *wants and needs* di pasar global dapat diamati dari karakteristik desainnya. Adapun tuntutan kebutuhan dan keinginan pasar global yang memiliki karakteristik produk furniture sebagai berikut (a). Bentuk sederhana dan praktis(*simple and practical form*); (b). Sosoknya ramping (*the figure is slim*); (c). Bobot ringan/tidak berat (*the weight is light/not heavy*); (d). Tanpa hiasan(*without decorations*); (e). Warna natural(*natural colors*); (f). Bahan natural (*natural materials/green design*). Esensinya bahwa

desain-desain pasar global dibuat berdasarkan selera pasar yang heterogen (seragam atau nyaris sama di seluruh dunia) dengan karakteristik mengacu pada gaya modern minimalis (*modern minimalist style*).

Secara spesifik system konstruksi furniture untuk pasar global meliputi (a). Mudah dibongkar pasang (*easy to disassemble* mendapatkan model *knocked-down systems*); (b). Mudah dilipat (*easy to folded* mendapatkan model *folding systems*); (c). Mudah disusun (*easy to stacked* mendapatkan model *stacking systems*); (d). Mudah dipindah-pindahkan (*easy to move* mendapatkan model *mobile systems*); (e). Mudah dibawa-bawa (*easy to carry* mendapatkan model *transportable systems*); (f). Mudah disimpan (*easy to stored* mendapatkan *storage systems*); (g). Siap dipasang (*ready to be installed* mendapatkan *ready to assembled systems*); (h). Siap dipakai (*ready to wear* mendapatkan model *ready to use system*). Dengan mengkaji kondisi tersebut, maka produk furniture cenderung menggunakan konstruksi yang fungsional dan sistematis. Karakteristik tersebut berpengaruh terhadap formula desain furniture dan keterkaitannya dengan teknologi produksi. Karakteristik produk tersebut berpengaruh pada strategi produksi dan strategi pemasaran.

Adapun karakteristik desain furniture di Cirebon dan Solo ditemukan karakteristik desain furniture rotan untuk pasar global sebagai berikut (a). Mudah disusun (*easy to stacked* mendapatkan model *stacking systems*); (b). Mudah dibawa-bawa atau di-cangkung (*easy to carry* mendapatkan model *transportable systems*); (c). Siap

dipasang (*ready to be installed* mendapatkan *ready to assembled systems*); (d). Siap dipakai (*ready to wear* mendapatkan model *ready to use system*).

Bila dikaji lebih mendalam, maka karakteristik desain furniture rotan yang memiliki sistem *knocked-down* masih jarang dibuat oleh pasar produsen Indonesia, bahkan dunia. Oleh sebab itu dalam proses penciptaan desain furniture rotan untuk pasar global ini akan diprioritaskan pada desain-desain furniture rotan yang memiliki sistem *knocked-down*, *stacking* dan *ready to use*. *Knocked-down system*, *stacking system* dan *ready to use system* memenuhi tuntutan *wants* dan *needs* dari selera pasar global yaitu: (a) gaya minimalis, (b) praktis, (c) ekonomis, (d) sederhana, (e) massal, (f) bahan natural, (g) universal (bentuk seragam dan sama) di seluruh negara, khususnya di Asia Pasifik. Oleh sebab itu, formula desain furniture rotan untuk pasar global secara spesifik memiliki karakteristik yaitu (a) Siap dipakai (*ready to wear* mendapatkan model *ready to use system*); (b). Mudah dibawa-bawa (*easy to carry* mendapatkan model *transportable systems*); (c). Mudah disimpan (*easy to stored* mendapatkan *storage systems*). Tiga karakteristik ini menjadi tolok ukur penciptaan desain untuk pasar global.

Penciptaan desain furniture rotan untuk pasar global, khususnya di Asia-Pasifik. Proses penciptaan dilakukan dengan membuat sketa-sketsa desain alternatif, khususnya sketsa desain kursi yang sesuai dengan formula desain hasil pengkajian karakteristik desain. Adapun jumlah desain alternatif sebanyak 20 (dua puluh) sketsa kursi, terdiri dari *stacking chair* (kursi susun), *knock down chair* (kursi

bongkar pasang), dan *easy to carry chair* (kursi mudah dicangking) dengan ciri modern minimalis.

Uji kelayakan produk furniture dilakukan di Yogyakarta melalui kegiatan seminar dan diskusi (*focus group discussion*). Seminar dihadiri oleh para pelaku bisnis, desainer, praktisi furniture dan akademisi dari Yogyakarta, Solo, dan sekitarnya. Adapun narasumber dari praktisi dan pakar pemasaran global, Tenggono Chuandra Phoa dan tenaga ahli teknik pembuatan furniture rotan, Djaso Saputra. Produk furniture yang masih berupa *prototype* didiskusikan dari aspek desain, pemasaran global, dan teknik produksi dengan pendekatan multidisiplin.

Temuan dari hasil *focus group discussion* adalah (a). Desain dinyatakan layak untuk pasar global, (b). *Knock down furniture* rotan masih jarang diproduksi, bahkan langka, sehingga menjadi produk yang berbeda, (c).

Berdasarkan sosok desainnya, sasaran pasar cenderung untuk pasar Asia (Cina) dan Afrika, dengan segmen pasar yang bersifat universal, (d). *Stacking furniture* rotan juga layak pasar global, karena dapat menghemat tempat (*space*) di dalam pengiriman, terutama dalam kontainer, (e). Saran perbaikan lebih banyak pada sistem konstruksi *knock down* yang masih menggunakan *joint connecting bolt* dan *nut* yang tampaknya belum tepat guna. Selain itu, paku pada sandaran dan dudukan kursi *knock down* disarankan untuk diberi lilitan rotan, agar tampak lebih bagus, (f).

Komponen sandaran dan dudukan akan lebih efektif apabila dibagi menjadi dua komponen dengan sistem *knock down* (bongkar pasang).

Berdasarkan kajian dan tahapan tersebut, maka diperoleh temuan-temuan sebagai berikut: (1). Proses penciptaan desain memerlukan kajian pemasaran global untuk mengidentifikasi selera yang tercermin dalam “wants and needs” dari konsumennya (pasar); (2). Proses penciptaan desain tidak hanya dari keinginan, kebutuhan, dan kepuasan desainernya, tetapi lebih mengutamakan kepuasan konsumennya (pasar); (3). Karakteristik desain furniture untuk pasar global sangat universal, seragam, nyaris sama bentuknya, dan terstandarisasi di seluruh negara; (4). Kepraktisan dan kemudahan penggunaan, pengiriman, serta penyimpanan produk furniture menjadi tuntutan pasar global; (5). Potensi rotan sebagai bahan baku furniture memiliki keunggulan fleksibilitas (lentur) dalam proses pembentukannya. Selain itu, bahan baku rotan merupakan potensi yang besar bagi Indonesia, sehingga memiliki nilai daya saing tinggi di era globalisasi.

Adapun secara teori, formula desain untuk pasar global berbasis desain universal meliputi (1). Fungsi sesuai dengan kebutuhan pengguna; (2). Kemudahan dan fleksibilitas dalam penggunaan; (3) Keamanan dan keselamatan dalam penggunaan; (4). Kejelasan informasi dalam penggunaan. Dalam konteks ini, faktor ergonomi, antropometrika, dan faktor fungsi menjadi pertimbangan utama di dalam penciptaan desain furniture rotan untuk pasar global.

Di dalam konteks pemasaran, Godin (2021:13) menjelaskan bahwa pemasar tidak menggunakan konsumen untuk memecahkan masalah perusahaan mereka, mereka menggunakan pemasaran untuk memecahkan masalah orang lain. Logikanya, memecahkan masalah melalui proses berpikir desain. Pemikiran desain bertujuan untuk memahami kebutuhan manusia yang terkait dengan suatu masalah (Foster, 2019), sehingga desain dapat dijadikan sebagai alat untuk memecahkan masalah. Dengan demikian, karakteristik desain dapat dijadikan alat pemecahan masalah dan pemahaman tentang tuntutan kebutuhan konsumen yang divisualisasikan oleh desainer.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pemaparan maka dapat disimpulkan bahwa karakteristik desain untuk pasar global yang universal dapat dijadikan pedoman untuk memvisualisasikannya di dalam desain. Elemen desain yang disajikan selayaknya sesuai dengan tuntutan dan harapan pasar global.

DAFTAR PUSTAKA

- Foster, Mary K. (31 Agustus 2019). "Design thinking: A creative approach to problem solving" dalam <https://doi.org/10.1177/2379298119871468>
- Garner, Steve and Chris Evans. (2012) *Design and designing: A critical introduction*. New York: BERG.
- Godin, Seth. (2021). *This is marketing*. Terj. Fairano Ilyas. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Postell, Jim. (2012) *Furniture design*. Canada: John Wiley & Sons, Inc.

Supriyatna, Eddy, Agustinus Purna Irawan, dan Maitri Widya Mutiara (Oktober 2019). “Pengembangan desain furniture ukir kayu pada industri furniture di Jepara,” *Jurnal Muara Ilmu Sosial, Humaniora, dan Seni* , Vol. 3, No. 2, Oktober 2019: hlm 433-439), <https://doi.org/10.24912/jmishumsen.v3i2.6036433>.

Supriyatna-Marizar, Eddy, Agustinus Purna Irawan, Jap Tji Beng (2018). “The knock down system of rattan furniture for global market”. TICATE 2018 IOP Conf. Series: Materials Science and Engineering 508 (2019) 012104 IOP Publishing doi:10.1088/1757-899X/508/1/012104 1.

PKM. Yogya, 14-15 Maret 2020