

**TEMA:
PENGEMBANGAN PENDIDIKAN
VOKASI**

SISTEM PENILAIAN PENDIDIKAN VOKASI

Emy Budiastuti

Pendidikan Teknik Boga dan Busana FT UNY

ABSTRAK

Penilaian merupakan kegiatan yang harus dilakukan dalam setiap pembelajaran. Tanpa ada penilaian, mustahil kemampuan dan keterampilan peserta didik bisa diketahui. Mengingat penilaian mempunyai peran yang sangat penting dalam pembelajaran, maka penilaian wajib dilaksanakan bagi pendidik atau dosen. Dengan penilaian, kemampuan dan keterampilan peserta didik akan dapat diketahui. Dalam pendidikan vokasi, proses dan hasil pembelajaran lebih cenderung dalam bentuk kompetensi. Kompetensi adalah atribut individu peserta didik, sehingga asesmen berbasis kompetensi bersifat individual. Sistem penilaian untuk mengukur kompetensi mahasiswa adalah *performance based assessment* atau *authentic assessment* yang dilakukan secara menyeluruh, mencakup aspek kognitif, afektif, dan psikomotor yang dilakukan secara simultan. Melalui penilaian otentik diharapkan dapat merangsang peserta didik untuk mengembangkan keterampilan atau kompetensi yang relevan dengan dunia kerja

Kata Kunci: Sistem Penilaian, Pendidikan Vokasi

PENDAHULUAN

Masalah utama pendidikan adalah kenyataan bahwa ada kesenjangan antara pembelajaran di sekolah dengan dunia nyata dan antara tugas-tugas penilaian dengan apa yang terjadi dalam dunia kerja. Masalahnya adalah bahwa standar sekolah tidak selaras dengan harapan dari dunia kerja. Pentingnya penilaian dilakukan dalam setiap pembelajaran adalah untuk menjamin terciptanya pendidikan yang berkualitas. Penilaian yang dilakukan dalam pembelajaran termasuk pendidikan vokasi, secara nyata mencakup semua hasil belajar peserta didik, yaitu kemampuan kognitif, afektif dan psikomotorik. Ketiga aspek tersebut merupakan satu kesatuan pembelajaran yang tidak terpisahkan, yang harus dilakukan secara

utuh, walaupun karakteristik untuk masing-masing aspek tersebut berbeda.

Pendidikan vokasi merupakan pendidikan yang mengarahkan untuk mengembangkan keahlian, sesuai dengan bidang pekerjaan tertentu yang harapannya dapat menciptakan lapangan kerja. Sesuai tujuan pembelajaran pada pendidikan vokasi, lebih menekankan pembelajaran keterampilan (skill) sesuai dengan tuntutan dunia industri atau dunia kerja. Dalam pendidikan vokasi, keterampilan atau keahlian lebih dikenal dengan kompetensi atau kinerja. Untuk mengetahui kompetensi peserta didik diperlukan penilaian. Sistem penilaian hasil belajar yang digunakan adalah model penilaian yang berbasis kompetensi atau dikenal sebagai *Performance Based Assesment* atau sering disebut *Authentic Assessment*. Penilaian otentik merupakan penilaian yang menyeluruh mencakup aspek pengetahuan, keterampilan, dan sikap peserta didik. Pelaksanaan penilaian ke tiga aspek tersebut secara simultan sesuai dengan prosedur dan sifat materi. Dalam pelaksanaannya, penilaian otentik dalam pendidikan vokasi dapat dilakukan melalui tugas-tugas yang membentuk kompetensi peserta didik. Oleh karena itu instrumen yang digunakan harus mampu secara nyata menjangkau data dari aspek kognitif, afektif dan psikomotor.

Pembelajaran pendidikan vokasi merupakan pembelajaran yang sarat dengan keterampilan psikomotorik. Aspek psikomotorik atau keterampilan dapat diketahui dengan cara peserta didik diminta untuk mendemonstrasikan kemampuan dan keterampilannya. Keterampilan yang dilakukan secara nyata oleh peserta didik dapat diukur dengan cara penilaian unjuk kerja, proses dan produk, portofolio yang secara explicit. Penilaian yang dikenal adalah penilaian otentik.

Penerapan penilaian otentik menuntut aspek-aspek yang secara nyata dapat mengukur ketrampilan, yaitu dengan menggunakan lembar soal, lembar observasi, rubrik, prosedur penilaian, teknik penskoran, dan cara pelaporan. Sistem penilaian demikian dilakukan untuk dapat mengetahui dan menentukan profil peserta didik, sehingga mendapatkan pengakuan di dunia kerja.

PEMBAHASAN

Penilaian autentik telah menjadi semakin populer, karena persepsi telah berkembang bahwa ada kebutuhan untuk pendekatan yang lebih holistik untuk mengevaluasi siswa. Penilaian autentik memungkinkan siswa untuk membangun respon. Penilaian autentik menangkap pemahaman yang mendalam, pemecahan masalah keterampilan (skill), keterampilan sosial, dan sikap yang digunakan dalam dunia nyata, atau simulasi situasi dunia nyata. Penilaian otentik menentukan tugas-tugas yang bermakna dan menarik, dalam konteks yang kaya, di mana peserta didik menerapkan pengetahuan dan keterampilan, dan melakukan tugas dalam situasi baru. Tugas otentik membantu siswa berlatih untuk berfikir kompleks dan profesional. Misalnya, untuk menilai kemampuan menulis surat siswa otentik, guru menugaskan kepada peserta didik untuk menulis surat kepada teman atau saudara. Tugas ini disertai dengan rubrik yang telah disepakati peserta didik dan guru. Hal penting adalah bahwa peserta didik memahami dengan jelas kriteria penilaian sebelum mereka menilai tugas.

Setiap jenis penilaian tergantung pada tujuannya. Penilaian otentik, menurut Wiggins (1990) dirancang untuk:

- 1. make students successful learners with acquired knowledge*
- 2. provide students with a full range of skills (e.g., research, writing, revising, oral skills, debating, and other critical thinking skills)*
- 3. demonstrate whether the student can generate full and valid answers in relation to the task or challenge at hand*
- 4. provide reliability by offering suitable and standardized criteria for scoring such tasks and challenges*
- 5. give students the chance to 'rehearse' critical thinking in achieving success in their future adult and professional lives.*

Sesuai dengan karakteristik pembelajaran vokasi yaitu pembelajaran berbasis kompetensi sehingga jenis penilaiannya yang banyak diterapkan adalah penilaian otentik . Penilaian otentik (*Authentic Assessment*) adalah pengukuran yang bermakna secara signifikan atas hasil belajar peserta didik untuk ranah sikap, keterampilan, dan pengetahuan. Penilaian otentik mendorong peserta didik untuk melakukan observasi, menalar, mencoba, membangun jejaring, dan lain-lain. Dalam melakukan penilaian

otentik, tahapan yang perlu dilakukan pendidik adalah: mengkonstruksi, mengorganisasi, analisis, sintesis, menafsirkan, menjelaskan, evaluasi, mencipta.

Adapun tugas-tugas yang membentuk kompetensi peserta didik dapat berupa:

1. Tes tertulis dan lisan, bisa berupa penugasan yang terintegrasi dalam keterampilan

2. Penilaian diri

Menurut Andrade dan Du (2007: 160), penilaian diri adalah proses penilaian formatif di mana siswa merenungkan dan mengevaluasi kualitas pekerjaan mereka, menilai sejauh mana mereka menyatakan tujuan eksplisit atau kriteria, mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan mereka dalam bekerja.

3. Penilaian teman sejawat (*peer assessment*)

Penilaian antar teman atau teman sebaya (*peer assessment*) merupakan teknik penilaian dengan cara meminta peserta didik untuk mengemukakan kelebihan dan kekurangan temannya dalam berbagai hal

4. jurnal

Catatan pendidik di dalam dan di luar kelas yang berkaitan dengan sikap dan perilaku yang berisi informasi hasil pengamatan tentang kekuatan dan kelemahan peserta didik

5. Proyek

Penilaian proyek merupakan kegiatan penilaian terhadap suatu tugas yang harus diselesaikan dalam waktu tertentu.

6. Portofolio

Penilaian portofolio merupakan model evaluasi yang otentik. Penilaian portofolio pada dasarnya adalah menilai karya-karya individu untuk suatu tugas tertentu. Semua tugas yang dikerjakan peserta didik dikumpulkan dan di akhir suatu unit program pembelajaran (Djemari Mardapi, 2004:16)

5. Penilaian unjuk kerja)

Berk (1986:x) menyatakan bahwa asesmen unjuk kerja adalah proses mengumpulkan data dengan cara pengamatan yang sistematis untuk membuat keputusan tentang individu. Penggunaan penilaian kinerja atau unjuk kerja adalah untuk menilai kompetensi yang bertujuan untuk mengembangkan

potensi peserta didik. Tujuannya adalah untuk membentuk rencana pengembangan profesional dan mencapai sinergi antara tujuan pengajaran dan kemampuan peserta didik.

Pengembangan Instrumen

Sebelum melakukan suatu penilaian, diperlukan pengembangan instrumen. Untuk mengembangkan instrumen, misalnya instrumen unjuk kerja, guru tidak hanya menilai karakteristik individu, tetapi berusaha untuk menemukan keterkaitan antara tujuan pengajaran, kemampuan peserta didik, dan kebutuhan dunia usaha (Yorkovich, 2008: 1-2).

Brenan (2006:394), yang menyatakan bahwa dalam konteks penilaian kinerja atau penilaian otentik, diperlukan pengembangan rubrik yang digunakan sebagai dasar pengukuran. Dengan adanya rubrik maka skala respon dan perbedaan antara tingkat skor sama di set item. Desain rubrik penilaian membutuhkan spesifikasi dari kriteria untuk menilai kualitas kinerja dan pilihan prosedur penilaian. Selanjutnya menurut Johnson (2009: 119) rubrik analitik lebih rinci dan mengandung pernyataan yang mengindikasikan bagian atau aspek yang diukur.

Dalam implementasi penilaian otentik diperlukan rater yang mempunyai komitmen tinggi dalam melakukan penilaian agar penilaian yang dilakukan bisa secara konsisten untuk menggambarkan kemampuan dan keterampilan peserta didik. Menurut Bresciani (2009: 2-3), untuk mencapai tingkat kehandalan antar-rater yang tinggi perlu merancang dan menerapkan rubrik. Rubrik disusun untuk menghindari subjektivitas penilai dan untuk memperoleh tingkat kehandalan antar-rater. Menurut John Mueller (2014:1), rubrik adalah skala skor yang digunakan untuk menilai kinerja siswa tentang tugas tertentu. Rubrik berguna untuk mencocokkan kinerja siswa terhadap seperangkat kriteria untuk menentukan sejauh mana kinerja siswa memenuhi kriteria untuk tugas tersebut. Untuk mengukur kinerja siswa terhadap tugas tertentu ditentukan dengan kriteria, rubrik, atau skala penilaian, biasanya dibuat berisi kriteria penting untuk tugas dan tingkat yang tepat dari kinerja untuk setiap kriteria. Seorang pengajar tidak menggunakan format penilaian, maka penilaiannya akan mengada-

ngada, menerka-nerka, sehingga dia tidak bisa memberikan penilaian yang objektif kepada pekerjaan siswa (Emy Budiastuti, 2012:8).

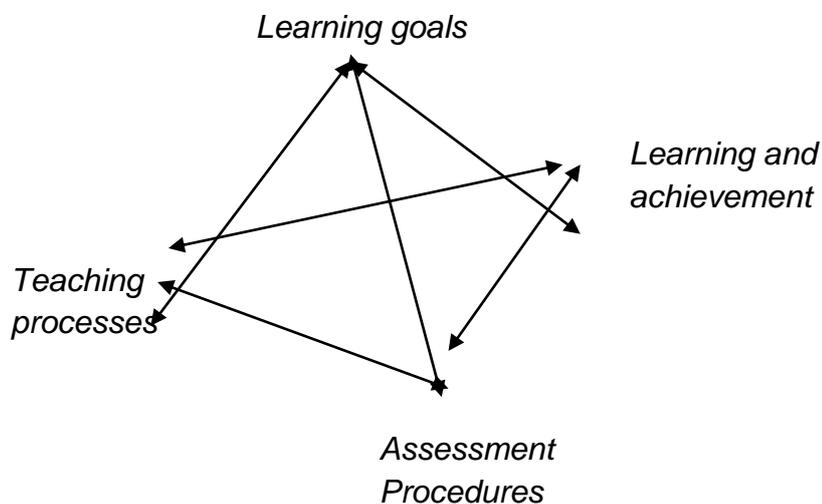
Pelaksanaan Penilaian

Penilaian dalam pendidikan vokasi dapat dilakukan melalui tugas-tugas yang membentuk kompetensi peserta didik. Sistem penilaian hasil belajar menganut penilaian acuan norma dan penilaian acuan patokan.. Penilaian acuan norma merupakan pengukuran yang mendudukan individu pada kelompoknya, membandingkan penguasaan individu terhadap rata-rata penguasaan kelompok. Sedangkan penilaian acuan patokan merupakan pengukuran keberhasilan belajar didasarkan atas penafsiran tingkah laku (*performance*) yang didasarkan atas kriteria atau standar khusus, artinya derajat penguasaan yang ada didasarkan pada tingkat tertentu yang harus dicapai. Sistem penilaian untuk bidang keterampilan lebih mengacu pada penilaian acuan patokan. Ciri utama yang menandai pemakaian penilaian acuan patokan adalah penafsiran skor dari alat pengukuran yang dapat menghasilkan deskripsi tentang kemampuan atau pengetahuan yang dimiliki oleh peserta didik. Penafsiran hasil tes selalu dibandingkan dengan standar atau criteria yang ditetapkan terlebih dahulu (Djemari Mardapi, 2004: 13).

Berdasar karakteristik pendidikan vokasi yang menekankan pada pendidikan yang disesuaikan dengan kebutuhan dunia industri, maka penilaian yang diterapkan mengacu pada penilaian berbasis kompetensi. Penilaian berbasis kompetensi mengukur keterampilan nyata mahasiswa berdasar kategori kompeten dan tidak kompeten. Ciri-ciri tersebut menegaskan bahwa pelaksanaan penilaian berbasis kompetensi penekanannya pada tujuan dan keterbukaan serta suatu penilaian yang mengacu pada kriteria.

Sebelum melakukan penilaian, seorang guru harus membuat perencanaan pembelajaran sesuai dengan dengan kebutuhan mahasiswa ang ada di kurikulum secara jelas. Apabila perencanaan telah tersusun dengan baik dan lengkap, selanjutnya guru melaksanakan pembelajaran sesuai dengan rencana yang telah tersusun. Agar pembelajaran berjalan dengan optimal, pendidik (dosen) sebaiknya menerapkan berbagai metode dan media pembelajaran agar materi yang disampaikan guru bisa diterima

mahasiswa dengan jelas. Apakah materi yang diberikan dosen sudah terserap dengan baik oleh mahasiswa perlu dilakukan penilaian. Berdasar hasil penilaian, seorang dosen akan dapat mengetahui kekurangan atau kelemahan serta hambatan yang dialami mahasiswa. Hasil penilaian bisa digunakan sebagai tindak lanjut yang harus dilakukan dosen dan mahasiswa. pembelajaran sesuai dengan kebutuhan berdasar kurikulum Pembelajaran pendidikan vokasi lebih menekankan pada keterampilan sesuai bidangnya. Langkah penilaian yang dilakukan pada pendidikan vokasi yang mengacu pada penilaian otentik mencakup rencana pembelajaran, pelaksanaan pembelajaran, penilaian, dan umpan balik. Hubungan antara tujuan belajar, kegiatan mengajar, proses pembelajaran dan prosedur penilaian dapat digambarkan dalam bentuk tetrahedron seperti pada gambar1. Seperti dalam sistem antar hubungan, keempat komponen berada dalam keseimbangan. Artinya, penyesuaian satu komponen memerlukan penyesuaian simpatik dari tiga lainnya. Penyesuaian simpatik menyiratkan keselarasan alasan yang mendasari asumsi masing-masing komponen.



Gambar 1. The teaching, learning, assessment domain (Cumming, 1999:4)

Berdasarkan penilaian yang harus dilakukan pada pendidikan vokasi banyak perangkat penilaian yang perlu disiapkan, maka dosen perlu mengembangkan perangkat penilaian berdasar pada jenis tugas yang dikerjakan mahasiswa. Perangkat penilaian yang telah

tersusun (lembar soal, lembar penilaian, rubrik, pensekoran, prosedur penilaian) tidak bisa berdiri sendiri, namun saling berkaitan untuk digunakan secara simultan. Berikut terdapat beberapa contoh instrumen penilaian yang dapat digunakan untuk mengukur kemampuan dan keterampilan mahasiswa.

1. Contoh: format lembar penilaian sikap menjahit

Nama mahasiswa :

NIM :

No	Aspek yang diamati	Hasil Observasi				Ket
		4 Sangat tinggi	3 Tinggi	2 Rendah	1 Sangat rendah	
1.	Tanggung jawab					
2.	Disiplin					
3.	Ketelitian					
4.	Kerjasama					
5.	dsb					

Adapun cara pensekorannya adalah:

No	Skor siswa	Kategori sikap
1.	$X \geq \bar{x} + 1.SB_x$	Sangat positif/sangat tinggi
2.	$X + 1.SB_x > x \geq \bar{x}$	Tinggi/positif
3.	$X > x \geq \bar{x} - 1.SB_x$	Negatif/rendah
4.	$X < \bar{x} - 1.SB_x$	Sangat negative/rendah

(Djemari Mardapi, 2012:162)

Contoh lembar penilaian praktek menjahit celana anak

Nama Mahasiswa :

NIM :

No	Jenis Kegiatan	Bobot	Pencapaian Kompetensi				Skor	Keterangan Pencapaian Kompetensi
			Tidak kompeten		Kompeten			
			1	2	3	4		

A.	Persiapan:	(10)						
1.	a. Menyiapkan alat jahit	5			v		3,75	
	b. Menyiapkan bagian-bagian busana yang akan dijahit	5				v	5,00	
							Skor	8,75
B	Proses Menjahit	(55)						
1.	Mengoperasikan mesin jahit	10						
2.	Menerapkan teknik menjahit bagian-bagian busana:							
	a. Saku samping	5						
	b. Saku dalam (bag. belakang)	5						
	c. Golbi	10						
	d. Ban pinggang	5						
	e. Lipit	5						
	f. Pesak	5						
	g. Setikan	5						
3.	Keselamatan kerja	5						
C	Hasil menjahit	(35)						
1.	Pressing	15						
2.	Kerapian	15						
3.	Kebersihan	5						
Jumlah bobot		100	Total skor					

Keterangan skala penilaian total:

Kompeten :jika kriteria penilaian sangat baik (memperoleh nilai ≥ 86)

:jika criteria penilaian baik (memperoleh nilai $70 \leq \text{skor} < 86$)

Tidak kompeten :jika criteria penilaian kurang baik (memperoleh nilai $56 \leq \text{skor} < 70$)

:jika criteria penilaian tidak baik (memperoleh nilai < 56)

Contoh rubrik: menjahit celana anak laki-laki

No	Komponen Penilaian Kompetensi	Pencapaian kompetensi	Deskripsi kompetensi	Keputusan
----	-------------------------------	-----------------------	----------------------	-----------

A.	PERSIAPAN			
1.	Menyiapkan alat jahit	Sangat baik (4)	Peralatan disiapkan dengan lengkap, diuji coba sebelum digunakan (siap untuk digunakan), dalam kondisi bersih	Kompeten
	a. Mesin jahit b. Gunting kain c. Mitlin d. Sekoci e. Sepul f. Pendedel g. Kapur jahit h. Rader i. Jarum pentul	Baik (3)	Peralatan disiapkan dengan lengkap, diuji coba sebelum digunakan (siap untuk digunakan), tidak dalam kondisi bersih	Kompeten
		Kurang baik (2)	Peralatan disiapkan dengan lengkap, peralatan tidak diuji coba sebelum digunakan (tidak siap untuk digunakan), tidak dalam kondisi bersih	Tidak kompeten
		Tidak baik (1)	Peralatan tidak lengkap, tidak diuji coba sebelum digunakan (tidak siap digunakan), tidak dalam kondisi bersih	Tidak kompeten

SIMPULAN

Peran sistem penilaian adalah sebagai acuan prinsip-prinsip, metode pengujian, dan aturan-aturan pelaksanaan penilaian/pengujian yang dibutuhkan agar proses penilaian/pengujian dapat dijamin berdasarkan standar kompetensi, dilaksanakan secara adil, valid, dan konsisten. Penilaian penting untuk dilakukan pengajar (dosen). Agar seorang dosen dapat mengetahui mahasiswanya kompeten atau tidak kompeten di bidangnya (misal: busana, boga dan kecantikan), maka diperlukan pengukuran. Untuk dapat melakukan pengukuran diperlukan adanya perangkat yang mendukung, diantaranya: soal, lembar penilaian lengkap dengan skala dan bobot, prosedur penilaian, kriteria penilaian, pensekoran, dan pelaporan).

REFERENSI

Andrade, H. & Du, Y. (2007). *Student responses to criteria-referenced self-Assessment. Assessment and Evaluation in Higher Education*, 32 (2), 159-181

- Berk, R.A. (1986). *Performance assessment*. Baltimore: The John Hopkins University Press
- Brennan, R,L. (2006). *Educational measurement*. Westport: Praeger
- Bresciani, M.J, et al. (2009). *Examining design and inter-rater reliability of a rubric measuring research quality across multiple disciplines. Practical Assessment, Research & Evaluation*, Vol. 14, No 12
- Cumming, .J.J & Maxell, G.S. 1999. Contextualising Authentic Assessment. *Journal. Practical Assessment, Research & Evaluation*, Vol. 14, No 12 6(2), 177-194.
- Djemari Mardapi. 2012).*Pengukuran penilaian dan evaluasi pendidikan*.Yogyakarta: Nuha Medika
- _____. (2004). Pengembangan system penilaian berbasis kompetensi. *Makalah*. Surabaya: HEPI
- Emy Budiastuti. (2012). Pengembangan sistem penilaian uji kompetensi menjahit busana pada enjang pendidikan SMK . *Disertasi*.Yogyakarta: PPS UNY
- Gulikers, J. T. M., Bastiaens, Th. J., & Kirschner, P. A. (2006). Authenticassessment, studentand teacher perceptions: the practical value of the five dimensional-framework. *Journal of Vocational Education and Training*, 58, 337-357
- Johnson, R.L., Penny, J.A., & Gordon, B. (2009). *Assessing performance: designing, scoring, and validating performance task*. London: The Guilford Pres
- Jon Mueller. 2014. Rubrics (Authentic Assessment Toolbox). *North Central College*, Naperville. <http://assess.pages.tcnj.edu/files/2011/06/DevelopingRubrics.pdf>. Diunduh pada Sabtu 1 Npember 2014, pukul 19.35

- Mueller, J. (2006). Authentic Assessment. North Central College. Diakses dari:
<http://jonatan.muller.faculty.noctrl.edu/toolbox/whatisist.htm>
- Torulf Palm. (2008). *Performance Assessment and Authentic Assessment A Conceptual Analysis of the Literature. Practical Assessment, Research & Evaluation, Vol 13, N 4, April 2008*
- Yorkovich, S. A, Waddell, G.S, & Gerwig, R.K. (2008). Competency-based assessment systems: Encouragement toward a more holistic approach. Diambil dari:
http://spiritoforganization.com/documents/Waddell_CompetyBasedAssessment.pdf pada tanggal 5 Oktober 2014

TEMA:
INDUSTRI KREATIF BIDANG BOGA
BUSANA RIAS PASAR EKONOMI ASEAN

PELUANG, TANTANGAN DAN STRATEGI SUMBER DAYA MANUSIA BIDANG KECANTIKAN MENJELANG MASYARAKAT EKONOMI ASEAN (MEA)

Asi Tritanti

Pendidikan Teknik Boga dan Busana FT UNY

ABSTRAK

Masyarakat Ekonomi ASEAN atau Asean Economic Community, siap menjadi bagian dari kehidupan bangsa Indonesia. Berbagai peluang kerja terbuka luas bagi anak bangsa untuk berkarya, baik dalam kawasan regional maupun global. Namun tantangan yang dihadapi cukup berat dan beragam. Diperlukan strategi yang baik, cermat dan tepat untuk menangkap peluang dan menjawab tantangan ini. Melalui sektor pendidikan, khususnya pendidikan vokasi, diharapkan dapat memenuhi kebutuhan tenaga kerja berkualitas dan siap kerja yang mampu bersaing secara profesional dengan pencari kerja lainnya. Perlu upaya dan kolaborasi dari berbagai pihak untuk menyiapkan generasi muda berkualitas sebagai SDM profesional yang akan bersaing bersama generasi muda ASEAN lainnya, yang mampu menjawab tantangan MEA tahun 2015, AFTA dan era perdagangan bebas dunia.

Kata kunci: MEA, pendidikan vokasi, SDM berkualitas.

PENDAHULUAN

Tahun 2014 hampir berakhir, tahun 2015 siap menjelang. Memasuki penghujung tahun 2014, dan menyongsong awal tahun 2015, walaupun terlihat biasa saja, namun ada sesuatu yang berbeda bila dibandingkan dengan penghujung-penghujung tahun sebelumnya, yaitu suasana memasuki Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA). Bagi beberapa kalangan, penghujung tahun 2014 adalah sebuah akhir tahun yang dilewati biasa saja, namun bagi kalangan lainnya, seperti pelaku usaha, baik sektor barang dan jasa, industri kecil hingga hingga industri besar, para pemilik modal, bahkan pengelola pendidikan, awal tahun 2015 adalah tahun dimulainya kompetisi strategi, kemampuan, dan pertarungan ekonomi di lapangan dengan segala kompleksitasnya, dimana masing-masing

pihak akan terus berupaya menjaga eksistensi dan konsistensi bidangnya masing-masing. Kegiatan perekonomian akan terbukangat lebar untuk berbagai bidang, baik pada sektor perdagangan dan sektor tenaga kerja, dan bukan hanya dari dalam negeri, tapi juga dari luar negeri terutama kawasan ASEAN. Pada akhir tahun 2015, batas aturan tentang pajak, tarif dan bea untuk barang dan jasa yang beredar di kawasan Asia Tenggara pun akan resmi dibuka.

Perlu persiapan matang untuk dapat berpartisipasi dan bertahan dalam Masyarakat Ekonomi ASEAN. Pada sektor perdagangan, Indonesia sebagai salah satu anggota ASEAN dengan penduduk yang terpadat, tentu menjadi sasaran pasar produk-produk dari luar negeri, karena tingkat konsumsi masyarakat yang tinggi. Bila tidak disikapi dengan baik, kondisi ini dapat mempengaruhi pasar dalam negeri. Produk-produk lokal akan bersaing ketat dengan produk impor, baik pada segi harga, kualitas, dan kuantitas. Di satu sisi, kecenderungan masyarakat Indonesia pada umumnya yang lebih menyukai produk impor dibandingkan dengan produk lokal juga menjadi masalah tersendiri. Pada sektor tenaga kerja, setali tiga uang dengan sektor perdagangan juga memiliki masalah yang jauh lebih kompleks. Dengan AEC berbagai negara di ASEAN akan dengan bebas bersaing untuk mengisi sektor tenaga kerja di seluruh negara ASEAN (Johny Wahyuadi M. Soedarsono, 2014), termasuk di Indonesia.

Kepadatan penduduk yang tinggi tidak berimbang dengan kualifikasi pendidikan dan kompetensi yang tinggi. Pada sektor pendidikan pemerintah telah mengantisipasi dan mempersiapkan diri dengan mengeluarkan Peraturan Presiden Republik Indonesia (Perpres) Nomor 8 Tahun 2012 Tentang Kerangka Kualifikasi Nasional Indonesia (KKNI) yang telah diundangkan pada tanggal 17 Januari 2012. Sebagai tindak lanjut Peraturan Presiden Nomor 8 tahun 2012 tersebut Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI mengeluarkan Peraturan Menteri Pendidikan RI (Permen) Nomor 73 tahun 2013 tentang Penerapan Kerangka Kualifikasi Nasional Indonesia Bidang pendidikan Tinggi yang telah diundangkan pada tanggal 13 Juni 2013. Jika dicermati pemerintah dalam hal ini Presiden telah 3 tahun memberikan perhatian pentingnya persiapan Perguruan Tinggi menghadapi MEA dan tentunya jbaran pelaksanaan Perpres ini yang diterjemahkan dengan Peraturan Menteri yang juga telah

diberlakukan 1,5 tahun menjelang berlakunya MEA (Johny Wahyuadi M. Soedarsono, 2014).

Data dari Badan Pusat Statistik (BPS) per Oktober 2014 terkait dengan kondisi pencari kerja di Indonesia menunjukkan bahwa ... pekerja lulusan Sekolah Dasar (SD) ke bawah berjumlah sebesar 52 juta orang (46,93%) atau hampir setengah dari total pekerja sebesar 110,8 juta orang. Pekerja lulusan Sekolah Menengah Pertama (SMP) sebesar 20,5 juta orang (18,5%), pekerja lulusan Sekolah Menengah Atas (SMA) sebesar 17,84 juta orang (16,1%), dan pekerja lulusan universitas dengan jumlah 7,57 juta orang (6,83%) dan lulusan diploma sejumlah 2,92 juta orang (2,63%). Jika dicermati, justru jumlah pekerja lulusan universitas dan diploma jauh lebih rendah dibandingkan lulusan SMA, SMP, bahkan SD. Hal ini juga berarti sebagian besar jumlah pekerja di Indonesia tergolong sebagai *low skilled labour*. Dengan kondisi demikian, mampukah Indonesia bersaing dengan negara-negara lainnya dalam Masyarakat Ekonomi ASEAN jika jumlah pencari kerja terbesar yang ada hanya memiliki keterampilan dan kompetensi yang rendah.

PEMBAHASAN

MEA dan kaitannya dengan Pendidikan Vokasi

Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) atau ASEAN Economic Community (AEC) 2015 memerlukan perhatian serius khususnya pada bidang pendidikan, karena bidang ini yang akan mempersiapkan sumber daya manusia (SDM) yang harus bersaing di pasar bebas dengan negara-negara ASEAN lainnya. Bukan berarti mengesampingkan bidang perdagangan barang, industri, dan usaha lainnya, namun kesiapan SDM sangat mempengaruhi kualitas para pencari kerja. Untuk masuk dalam pasar luar negeri dan bersaing dengan negara-negara ASEAN lainnya, banyak hal yang harus diperhatikan antara lain kualitas produk yang ditawarkan, kualitas sumber daya manusia, kualitas keterampilan (*skill*), dan kualitas kemampuan (kepintaran). Jika ini tidak terpenuhi bisa dipastikan Indonesia akan kalah bersaing dengan anggota MEA lainnya. Salah satu bidang pendidikan yang fokus menyediakan lulusan sebagai SDM yang siap kerja adalah pendidikan vokasi.

Pendidikan vokasi merupakan program diploma yang dirancang untuk mengembangkan keahlian, keterampilan, kemampuan,

pemahaman, dan tingkah laku yang diperlukan dalam dunia kerja. Program ini didesain sebagai sebuah jalur yang bisa mengakses langsung dunia kerja (Agus Triyono, 2014). Mahasiswa yang menempuh pendidikan pada program vokasi dipersiapkan untuk dapat memasuki dunia kerja dengan berbagai bekal kemampuan praktis. Pemerintah mempersiapkan diri dengan menerbitkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2012 tentang Sisdiknas. Dalam undang-undang tersebut tertulis bahwa pendidikan vokasi merupakan pendidikan tinggi program diploma yang menyiapkan mahasiswa untuk pekerjaan dengan keahlian terapan tertentu sampai program sarjana terapan.

Saat ini, untuk menjawab tantangan Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA), khususnya pada sektor sumber daya manusia, pendidikan vokasi merupakan salah satu alternatif terbaik untuk memenuhi kuantitas para pencari kerja dengan latar belakang pendidikan diploma. Pada kalangan industry sendiri, sebagai besar tenaga kerja dipenuhi melalui lulusan vokasi, dimana kebutuhan tenaga kerja terus bertambah setiap waktu. Hal ini berarti lulusan pendidikan vokasi memiliki peluang sangat besar untuk memenuhi berbagai institusi dan juga MEA.

Bidang Kecantikan dalam Masyarakat Ekonomi ASEAN

Diploma III tata rias merupakan salah satu program studi yang mempelajari bidang kecantikan menjadi salah satu bagian dari pendidikan vokasi. Keberadaannya saat ini belum banyak dikenal luas, namun kiprahnya sebagai salah satu lembaga pendidikan formal yang menghasilkan lulusan siap pakai dan siap kerja sangat diperhitungkan. Tidak seperti bidang keahlian lainnya seperti tata boga dan tata busana, jalur pendidikan ini masih jauh lebih sedikit keberadaannya di Indonesia. Kota-kota besar seperti Jakarta, Yogyakarta, Surabaya, Semarang, dan Medan saja yang sudah memiliki program diploma III dan program sarjana Tata Rias, melalui universitas-universitas negeri yang berada di kota-kota tersebut, seperti UNJ, UNY, UNESA, UNES, dan UNIMED.

Memasuki MEA 2015, peluang memperoleh pekerjaan dengan latar belakang ilmu dan keterampilan bidang kecantikan ikut terbuka lebar. Walaupun bidang kecantikan bukan salah satu yang termasuk dan disebutkan secara khusus dalam sektor prioritas *free flow of skill*

labour, namun kebutuhan akan tenaga kerja bidang kecantikan tetap terbuka luas. Antara (2014) menyebutkan sektor-sektor tersebut adalah sebagai berikut: 1) perawatan kesehatan (*health care*), 2) turime (*tourism*), 3) jasa logistic (*logistic service*), 4) e-ASEAN, 5) jasa angkutan udara (*air travel transport*), 6) produk berbasis agro (*agrobased product*), 7) perikanan (*fisheries*), 8) produk berbasis karet (*rubber based product*), 9) tekstil dan pakaian (*textiles and apparels*), 10) otomotif (*automotive*), dan 11) produk berbasis kayu (*wood base product*). Keberadaan bidang kecantikan dalam uraian di atas tidak disebutkan secara definitive, namun kebutuhan akan tenaga kerja tetap besar melalui sektor pariwisata (*tourism*).

Peluang, tantangan, dan strategi SDM bidang kecantikan dalam MEA

Peluang dan kesempatan besar para pencari kerja terbuka luas karena banyak tersedia lapangan kerja dengan kebutuhan keahlian yang beragam. Pada bidang kecantikan sendiri, selama sektor pariwisata menjadi bagian daristrategi sebuah negara mempromosikan aset budaya, alam, keragaman, dan daya tarik khusus negara tersebut, maka pariwisata akan tetap memberi peluang kerja yang besar bagi para pencari kerja yang bergerak dalam bidang kecantikan. Bidang lain selain bidang pariwisata yaitu industri hiburan yang kian hari kian berkibar turut membuka peluang kerja yang cukup besar untuk SDM bidang kecantikan. Salah satu contohnya adalah pada akhir tahun 2008, merebak gaya Harajuku (*harajuku style*) yang berasal dari Jepang. Saat itu, *trendsetter* mode khususnya para remaja berkiblat pada gaya Harajuku, baik pada model pakaian, gaya rias wajah maupun model guntingan rambut dan penataannya. Memasuki tahun 2010, masuk kembali gaya *Korean Wave*, atau lebih dikenal sebagai *Halyu Wave*, yaitu semua hal tentang Korea, baik dari segi hiburan melalui drama korea, kelompok musik *girlband* dan *boysband*, hingga kuliner Korea.

Memasuki MEA 2015, tidak menutup kemungkinan hadirnya peluang kerja baru bagi para SDM bidang kecantikan dengan berkembang dan masuknya *Thailand Wave*, *Singapura Wave* ataupun *Malaysian Wave*, yang turut memberi warna pada bidang industri hiburan dan dunia mode serta kecantikan di tanah air. Saat ini jika kita cermati, sedang terjadi pergeseran pada industri hiburan

dengan masuknya budaya India, yang perlahan namun pasti menggeser *Korean wave* yang selama ini mendominasi sebagian industri hiburan. Film-film India sebenarnya telah ada sejak lama, namun semenjak sebuah stasiun televisi swasta menayangkan kisah klasik seperti Ramayana dan Mahabharata dalam versi modern, budaya tersebut kembali menempati hati penikmatnya. Seni menghias tangan dan kaki menggunakan henna, atau lebih dikenal dengan Mehendi, memiliki banyak penikmat. Bahkan seni mehendi kerap kali dikenakan oleh para mempelai wanita dalam acara pernikahan di Indonesia. Hal ini tentu saja membuka peluang besar untuk para tenaga kerja bidang kecantikan. Keterampilan-keterampilan khusus seperti ini, selain membuka peluang kerja untuk berkiprah dan berkarya di dalam negeri, dengan diberlakukannya MEA maka terbuka lebar peluang bekerja dinegara lain, terutama di kawasan ASEAN.

Untuk memenuhi kebutuhan SDM tenaga kecantikan, sebagian besar masih dipenuhi melalui lembaga pendidikan non formal. Lembaga tersebut yang dikelola dengan standar kompetensi internasional adalah Cidesco dan Pivot Point. Cidesco bergerak dalam bidang penyelenggaraan pendidikan non formal untuk *beauty therapy*, sementara Pivot point bergerak dalam bidang *hair styling*. Sedangkan lembaga non formal lainnya yang belum memiliki sertifikat kompetensi internasional jumlahnya cukup banyak. Keberadaan lembaga pendidikan formal dan non formal tersebut menjadi lembaga pencetak SDM yang siap kerja, dan siap bersaing di dunia internasional khususnya kawasan ASEAN.

Peluang kerja yang terbuka lebar juga diiringi dengan tantangan bagi para pencari kerja. Hal ini disebabkan oleh homogenitas sumber daya manusia yang ada, baik di dalam negeri maupun di kawasan ASEAN yang jumlahnya cukup banyak membuat tingkat persaingan semakin tinggi. Untuk itu para pencari kerja harus memiliki kualitas keterampilan (*skill*), dan kualitas kemampuan (*kepintaran*) yang memenuhi standar kualitas internasional. Akan terjadi persaingan yang semakin ketat karena jumlah pencari kerja ikut meningkat, dan bebas keluar masuk dari satu negara ke negara lainnya di kawasan ASEAN. Kemampuan berbahasa asing seperti Bahasa Inggris juga menjadi tantangan tersendiri bagi para pencari kerja. Pada program pendidikan bidang kecantikan, baik formal

maupun non formal, kemampuan berbahasa asing masih kurang mendapat perhatian, padahal kenyataannya untuk mempersiapkan SDM yang unggul, terampil, berwawasan luas, dan siap kerja, untuk bersaing pada MEA modal berbahasa sangat penting. Bagaimana SDM tersebut bisa meyakinkan para pemilik industry, pemilik modal atau pemilik jasa tentang kualitas yang dimilikinya sebagai tenaga kerja jika komunikasi antara keduanya terhambat oleh kemampuan berbahasa asing.

Tantangan bagi para pencari kerja Indonesia, khususnya pada bidang kecantikan menjadi semakin berat jika harus berkompetisi dengan pencari kerja dari negara lain seperti Singapura, Thailand, dan Malaysia, yang telah dengan jelas memiliki bahasa kedua sehari-hari bahasa Inggris selain bahasa asli negaranya. Secara umum saja, posisi SDM Indonesia saat ini masih kalah bersaing dengan negara-negara serumpun tersebut, terlihat dari data pencari kerja Indonesia yang sebagian besar (lebih dari 48%) tergolong sebagai *low skilled labour*, karena didominasi oleh pencari kerja dari lulusan Sekolah Dasar (sumber BPS Indonesia). Kemampuan berkomunikasi dalam Bahasa Inggris menjadi sangat mutlak, karena bidang kecantikan bergerak dalam bidang jasa. Bidang tersebut melayani segala kebutuhan konsumen terkait dengan jasa kecantikan, baik perawatan kecantikan, maupun penataan kecantikan, mulai dari kepala hingga ujung kaki. Jadi dapat dipastikan jika SDM bidang kecantikan tidak membekali diri dengan kemampuan komunikasi dalam bahasa Inggris, maka peluang untuk dapat bekerja pada lingkup MEA sangat terbatas. Untuk itu diperlukan strategi yang tepat, cepat, dan cermat untuk mengatasi kondisi tersebut.

Untuk menjawab tantangan dan peluang memasuki MEA, diperlukan strategi yang tepat sasaran, salah satunya dengan mengubah orientasi pendidikan dan pembangunan sumber daya manusia. Pendidikan menjadi basis strategi menjelang MEA karena bidang pendidikan sangat terkait dengan SDM sebagai tenaga profesional yang harus bersaing dengan SDM dari negara lain. Adhe Nuansa Wibisana (2014), seorang peneliti ASEAN di The Habibie Center, menyatakan bahwa hal-hal yang perlu dilakukan Indonesia untuk mempersiapkan diri memasuki MEA adalah melakukan reformasi kebijakan antara lain: 1) pemerintah dalam waktu 5 tahun ke depan harus memberikan perhatian terhadap peningkatan

kualifikasi pendidikan tenaga kerjanya yang sebagian besar terdiri dari lulusan sekolah dasar agar minimal dapat menjadi lulusan sekolah menengah. Ini mendesak dilakukan agar pekerja Indonesia dapat bertahan menghadapi AEC ke depannya; 2) pemerintah diharapkan dapat memberantas gejala korupsi sistemik yang terjadi khususnya dalam sektor pendidikan. Anggaran pendidikan yang berjumlah sebesar Rp371 triliun, jika tidak tergerus oleh bancakan para koruptor tentu akan menjadi modal utama pemerintah dalam menjalankan program-program pendidikan; 3) Indonesia secara bertahap melakukan reformasi kebijakan pendidikan yang kemudian dapat mendukung ide penyelenggaraan pendidikan gratis hingga tingkat perguruan tinggi; 4) Indonesia secara bertahap meningkatkan program beasiswa pengiriman pelajar dan mahasiswa ke luar negeri dan memiliki target capaian penambahan jumlah magister dan doktor secara nasional.

Strategi lainnya yang dapat diterapkan untuk mempersiapkan SDM Indonesia menghadapi MEA adalah dengan membentuk kolaborasi yang baik, terintegrasi, dan terencana antara berbagai pihak, baik dari pemerintah, lembaga pendidikan, dan pelaku usaha/industri. Menjalinkan kerja sama dalam bentuk praktik kerja lapangan atau praktik industri sudah dilakukan oleh lembaga pendidikan menengah dan tinggi dengan industri. SMK dan perguruan tinggi yang memiliki program vokasi, mewajibkan siswa dan mahasiswanya untuk melakukan praktik kerja lapangan/praktik industri sebagai bagian dari beban studinya. Tujuan utamanya antara lain adalah memberikan pengalaman belajar dan bekerja pada industri yang sesungguhnya dengan standar kompetensi industri. Pada bidang kecantikan, kegiatan ini dilakukan dengan bekerja sama dengan industri pariwisata seperti hotel, dan SPA, pada industri hiburan seperti stasiun televisi, rumah produksi, dan studio foto, dan salon serta sanggar kecantikan.

Pembenahan infrastruktur baik secara fisik dan sosial juga menjadi salah satu strategi yang dilakukan untuk menyiapkan SDM yang siap menghadapi MEA. Pembentukan infrastruktur secara fisik pada lembaga pendidikan tinggi bidang kecantikan, dengan memfasilitasi pengadaan peralatan kecantikan modern, memfasilitasi cara pengoperasian alat modern tersebut dengan SOP sekelas internasional, agar lulusan bidang kecantikan dari pendidikan formal

dapat bersaing dengan lulusan dari pendidikan non formal. Selain itu peningkatan kemampuan keterampilan dan kemampuan berbahasa untuk meningkatkan daya saing SDM, terintegrasi dengan program pendidikan. Setiap lulusan, baik lulusan diploma dan sarjana pada bidang kecantikan dibekali dengan sertifikat kompetensi internasional. Hal ini bertujuan agar lulusan perguruan tinggi bidang kecantikan mampu bersaing dengan lulusan dari sekolah keterampilan non formal seperti Cidesco dan Pivot Point. Kedua lembaga tersebut merupakan lembaga kursus dengan standar internasional, yang secara otomatis setiap lulusannya pun dibekali dengan berbagai keterampilan berstandar internasional juga.

Indonesia telah memiliki lembaga sertifikasi kompetensi, yaitu Lembaga Sertifikasi Kompetensi (LSK) dan Lembaga Sertifikat Profesi (LSP). Setiap calon tenaga kerja yang ingin memiliki sertifikat kompetensi yang diakui secara nasional dapat mengikuti tes pada kedua lembaga tersebut. Namun sangat disayangkan, saat ini, untuk bidang kecantikan, sertifikat kompetensi baru tersedia pada bidang SPA dan perawatan tubuh saja, karena tergabung dalam kelompok pariwisata. Bidang kecantikan rambut dan bidang kecantikan kulit, belum memiliki lembaga sertifikasi khusus. Hal ini tentu saja membuat lulusan bidang kecantikan memiliki keterbatasan untuk memperoleh sertifikat dengan standar nasional dan internasional, kecuali mengikuti salah satu program dari Cidesco dan Pivot Point. Namun untuk mengikuti program ini, peserta harus memiliki sertifikat di bidang *Spa Therapy, Beauty Aesthetic* atau Tata Kecantikan Kulit atau Sarjana Kedokteran (untuk menjadi dokter kecantikan). Artinya, jika lulusan pendidikan formal baik diploma kecantikan atau sarjana kecantikan ingin memiliki sertifikat internasional pada bidang tersebut, syarat awal sudah dimiliki yaitu ijazah diploma atau ijazah sarjana.

SIMPULAN

Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) 2015, akan semakin terasa dampaknya setelah resmi diberlakukan. Diperlukan kerja sama dari berbagai pihak untuk memanfaatkan peluang dan menjawab tantangan Masyarakat Ekonomi ASEAN. Peningkatan kualitas pendidikan, menjadi salah satu bagian utama yang perlu diberikan perhatian khusus, agar tempat untuk

mencetak lulusan yang merupakan salah satu penghasil SDM professional yang akan bersaing dengan SDM dari luar negeri ini mampu menghasilkan tenaga kerja berkualitas. Pendidikan vokasi menjadi alternatif namun pasti untuk menjawab kebutuhan akan tenaga kerja yang terampil, berkualitas dan siap kerja. Bukan hanya pada bidang kecantikan, pendidikan vokasi diharapkan dapat meningkatkan jumlah lulusan pada bidang lainnya untuk mengisi posisi pekerjaan pada *free flow of skilllabour* Masyarakat Ekonomi ASEAN. Sumber daya manusia yang berkualitas dalam bidang keterampilan, kecerdasan, dan kemampuan berbahasa asing menjadi salah satu modal untuk mempertahankan eksistensi dan kualifikasi bangsa di kawasan regional dan global.

REFERENSI

- Adhe Nuansa Wibisono. (2014). *AEC 2015 dan Reformasi pendidikan Indonesia*. Diakses dari www.okezoneneews.com pada Senin, 27 Oktober 2014.
- Agus Triyono. (2014). *Solusi pendidikan vokasi*. Diakses dari Suara Merdeka On line, terbitan 25 Juni 2014, diunduh pada Selasa, 28 Oktober 2014.
- Antara. (2014). *Sektor Prioritas Free Flow of Skill Labour MEA*. Diakses dari www.antara.co.id pada Selasa, 28 Oktober 2014.
- Johny Wahyuadi M. Soedarsono. (2013). *Siapkah UI menghadapi Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA)?*. Diakses dari [http: pemilihanrektorui.ac.id](http://pemilihanrektorui.ac.id) pada Senin, 27 Oktober 2014.

KONTRIBUSI PENDIDIKAN TATA BUSANA TERHADAP INDUSTRI KREATIF KERAJINAN TEKSTIL & FESYEN MENYONGSONG MASYARAKAT EKONOMI ASEAN 2015

Kapti Asiatun

Pendidikan Teknik Boga dan Busana FT UNY

ABSTRAK

Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) merupakan bentuk integrasi ekonomi di kawasan ASEAN. MEA merupakan babak baru bagi perkembangan perekonomian yang memberikan peluang serta tantangan bagi negara anggotanya. Meski tercatat sebagai negara yang memiliki kekayaan sumber daya alam melimpah dan populasi penduduk terbesar di antara negara-negara lainnya, Indonesia diperkirakan masih belum sepenuhnya siap menghadapi MEA pada tahun 2015. Oleh karena itu pemerintah dituntut untuk segera mempersiapkan langkah & strategi menghadapi ancaman ekonomi MEA dengan menyusun dan menata kembali kebijakan-kebijakan yang diarahkan agar lebih mendorong dan meningkatkan daya saing (competitiveness) sumber daya manusia dan industri di Indonesia. Industri kreatif, yang berfokus pada penciptaan barang dan jasa dengan mengandalkan keahlian, bakat dan kreativitas sebagai kekayaan intelektual untuk mengolah sumber daya adalah harapan bagi ekonomi Indonesia untuk bangkit, bersaing dan meraih keunggulan. Kerajinan tekstil baik sebagai benda seni maupun bahan busana (fesyen) merupakan industri strategis yang dapat diandalkan sebagai produk ekspor terbesar dari sektor non migas. Pendidikan Tata Busana adalah lembaga pendidikan yang menghasilkan sumberdaya yang kompeten dalam pembuatan kerajinan tekstil dan fesyen. Dalam konteks industri kreatif pendidik dan lulusan institusi Pendidikan Tata Busana mempunyai kontribusi dalam menerapkan dan menularkan ilmu terkait dengan pembuatan tekstil kerajinan dan busana (fesyen). Dengan demikian Pendidikan Tata Busana kompeten memberikan kontribusi nyata terhadap kesiapan masyarakat menyongsong MEA melalui pengembangan industri produk kerajinan tekstil dan fesyen.

Kata Kunci : Kontribusi Pendidikan Tata Busana, Kerajinan Tekstil & Fesyen, MEA

PENDAHULUAN

Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) merupakan bentuk integrasi ekonomi di kawasan ASEAN. MEA menjadi babak baru bagi perkembangan perekonomian yang sekaligus memberikan peluang dan tantangan bagi negara anggotanya. Tujuan dibentuk MEA adalah menjadikan posisi ASEAN lebih strategis di kancah Internasional. Meski tercatat sebagai negara yang memiliki kekayaan sumber daya alam melimpah dan populasi penduduk terbesar di antara negara-negara lainnya di Asean, Indonesia diperkirakan masih dalam proses mempersiapkan diri menghadapi MEA pada tahun 2015. Arip Perbawa (2012) menyatakan ada tiga indikator untuk melihat posisi Indonesia dalam MEA. Pertama, pangsa ekspor Indonesia ke negara-negara utama ASEAN (Malaysia, Singapura, Thailand, Pilipina) cukup besar yaitu 13.9% dari total ekspor. Dua indikator yang lain merupakan penghambat yaitu, daya saing ekonomi Indonesia jauh lebih rendah dibandingkan dengan Singapura, Malaysia dan Thailand sedangkan percepatan investasi di Indonesia tertinggal jika dibandingkan dengan negara ASEAN lainnya. Namun kekayaan sumber alam Indonesia merupakan *local-advantage* yang tetap menjadi daya tarik kuat, di samping jumlah penduduk terbesar yang dapat menyediakan tenaga kerja murah.

Terkait dengan hal tersebut di atas pemerintah dituntut untuk segera mempersiapkan langkah & strategi menghadapi ancaman ekonomi Masyarakat Ekonomi Asean dengan menyusun dan menata kembali kebijakan-kebijakan yang diarahkan agar lebih mendorong dan meningkatkan daya saing (*competitiveness*) sumber daya manusia dan industri di Indonesia. Industri kreatif, yang berfokus pada penciptaan barang dan jasa dengan mengandalkan keahlian, bakat dan kreativitas sebagai kekayaan intelektual adalah harapan bagi ekonomi Indonesia untuk bangkit, bersaing dan meraih keunggulan.

Kerajinan tekstil Indonesia baik sebagai benda seni maupun bahan fesyen merupakan industri strategis yang dapat diandalkan sebagai produk eksport terbesar dari sektor non migas. Kerajinan tekstil pada umumnya memiliki nilai budaya tinggi dan merupakan

bagian penting bagi pembangunan ekonomi bangsa. Nilai budaya produk kerajinan yang diungkapkan dalam corak, gaya, dan pola yang khas sebagai petunjuk asal, sejarah, hubungan sosial dan *way of life* suatu masyarakat. Kerajinan tekstil Indonesia seperti kain batik, kain tritik, kain lurik, kain jumputan, kain sasirangan, kain ulos, kain tapis, kain sambuk, kain songket adalah sebagian contoh hasil kerajinan masyarakat yang memiliki nilai budaya sangat tinggi. Industri kreatif Indonesia telah menyumbangkan PDB sebesar Rp 473 triliun atau 6,28%, pada tahun 2012 jumlahnya meningkat mencapai Rp 524 triliun. Kontribusi sub sektor kerajinan 24,8 % dan fesyen sebesar 44,3. Jumlah tenaga kerja mencapai 15,6juta dengan tingkat partisipasi sebesar 5,8%. Nilai ekspor industri kreatif mencapai AS\$ 12,79 miliar dan berkontribusi sebesar 12,4% dari total nilai ekspor nasional. Dengan demikian industri produk kerajinan tekstil merupakan industri prospektif nasional yang dapat dikembangkan dan diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap kesiapan masyarakat Indonesia menyongsong MEA. Pendidikan Tata Busana adalah lembaga pendidikan yang menghasilkan sumberdaya yang kompeten dalam pembuatan kerajinan tekstil dan fesyen. Dalam konteks industri kreatif pendidik dan lulusan lembaga pendidikan Tata busana mempunyai kontribusi nyata dalam menerapkan dan menularkan ilmu terkait dengan pembuatan tekstil kerajinan dan busana (fesyen).

PEMBAHASAN

MASYARAKAT EKONOMI ASEAN 2015

Masyarakat Ekonomi Asean (MEA) merupakan bentuk integrasi ekonomi regional yang disepakati akan mulai dilaksanakan tahun 2015. MEA telah disepakati oleh Pemerintah RI dalam KTT ASEAN ke-12, di Cebu, Filipina, 13 Januari 2007. Hal-hal yang diharapkan dari MEA adalah sebagai berikut: (1) Pasar tunggal dan kesatuan berbasis produksi, (2) Kawasan ekonomi yang berdaya saing, (3) Pertumbuhan ekonomi yang merata, dan (4) Meningkatkan kemampuan untuk berintegrasi dengan perekonomian global. Bagi Indonesia, peluang integrasi ekonomi regional tersebut harus dapat dimanfaatkan dengan maksimal. Sumberdaya alam yang melimpah, jumlah penduduk dengan beragam hasil budaya, luas wilayah, letak

geografi, serta nilai PDB terbesar harus menjadi aset agar Indonesia bisa menjadi pemain besar dalam MEA 2015.

MEA akan menjadi pasar tunggal dimana akan terjadi arus barang, jasa, investasi, tenaga terampil serta aliran modal yang lebih bebas ([FitOceania](#), 2014). Dengan demikian perdagangan barang, jasa, modal dan investasi akan bergerak bebas seakan tidak ada halangan secara geografis. Dampak positif yang dapat diambil adalah MEA dapat memacu pertumbuhan investasi baik dari dalam maupun dari luar negeri. Investasi yang berasal dari dalam negeri berpotensi akan meningkat sehingga akan menambah jumlah lapangan kerja. Bertambahnya lapangan kerja di Indonesia akan menambah kesempatan kerja bagi tenaga kerja Indonesia. Peluang kedua adalah penduduk Indonesia dapat mencari pekerjaan di luar negeri dengan aturan yang lebih mudah. Dampak negatifnya adalah adanya pasar barang dan jasa secara bebas memacu persaingan tenaga kerja menjadi semakin ketat, karena tenaga kerja asing yang berasal dari negara-negara anggota Asean akan masuk ke Indonesia. Hal inilah yang akan menambah pelik masalah ketenagakerjaan dan pengangguran di Indonesia.

Masyarakat Indonesia adalah Heterogen dengan berbagai jenis suku, bahasa dan adat istiadat yang terhampar dari Sabang sampai Merauke. Indonesia mempunyai kekuatan ekonomi yang cukup bagus, pertumbuhan ekonomi tertinggi di dunia (4,5%) setelah RRT dan India. Ini akan menjadi modal yang penting untuk mempersiapkan masyarakat Indonesia menuju MEA tahun 2015. Jika dilihat dari sisi demografi Sumber Daya Manusianya, Indonesia sebenarnya merupakan salah satu Negara yang produktif. Jika dilihat dari faktor usia, sebagian besar penduduk Indonesia atau sekitar 70% nya merupakan usia produktif. Jika kita lihat pada sisi ketenagakerjaan kita memiliki 110 juta tenaga kerja (data BPS, tahun 2007).

INDUSTRI KREATIF KERAJINAN TEKSTIL & FESYEN

Industri kreatif dapat didefinisikan sebagai berikut: Industri yang berasal dari pemanfaatan kreativitas, keterampilan serta bakat individu untuk menciptakan kesejahteraan serta lapangan pekerjaan dengan menghasilkan dan mengeksploitasi daya kreasi dan daya cipta individu. Lingkup industri kreatif antara lain adalah:

1. Kerajinan: kegiatan kreatif yang berkaitan dengan kreasi dan distribusi produk kerajinan antara lain barang kerajinan yang terbuat dari: batu berharga, aksesoris, pandai emas, perak, kayu, kaca, porselin, tekstil, marmer, kapur, dan besi.
2. Desain: kegiatan kreatif yang terkait dengan kreasi desain grafis, interior, produk, industri, pengemasan, dan konsultasi identitas perusahaan.
3. Desain Fesyen: kegiatan kreatif yang terkait dengan kreasi desain pakaian, desain alas kaki, dan desain aksesoris dan lain-lainnya, produksi pakaian, mode dan aksesorisnya, konsultasi alur produk fesyen, serta distribusi produk fesyen

Industri kreatif perlu dikembangkan karena dapat memberikan kontribusi yang signifikan bagi perekonomian Indonesia, dapat menciptakan iklim bisnis yang positif, dapat memperkuat citra dan identitas bangsa, mendukung pemanfaatan sumberdaya, merupakan pusat penciptaan inovasi dan pembentukan kreativitas. Industri kreatif mengandalkan pemahaman, kehalusan rasa dan keterampilan serta kreativitas. Potensi kreatif adalah modal dasar yang dianugerahkan Allah kepada setiap manusia yang diciptakan. Membangun kapasitas sumberdaya insani (*capacity building*) merupakan upaya berbenah diri dalam menyiapkan Sumber Daya Manusia Indonesia yang kompetitif dan berkualitas global, sehingga lebih siap menghadapi persaingan di era MEA 2015. Menuju tahun 2015 tidaklah lama, upaya mendorong daya saing dan nilai tambah barang/produk industri kreatif dan fesyen yang diproduksi senantiasa harus dilakukan. Dengan demikian Indonesia dapat mempertahankan perannya menjadi objek kemajuan pembangunan dengan keutungan perolehan yang memuaskan.

Fesyen dan kerajinan merupakan subsektor yang dominan dalam memberikan kontribusi ekonomi. Kedua jenis industri ini menjadi lokomotif dalam perkembangan industri kreatif nasional (Republika, 2013). Lebih lanjut diinformasikan bahwa kontribusi fesyen dan kerajinan jauh mengungguli kontribusi jenis industri kecil lainnya. Baik dalam nilai tambah, tenaga kerja, jumlah perusahaan, maupun ekspornya. Untuk mengembangkan industri kreatif, pemerintah telah menerbitkan Instruksi Presiden (Inpres) Nomor 6 Tahun 2009 tentang Pengembangan Ekonomi Kreatif sebagai dasar bagi seluruh pemangku kepentingan dalam mengembangkan 14

sektor ekonomi kreatif. Sub-sektor industri kreatif yang masuk dalam lingkup pembinaan Kemenperind adalah fesyen, kerajinan, layanan komputer, dan peranti lunak. Nilai tambah yang dihasilkan industri fashion dan kerajinan sebesar 44,3 persen dan 24,8 persen. Kontribusi penyerapan tenaga kerja mencapai 54,3 persen dan 31,13 persen dari total penyerapan di industri kreatif (suara karya, 2014). Industri kreatif Indonesia telah menyumbangkan PDB sebesar Rp 473 triliun atau 6,28%, pada tahun 2012 jumlahnya meningkat mencapai Rp 524 triliun. Kontribusi sub sektor kerajinan 24,8 % dan fesyen sebesar 44,3 %, Jumlah tenaga kerja mencapai 15,6 juta dengan tingkat partisipasi sebesar 5,8%. Nilai ekspor industri kreatif mencapai AS\$ 12,79 miliar dan berkontribusi sebesar 12,4% dari total nilai ekspor nasional.

KONTRIBUSI PENDIDIKAN TATA BUSANA TERHADAP INDUSTRI KREATIF KERAJINAN TEKSTIL & FESYEN

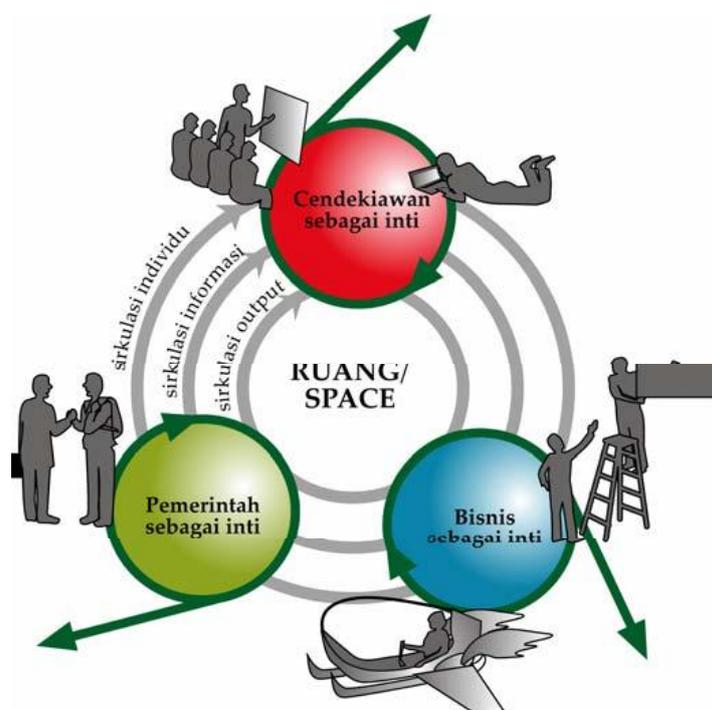
Pendidikan Tata Busana Fakultas Teknik Universitas Negeri Yogyakarta merupakan salah satu lembaga atau institusi yang menghasilkan sumberdaya insani yang kompeten dalam bidang kerajinan tekstil dan fesyen. Cakupan mata kuliah untuk pencapaian kompetensi terkait antara lain adalah teknologi bordir, fashion ornamen dan teknologi tekstil dan batik dengan total SKS 6 praktek setara 160 menit kali 6. Sedangkan mata kuliah untuk kompetensi fesyen desain, pola konstruksi dan pola draping, grading pola busana, teknologi busana, produksi busana dan hiasan busana dengan total SKS mencapai 86. Terkait dengan upaya menumbuhkan industri kreatif sumberdaya insani yang dimiliki institusi dapat memberikan kontribusi yang sangat besar khususnya dalam mengembangkan industri kreatif bidang kerajinan tekstil dan fesyen. Sumberdaya institusi merupakan salah satu pilardari enam pilar yang menjadi kekuatan ekonomi kreatif, di samping sumber daya insani, industri, teknologi, dan lembaga pembiayaan.

Pembangunan industri kreatif pada hakikatnya dipayungi oleh kerja sama antara cendekiawan, bisnis, dan pemerintah yang disebut sebagai *Triple Helix*.

Sistem *Triple Helix* merupakan penggerak munculnya kreativitas, ide, ilmu pengetahuan dan teknologi sehingga tumbuh industri kreatif. Hubungan yang erat, saling menunjang antara ketiganya dalam kaitan dengan landasan dan pilar-pilar industri kreatif, maka akan dihasilkan industri yang kokoh dan berkesinambungan.

1. *Intellectuals* (Cendekiawan)

Cendekiawan adalah orang-orang yang mempunyai perhatian besar dalam ilmu



EKONOMI KREATIF

pengetahuan, teknologi dan seni. Cendekiawan adalah ilmuwan yang menerapkan ilmunya dan bersedia mengamalkan dengan menularkan pada siapa saja yang membutuhkan. Dalam konteks industri kreatif cendekiawan bisa seorang budayawan, seniman, pendidik, peneliti, atau tokoh-tokoh lain sesuai dengan keahliannya yang terkait dengan pengembangan industri kreatif. Cendekiawan mempunyai kapasitas yang sangat besar dalam memperkuat basis

formal maupun informal dari inovasi dan mempunyai kemampuan untuk mematangkan konsep-konsep inovasi dan juga memiliki kapasitas mendisiminasikan informasi melalui jejaring lokal, nasional maupun internasional.

2. *Business* (Bisnis)

Bisnis adalah suatu entitas organisasi yang dikenali secara legal, dan sengaja diciptakan untuk menyediakan barang-barang baik berupa produk dan jasa kepada konsumen. Bisnis pada umumnya dimiliki oleh swasta dan dibentuk untuk menghasilkan profit dan meningkatkan kesejahteraan bagi pemiliknya. Bisnis bertujuan mendapatkan keuntungan finansial sebagai hasil kerjanya dan tantangan resiko yang kemungkinan akan dihadapi. Tata niaga bisnis diatur berdasarkan hukum yang berlaku di suatu negara di mana bisnis itu dijalankan. Bisnis dapat berbentuk kepemilikan tunggal, kemitraan, korporasi dan koperasi. Bisnis bisa berbasis manufaktur, jasa, eceran dan distribusi, pertanian, mineral, finansial, informasi, real estate, transportasi, dan *utility* seperti listrik, pengairan yang biasanya terkait dengan badan-badan pemerintahan. Didalam organisasinya, bisnis memiliki pengelompokan pekerjaan seperti pemasaran/penjualan, produksi, teknologi informasi, riset dan pengembangan. Manajemen, berfungsi menerapkan operasional yang efisien dan efektif terhadap suatu bisnis.

Pada saat-saat tertentu, bisnis juga membutuhkan modal tambahan (*capital*), yang didapat dari pinjaman bank atau pinjaman informal atau investor baru. Bisnis juga harus dilengkapi dengan proteksi agar menghalangi kompetitor untuk menyaingi bisnis tersebut. Proteksi tersebut bisa dalam bentuk HKI yang terdiri dari paten, hakcipta, merek dagang dan desain. Setiap bisnis pasti memiliki nama, logo dan teknik-teknik pencitraan. Karena aspek kompetisi maka bisnis perlu mendaftarkan HKI di setiap daerah atau negara dimana terdapat kompetitor-kompetitor. Banyak negara telah menandatangani perjanjian internasional tentang HKI, dan setiap perusahaan yang terdaftar di negara-negara ini harus mentaati hukum negara yang telah terikat dengan perjanjian internasional ini. Bisnis bisa juga dijual dan dibeli. Pemilik bisnis menyebut ini sebagai *exit-plan*.

Exit-plan yang lazim dikenali adalah seperti IPO atau *merger* dan *akuisisi*.

3. *Government* (Pemerintah)

Pemerintah merupakan sistem organisasi yang mengelola suatu negara, sebagai sebuah kesatuan politik, atau aparat memiliki kekuasaan untuk membuat dan menerapkan hukum serta undang-undang. Peran pemerintah dalam pengembangan ekonomi kreatif adalah keterkaitan dalam substansi, maupun administrasi mulai dari pemerintah pusat sampai daerah yang bersinergi membangun ekonomi kreatif dalam koridor ideologi, politik, sosial dan budaya.

Keterlibatan pemerintah setidaknya dilatarbelakangi oleh beberapa hal, antara lain:

a. Kegagalan pasar (*market failure*)

Empat jenis utama penyebab kegagalan pasar adalah:

Pertama, Monopoli atau dalam kasus lain dari penyalahgunaan kekuasaan pasar dimana pembeli atau penjual bisa memberi pengaruh signifikan pada harga atau keluaran. Penyalahgunaan kekuasaan pasar bisa dikurangi dengan menggunakan undang-undang *anti-trust*.

Kedua, Eksternalitas, yang memberi dampak positif maupun negatif. Eksternalitas positif terjadi sebagaimana diilustrasikan dalam kasus program kesehatan keluarga yang ditayangkan melalui layar televisi berdampak pada meningkatnya kesehatan publik. Eksternalitas negatif terjadi apabila proses produksi dalam perusahaan mengakibatkan polusi udara atau polusi air. Eksternalitas negatif yang merupakan dampak yang tidak kita inginkan bisa dikurangi dengan regulasi dari pemerintah, pajak, subsidi, atau dengan menggunakan hak properti sehingga mampu memaksa perusahaan atau perorangan bersedia menanggung akibat dari usaha ekonomi yang telah dilaksanakan seharusnya.

Ketiga, Pemanfaatan fasilitas publik dilaksanakan secara terbuka. Penawaran disampaikan kepada publik bahwa siapapun yang memanfaatkan fasilitas publik diharuskan membayar pajak.

Keempat, Kasus yang menyebabkan kegagalan pasar adalah adanya informasi yang tidak seimbang (asimetris) dimana informasi tersebut tidak efisien atau mempunyai tingkat ketidakpastian yang sangat tinggi.

b. Mobilisasi dan alokasi sumber daya

Kelangkaan sumber daya, baik yang alamiah akibat kondisi geografis, maupun kelangkaan artifisial yang akibat monopoli, merupakan kendala utama dalam perekonomian, yang berdampak terhadap kesejahteraan masyarakat. Pemerintah mempunyai peranan yang sangat penting dalam mengatasi permasalahan ini, hingga tercapai mobilisasi sumber daya yang cepat serta alokasi sumber daya yang efisien. Mobilisasi dan alokasi sumber daya ini juga berkaitan dengan sumber daya insani. Sumber daya insani berkualitas Indonesia masih terkonsentrasi di daerah-daerah tertentu dengan sebaran yang tidak merata.

c. Dampak psikologis dan dampak terhadap sikap/ perilaku

Pembangunan yang berhasil ditandai peningkatan kualitas hidup masyarakat menjadi lebih baik. Pertumbuhan ekonomi tinggi, namun jika diikuti dengan tingkat kejahatan tinggi, tingkat perceraian tinggi, konflik dan saling tidak percaya antar subsektor tinggi, bukanlah merupakan pembangunan yang berhasil. Memang, pasar tidak memberi perhatian pada aspek-aspek psikologis, sikap dan perilaku masyarakat, karena itu pemerintah tetap perlu melakukan campur tangan.

d. Pemerataan

Bahwa *trickledown effect* akan terjadi, jika pembangunan ekonomi mengalami pertumbuhan tinggi tetapi tidak diikuti dengan kemajuan bidang yang lain seperti sosial, demokrasi, pendidikan dan kesehatan. Sesungguhnya, membangun adalah menumbuhkan kesejahteraan masyarakat sehingga terpenuhi semua kebutuhan, baik kebutuhan primer, sekunder maupun kebutuhan tersier.

Pemerintah bertugas untuk melaksanakan dan mendukung pembangunan bagi seluruh masyarakat Indonesia menuju masyarakat yang adil dan makmur, tanpa melihat suku, agama, status sosial maupun status ekonomi. Menyelenggarakan pembangunan berkeadilan akan memaksimalkan partisipasi

masyarakat sehingga tercapai masyarakat yang sejahtera, adil dan makmur.

SIMPULAN

Indonesia akan segera menghadapi era persaingan bebas pada tahun 2015. MEA adalah era dimana aliran barang, jasa, dan investasi akan terbuka bagi setiap warga negara dalam lingkup negara yang tergabung dalam Asean. MEA adalah agenda penting yang tidak hanya menuntut perhatian, tapi sekaligus kesadaran semua warga negara agar segera menyiapkan diri. Industri kreatif bidang kerajinan tekstil dan fesyen Indonesia memiliki prospek yang sangat potensial, asalkan mampu mengarahkan produknya pada kualitas dan nilai lebih dari produk itu sendiri. Kerajinan tekstil, baik sebagai benda seni maupun bahan fesyen merupakan hasil budaya yang mempunyai nilai lebih pada kekayaan ragam, corak, warna dan filosofinya, disamping senantiasa melakukan inovasi agar produknya disukai oleh masyarakat. Kerajinan tekstil dan fesyen merupakan subsektor yang dominan dalam memberikan kontribusi ekonomi. Kedua jenis hasil industri kreatif ini menjadi lokomotif dalam perkembangan industri kreatif nasional. Kontribusi sumberdaya institusi pendidik dan output Pendidikan Tata Busana dapat menopang dan memberikan kontribusi dalam pertumbuhan industri kreatif khususnya industri kerajinan tekstil dan fesyen. Kebijakan pemerintah agar tercipta situasi yang kondusif untuk unjuk kinerja dan prestasi pelaku usaha yang sekaligus dapat bertransaksi diadakan Indonesia Fashion and Craft secara rutin.

REFERENSI

Arip Perbawa, 2012, Kesiapan Masyarakat Indonesia Menuju Masyarakat Ekonomi Asean 2015, Artikel, Manajemen FEB Unpad 2012

[Fit Oceania](#), 2014, Proyeksi Ancaman Penerapan Masyarakat Ekonomi ASEAN MEA 2015, <http://www.scribd.com/doc/245123225/Proyeksi-Ancaman-Penerapan-Masyarakat-Ekonomi-ASEAN-MEA-2015> diakses 2 November 2014 jam 10.00

Kurikulum Pendidikan Teknik Busana Fakultas Teknik Universitas
Negeri Yogyakarta Tahun 2014

Republika, 2013, dalam kemenperin.go.id/artikel/3571/Industri-Kreatif-Terus-Tumbuh

Suara Karya 2014 dalam kemenperin.go.id/artikel/3571/Industri-Kreatif-Terus-Tumbuh

<http://kemenperin.go.id/artikel/6653/Fashion-dan-Kerajinan-Dominasi-Industri-Kreatif> diakses 3 November 2014 jam 12.00

INOVASI PRODUK BATIK UNTUK PASAR GLOBAL

Sugiyem

Pendidikan Teknik Boga dan Busana FT UNY

ABSTRAK

Pada zaman globalisasi dampak budaya yang masuk Indonesia akan mendesak budaya asli. Sebagai salah satu seni kriya tradisional agar mampu bertahan dan bersaing di pasar global maka batik perlu adanya pembaharuan atau inovasi. Sejak jaman dahulu keberadaan batik dipengaruhi oleh perpaduan kebudayaan antar daerah, situasi sosial dan pengaruh dari luar. Menjelang diberlakukannya MEA, batik sebagai produk fashion harus lebih berinovasi karena dengan adanya pasar tunggal tersebut memungkinkan pertukaran barang dan jasa antar Negara. Batik harus menyesuaikan pangsa pasar global untuk dapat terus bersaing yang pada akhirnya nanti berimbas pada kesejahteraan masyarakat umumnya dan penggiat batik khususnya.

Kata Kunci: Batik, Pasar Global

PENDAHULUAN

Masyarakat Ekonomi Asean (MEA) merupakan suatu kesepakatan para pemimpin Asean untuk membentuk sebuah pasar tunggal di kawasan Asia Tenggara. Pembentukan pasar tunggal ini nantinya akan memungkinkan suatu Negara menjual barang dan jasa dengan mudah ke Negara-negara lain di seluruh Asia Tenggara, sehingga kompetisi akan semakin ketat.

Sebagai salah satu anggota ASEAN, Indonesia harus mampu bersaing di Asia Tenggara, baik dalam menyediakan barang maupun jasa (tenaga kerja). Hal tersebut merupakan hal yang tidak mudah, sehingga diperlukan suatu upaya untuk menyiapkan tenaga kerja dan juga menyediakan barang yang mampu bersaing diantara Negara-negara Asean.

Industri kreatif diyakini mempunyai kontribusi dalam meningkatkan perekonomian bangsa. Berbagai pihak berpendapat bahwa "kreativitas manusia adalah sumber daya ekonomi utama" dan bahwa "industri abad kedua puluh satu akan tergantung pada produksi pengetahuan melalui kreativitas dan inovasi. Sub-sektor

yang merupakan industri berbasis kreativitas di Indonesia berdasarkan pemetaan industri kreatif yang telah dilakukan oleh Departemen Perdagangan Republik Indonesia adalah: Periklanan; Arsitektur; Pasar Barang Seni; Kerajinan; Desain; Fesyen; Video, Film dan Fotografi; Permainan Interaktif; Musik; Seni Pertunjukan; Penerbitan dan Percetakan; Layanan Komputer dan Piranti Lunak; Televisi dan Radio; Riset dan Pengembangan; serta Kuliner.

Batik sebagai produk fesyen merupakan salah satu sub sektor industri kreatif yang dipandang penting untuk mendukung kesejahteraan dalam perekonomian. Agar mampu bersaing di pasaran global sehingga mampu mendukung kesejahteraan dalam perekonomian maka batik perlu berinovasi dalam pembuatannya.

PEMBAHASAN

Batik

Istilah batik diartikan sebagai melekatkan lilin pada kain putih sebelum kain tersebut diberi warna. Cara melekatkan lilin ini ada bermacam-macam, yaitu menggunakan alat canting untuk menggoreskan lilin panas, canting cap, dan kuas untuk mendapatkan gambaran motif batik (Sri Soedewi Samsi, 2007:7). Hal ini sependapat dengan Murtihadi dan Mukminatun (1997:3) yang menyatakan batik adalah cara pembuatan bahan sandang berupa tekstil yang bercorak pewarnaan dengan menggunakan lilin sebagai penutup untuk mengamankan warna dari perembesan warna yang lain di dalam pencelupan

Arti batik dalam Kamus Umum Bahasa Indonesia ialah kain dan sebagainya yang bergambar (bercorak beragi) yang pembuatannya dengan cara titik (mula-mula ditulisi atau ditera dengan lilin lalu diwarnakan dengan tarum dan sogu) (WJS Poerwadarminta, 1976:96).

Berdasarkan beberapa pendapat di atas dapat dikemukakan bahwa batik adalah bahan tekstil hasil pewarnaan menurut corak khas motif batik, secara pencelupan rintang dengan menggunakan lilin batik sebagai bahan perintang.

Proses Batik dan Jenis Batik

Proses batik adalah teknik membuat batik dari tahap persiapan kain sampai menjadi kain batik. Pekerjaan persiapan meliputi segala pekerjaan pada kain mori hingga siap dibuat batik seperti

nggirah/ngetel (mencuci), nganji(menganji), ngemplong(seterika, kalendering. Sedangkan proses membuat batik meliputi pekerjaan pembuatan batik yang sebenarnya terdiri dari pelekatan lilin batik pada kain untuk membuat motif, pewarnaan batik (celup, colet, lukis/*painting*, printing), yang terakhir adalah penghilangan lilin dari kain (Sewan Soesanto, 1974).

Untuk membuat motif batik dapat dilakukan dengan cara secara tulis tangan dengan canting tulis (batik tulis), menggunakan cap dari tembaga disebut batik cap, dengan jalan dibuat motif pada mesin printing (batik printing), dengan cara dibordir disebut batik bordir, serta dibuat dengan kombinasi kombinasi cara cara yang telah disebutkan. Kain batik adalah kain yang motifnya bercorak batik yang dibuat/digambar dengan cara pelekatan lilin (malam). Sedangkan kain bermotif batik adalah kain yang bermotif/bercorak batik tetapi motifnya tidak digambar melalui pelekatan lilin batik, biasanya dengan mesin printing tekstil.

Haryani (2008) membedakan batik menjadi 3 macam. Pertama adalah batik tulis, pada batik ini kain dihias dengan motif atau corak batik dengan menggunakan canting tulis. Jenis batik yang kedua adalah batik cap, yaitu kain yang dihias dengan motif atau corak batik dengan menggunakan media canting cap (canting cap adalah suatu alat dari tembaga dimana terdapat desain suatu motif). Jenis batik yang ketiga adalah batik kombinasi, merupakan kombinasi antara batik tulis dan batik cap. Sedangkan sesuai dengan perkembangan teknologi dan untuk menghindari lamanya proses produksi batik, saat ini telah digunakan *screen printing* agar batik dapat diproduksi dengan cepat. Kain bermotif batik yang dibuat menggunakan *screen printing* tidak termasuk dalam kategori batik, dikarenakan tidak melalui proses pemalaman untuk merintang warna dasar. Kain yang dibuat dengan *screen printing* ini disebut sebagai tekstil bermotif batik.

Menurut Standar Industri Indonesia (SII), batik dapat dibedakan berdasarkan proses pembuatannya: 1) Batik tulis yaitu batik dimana proses pelekatan lilin (membatiknya) dan semuanya dikerjakan dengan canting tulis; 2) Batik cap adalah batik dimana proses pelekatan lilin dengan canting cap; 3) Batik kombinasi yaitu batik yang proses pelekatan lilin dikerjakan dengan menggunakan kombinasi canting cap dan tulis; serta 4) Tekstil bermotif batikyaitu

screen print, rotational print, screen print dengan ditambah proses lilin (www.jogjacraftkota.com)



Gambar 1. Macam-macam batik

Inovasi produk batik

Batik adalah salah satu cara pembuatan bahan pakaian. Selain itu batik bisa mengacu pada dua hal. Pertama adalah teknik pewarnaan kain dengan menggunakan malam untuk mencegah pewarnaan sebagian dari kain dan yang kedua adalah kain atau busana yang dibuat dengan teknik tersebut, termasuk penggunaan motif-motif tertentu yang memiliki kekhasan. Keberadaan batik tidak terlepas dari peran seorang pembuat batik ataupun pengrajin batik. Untuk menghasilkan produk batik yang mengglobal sangat dibutuhkan orang-orang yang memiliki kemauan dan kreativitas yang tinggi dalam pengembangan batik.

Inovasi menurut Roggers & Shoemaker merupakan gagasan produk atau barang yang dianggap baru oleh seseorang. Sedangkan pengertian inovasi menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah: 1) pemasukan atau pengenalan hal-hal yang baru, pembaruan, 2) penemuan baru yang berbeda dari yang sudah ada atau yang sudah dikenal sebelumnya bisa berupa gagasan, metode, atau alat (2002:435).

Inovasi atau reka bentuk dapat diartikan sebagai proses dan/atau hasil pengembangan 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 social (wikipedia.com)

Berdasarkan pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa inovasi merupakan satu usaha menemukan suatu peluang baru yang

meliputi gagasan, tindakan, maupun produk sehingga terjadi perubahan yang mendatangkan manfaat bagi kesejahteraan masyarakat

Sebagaimana telah dijelaskan bahwa inovasi dimulai dari gagasan yang diikuti oleh tindakan merubah atau memperbaiki produk atau barang untuk kepentingan pemakai. Dengan demikian lingkup inovasi meliputi:

1. Inovasi ekonomi, berhubungan dengan daya beli pemakai sehingga perlu dicari cara pembelian yang tidak membebankan pada pemakai.
2. Inovasi teknologi, berhubungan dengan benda dan bersifat teknis sehingga dapat merubah dan memperbaiki suatu produk atau barang yang sudah ketinggalan jaman.
3. Inovasi sosial, berhubungan dengan budaya dari si pemakai sehingga dengan cara merubah nilai dan kepuasan konsumen misalkan dengan cara meniru, mengimpor dan menyadap inovasi di bidang teknik dapat memberikan keberhasilan (Nanang Rizali,2001).

Inovasi teknologi dapat dilakukan pada pengembangan disain kerajinan. Sebagai sebuah produk kerajinan, batik harus memiliki daya tarik dan ciri khas. Sementara untuk membuat daya tarik dan ciri spesifik suatu produk diperlukan desain yang "beda" lain dari yang lain yang merupakan hasil pemikiran kreatif dari pembuatnya.

Inovasi batik dapat dilihat dari berbagai aspek, antara lain: proses pembatikan, mutu pembatikan, ragam hias atau motif, dan tata warna.

1. Inovasi proses pembatikan.

Inovasi Proses pembatikan berkaitan erat dengan proses pembuatan batik itu sendiri, dimulai dari pelekatan lilin batik, pewarnaan, hingga pelorodan. Seiring dengan kemajuan teknologi, dalam proses pembuatan batik juga mengalami perubahan. Dimulai dari kemajuan alat yang dipergunakan untuk membuat batik, dimana dulu batik dikerjakan dengan canting tulis maupun cap dengan kompor minyak maupun anglo, maka sekarang terjadi pembaharuan pada peralatan batik.

Penemuan ataupun pembaharuan peralatan batik bisa dilihat pada pengembangan canting batik sebagai alat utama dalam

membatik. Saat ini telah banyak dikembangkan canting listrik yang keberadaannya dipicu oleh mahalnya bahan bakar minyak, sebagai solusi untuk menghemat biaya dalam pembatikan. Menurut beberapa penelitian penggunaan canting listrik terbukti mampu menghemat waktu dan biaya untuk menghasilkan suatu batik. Selain canting listrik pembaruan juga dilakukan pada kompor batik, dimana dulu untuk memanaskan lilin menggunakan kompor minyak tanah bahkan anglo seiring dengan kemajuan teknologi telah diciptakan kompor listrik untuk meningkatkan efisiensi dalam proses pembatikan.



Gambar 2. Inovasi kompor batik
(sumber gambar:google.com)



Gambar 3. Inovasi canting tulis
(sumber gambar:google.com)

2. Inovasi mutu pembatikan

Mutu batik dapat dinilai dari segi keindahan warna, corak dan keindahan goresan lilinnya, lembutnya gambar serta halusya kain putih. Pada setiap produk batik, goresan canting dan susunan warnanya akan menunjukkan ornamen khas asal daerah masing-masing pembatiknya. Kualitas batik bermacam-macam, ada batik kualitas kasar yang harganya murah, ada batik kualitas sedang dengan harga sedang, dan batik kualitas halus dengan harga yang mahal.

Berkaitan dengan mutu pembatikan dan selera konsumen saat ini segmen produk batik terbagi atas: segmen aneka produk batik tulis halus, segmen aneka produk batik tulis kasar dan batik cap, segmen aneka produk tekstil motif batik, serta segmen seni lukis (Soedewi,2007).



Gambar3. Aneka produk batik

(Sumber gambar:google.com, sidjibatik.com)

3. Inovasi ragam hias

Motif atau corak hiasan pada bahan sandang akan menentukan daya tarik tersendiri khususnya bagi konsumen. Hal ini sesuai dengan pendapat Wasia Roesbani (1984:17), yang mengatakan bahwa motif dan warna pada bahan sandang memegang peranan penting, sebab akan menentukan keindahan bahan sandang tersebut.

Hal senada juga dikatakan oleh Gunadi yang mengatakan bahwa unsur-unsur yang menentukan keindahan bahan sandang antara lain warna, motif, permukaan dan macam-macam finishing khusus pada bahan sandang tersebut (1988:11). Oleh karena itu berbagai cara telah dilakukan untuk menggambarkan motif atau corak pada bahan sandang agar diperoleh bahan sandang yang lebih menarik dan diminati konsumen

Motif batik adalah kerangka gambar yang mewujudkan batik secara keseluruhan (Sewan Susanto, 1980:212). Motif batik terdiri dari dua bagian, yaitu ornamen motif batik dan isen motif batik. Ornamen motif batik terdiri atas ornamen utama dan ornamen pengisi bidang. Ornamen utama adalah suatu ragam hias yang mempunyai arti, sehingga susunan ornamen-ornamen itu dalam suatu motif membuat jiwa atau arti daripada motif itu sendiri. Sebagai contoh sawat atau lar melambangkan mahkota atau penguasa tertinggi; meru melambangkan gunung atau tanah; lidah api atau Modang melambangkan nyala api; Ular/naga melambangkan air; dan burung melambangkan angin. Sedangkan ornamen tambahan tidak mempunyai arti dalam pembentukan motif dan berfungsi sebagai pengisi

bidang. Bentuk lebih kecil dan sederhana. Dalam satu motif dapat diisi satu atau beberapa ornament pengisi.

Motif batik atau ragam hias dulunya diciptakan berdasarkan ide dari alam sekitar, misalkan gunung, tumbuhan, satwa, langit dan sebagainya. Seiring dengan kemajuan teknologi dan jaman motif batik saat ini semakin bervariasi, tematik, dan selalu berimprovisasi. Indonesia sebagai negara dengan beribu pulau dan bermacam suku memiliki budaya tradisional atau budaya daerah yang bermacam-macam. Penggalan budaya daerah untuk menciptakan motif baru akan memperkaya khasanah batik untuk selalu berkembang.



Motif batik dengan sumber ide rumah gadang



Motif batik dengan sumber ide alam papua



Motif batik dengan sumber ide barong & poleng



Gambar 4. Inovasi motif batik
(sumber:www.sidjibatik.com dan dokumen pribadi)

4. Inovasi tata warna.

Pengertian warna menurut W.J.S Poerwodarminto dalam Kamus Umum Bahasa Indonesia adalah corak, rupa seperti halnya merah, biru, kuning dan lain-lain (1980:1148).

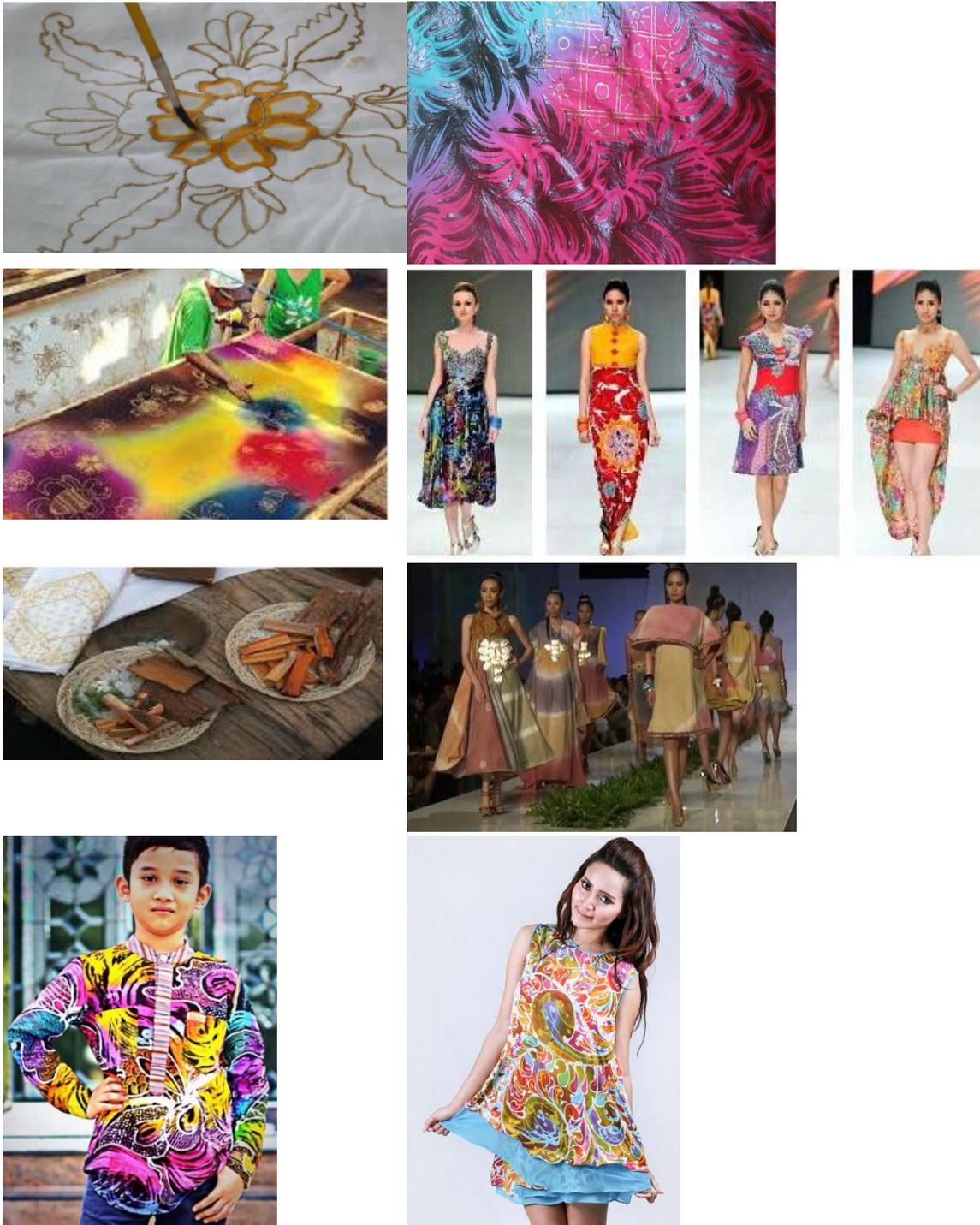
Warna selain berupa corak, rupa warna itu sendiri juga merupakan kesan yang ditimbulkan oleh cahaya pada mata kita atau secara bahan berupa pigmen (zat warna) seperti merah, biru, hitam, putih. Selain itu dalam penggunaannya setiap warna mempunyai makna tertentu. Berdasarkan pendapat di atas maka warna dapat diterjemahkan sebagai corak, rupa seperti halnya merah, biru, kuning dan lain-lain.

Pewarnaan merupakan proses pemasukan zat warna ke dalam serat tekstil sehingga diperoleh warna yang sifat-sifatnya dapat dikatakan kekal. Zat warna adalah suatu larutan untuk memberi warna pada kain batik. Tidak semua jenis dari pada zat warna tekstil dapat untuk memberi warna pada batik. Zat warna batik terdiri dari: zat warna alam dan zat warna buatan (kimia). Zat warna alam untuk mewarnai batik diantaranya: daun pohon nila, kulit pohon soga tingi, kayu pohon soga tegeran, kulit soga jambal, kayu soga jawa, kulit pohon soga kenet, kulit pohon soga tekik, akar mengkudu, jirak, jirek, temu lawak, kunir, kayu laban, kayu mundu, teh, gambir dan pinang, pucuk gebang, kembang pulu, sari kuning, blendok trembalo dan kulit pohon mepelam. Sebagai bahan pembantu untuk beits, menimbulkan warna, memperkuat ketahanan dari zat-zat warna alam ialah: jeruk nipis, cuka, sendawa, pijer, tawas, gula batu, gula jawa, tunjung, prusi, tetes, air kapur, tape, pisang klutuk dan daun jambu klutuk.

Zat warna buatan yang dipakai untuk batik, pada prinsipnyayaitu zat warna yang bisa digunakan dalam keadaan dingin atau panasnya tidak sampai melelehkan lilin serta obat-obat pembantunya tidak merusak lilin dan tidak mengakibatkan kesukaran-kesukaran berikutnya. Golongan-golongan zat warna itu ialah: Indigo, Indigosol, Napthol dan Rapid, Cat-cat soga (direk - diazo, chroom, bangkitan), Cat Basis , Cat Indanthreen (IK), Cat Belerang , Procion dingin atau cat reaktif(Susanto,1973:70).

Cara pemberian warna batik ada bermacam-macam, diantaranya dengan cara celup, colet, usap maupun kombinasi dari warna-warna tersebut. Teknik mewarnai dengan celup adalah memasukkan kain batikan ke dalam zat warna dan didiamkan selama beberapa menit kemudian diangkat dan dicuci bersih. Pewarnaan dengan teknik elup dilakukan apabila mewarnai pada bidang besar, misalkan pada saat mewarnai dasar batikan. Teknik mewarnai batik dengan colet adalah suatu cara memberi warna pada motif dengan bidang yang kecil. Proses mewarnai dengan colet bisa dilakukan dengan bantuan kuas. Sementara teknik mewarnai dengan cara usap adalah suatu cara memberi warna pada kain dengan cara menorehkan warna (dibantu dengan spons) kemudian warna tesebut diratakan atau dibaurkan dengan cara diusap menggunakan tangan. Teknik pewarnaan usap akan memungkinkan munculnya warna yang bergradasi percampuran antara warna yang satu dengan yang lainnya.

Untuk menciptakan produk batik yang “beda” diperlukan kreativitas pembatik yang bisa diwujudkan dengan memadukan beberapa teknik pewarnaan. Selain teknik pewarnaan pemilihan warnapun harus disesuaikan dengan selera konsumen. Sebagai contoh untuk konsumen dari luar negeri maka pembatik bisa memilih warna-warna cerah dan terang, sementara untuk konsumen yang lain bisa memilih warna-warna lembut yang disesuaikan dengan selera konsumen sesuai asal Negara. Pemilihan zat warnapun bisa disesuaikan dengan selera konsumen, sebagai contoh untuk produk yang ramah lingkungan biasanya sangat disukai pembeli manca hal ini merupakan peluang bagi batik dengan pewarna alam untuk lebih mengintensifkan produk dengan sasaran konsumen tersebut.



Gambar 5. Inovasi warna batik
 Sumber gambar: sidjibatik.com, google.com

SIMPULAN

Inovasi batik sesuai pasar global merupakan suatu keniscayaan. Batik sebagai produk fesyen mampu memberikan kesejahteraan bagi masyarakat jika terus berkembang mengikuti jaman. Untuk dapat bertahan dan bersaing dengan tekstil Cina dengan harga murah produk batik harus terus dilakukan inovasi. Sebagai salah satu warisan budaya bangsa batik akan mampu bersaing dengan sentuhan kreatif dari orang-orang yang masih peduli akan keberadaan batik.

REFERENSI

- Haryani Winotosastro. (2008). *Penanganan Limbah Pada Industri Batik*. Makalah disampaikan pada Seminar Nasional "Kebangkitan Batik Indonesia". Yogyakarta: PPBI Sekar Jagat
- Kuswadji. (1981). *Mengenal Seni Batik di Yogyakarta*. Yogyakarta : Proyek Pengembangan Permuseuman Yogyakarta
- Nanang Rizali. (2001). *Peranan Inovasi dalam Pemasaran Produk*. Wacana Seni Rupa vol.3
- Nian S. Djoemena. (1990). *Ungkapan Sehelai Batik*. Jakarta: Djambatan
- Poerwodarminto. (1989). *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta : Balai Pustaka.
- Rogers, Everett M. (1983). *Diffusion of Innovation*. Canada: The Free Press of Macmillan Publishing Co.
- Sewan Soesanto. (1980). *Seni Kerajinan Batik Indonesia*. Yogyakarta : BBKB : Dept Perindustrian RI.
- Sri Soedewi Samsi. (2007). *Teknik dan Ragam Hias Batik*. Yogyakarta: PPBI Sekar Jagad.
- Tim Penyusun Kamus Pusat Bahasa. (2002). *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka.

www.jogjacraft.com

http://id.wikipedia.org/wiki/Reka_baru

“AKSESORI PILPRES ”

PELUANG INDUSTRI KREATIF DALAM PRODUK FASHION ERA MEA

Triyanto dan Enny Zuhni Khayati
Pendidikan Teknik Boga dan Busana FT UNY

ABSTRAK

Pemilihan Presiden (Pilpres) merupakan salah satu ajang demokrasi lima tahunan rakyat Indonesia yang selalu menarik dan menyita perhatian masyarakat. Tarik ulur kepentingan politik kekuasaan menuntut kreativitas tim sukses masing-masing partai peserta pemilu. Kaos oblong (t-shirt) sebagai salah satu produk fashion menjadi angin segar daya tarik “aksesori” pemikat hati masa melalui penyusunan kata-kata, pesan, gambar ataupun jargon yang tertuang dalam bentuk sablon. Melalui agenda tahunan seminar nasional Bidang Boga, Busana, dan Rias ini penulis menyajikan pengkajian eksistensi kaos oblong sebagai produk fashion yang dapat memberikan arti melalui pendekatan multidisiplin ilmu yakni micro historis, politik, ekonomi dan seni. Realitas menunjukkan bahwa kaos sebagai salah satu produk fashion telah mampu menjadi “aksesori pemilu” yang menyemarakan hiruk-pikuk penampilan demokrasi dan ekonomi di Indonesia. 2015 merupakan tahun terbentuknya masyarakat satu atap ASEAN (MEA). Antipasi peran stakeholders sangat dibutuhkan sehingga ekonomi kreatif kerakyatan tidak tergerus ke luar negeri.

Kata Kunci: T-Shirt, Aksesori Pilpres, MEA

Pendahuluan

Pemilihan Presiden yang baru saja dilaksanakan pada tanggal 9 Juli tahun 2014 lalu mengingatkan kita pada bentuk pesta demokrasi lima tahunan rakyat Indonesia. Pada pesta pemilu tersebut kerja tim sukses menuntut daya kreativitas tinggi untuk meraih hati masyarakat. Pemanfaatan berbagai macam olahan media masa menjadi corong hegemoni, seperti: media televise, media pertunjukan panggung music, spanduk, baliho, jam, topi, payung sampai pemanfaatan kaos dalam aneka warna dan tulisan. Geliat

perhelatan politik itu secara langsung mampu membangunkan ekonomi industry kreatif. Realitas ini menunjukkan semestinya mereka yang bergerak bidang fashion jangan hanya melihat masa perhelatan politik itu sebagai saat untuk memilih pemimpin Indonesia, namun demikian harus memiliki kejelian untuk dapat melihat masa perhelatan politik itu sebagai peluang bisnis baru ataupun meraup keuntungan dari bisnis aneka "aksesori politik", seperti: sablon kaos, topi, payung, bendera dan berbagai aksesoris Pilpres lainnya. Politik sebagai dunia kekuasaan akhirnya membutuhkan dan bersentuhan dengan berbagai sendi aktivitas lainnya untuk menjadi media komunikasi. Relasi politik dan fashion telah ada sejak lama. Semua itu disebabkan pada kemampuan politik untuk mempengaruhi aspek-aspek kehidupan lainnya, seperti yang diungkapkan oleh R.M. Soedarsono (2000), bahwa eksistensi politik itu mampu mempengaruhi kehidupan seperti ekonomi, seni, dan social. Fungsi produk fashion berkembang tidak hanya sebagai penutup pelindung badan dari sengatan panasnya lingkungan alam, namun demikian telah mampu melompat sebagai bentuk komunikasi politik. Dalam hal ini fashion sebagai salah satu jenis industry kreatif menjadi medium atau saluran yang dipergunakan seseorang ataupun partai untuk menyatakan sesuatu kepada orang lain dengan maksud mendorong terjadi perubahan pada masyarakat untuk mengikuti sesuai dengan target politik yang diharapkan. Fashion merupakan medium untuk mengirimkan pesan pada orang lain. Seseorang mengirimkan pesan tentang dirinya sendiri melalui fashion atau pakaian yang dikenakannya. Berdasarkan realitas sehari-hari kehidupan masyarakat, pakaian dipilih sesuai dengan apa yang akan dilakukan pada hari itu, bagaimana suasana hati seseorang, siapa yang akan ditemuinya dan seterusnya. Dengan demikian fashion telah menjadi bagian yang sangat penting penanda aktivitas manusia. Melalui fashion partai peserta pemilu sering kali membagikan kaos dengan aneka pesan politik. Hal itu membuat jasa usaha atau industry konveksi sablon termasuk bisnis yang kebanjiran order selama masa Pemilu, terutama dalam pemesanan kaos, bendera, spanduk, topi dan produk menarik lainnya. Saat kampanye, atribut partai seperti kaos adalah salah satu hal yang paling sering menjadi bagian terpenting untuk propaganda partai sehingga masyarakat

terpengaruh untuk memilih kandidat yang dijagokan (<http://brighterlife.co.id>)



<http://printingpercetakan.blogdetik.com> dan
<http://www.dkiadvertising.com>

Gbr.1 Berbagai macam 'aksesori pilpres'

Tahun 2015 tinggal menghitung hari, pada tahun itu di wilayah ASEAN akan diterapkan ekonomi satu atap. Mulai jasa tenaga kerja dan perdagangan akan terjadi kerjasama terbuka. Realitas itu mensiratkan diantara Negara ASEAN akan terjadi kebebasan transaksi ekonomi yang menuntut banyak pekerjaan rumah untuk dapat bersaing ketat pada kompetensi bidang-bidang yang relevan. Industri kreatif sebagai salah satu penopang ekonomi Indonesia semestinya telah siap menghadapi berbagai kemungkinan persaingan usaha tersebut. Hal ini menuntut pemerintah beserta berbagai stakeholders untuk mengantisipasi kesiapan pengusaha industry

kreatif Indonesia dalam memasuki Era Masyarakat Ekonomi Asean (MEA).

PEMBAHASAN

'Aksesori Pilpres' Era ORBA

Pada musim pemilu partai bersiap meraih sebanyak mungkin perhatian publik. Pemilu adalah masa di mana setiap partai menggelontorkan banyak dana demi meraih perhatian publik salah satunya lewat merchandise promosi yang setiap pemilu banyak kita temui. Mulai dari kaos, payung, jam dinding, topi partai, balpoint dan lain-lain. Masih hangat dalam bayang masa kampanye bagaimana kuningnya jalanan dengan kaos Golkar yang melegenda dengan warna kuningnya. Birunya rona surya Partai Amanah Nasional. Ataupun merahnya banteng moncong putih. Semua itu dapat dilakukan karna warna kostum yang dikenakanya begitu banyak, berjubel merubah kesan warna ruang publik yang dilaluinya.

Pada proses 'hajatan demokrasi' di Indonesia kaos sebagai bagian 'aksesori' penting karena salah satu item ini akan dibagikan secara gratis dalam jumlah besar untuk simpatisan partai bahkan masyarakat umum yg belum jelas akan menjadi pendukung partai mana. Intinya adalah yang penting baju partai dipakai oleh banyak orang sehingga seolah-olah partai tersebut diminati masyarakat. Jumlah partai yang ada ada di Indonesia sebelum era eformasi terbatas pada 3 partai besar, yakni: satu, PPP (Partai Persatuan Pembangunan) dua, GOLKAR (Golongan Karya) dan tiga, PDI (Partai Demokrasi Indonesia). Di bawah pemerintahan Orde Baru yang militerian membuat kebebasan berekspresi tidak mendapat tempat. Kebebasan berdemokrasi, bersuara, maupun berkarya cipta terbelenggu pada upaya untuk menstabilkan ketahanan politik Negara di bawah pemerintahan Soeharto. Realitas itu juga terlihat dari perwujudan variasi desain T-Shirt yang sederhana, simple, dan 'tidak neko-neko'. Desain kaos yang berkaitan dengan aktivitas politik adalah kaos yang didesain alakadarnya, dengan kualitas bahan yang paling rendah 'kaos saringan tahu'. Model bahan kaos seperti ini dipakai sangat tidak memenuhi nilai kenyamanan (convertible) bertekstur kasar, panas tidak menyerap keringat sehingga mengeluarkan bahu ketek yang menyengat hidung. Materi desain kaos pilpres biasanya berupa ajakan untuk mencoblos, seperti: COBLOS NO...AYO PILIH NO....dan kalimat propaganda ajakan lainnya.

Kondisi kesejahteraan ekonomi yang belum merata membuat kaos partai jaman ORBA banyak disukai oleh kalangan petani, tukang becak, bakul 'mbok-mbok' pasar, nelayan ataupun rakyat kecil lainnya yang kehidupannya termaginalkan. Desain kaos partai yang sederhana 'fullgar' dan berbahan kualitas rendah membuat remaja enggan memakai pada aktivitas lifestilnya. Dengan demikian pasar potensial kampanye kaos pilpres Era ORBA menyasar pada masyarakat kelas ekonomi bawah.



(wikipedia.org)

Gbr. 2 Bentuk logo partai Era Orde Baru

Walau kaos pilpres Era ORBA bentuk dan bahanya sederhana namun tetap memberikan nilai positif terhadap wirausaha industry kreatif bidang konveksi dan turunannya. Realitas itu terlihat dari ramainya order yang diterima di berbagai pusat jasa konveksi khususnya usaha sablon kaos kampanye. Kualitas kaos kampanye yang relative rendah membuat harga jual kaospun rendah juga sehingga kaos kampanye mendapat stigma sebutan sebagai kaos murah 'kaos saringan tahu.'



www.storetempo.co.id

Gbr.3 Aksesori pilpres kaos 'saringan tahu' jaman ORBA menjadi 'trend'

'Aksesori Pilpres' Era Pasca Reformasi

Reformasi Indonesia tahun 1998 mampu membuat dampak yang luar biasa pada masyarakat Indonesia. Reformasi menjadi kran pembuka demokrasi dari demokrasi yang militerian bergantian pada demokrasi masyarakat madani. Jumlah partai tumbuh subur lebih dari sepuluh atau multi partai. Partai yang ada timbul berkembang sesuai dengan masyarakat pendukungnya. Realitas ini mampu memunculkan karakter partai, seperti: partai reformis yang diisi oleh banyak akademisi, partai religious yang pesertanya banyak dari kalangan santri, partai pro demokrasi yang latar belakangnya pada masyarakat yang menginginkan demokrasi yang lebih luas, maupun partai yang berkarakter kekaryaan. Berbagai macam multi partai tersebut membuat pertimbangan dalam pengupayaan perlengkapan kampanye berbeda pula. Tim sukses membuat alat propaganda peraga menyesuaikan dengan segmentasi usia dan selera masyarakat terbidik. Seperti untuk masyarakat menengah bawah alat peraga propaganda berupa kaos 'saringan tahu' masih menjadi senjata ampuh yang bisa diandalkan dalam menggelontorkan pesan-pesan kampanye. Keuntungan kaos saringan tahu bagi Tim sukses adalah harga jauh lebih murah. Apalagi jumlah order yang semakin besar akan membuat semakin murah harga kaos saringan tahu. Kelas

masyarakat lain yang berkembang sebagai garapan tim sukses adalah kelas remaja dan kelas menengah ke atas.



PUSTAKA Sekolah
Ditajar Tanpa Mengenal Ura

(wikipedia.org)

Gbr.4 Gelombang Reformasi Mahasiswa 1998, Soeharto mengundurkan diri dan Politik multi partai



[www:solopos.com](http://www.solopos.com)

Gbr.5 Pasa Reformasi 'aksesori pilpres' kaos saringan tahu masih menjadi

senjata ampuh meraih simpati rakyat kecil

Sedangkan untuk kelas menengah keatas dan generasi muda diupayakan bentuk kaos yang lebih berkualitas bahan dan desainnya. Kalau dahulu kelengkapan kaos disediakan alakadarnya tetapi tuntutan pada pemilihan presiden masa Pasca Reformasi kali ini sangatlah berbeda, ketersediaan kelengkapan partai yang alakadarnya mampu berkembang ke berbagai bentuk kaos yang lebih modis dan nyaman dipakai. Kaos dengan bahan polyester bahkan katun combed, dengan design yang baik mulai diproduksi. Tampilan desainnya pun membuat anak muda atau kalangan menengah ke atas tidak akan malu mengenakannya. Produk desain kaos pilpres sekarang cukup menawan sehingga layak disandingkan dengan kaos yang dijual di distro. Kaos produksi dengan gradasi warna, monokromatis untuk menggambarkan Garuda Merah untuk pasangan Prabowo Hatta hingga gambar Jendral Sudirman yang wajahnya diganti dengan wajah Jokowi. Aneka variasi produk desain kaos itu sengaja diproduksi untuk menyasar pemilih muda yang masih enggan berpartisipasi dalam pemilihan presiden. Era multi partai menuntut lebih banyak kreativitas TIM kampanye untuk menyedot hati masyarakat supaya memilih kandidat calon presiden yang mereka

usung. Maka tidak pelak pada masa Pilpres banyak tempat atau pusat-pusat konveksi kebanjiran order kaos partai dari masing masing partai pengusung calon presiden. Peluang usaha industry kreatif fashion khususnya jasa usaha sablon kaos dapat diseting dengan tema yang tidak lazim atau unik sehingga bisa membidik pangsa pasar kaos yang sebelumnya tidak pernah terpikirkan namun bisa jadi diam-diam diperlukan, atau pangsa pasar yang berasal dari komunitas atau demografi tertentu yang harus dibidik dengan cara tertentu pula (*niche marketing*). Pilpres dengan aneka pesan politik dapat menjadi salah satu tema yang dapat diambil sebagai tema usaha. Momentum Pilpres memberikan ide pembuatan kaos murah seperti dengan kaos murah bermotif foto calon presiden, atau dapat pula dengan jargon-jargon calo presiden, dapat juga dalam bentuk kata-kata sindiran calon presiden. Penciptaan kaos-kaos tersebut menciptakan peluang pasar tersendiri. Betapa tidak, banyak dari pendukung bahkan pecinta calon presiden tanpa dikomando pasti akan mengenakan atribut semua tentang calon presiden. Dan itulah yang menjadi peluang pasar dari industri kreatif kaos. Beberapa tema unik yang lain juga bisa diciptakan guna membuat produk kaos. Yang terpenting dari semua itu adalah tema yang diambil sebaiknya mempunyai segmentasi pasar yang jelas sehingga penetrasi pasar kaos terhadap target pasar yang ingin dicapai mudah dilaksanakan. (<http://kaosmurahku.com>). "Kaos pemilu tersebut dibandrol mulai dari harga 50 ribu rupiah sampai 90 ribu rupiah. Harga ini jelas berbeda jauh dengan kaos kampanye saringan tahu yang berkisar 8 sampai 15 ribu rupiah. (<http://www.tribunnews.com>)



<http://www.kpu.go.id> dan www.eciputra.com

Gbr.6 Macam macam 'aksesori pilpres' desain kelas distro yang menysar generasi muda



<https://www.bukalapak.com>

Gbr.7 Aneka kreativitas desain 'Aksesori pilpres' Capres Jokowi-JK



<http://www.kaosperadaban.com>

Gbr.8 Aneka kreativitas desain 'Aksesori pilpres' Capres Prabowo-Hatta

Peluang 'Aksesori Pilpres' Era MEA

Masyarakat Ekonomi Asean (MEA) pada tahun 2015 akan segera terbentuk. Terbentuknya masyarakat ekonomi tunggal Asean menjadikan perputaran arus barang dan jasa bergerak bebas di antara anggota Negara ASEAN. Masing-masing masyarakat Negara ASEAN dapat dengan leluasa bekerjasama melakukan transaksi jual beli sector barang dan jasa dengan kemudahan regulasi sehingga meringankan pengusaha. Negara-negara dengan SDM yang baik dan produk yang mempunyai kualitas standar produk tinggi mempunyai espektasi ekspansi ke negara-negara lain sehingga keluasaan penyebaran segmentasi pasar produk ekspor dapat lebih maksimal.

Penyebaran produk ekspor yang lebih luas tentu membawa dampak positif terhadap pertumbuhan ekonomi masyarakat pelaku industri kreatif. Namun demikian sebaliknya, MEA bagaikan harimau yang siap menerkam mangsanya. Hal ini dapat terjadi jika kualitas produk dan jasa yang disediakan tidak memenuhi standar kualitas yang diharapkan. Akibat serius jika hal ini terjadi bukan tidak mungkin lahan industri kreatif aksesoris pilpres yang menghidupi banyak pengusaha kecil lari ke luar negeri. Terkait dengan aksesoris pilpres, seperti yang telah dijelaskan sebelumnya bahwa hiruk pikuk 'gawe' pilpres di Indonesia telah mampu memutar pertumbuhan ekonomi industri kreatif secara nyata. Realitasnya terhadap geliat ekonomi industri kreatif pada masa pilpres dapat terus terjaga keberlangsungannya karena kreativitas desain kaos pilpres mampu menangkap pesan keinginan partai dalam menjangkau masa dari segala macam kalangan sehingga menghasilkan tawaran aneka ragam kreativitas produk. Dengan semakin mudahnya regulasi di antara negara MEA yang disertai kreativitas tinggi dan daya saing harga yang kompetitif bisa jadi Era MEA dapat menjadi peluang sector industri kreatif kaos pilpres untuk menjangkau ke berbagai Negara Asean lainnya yang sedang mengalami proses demokrasi sehingga memerlukan pernik 'aksesori' pilpres sehingga mendapatkan pertumbuhan ekonomi dan kemakmuran jika dapat memproduksi 'aksesori pilpres' Philipin, Thailand, Malaysia, dll.

SIMPULAN

Geliat politik Pilpres berimbas pula pada geliat industri fashion. Kreativitas dalam menarik hati masyarakat menjadi tuntutan tim sukses partai politik untuk melancarkan serangan berbagai propaganda. Melalui media kaos oblong, berbagai macam pesan tertuang penuh kreatif. Industri sablon kaos begitu marak tumbuh subur dimana-mana. Bentuk desain 'aksesori Pilpres' sekarang berkembang dengan pesat. 'Hajatan Pilpres' berdampak positif pada tumbuhnya ekonomi kerakyatan. Rekomendasi dari kontribusi tulisan ini adalah jangan sampai gairah ekonomi kreatif berbasis sablon kaos pada era terbentuknya MEA terenggut ke pengusaha ataupun tenaga kerja luar negeri, sehingga memerlukan peran stakeholders untuk tanggap kebijakan yang pro ekonomi rakyat. Penguatan terhadap standarisasi maupun pelatihan peningkatan kualitas produk dan jasa

pada industry kreatif menjadi PR pemerintah sehingga pelaku usaha dan jasa siap menuju MEA.

REFERENSI

R.M. Soedarsono (2000). Seni Pertunjukan di Era Reformasi.
Bandung: MSPI

<http://kaosmurahku.com/2014/04/pemilu-saatnya-menciptakan-peluang-usaha-kaos-tempat-bikin-kaos-murah-tempat-pesan-kaos-murah-kaos-murah-kaos-distro>

<http://brighterlife.co.id/2014/05/07/5-bisnis-menguntungkan-jelang-pemilu-presiden/#sthash.9Pqv3yf5.dpuf>

<http://www.kpu.go.id/index.php/pages/detail/2014/308>

<http://www.tribunnews.com/pemilu-2014/2014/07/15/menyasar-pemilih-muda-di-pilpres-dengan-kaos-kreatif>

PENTINGNYA *HIGHER ORDER THINKING SKILLS* BAGI MAHASISWA BIDANG TEKSTIL DAN BUSANA DALAM PENGEMBANGAN EKONOMI KREATIF MENUJU MEA 2015

Widihastuti

Pendidikan Teknik Boga dan Busana FT UNY

ABSTRAK

Pencanangan Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) tahun 2015 sudah mulai disosialisasikan. Hal ini menandakan bahwa ASEAN akan menjadi pasar tunggal dan berbasis produksi tunggal dimana akan terjadi arus barang, jasa, investasi, serta tenaga kerja terdidik dan terampil yang bebas, serta arus modal yang lebih bebas diantara Negara ASEAN. Mengingat hal ini maka seluruh masyarakat di lingkup ASEAN termasuk Indonesia harus siap menghadapi segala kemungkinan tersebut dengan cara meningkatkan pangsa pasar di kawasan ASEAN. Peningkatan pangsa pasar di kawasan ASEAN ini dapat dilakukan melalui pengembangan ekonomi kreatif Indonesia, salah satunya adalah ekonomi kreatif bidang fesyen.

Pengembangan ekonomi kreatif bidang fesyen di era kreativitas perlu didukung oleh pola pikir kritis dan kreatif para pelakunya. Pola pikir kritis dan kreatif ini akan membantu mencapai kemampuan berpikir *high concept* dan *high touch*. Pola pikir kritis dan kreatif ini akan dapat dicapai manakala si pelaku memiliki kemampuan berpikir tingkat tinggi (*higher order thinking skills* = HOTS). Terkait hal ini, maka mahasiswa bidang tekstil dan busana (fesyen) sebagai salah satu elemen pelaku yang sangat penting dalam pengembangan ekonomi kreatif ke depan perlu dibekali dengan HOTS agar dapat ikut berkiprah dalam pengembangan ekonomi kreatif bidang fesyen memasuki MEA 2015.

Kata Kunci: Higher Order Thinking Skills (HOTS), Mahasiswa bidang Tekstil dan Busana, Ekonomi Kreatif, MEA 2015.

PENDAHULUAN

Seiring dengan perkembangan globalisasi yang semakin cepat, maka pencanangan *ASEAN Economic Community* (AEC) atau Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) tahun 2015 sudah mulai disosialisasikan. Hal ini bertujuan untuk meningkatkan daya saing

ASEAN dalam menghadapi kompetisi global seperti dengan India dan Cina. Selain itu ada beberapa pertimbangan yang mendasari segera dibentuknya MEA 2015 yaitu diantaranya: (1) potensi penurunan biaya produksi di ASEAN sebesar 10-20% untuk barang konsumsi sebagai dampak integrasi ekonomi; (2) meningkatkan kemampuan kawasan dengan implementasi standar dan praktik internasional, HAKI, dan adanya persaingan (Departemen Perdagangan RI, 2014: 7).

Hal tersebut di atas menandakan bahwa ASEAN akan menjadi pasar tunggal dan berbasis produksi tunggal dimana akan terjadi arus barang, jasa, investasi, serta tenaga kerja terdidik dan terampil yang bebas, serta arus modal yang lebih bebas diantara Negara ASEAN. Mengingat hal ini maka seluruh masyarakat di lingkup ASEAN termasuk Indonesia harus siap menghadapi segala kemungkinan tersebut dengan cara meningkatkan pangsa pasar di kawasan ASEAN. Peningkatan pangsa pasar di kawasan ASEAN ini dapat dilakukan melalui pengembangan ekonomi kreatif Indonesia, salah satunya adalah ekonomi kreatif bidang fesyen.

Pengembangan ekonomi kreatif bidang fesyen di era kreativitas perlu didukung oleh pola pikir kritis dan kreatif para pelakunya. Pola pikir kritis dan kreatif ini akan membantu mencapai kemampuan berpikir *high concept* dan *high touch*. *High concept* adalah kemampuan menciptakan keindahan artistik dan emosional, mengenali pola-pola dan peluang, menciptakan narasi dan karya yang indah dan menghasilkan temuan-temuan yang belum disadari orang lain. Sedangkan *high touch* adalah kemampuan berempati, memahami esensi interaksi manusia, dan menemukan makna (Departemen Perdagangan RI, 2008: 2).

Menurut Daniel L. Pink (dalam Departemen Perdagangan RI, 2008: 2), ada beberapa prinsip yang harus dimiliki dalam pola pikir kreatif yaitu antara lain:

- *Not just function, but also.....DESIGN*
- *Not just argument, but alsoSTORY*
- *Not just focus, but alsoSYMPHONY*
- *Not just logic, but also.....EMPATHY*
- *Not just seriousness, but also.....PLAY*
- *Not just accumulation, but also.....MEANING*

Sementara itu dalam konteks pengembangan ekonomi kreatif, pola pikir kritis akan sangat membantu seseorang dalam meningkatkan kreativitasnya. Sebab, untuk menghasilkan solusi kreatif terhadap suatu masalah tidak hanya perlu gagasan baru, tetapi gagasan baru itu harus berguna dan relevan dengan tugas yang harus diselesaikan. Pola pikir kritis berguna untuk mengevaluasi ide baru, memilih yang terbaik, dan memodifikasi bila perlu. Disamping itu, pola pikir kritis juga penting untuk refleksi diri dan memberi struktur kehidupan sehingga hidup menjadi lebih berarti (*meaningful life*). Pola pikir kritis juga sangat membantu dalam mencari kebenaran dan merefleksikan nilai serta keputusan diri sendiri. Pola pikir kritis merupakan *meta-thinking skill*, ketrampilan untuk melakukan refleksi dan evaluasi diri terhadap nilai dan keputusan yang diambil, lalu dalam konteks membuat hidup lebih berarti melakukan upaya sadar untuk menginternalisasi hasil refleksi itu ke dalam kehidupan sehari-hari (Widihastuti, 2014: 15).

Pola pikir kritis juga sangat penting di abad ke 21 yaitu era informasi dan teknologi dimana implementasi teknologi tinggi (*high tech*) sudah merambah di berbagai sektor ekonomi kreatif termasuk sektor ekonomi kreatif bidang fesyen. Mengingat hal ini, maka seseorang harus dapat merespons berbagai perubahan dengan cepat dan efektif. Oleh karena itu, diperlukan keterampilan intelektual yang fleksibel, kemampuan menganalisis informasi, dan mengintegrasikan berbagai sumber pengetahuan untuk memecahkan masalah. Pola pikir kritis juga dapat meningkatkan keterampilan verbal dan analitik. Melalui pemikiran yang jernih dan sistematis dapat meningkatkan cara mengekspresikan gagasan, berguna dalam mempelajari cara menganalisis struktur teks dengan logis, dan meningkatkan kemampuan untuk memahami.

Berdasarkan uraian di atas, maka pola pikir kritis dan kreatif akan menghasilkan kreativitas yang akan sangat membantu seseorang dalam mengembangkan karir di bidang pekerjaan apapun termasuk dalam pengembangan ekonomi kreatif menuju MEA 2015. Pola pikir kritis dan kreatif ini akan dapat dicapai manakala seseorang memiliki kemampuan berpikir tingkat tinggi (*higher order thinking skills* = HOTS). Terkait hal ini, maka mahasiswa bidang tekstil dan busana (fesyen) sebagai salah satu elemen pelaku penting dalam pengembangan ekonomi kreatif ke depan perlu dibekali dengan HOTS

agar dapat ikut berkiprah secara aktif dalam pengembangan ekonomi kreatif bidang fesyen memasuki MEA 2015. Sebab dengan memiliki HOTS, maka mahasiswa bidang tekstil dan busana akan mampu berpikir kritis, kreatif, meneliti, memecahkan masalah, membuat keputusan, dan memiliki karakter yang baik sehingga mampu menciptakan karya tekstil dan fesyen yang memiliki sifat *novelty, original, artistic, usefulness* yang tinggi. Dengan demikian dapat diharapkan mahasiswa bidang tekstil dan busana akan dapat menjadi insan-insan pelaku ekonomi kreatif bidang fesyen yang memiliki kreativitas yang tinggi dengan karakteristik kritis dan kreatif. Karakteristik kritis dan kreatif ini akan menjadi dasar bagi mahasiswa agar mampu menghasilkan karya-karya ekonomi kreatif bidang fesyen yang berdaya saing di era global yang semakin kompleks dalam MEA 2015.

PEMBAHASAN

Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA)

ASEAN *Economic Community (AEC)* atau Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) yang direncanakan mulai dilaksanakan tahun 2015 merupakan bentuk kerjasama ekonomi di tingkat ASEAN. Kerjasama ekonomi di lingkup ASEAN ini ditandai dengan beberapa kesepakatan yang diwujudkan dalam *AEC Blueprint* yang memuat 4 (empat) pilar AEC yaitu:

1. ASEAN akan menjadi pasar tunggal dan berbasis produksi tunggal dimana akan terjadi arus barang, jasa, investasi, serta tenaga kerja terdidik dan terampil yang bebas, serta arus modal yang lebih bebas diantara Negara ASEAN.
2. ASEAN sebagai kawasan dengan daya saing ekonomi tinggi, dengan elemen peraturan kompetisi, perlindungan konsumen, hak atas kekayaan intelektual, pengembangan infrastruktur, perpajakan, dan *e-commerce*.
3. ASEAN sebagai kawasan dengan pengembangan ekonomi yang merata dengan elemen pengembangan usaha kecil dan menengah, dan prakarsa integrasi ASEAN untuk Negara-negara CMLV (Cambodja, Myanmar, Laos, dan Vietnam).
4. ASEAN sebagai kawasan yang terintegrasi secara penuh dengan perekonomian global dengan elemen pendekatan yang koheren

dalam hubungan ekonomi di luar kawasan dan meningkatkan peran serta dalam jejaring produksi global.

(Departemen Perdagangan RI, 2014: 9).

Berdasarkan empat (4) pilar AEC atau MEA tersebut di atas, ternyata pilar kesatu yang masih menjadi focus perhatian. Mengacu hal ini, maka Indonesia harus mulai mempersiapkan diri untuk menghadapi segala kemungkinan yang terjadi, salah satunya dengan cara meningkatkan pangsa pasar di kawasan ASEAN. Peningkatan pangsa pasar di kawasan ASEAN ini dapat dilakukan melalui pengembangan ekonomi kreatif Indonesia, salah satunya adalah ekonomi kreatif bidang fesyen. Oleh karena itu, segala komponen yang terkait dalam ekonomi kreatif bidang fesyen ini harus disiapkan dengan sebaik-baiknya baik dari segi SDM, SDA, produksi, manajemen, dan lain sebagainya.

Ekonomi Kreatif Bidang Fesyen

Telah diketahui bahwa bidang fesyen merupakan salah satu bagian dari 14 sektor industri kreatif Indonesia, dan industri kreatif ini tidak terpisahkan dari ekonomi kreatif. Bahkan Howkins (2007) menyatakan bahwa industri kreatif dikenal juga dengan nama ekonomi kreatif. Industri Kreatif dapat diartikan sebagai kumpulan aktivitas ekonomi yang terkait dengan penciptaan atau penggunaan pengetahuan dan informasi. Departemen Perdagangan RI (2008: 4) menyatakan bahwa:

“industri kreatif adalah industri yang berasal dari pemanfaatan kreativitas, keterampilan serta bakat individu untuk menciptakan kesejahteraan serta lapangan pekerjaan dengan menghasilkan dan mengeksplorasi daya kreasi dan daya cipta individu tersebut”.

Terkait dengan hal di atas, Departemen Perdagangan RI (2008: 6) menjelaskan bahwa fesyen merupakan salah satu subsektor industri yang berbasis kreativitas yang diartikan sebagai kegiatan kreatif yang terkait dengan kreasi desain pakaian, desain alas kaki, desain aksesoris mode lainnya, produksi pakaian mode dan aksesorisnya, konsultasi lini produk fesyen, serta distribusi produk fesyen. Dengan demikian maka dapat diartikan bahwa industri (ekonomi) kreatif bidang fesyen adalah segala bentuk kegiatan kreatif yang terkait dengan dunia fesyen mulai dari kreasi desain

pakaian, alas kaki, aksesories, produksi pakaian dan aksesoriesnya, konsultasi lini produk fesyen, sampai distribusi produk fesyennya.

Selanjutnya sebagai gambaran, Tabel 1 menyajikan tentang perkembangan nilai ekspor industri kreatif Indonesia Tahun 2002-2008, termasuk di dalamnya perkembangan industri kreatif bidang fesyen (Puguh Setyo Nugroho & Malik Cahyadin, --: 2). Berdasarkan Tabel 1, maka kita mencermati dan mengambil kesimpulan bahwa industri kreatif bidang fesyen memiliki kecenderungan semakin berkembang dan ini merupakan potensi yang harus terus dikembangkan untuk meningkatkan pangsa pasar di kawasan ASEAN menuju MEA (CEA) 2015.

Tabel 1. Perkembangan Nilai Ekspor Industri Kreatif Indonesia Tahun 2002 – 2008 (jutaan rupiah)

NO	LAPANGAN USAHA INDUSTRI KREATIF	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	Rata-Rata
1	Arsitektur	89	245	210	57	236	67	112	145
2	Desain	1.111.977	1.499.860	1.843.686	2.169.720	2.214.047	2.396.026	2.892.009	2.018.189
3	Fesyen	36.269.926	35.261.898	45.563.824	51.042.260	54.714.623	57.908.311	71.695.510	50.350.907
4	Film, Video, dan Fotografi	940	1.715	7.560	2.550	1.187	448	1.071	2.210
5	Kerajinan	20.108.107	19.608.197	21.741.500	22.673.162	27.292.605	34.351.715	39.673.977	25.282.945
6	Layanan Komputer dan Piranti Lunak	-	-	-	-	-	-	-	-
7	Musik	724.457	1.004.425	37.926	226	238	131	77.821	263.604
8	Pasar dan Barang Seni	38.104	43.170	38.665	60	78	82	108.409	32.653
9	Penerbitan dan Percetakan	103.754	90.136	93.734	180.506	161.140	133.652	173.350	133.753
10	Periklanan	23.166	47.746	51.675	39.365	64.626	72	132.478	51.304
11	Permainan Interaktif	32.172	39.756	53.784	68.388	75.380	132.200	170.233	81.702
12	Riset dan Pengembangan	-	-	-	-	-	-	-	-
13	Seni Pertunjukan	-	-	-	-	-	-	-	-
14	Televisi dan Radio	-	-	-	-	-	-	-	-
Total		58.412.692	57.597.148	69.773.900	76.462.033	84.840.178	95.208.601	114.924.970	79.602.789

Sumber: BPS

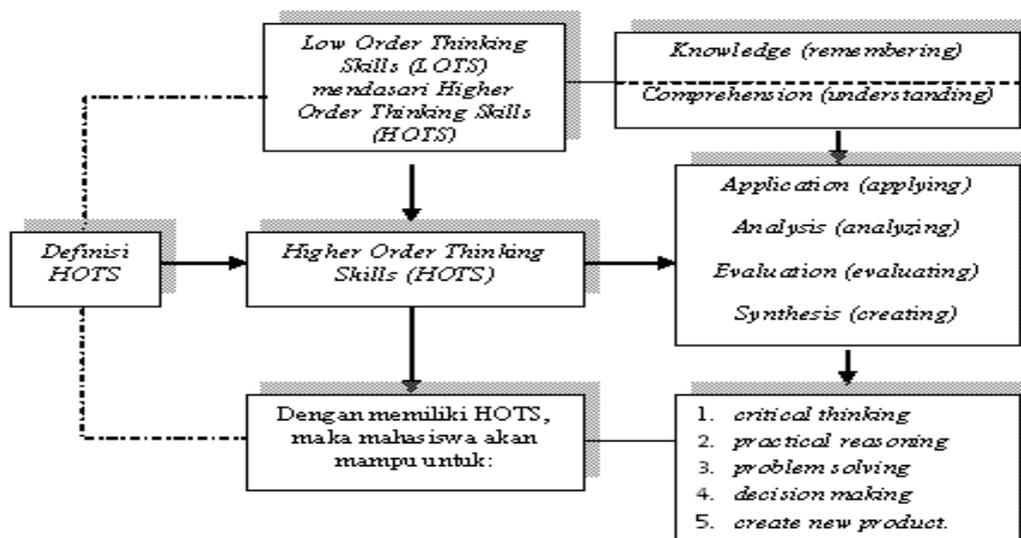
(Dikutip dari sumber: Puguh Setyo Nugroho & Malik Cahyadin, --:2)

Higher Order Thinking Skills (HOTS)

Arti atau makna istilah HOTS telah didefinisikan oleh beberapa ahli, yaitu Edwards & Briers (2000: 2) yang mengacu pada Newcomb-Trefz model dan berdasarkan taksonomi Bloom, Thomas & Litowitz

(1986: 6) yang menyatakan bahwa HOTS menunjukkan fungsi intelektual pada level yang lebih kompleks, Janet Laster dalam review literaturnya berkaitan dengan ilmu pengetahuan kognitif beserta respek dan implikasinya pada kurikulum pendidikan vokasi, Quellmalz, Sternberg, Thomas & Litowitz beserta Duke, Kurfman & Cassidy, National Council of Teachers of Mathematics, National Council of Teachers of English (Thomas & Litowitz, 1986: 7), Kerka (1992: 1), Bhisma Murti (2011: 2), APA(*Spring*, 2006: 2), dan Robinson (2000: 3) & Cotton (1993: 2) yang menyatakan bahwa HOTS mencakup keterampilan belajar dan strategi belajar yang digunakan, memberikan alasan, berpikir dengan kreatif dan inovatif, pengambilan keputusan, dan memecahkan masalah.

Mengacu pada berbagai definisi tentang HOTS oleh beberapa ahli tersebut di atas, maka penulis mencoba membuat elaborasi sehingga menjadi definisi HOTS yang baru menurut penulis yaitu keterampilan berpikir pada tingkat/level yang lebih tinggi yang memerlukan proses pemikiran lebih kompleks mencakup menerapkan (*applying*), menganalisis (*analyzing*), mengevaluasi (*evaluating*), dan mencipta (*creating*) yang didukung oleh kemampuan memahami (*understanding*), sehingga: (1) mampu berpikir secara kritis (*critical thinking*); (2) mampu memberikan alasan secara logis, sistematis, dan analitis (*practical reasoning*); (3) mampu memecahkan masalah secara cepat dan tepat (*problem solving*); (4) mampu mengambil keputusan secara cepat dan tepat (*decision making*); dan (5) mampu menciptakan suatu produk yang baru berdasarkan apa yang telah dipelajari (*creating*). Dengan demikian, untuk dapat mengembangkan HOTS ini maka mahasiswa harus sudah memiliki pengetahuan (*knowledge*) dan mampu mengingatnya (*remembering*), serta pemahaman (*comprehension*) dan mampu memahaminya (*understanding*). Lebih jelasnya, definisi HOTS menurut penulis yang dimaksud di atas digambarkan seperti pada Gambar 1.



Gambar 1. Definisi HOTS (Sumber: Widiastuti, 2014)

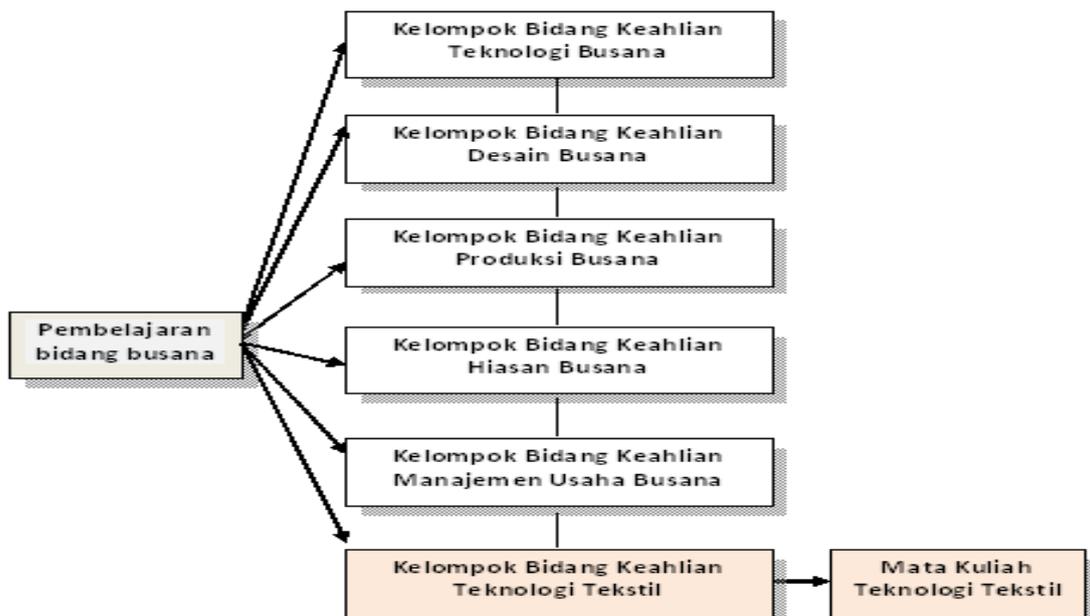
Bagi sebagian orang, HOTS dapat dilakukan dengan mudahnya, tetapi bagi orang lain belum tentu dapat dilakukan. Meski demikian bukan berarti HOTS tidak dapat dipelajari. Alison menyatakan bahwa seperti halnya keterampilan pada umumnya, HOTS dapat dipelajari oleh setiap orang. Lebih lanjut Alison menyatakan bahwa dalam praktiknya, HOTS pada anak-anak maupun orang dewasa dapat berkembang (Thomas & Thorne, 2010). Seperti halnya pendapat Edward de Bono (dalam Moore & Stanley, 2010: 7) yang menyatakan bahwa kalau kecerdasan adalah bersifat bawaan, sedangkan berpikir adalah suatu keterampilan yang harus dipelajari. Oleh karena itu, keterampilan berpikir ini perlu dan sangat penting untuk dikembangkan.

Pentingnya HOTS bagi Mahasiswa Bidang Tekstil dan Busana

Mempelajari definisi HOTS dan mengingat ekonomi kreatif bidang fesyen merupakan subsektor industri yang berbasis kreativitas, maka dalam pengembangannya diperlukan pola pikir kritis dan kreatif para pelakunya. Pola pikir kritis akan meningkatkan kreativitas. Pola pikir kritis dan kreatif ini dapat dicapai jika seseorang memiliki HOTS. Mencermati hal ini, maka HOTS merupakan salah satu komponen yang perlu mendapat perhatian dengan sungguh-sungguh dalam membekali mahasiswa bidang tekstil dan busana sebagai calon pelaku ekonomi kreatif bidang fesyen di masa depan. Oleh karena itu, maka mahasiswa bidang tekstil dan busana

perlu dipersiapkan agar mampu menjadi SDM (sumber daya manusia) yang kritis dan kreatif. Salah satu usaha menyiapkan SDM untuk subsektor industri fesyen ini adalah dengan mengembangkan HOTS mahasiswa. Sebab, dengan kemampuan menerapkan (*applying*), menganalisis (*analyzing*), mengevaluasi (*evaluating*), dan mencipta (*creating*), maka mahasiswa akan mampu menghasilkan karya tekstil dan fesyen yang kreatif berdasarkan *high concept* dan *high touch* melalui pencermatan dan pemikiran yang mendalam. Dengan demikian dapat diharapkan dapat menciptakan karya fesyen yang mampu meningkatkan pangsa pasar ekonomi kreatif bidang fesyen.

Terkait hal di atas, maka pembelajaran bidang tekstil dan busana di perguruan tinggi harus ikut berbenah dan bersiap diri untuk ikut berpartisipasi dalam perkembangan industri kreatif bidang fesyen menuju MEA (AEC) 2015. Mengapa demikian? Alasannya adalah pembelajaran bidang tekstil dan busana di perguruan tinggi selaras dengan karakteristik ekonomi kreatif bidang fesyen. Pembelajaran bidang busana di perguruan tinggi secara umum terdiri dari enam kelompok bidang keahlian yaitu kelompok bidang keahlian teknologi busana, desain busana, produksi busana, hiasan busana, manajemen usaha busana, dan teknologi tekstil. Keenam kelompok bidang keahlian tersebut saling mendukung dan melengkapi satu sama lain untuk ketercapaian kompetensi keahlian dalam bidang busana. Masing-masing kelompok bidang keahlian tersebut terdiri dari beberapa mata kuliah, sesuai kelompok bidang masing-masing, seperti disajikan pada Gambar 2.



Gambar 2. Pembelajaran Bidang Busana di Perguruan Tinggi

Kelompok keahlian teknologi busana terdiri dari beberapa mata kuliah yang berkaitan dengan teknologi pembuatan busana. Kelompok bidang keahlian desain busana terdiri dari beberapa mata kuliah yang berkaitan dengan desain busana dan cara penyajiannya. Kelompok bidang keahlian produksi busana terdiri dari beberapa mata kuliah yang berkaitan dengan produksi berbagai jenis busana mulai dari pembuatan pola sampai produk jadi. Kelompok bidang keahlian hiasan busana terdiri dari beberapa mata kuliah yang berkaitan dengan pembuatan hiasan busana dan assesorisnya. Kelompok bidang keahlian manajemen usaha busana berkaitan dengan kewirausahaan dan usaha busana. Kelompok bidang keahlian teknologi tekstil juga terdiri dari beberapa mata kuliah yang berkaitan dengan ilmu bahan tekstil sebagai bahan baku pembuatan busana (*raw materials*) yang dapat diaplikasikan dalam semua bidang keahlian tersebut di atas. Dengan demikian dapat dijelaskan bahwa berbagai keahlian yang akan dicapai dalam pembelajaran bidang tekstil dan busana di atas selaras dengan subsektor industri kreatif bidang fesyen.

Pola pikir kritis juga sangat penting dan bermanfaat bagi mahasiswa, terutama dalam hal: (1) membantu memperoleh pengetahuan, memperbaiki teori, memperkuat argument; (2)

mengemukakan dan merumuskan pertanyaan dengan jelas; (3) mengumpulkan, menilai, dan menafsirkan informasi dengan efektif; (4) membuat kesimpulan dan menemukan solusi masalah berdasarkan alasan yang kuat; (5) membiasakan berpikiran terbuka; dan (6) mengkomunikasikan gagasan, pendapat, dan solusi dengan jelas kepada lainnya (Bhisma Murti, 2011: 16).

Berdasarkan uraian di atas, maka jelaslah bahwa HOTS harus dimiliki oleh seluruh mahasiswa bidang busana sebagai upaya mempersiapkan SDM yang kritis dan kreatif dalam mengembangkan ekonomi kreatif bidang fesyen menuju MEA 2015. Dengan memiliki HOTS, maka mahasiswa diharapkan akan mampu menghadapi tantangan jaman di era global. Semakin baik HOTS seseorang, maka semakin baik pula kemampuannya dalam menyusun strategi dan taktik memenangkan persaingan bebas di era global. Selain itu, pengembangan HOTS bagi mahasiswa ini sangat penting untuk mengembangkan secara komprehensif kemampuan dan keterampilan mahasiswa dalam hal berpikir kritis, sistematis, logis, aplikatif, analitis, evaluatif, kreatif, pemecahan masalah, dan pengambilan keputusan secara jujur, percaya diri, bertanggung jawab dan mandiri.

SIMPULAN

Berdasarkan uraian di atas, maka dapat disimpulkan bahwa HOTS sangat penting dalam upaya membentuk pola pikir kritis dan kreatif mahasiswa bidang tekstil dan busana agar mampu berkiprah dalam pengembangan industri kreatif bidang fesyen menuju Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) atau ASEAN Economic Community (AEC) tahun 2015. Sebab, melalui pembiasaan cara berpikir yang baik bagi mahasiswa melalui pengembangan HOTS mahasiswa ini merupakan upaya menyiapkan generasi penerus yang mampu menghadapi tantangan global yang semakin kompleks.

REFERENSI

- Bhisma Murti. (2011). *Berpikir kritis (critical thinking)* versi elektronik Power Point. Universitas Sebelas Maret.
- Cotton, K. (1993). *Developing employability skills*. School Improvement Research Series. Research You Can Use. Close-up#15. Diakses pada tanggal 6 Januari 2012 dari <http://www.nwrel.org/scpd/sirs/8/c015.html>.

- Departemen Perdagangan RI. (2008). Pengembangan ekonomi kreatif Indonesia 2025. Jakarta: Studi Industri Kreatif Indonesia.
- Departemen Perdagangan RI. (Th.-). Menuju ASEAN Economic Community 2015. Jakarta: Departemen Perdagangan RI.
- Howkins, John. (2007). *The Creative Economy: How People Make Money from Ideas*. New York: Penguin Book
- Kerka, S. (1992). *Higher order thinking skills in vocational education*. Columbus Ohio: ERIC Clearinghouse on Adult, Career, and Vocational Education. Center on Education and Training for Employment. *Journal ERIC DIGEST* No. 127.
- Moore, B., & Stanley, T. (2010). *Critical thinking and formative assessment*. New-York: Eye on Education.
- Office of Outcomes Assessment. APA. (2006). *Critical thinking as a core academic skill: A review of literature*. University of Maryland University College, Spring 2006.
- Puguh Setyo Nugroho & Malik Cahyadin (Th.-). Analisis perkembangan industri kreatif di Indonesia. Makalah elektronik diakses pada tanggal 28 Oktober 2014 dari asp.trunojoyo.ac.id.
- Robinson, J.P. (2000). What are employability skills the workplace: a fact sheet, Article *Journal Alabama Cooperative Extension System* Volume 1 Issue 3, September 15, 2000. Diakses pada tanggal 6 Januari 2012 dari <http://proquest.umi.com/pqdweb>.
- Thomas, R.G. & Litowitz, L. (1986). *Vocational education and higher order thinking skills: An agenda for inquiry*. Minnesota University: St. Paul Minnesota Research & Development Center for Vocational Education.
- Thomas, A. & Thorne, G. (2010). *Higher order thinking*. <mailto:athomas@cdl.org>. Diakses pada tanggal 15 Nopember 2010 dari <http://www.cdl.org/resource-library/articles/higherorderthinking.php>.
- Widihastuti. (2014). Model *assessment for learning* berbasis *higher order thinking skills* untuk pembelajaran bidang busana di Perguruan Tinggi: selaras dengan Kurikulum 2014. (Buku Model belum diterbitkan).

TEMA:
HASIL PENELITIAN BIDANG BOGA
BUSANA DAN RIAS

PENGOLAHAN LIMBAH TEKSTIL DENGAN MANIPULATING FABRIC "QUILTAGAMI" PADA TAS SEBAGAI UPAYA PENINGKATAN NILAI EKONOMIKREATIF PRODUK FESYEN

Inty Nahari

PKK – FT – UNESA

Indarti

PKK-FT-UNESA

ABSTRAK

Limbah tekstil merupakan sisa produksi dalam pembuatan pakaian atau sisa tekstil. Limbah tekstil biasanya disebut dengan kain perca atau potongan kain. Potongan kain atau kain perca yang diolah menjadi tekstil olahan baru disebut dengan *manipulating fabric*. Salah satu teknik *manipulating fabric* yang dapat diterapkan dalam pengolahan limbah kain perca adalah *quiltagami*. *Quiltagami* merupakan gabungan dari teknik *quilting* dan *origami*. *Quilting* adalah teknik menggabungkan 2 atau lebih kain. Sedangkan *origami* adalah seni melipat kertas. Dua teknik ini apabila digabungkan menjadi satu, yaitu melipat 2 atau lebih kain dan menggabungkan menjadi satu menghasilkan teknik baru dari *quilting* dan *origami* yang disebut dengan *quiltagami*. *Quiltagami* yang dibentuk dari beberapa warna dan tekstur limbah tekstil dapat diterapkan pada beberapa produk fesyen, salah satunya adalah tas wanita. Tas wanita yang dibuat dari pengolahan limbah tekstil dengan teknik *quiltagami* dapat dihasilkan bentuk tas yang unik, dan mempunyai nilai jual tinggi sehingga dapat menyokong peningkatan nilai ekonomi kreatif yang ecofesyen.

Kata Kunci: Limbah tekstil, *manipulating fabric*, *quiltagami*, tas

PENDAHULUAN

Global warning mendorong berbagai pihak untuk melakukan tindakan ramah lingkungan. Tsunami, badai, banjir, dan lainnya hanya merupakan sebagian akibat dari perubahan alam yang berhubungan erat dengan kontribusi peradaban manusia. Salah satu di antaranya adalah pencemaran lingkungan yang terjadi di seluruh dunia, termasuk pencemaran yang terjadi dari bahan-bahan kimia yang

digunakan saat memproduksi kebutuhan sehari-hari dan industri, yang salah satunya adalah industri *fesyen*.

Industri *fesyen* selalu menawarkan acuan gaya hidup masa kini. Acuan gaya hidup yang ditawarkan menggambarkan sifat *fesyen* yang selalu mengalami pergerakan. Sejak dua tahun belakangan ini, industri mode berperan penting bagi manusia untuk menjaga hubungannya dengan alam. *Fesyen* masa depan adalah *fesyen* yang mendukung penyelamatan bumi. *Eco fesyen* ditujukan untuk pakaian dan produk *fesyen* yang telah diproduksi menggunakan produk-produk ramah lingkungan. Produk *eco fesyen* dapat menggunakan bahan-bahan pakaian lama yang didaur ulang atau menggunakan material *recycle*.

Terkait *eco fesyen* dalam bidang busana adalah limbah tekstil yang diolah dalam produk-produk *fesyen*. Olahan tersebut dapat dihasilkan tekstil olahan baru dengan nilai seni tinggi. Seni *tingkat tinggi dalam tekstil biasa disebut dengan manipulating fabric*. *Manipulating fabric* adalah pengolahan tekstil pada surface desain. Pengolahan surface desain dapat dilakukan dengan mengeksplorasi/mengolah bahan tekstil pada tekstur rabaan baru yang inovatif hingga dihasilkan tampilan tekstil atau kain lebih estetis. Salah satu teknik yang dapat diaplikasikan untuk pembuatan *manipulating fabric* adalah *quiltagami*. *Quiltagami* merupakan gabungan dari teknik *quilting* dan *origami*. *Quilt* berasal dari kata latin *culcita*, yaitu kasur berbusa yang diikat dan dipakai sebagai penutup ranjang, biasanya berupa *patchwork* (beberapa kain yang disambung menjadi satu). *Quilting* adalah lembaran potongan-potongan kain digabungkan dengan lembaran kain yang memiliki lebar dan panjang yang sama dan diantaranya disisipkan sejenis busa yang disebut *batting/ dacron* untuk kemudian dijahit menjadi satu (Thahjadi, 2006: 5). Sedangkan *origami* merupakan seni kerajinan melipat kertas di Jepang. *Origami* sendiri dalam bahasa Jepang terdiri dari *ori* yang berarti lipat, dan *gami* yang berarti kertas. "*Origami to iu no wa kami wo oru koto de ar shikaku no kami wo oru to iu hitotsu no nihon no dentouteki na bijutsu desu*" (Matsura, 1994: 771). *Origami* adalah seni melipat kertas atau kain segi empat yang merupakan salah satu kesenian tradisional Jepang. Dengan adanya perkembangan teknologi tekstil saat ini, teknik *quilting* dan *origami* digabungkan menjadi satu dengan sebutan *quiltagami*.

Quiltagami yang dibentuk dari beberapa warna dan tekstur limbah tekstil dapat diterapkan pada beberapa produk fesyen, salah satunya adalah tas wanita. Tas wanita yang dibuat dari pengolahan limbah tekstil dengan teknik quiltagami dapat dihasilkan bentuk tas yang unik, dan mempunyai nilai jual tinggi sehingga dapat menyokong peningkatan nilai ekonomi kreatif yang ecofesyen.

PEMBAHASAN

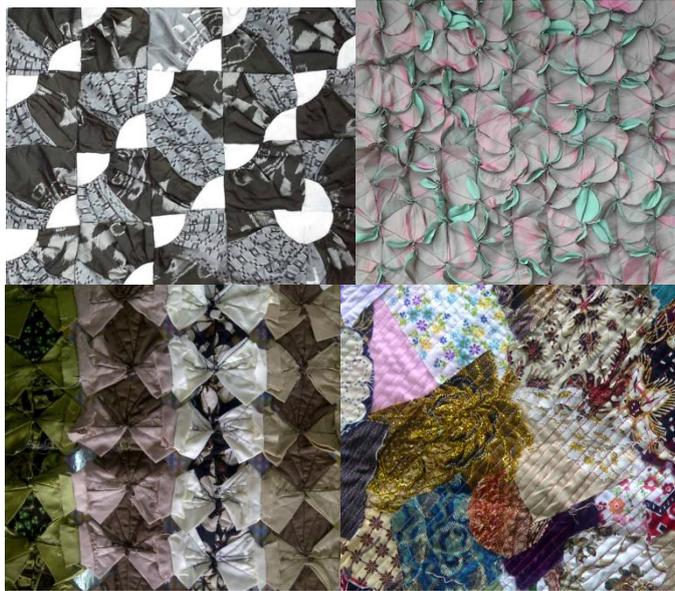
Jenis penelitian ini adalah penciptaan karya seni khususnya penciptaan seni kriya. Penelitian ini bertujuan untuk mengolah limbah tekstil (limbah anorganik) sebagai bahan baku manipulating fabric untuk tas, melalui tiga tahapan utama, yaitu Eksplorasi (pencarian sumber ide, konsep, dan landasan penciptaan, Perancangan (rancangan desain karya) dan Penciptaan (pembuatan karya). Hasil jadi penciptaan kemudian di evaluasi untuk mengkritisi pencapaian kualitas karya.

1. Tahap Eksplorasi

Pada tahap ini dilakukan penggalian sumber penciptaan baik secara langsung di lapangan maupun pengumpulan data referensi. Kegiatan ini menekankan pada pengelompokkan limbah tekstil yang ada pada masyarakat meliputi: jenis, keutuhan/ukuran, kerapatan, dan ketebalan limbah tekstil.



Gambar 1. Limbah Tekstil.



Gambar 2. Eksplorasi *Manipulating Fabric*.

2. Tahap Perancangan

Tahap perancangan terdiri dari kegiatan menuangkan ide dari hasil analisis yang telah dilakukan ke dalam bentuk dua dimensional atau disain. Hasil perancangan tersebut selanjutnya diwujudkan dalam bentuk karya. Perancangan meliputi beberapa tahapan, diantaranya analisis trend, rancangan desain alternatif (sketsa). Dari beberapa sketsa tersebut dipilih beberapa sketsa yang terbaik dijadikan sebagai desain terpilih.



Gambar 3. Sket Tas.

3. Tahap Perwujudan

Tahap penciptaan merupakan tahap mewujudkan ide, konsep, landasan, dan rancangan menjadi karya. Pengolahan limbah tekstil terdiri atas pengolahan limbah tekstil sebagai *manipulating fabric*, dan penerapannya pada tas wanita.



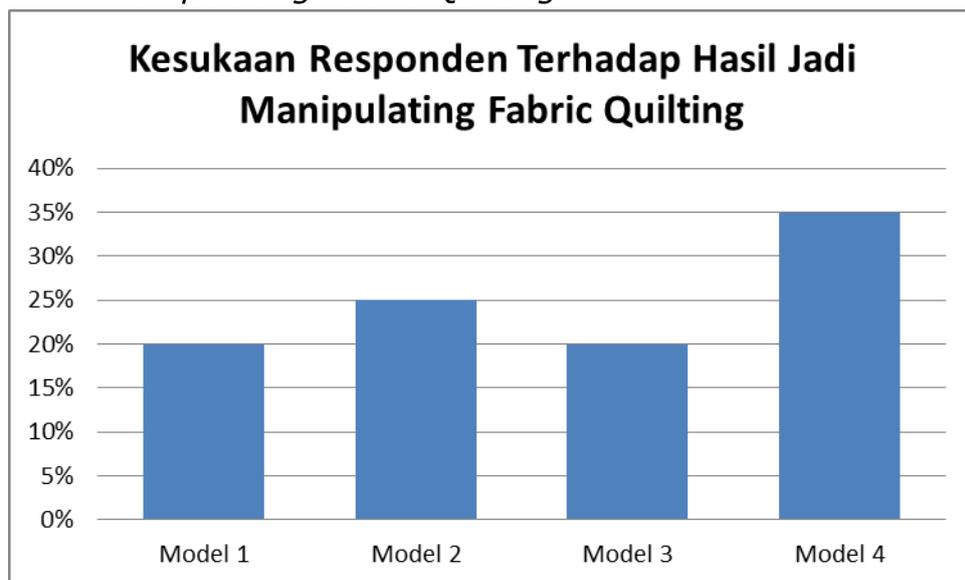
Gambar 4. Penerapan Quiltagami pada Tas Casual Wanita.

4. Tahap Evaluasi

Dari semua tahapan dan langkah yang telah dilakukan perlu dilakukan evaluasi untuk mengetahui secara menyeluruh terhadap kesesuaian antara gagasan dengan karya diciptakan. Pada tahap ini hasil jadi perwujudan produk tas dan pakaian dianalisis sesuai kajian kaidah estetika yang terukur sesuai prinsip desain oleh pengamat mode dan pasar. Berdasarkan evaluasi dari angket penelitian pada

masyarakat tentang hasil jadi tas casual berbahan limbah tekstil yang menerapkan tekstil monumental diperoleh hasil: kesukaan responden pada hasil jadi tas casual berbahan limbah tekstil yang menerapkan tekstil monumental *quilting* diperoleh hasil 20% menyukai model 1 dan 3,25 % menyukai model 2, serta 35% menyukai model 4. Dengan demikian masyarakat lebih menyukai teknik *quilting* bentuk kincir untuk diterapkan pada tas casual wanita.

Tabel 1. Kesukaan Responden Terhadap Hasil Jadi *Manipulating Fabric Quilting*.



SIMPULAN

Berdasarkan eksplorasi tentang pengolahan limbah tekstil sebagai *manipulating fabric* untuk tas casual wanita dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

- Semua jenis limbah tekstil dapat diolah menjadi *manipulating fabric*.
- Untuk memudahkan pembuatan *manipulating fabric*, terlebih dahulu limbah dikelompokkan berdasarkan ukuran, motif dan warna.
- Masyarakat lebih menyukai *quilting* bentuk kincir untuk diterapkan pada tas casual.

REFERENSI

Digest, Reader's. 1979. *Complete Guide to Needlework*. New York: Association for East.

- Gustami, Sp. 2004. *Proses Penciptaan Seni Kriya: Untaian Metodologis*. Yogyakarta: Program Pascasarjana S2 Penciptaan dan Pengkajian Seni ISI
- Hidayat, Mei & Abidin, Zainal. 2003. *Kreasi Patchwork dan Quilting*. Jakarta: Indonesia.
- Matsuura, Kenji. 1994. *Nihongo Indonesiago Jiten*. Kyoto japan: Kyoto Sangyo University press.
- Tjahjadi, Stephanie. 2006. *Trampil Membuat Patchwork dan Quilting untuk Pemula*. Jakarta: Gramedia Pusta Utama.
- Wolf, Colette. 1996. *The Art of Manipulating Fabric*. USA: Krause Publications.

PENGARUH JUMLAH TAWAS TERHADAP PEWARNAAN KAIN KATUNMENGUNAKAN EKSTRAK KULIT BAWANG MERAH

Made Diah Angendari, S.Pd.,M.Pd.

Universitas Pendidikan Ganesha

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: (1) pengaruh jumlah tawas dengan konsentrasi 50 gr/l, 100 gr/l dan 150 gr/l pada ketajaman warna hasil pewarnaan dengan menggunakan zat warna kulit bawang. (2) pengaruh jumlah tawas dengan konsentrasi 50 gr/l, 100 gr/l dan 150 gr/l pada ketahanan luntur warna hasil pewarnaan dengan menggunakan zat warna kulit bawang merah. Jenis penelitian ini adalah penelitian eksperimen. Uji kualitas meliputi penilaian ketuaan warna dan tingkat kesukaan panelis. Peneliti menggunakan pengujian mutu hedonik, yaitu panelis diminta tanggapan tentang kesukaan produk hasil eksperimen. Analisis deskriptif untuk mengetahuigambaran tentang data yang diperoleh yaitu ketuaan warna. Uji statistik digunakan untuk menguji hipotesis.

Hasil penelitian adalah sebagai berikut: (1) Kualitas ketuaan warna pada hasil pencelupan didapatkan ketuaan warna pada penggunaan mordan tawas 150 gr/l dan paling muda pada penggunaan mordan tawas konsentrasi 50 gr/l. (2) Kualitas kelunturan warna pada hasil pencelupan didapatkan daya tahan luntur warna pada penggunaan mordan tawas 150 gr/l paling baik dan tahan luntur.

Kata Kunci: Kulit Bawang Merah, Mordan Tawas, Pewarnaan kain

PENDAHLUAN

Proses pewarnaan tekstil pada awalnya menggunakan zat warna alam. Namun, seiring kemajuan teknologi dengan ditemukannya zat warna sintetis untuk tekstil maka semakin terkikislah penggunaan zat warna alam. Keunggulan zat warna sintetis adalah lebih mudah diperoleh, ketersediaan warna terjamin, jenis warna bermacam macam, dan lebih praktis dalam penggunaannya.

Meskipun dewasa ini penggunaan zat warna alam telah tergeser oleh keberadaan zat warna sintesis namun penggunaan zat warna alam yang merupakan kekayaan budaya warisan nenek moyang masih tetap dijaga keberadaannya khususnya pada proses pembatikan, jumputan, pembuatan kain tradisional dan perancangan busana. Rancangan busana maupun kain batik dan jumputan yang menggunakan zat warna alam memiliki nilai jual atau nilai ekonomi yang tinggi karena memiliki nilai seni dan warna khas, ramah lingkungan sehingga berkesan etnik dan eksklusif.

Untuk memenuhi akan warna maka dilakukan proses pewarnaan. Pewarnaan dapat dilakukan melalui berbagai cara dan berbagai jenis bahan pewarna. Ditinjau dari asalnya terdapat pewarna alami dan pewarna buatan. Zat pewarna alami banyak digunakan untuk mewarnai bahan tradisional seperti batik, jumputan dan tenunan. Dalam perkembangannya bahan tradisional tersebut khususnya kain jumputan saat ini cenderung menggunakan bahan pewarna buatan (modern). Pemakaian bahan pewarna buatan ini karena beberapa alasan antara lain banyak tersedia di pasaran dan proses pewarnaan relatif mudah dan cepat. Namun bahan pewarna buatan memiliki kekurangan antara lain warna tidak tahan lama dan memiliki kandungan zat yang membahayakan kesehatan.

Zat warna sintesis dapat menimbulkan masalah bagi lingkungan juga berbahaya bagi kesehatan manusia. Dengan melihat dampak yang ditimbulkan oleh zat warna sintesis baik pada lingkungan maupun pada manusia, maka hal ini akan menyadarkan manusia untuk kembali menggunakan zat perwarna alam. Dengan gencarnya anjuran untuk mengurangi dampak lingkungan, penggunaan zat pewarna alami sangat dianjurkan.

Untuk itu, sebagai upaya mengangkat kembali penggunaan zat warna alam untuk tekstil khususnya kain jumputan maka perlu dilakukan pengembangan zat warna alam dengan melakukan eksplorasi sumber-sumber zat warna alam dari potensi sumber daya alam Indonesia yang melimpah. Eksplorasi ini dimaksudkan untuk mengetahui secara kualitatif warna yang dihasilkan oleh berbagai tanaman di sekitar kita untuk pencelupan kain jumputan. Dengan demikian hasilnya dapat semakin memperkaya jenis-jenis tanaman sumber pewarna alam sehingga ketersediaan zat warna alam selalu terjaga dan variasi warna yang dihasilkan semakin

beragam. Eksplorasi zat warna alam ini bisa diawali dari memilih berbagai jenis tanaman yang ada di sekitar kita baik dari bagian daun, bunga, batang, kulit ataupun akar.

Pada umumnya semua bahan alami misalnya bagian dari tanaman yang mengandung zat pewarna dapat digunakan sebagai bahan pewarna alami. Salah satu sumber daya alam yang dapat dipakai untuk zat warna alam adalah bawang merah (*Allium cepa* L) sebagai zat warna alternatif. Bagian bawang yang dipakai sebagai zat warna alam adalah bagian kulit bawang merah. Kulit bawang merah mengandung zat warna alam yaitu senyawa *antosianin* dan *flavonoida*. Zat warna ini dapat diekstraksi dengan cara ekstraksi panas, dan larutan zat warna alam yang dihasilkan dapat dibuat menjadi zat warna dalam bentuk serbuk dengan proses penguapan. Zat warna yang dihasilkan dapat digunakan untuk proses pewarnaan pada bahan tekstil. Dalam hal ini digunakan kulit bawang merah limbah rumah tangga dan limbah setelah panen bawang merah yang selama ini kurang dimanfaatkan secara optimal dan dibuang percuma.

Salah satu kendala pewarnaan tekstil khususnya jumptan menggunakan zat warna alam adalah ketersediaan variasi warnanya sangat terbatas dan ketersediaan bahannya yang tidak siap pakai sehingga diperlukan proses-proses khusus untuk dapat dijadikan larutan pewarna tekstil. Begitu juga dengan kualitas warnanya yang cenderung berwarna muda.

Agar zat warna yang dipakain untuk mencelup memiliki kekuatan/ketuaan warna yang baik maka perlu dilakukan proses fiksasi atau mordating yaitu untuk memcuci zat warna yang masuk ke dalam serat sehingga dapat menimbulkan daya tahan luntur warna. Zat yang dapat membangkitkan warna setelah bahan dicelup dengan zat warna kulit bawang merah adalah zat fiksasi tawas. Pemakaian air tawas sebagai pemangkit warna pada kain karena zat fiksator tersebut aman bagi lingkungan, mudah didapat, murah harganya serta terbukti dapat digunakan sebagai zat pembangkit warna. Mordantawas dapat menghasilkan pewarnaan yang lebih rata. Hal ini disebabkan oleh tawas mempunyai sifat alkalibasa yang dapat membuat warna semakin terserap. Dan dari hasil penelitian pendahuluan dalam pemanfaatan kulit bawang merah sebagai pewarna kain dengan teknik jumptan menggunakan mordan

tawas, kapur, dan tunjung didapatkan hasil penggunaan mordan tawas dalam proses fiksasi hasilnya paling disukai diantara penggunaan mordan kapur dan tunjung.

Maka dari itu peneliti meneliti bagaimanapengaruh konsentrasi tawas terhadap hasilpewarnaan pada kain kartun menggunakan zat warna kulit bawang merah yangditerapkan pada kain yang dibuat dengan teknik jumptan

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian

Penelitian yang akan dilakukan adalah penelitian jenis eksperimen. Menurut Arikunto (1998) eksperimen adalah suatu cara untuk mencari sebab akibat antara dua faktor yang sengaja ditimbulkan oleh peneliti dengan mengurangi atau menyisihkan factor-faktor lain yang bisa mengganggu. Eksperimen dilakukan dengan tujuan untuk meneliti sebab akibat dengan memanipulasi satu atau dua variabel pada kelompok kontrol yang tidak mengalami manipulasi.

Rancangan Penelitian

Penelitian merupakan eksperimen pencelupan kain katun dengan teknik jumptan menggunakan mordan tawas, kapur, dan tunjung. Desain eksperimen adalah suatu rancangan percobaan dengan tiap langkah yang benar-benar terdefiniskan sedemikian rupa, sehingga informasi yang berhubungan dengan atau diperlakukan untuk permasalahan yang sedang diteliti dapat dikumpulkan (Leksono Lestarijadi dkk,2008:40).

Lokasi Penelitian

Penelitian ini akan dilaksanakan di laboratorium Busana Jurusan Pendidikan Kesejahteraan Keluarga. Waktu pelaksanaan penelitian selama 8 bulan mulai bulan April 2014 sampai dengan bulan Nopember 2014.

Subyek dan Obyek Penelitian

Obyek penelitian ini meliputi: (1) kulit bawang merah, yaitu kulit bawang merah yang sudah kering, (3) Tawas. Sedangkan Subyek penelitian ini adalah hasil berupa ketahanan warna dan ketahanan luntur kain

Teknik Pengumpulan Data

Dalam studi eksperimen pewarnaan kain dengan teknik jumputan yang menggunakan mordan tawas dengan konsentrasi yang berbeda, peneliti menggunakan uji kualitas meliputi penilaian ketahanan warna dan tingkat kesukaan panelis. Peneliti menggunakan pengujian mutu hedonik, yaitu panelis diminta tanggapan tentang kesukaan produk hasil eksperimen.

Panelis yang dilibatkan dalam penelitian ini adalah sebanyak 25 orang panelis, yang terdiri dari panelis mahasiswa Tata Busana sebanyak 25 orang.

Teknik Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini ada dua yaitu analisis deskriptif dan uji statistik. Analisis deskriptif untuk mengetahui gambaran tentang data yang diperoleh yaitu ketahanan warna. Uji statistik digunakan untuk menguji hipotesis.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Pengaruh Jumlah Tawas 50 gr/l, 100 gr/l dan 150 gr/l pada Ketahanan Warna Hasil Pewarnaan dengan Menggunakan Zat Warna Kulit Bawang Merah

Pada pewarnaan kain menggunakan zat warna kulit bawang merah tanpa proses mordanting didapatkan warna kecoklatan atau coklat muda.

Pada pewarnaan kain menggunakan zat warna kulit bawang merah menggunakan mordan tawas konsentrasi 50 gr/l, 100 gr/l, 150 gr/l. Dalam pencelupan menggunakan mordan tawas konsentrasi 50 gr/l terjadi perubahan warna dari coklat muda menjadi kuning muda.

Dalam pencelupan menggunakan mordan tawas konsentrasi 100 gr/l terjadi perubahan warna dari coklat muda menjadi kuning. Dan dalam pencelupan menggunakan mordan tawas konsentrasi 150 gr/l terjadi perubahan warna dari coklat muda menjadi kuning tua.

Kualitas ketahanan warna yang didapatkan dari para panelis bahwa penggunaan warna dari kulit bawang merah menggunakan mordan tawas dengan konsentrasi 50 gram/liter menghasilkan warna

kuning muda yang lebih muda dibandingkan menggunakan mordan tawas 100 gram/liter dan mordan tawas 150 gram/liter. Kualitas ketuaan warna yang menggunakan mordan tawas 100 gram/liter menghasilkan warna kuning, dan kualitas ketuaan warna menggunakan mordan tawas 150 gram/liter mendapatkan warna yang lebih gelap dibandingkan yang lainnya.

Tabel 1 Kualitas Ketuaan Warna

Kualitas Ketuaan Warna		
Tawas 50gr/l	Tawas 100 gr/l	Tawas 150 gr/l
84	86	88

Dari Tabel 1 dapat disimpulkan bahwa kualitas hasil pewarnaan menggunakan kulit bawang merah dengan mordan tawas konsentrasi 50 gr/l, 100 gr/l, 150 gr/l, dari segi ketuaan warna, kerataan warna dan tidak adanya noda hasil pewarnaan dengan menggunakan mordan tawas konsentrasi 150 gr.l memperoleh nilai 88 dengan kategori sangat baik, sedangkan pewarnaan yang menggunakan mordan tawas 100 gr/l memperoleh 86 dengan kategori sangat baik, dan hasil pewarnaan yang menggunakan mordan rawas 50 gr/l dengan nilai 84 dengan kategori baik. Semakin banyak konsentrasi tawas yang digunakan kualitas ketuaan warnanya semakin baik.

Pengaruh Jumlah Tawas 50 gr/l, 100 gr/l dan 150 gr/l pada Kelunturan Warna Hasil Pewarnaan dengan Menggunakan Zat Warna Kulit Bawang Merah

Pada pewarnaan kain menggunakan zat warna kulit bawang merah menggunakan mordan tawas konsentrasi 50 gr/l, 100 gr/l, 150 gr/l. Dalam pencelupan menggunakan mordan tawas konsentrasi 50 gr/l terjadi kelunturan warna dari warna kuning tua menjadi agak coklat muda dan warna tidak merata. Dalam pencelupan menggunakan mordan tawas konsentrasi 100 gr/l terjadi kelunturan warna dari warna kuning tua menjadi agak coklat muda dan warna tidak merata. Dalam pencelupan menggunakan mordan tawas

konsentrasi 150 gr/l terjadi kelunturan warna dari warna kuning tua menjadi agak coklat muda dan warna tidak merata.

Kualitas kelunturan warna yang didapatkan dari para panelis bahwa penggunaan warna dari kulit bawang merah menggunakan mordan tawas dengan konsentrasi 50 gram/liter menghasilkan kelunturan warna yang lenih banyak dibandingkan menggunakan mordan tawas 100 gram/liter dan mordan tawas 150 gram/liter. Kualitas kelunturan warna yang menggunakan mordan tawas 100 gram/liter menghasilkan kelunturan warna yang sedang, dan kualitas kelunturan warna menggunakan mordan tawas 150 gram/liter mendapatkan lelunturan warnayang lebih sedikit dibandingkan yang lainnya.

Tabel 2. Kualitas Kelunturan Warna

Kualitas Kelunturan Warna		
Tawas 50gr/ l	Tawas 100 gr/l	Tawas 150 gr/l
80	86	90

Dari Tabel 2 dapat disimpulkan bahwa kualitas hasil pewarnaan menggunakan kulit bawang merah dengan mordan tawas konsentrasi 50 gr/l, 100 gr/l, 150 gr/l, dari segi kelunturan warna, kerataan warna dan tidak adanya noda hasil pewarnaan dengan menggunakan mordan tawas konsentrasi 150 gr.l memperoleh nila 90 dengan kategori sangat baik, sedangkan pewarnaan yang menggunakan mordan tawas 100 gr/l memperoleh 86 dengan kategori sangat baik, dan hasil pewarnaan yang menggunakan mordan rawas 50 gr/l dengan nilai 80 dengan kategori baik.Semakin banyak konsentrasi tawas yang digunakan kualitas kelunturan warnanya semakin baik.

PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

Dari hasil penelitian dinyatakan bahwa kulit bawang merah dapat digunakan sebagai zat pewarna tekstil dimana warna yang dihasilkan dari proses pewarnaan tersebut adalah coklat muda. Hal ini disebabkan karena kulit berwarna kecokelatan dan lapisan

eksternal bawang kaya akan serat dan *flavonoid*, sedangkan lapisan luar yang terbuang mengandung senyawa belerang dan *fructans*. Kulit bawang merah mengandung zat warna alam yaitu senyawa antosianin dan flaponoida. Zat warna ini dapat diekstraksi dengan cara ekstraksi panas, dan larutan zat warna alam yang dihasilkan dapat dibuat menjadi zat warna dalam bentuk serbuk dengan proses penguapan. Zat warna yang dihasilkan dapat digunakan untuk proses pewarnaan pada bahan tekstil.

Mordan digunakan sebagai zat pembangkit warna pada pewarna alami. Bahan kimia yang digunakan adalah tunjung (FeSO_4). Tawas ($\text{Al}_2(\text{SO}_4)_3$), natrium karbonat, dan kapur tohor (CaCO_3). Zat-zat mordan ini berfungsi untuk membentuk jembatan kimia antara zat warna alam dengan serat sehingga afinitas zat warna meningkat terhadap serat.

Dari hasil penelitian hasil jadi pewarnaan menggunakan kulit bawang merah yang menggunakan mordan tawas 150 gr/l menghasilkan letuaam warna yang lebih tua dari dibandingkan dengan modan tawas 100 gr/l, dan 50 gram/liter. Sedangkan kelunturan warna dengan menggunakan mordan tawas 150 gr/l lebih tahan luntur dibandingkan dengan menggunakan mordan tawas konsentrasi 100 gr/l dan mordan tawas 50 gr/l. Hal ini disebabkan karena tawas yang berupa kristal putih gelap, tembus cahaya, rasanya agak asam kalau dijilat, bersifat menguatkan warna tetapi juga dapat digunakan sebagai penjernih air keruh. Selain berguna untuk mencegah lunturnya warna pada saat pencucian, mordan juga berfungsi sebagai pengarah warna, dimana kain mordan yang telah diwarnai alam, akan menghasilkan warna yang berbeda. Semakin besar konsentrasi tawas yang digunakan ketuaan warna semakin tua dan kelunturan warna semakin tahan luntur.

SIMPULAN

1. Kualitas ketuaan warna pada hasil pencelupan menggunakan menggunakan kulit bawang merah dengan menggunakan mordan tawas konsentrasi 50 gr/l, 100 gr/l, dan 150 gr.l, didapatkan ketuaan warna pada penggunaan mordan tawas 150 gr/l dan paling muda pada penggunaan mordan tawas konsentrasi 50 gr/l.
2. Kualitas kelunturan warna pada hasil pencelupan menggunakan menggunakan kulit bawang merah dengan menggunakan mordan

tawas konsentrasi 50 gr/l, 100 gr/l, dan 150 gr.l, didapatkan ketuan warna pada penggunaan mordan tawas 150 gr/l dan paling muda pada penggunaan mordan tawas konsentrasi 50 gr/l.

SARAN

1. Untuk pengerajin agar menggunakan pewarna alam yang didapat dari sisa-sisa atau limbah yang ada disekitar untuk dijadikan pewarna alternatif kain.
2. Untuk peneliti lanjut agar bisa meneliti tentang penggunaan kulit bawang perah dengan menggunakan konsentrasi mordan yang berbeda.
3. Untuk peneliti agar bisa menggunakan bahan-bahan alam yang lain untuk dijadikan zat pewarna tekstil.

REFERENSI

- Handoyo Joko Dwi. 2008. *Batik dan Jumputan*. Yogyakarta.PT Mavanan Jaya Cemerlang.
- Iftitah Ruwana. 2010. Pengaruh Zat Fiksasi Terhadap Ketahanan Luntur Warna pada Proses Pencelupan kain Kapas dengan Menggunakan Zat Warna dari Limbah Kayu Jati.**Junal.Teknologi dan Kejuruan**, Vol 31. No 1 Pebruari 2010: 75-86.
- Kusrianiati Dewi. 2010. Pemanfaatan Sanggon sebagai pewarna kain sutera menggunakan mordan tawas dengan konsentrasi yang berbeda.**Jurnal Teknobuga**.Vol.4/No2.Unnes.
- Maryani, Siti. 2013. Pengaruh Jumlah Tawas dan Tekninya Terhadap Hasil Pewarnaan pada kain Katun.**eJurnal**.Vo.02/No 01 Edisi Yudisium Periode Februari 2013.
- Siti Nur Ajizah , (2009) Pemanfaatan Kulit Bawang Merah (allium Colonium L) sebagai Pewarna Kain Satin Menggunakan mordan jeruk Nipis untuk Pembuatan Mukena.*Thesis*, Universitas Negeri Semarang.

Zahrotul Dewi . 2013. Pengaruh Penambahan Massa Mordan Tawas Dan Kapur Terhadap Hasil Jadi Pewarnaan Alami Kulit Ubi Ungu Pada Bahan Sutera. *Jurnal Tata Busana*. Vol 2/No.1. 2013.

PERSOALAN DALAM PENGELOLAAN PARIWISATA WARISAN BUDAYADI KAWASAN KRATON RATU BOKO

Maria Tri Widayati

Politeknik "API" Yogyakarta/ Mahasiswa S3 Kajian Pariwisata UGM

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan mengidentifikasi dan mengkaji persoalan yang muncul dalam pengelolaan pariwisata warisan budaya di kawasan Kraton Ratu Boko, dan stakeholder yang terlibat dalam pengelolaan pariwisata warisan budaya di kawasan Kraton Ratu Boko.

Penelitian menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan penelitian lapangan. Informan terdiri dari PT TWC Borobudur, Prambanan, Ratu Boko, BPCB DIY, Pemdes Bokoharjo dan Sambirejo, Dinas Kebudayaan & Pariwisata Kabupaten Sleman, PHRI, Asita, HPI, serta tokoh masyarakat lokal yang ditentukan dengan teknik snowballpurposive. Data dikumpulkan melalui observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi, kemudian dianalisis dengan menggunakan model analisis data interaktif menurut Miles dan Huberman.

Hasil Penelitian menunjukkan bahwa Kawasan Kraton Ratu Boko merupakan sebuah warisan budaya yang telah menjadi objek wisata dan dikembangkan sebagai Taman wisata. Pengelolaan Kawasan Kraton Ratu Boko selama ini masih menyisakan berbagai persoalan yang harus diselesaikan, antara lain persoalan antara PT TWC BPRB dan BPCB Yogyakarta dengan masyarakat lokal, lemahnya koordinasi antara PT TWC BPRB dan BPCB DIY sebagai pengelola utama sehingga berakibat pada ketidaknyamanan pengunjung, serta belum terkoordinasinya berbagai stakeholder dalam pengelolaan Kawasan kraton Ratu Boko. Stakeholder dalam pengelolaan kawasan Karton Ratu boko dibedakan menjadi dua kategori yaitu 1). Stakeholder yang terlibat langsung yaitu BPCB Yogyakarta, PT TWC BPRB Unit Ratu Boko, Pemda Kabupaten Sleman, dan Pemdes Bokoharjo dan Sambirejo, dan 2). Stakeholder yang terlibat tidak langsung yaitu kalangan perguruan tinggi, asosiasi pariwisata, dan masyarakat lokal

Kata Kunci: Kraton Ratu Boko, Partisipasi, stakeholder

PENDAHULUAN

Latar Belakang Masalah

Indonesia memiliki kekayaan alam, budaya, dan manusia sangat besar dan beragam yang merupakan sumber kepariwisataan dan berpotensi besar sebagai daya tarik pariwisata. Namun, kekayaan alam dan budaya Indonesia yang beragam tersebut belum menjadikan Indonesia sebagai tujuan utama wisata alam dan budaya dunia dan mampu bersaing dengan negara lain, meskipun data dari PATA, pada tahun 2009 pertumbuhan kunjungan internasional ke Indonesia mengalami pertumbuhan 3% di atas rata-rata kunjungan wisatawan ke Asia Pasifik yang mengalami pertumbuhan 2,2% (Nugroho, 2011:2). Kemudian menurut data Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, investasi pariwisata tumbuh dari 342,2 juta dollar AS atau sekitar Rp 4,1 triliun pada 2009 menjadi 602,6 juta dollar AS atau sekitar Rp 7,2 triliun pada 2013. Jumlah wisatawan asing yang berkunjung ke Indonesia meningkat rata-rata 8 % setahun dalam lima tahun terakhir. Pada periode 2005-2012, sektor pariwisata di ASEAN tumbuh rata-rata 8,3 % per tahun, di atas rata-rata pertumbuhan pariwisata global yang hanya 3,6 % per tahun. Jumlah wisatawan yang berkunjung ke negara-negara ASEAN mencapai 92,7 juta orang pada 2013, meningkat 12 % dibandingkan tahun 2012. Padahal, pertumbuhan secara global 5 %. (<http://travel.kompas.com/read/2014/08/21/161000627/Pariwisata.dan.Industri.Kreatif.Jalan.Bersama>)

Kekayaan bangsa Indonesia yang menjadi daya tarik salah satunya adalah warisan budaya. Merujuk pada Piagam Pelestarian Pusaka Indonesia yang dideklarasikan di Ciloto 13 Desember 2003, warisan atau *heritage* disepakati sebagai pusaka, yang meliputi pusaka alam (*natural heritage*), pusaka budaya (*cultural heritage*) dan pusaka saujana (*saujana heritage*). Dalam UU No 11 tahun 2010 tentang cagar budaya, warisan budaya yang bersifat kebendaan disebut sebagai Cagar Budaya. Jadi dalam penelitian ini yang dimaksud dengan warisan budaya adalah pusaka budaya atau

cultural heritage, yang merupakan bagian dari kekayaan warisan, terutama cagar budaya sebagai kajian utama.

Salah satu warisan budaya yang dikembangkan sebagai objek wisata adalah Kraton Ratu Boko. Kraton Ratu Boko merupakan sebuah situs pemukiman yang terletak sekitar 3 km arah selatan Candi Prambanan pada koordinat 110⁰40'54" BT dan 7⁰43'40" LS, dengan ketinggian antara 110 - 229 m di atas permukaan laut. Pemerintah pusat memasukkan Situs Kraton Ratu Boko bersama-sama dengan pengelolaan Candi Borobudur dan Candi Prambanan ke dalam satu BUMN yaitu PT Taman Wisata Candi Borobudur, Prambanan, dan Ratu Boko (PT TWC BPRB). Dalam pengelolaannya kawasan ini dibagi dalam zona inti, zona penyangga dan zona pengembang dengan pengelola masing-masing zona berbeda. Jadi yang dimaksud dengan Kawasan Kraton Ratu Boko adalah situs dan Taman Wisata Kompleks Kraton Ratu Boko serta daerah sekitarnya yang berada pada zona inti, zona penyangga, maupun zona pengembangan.

Kawasan Kraton Ratu Boko ini bersama-sama dengan kawasan Taman Wisata Prambanan, ditetapkan sebagai kawasan strategis Nasional pelestarian sosial budaya, sedang candi-candi yang terdapat di Kawasan sekitarnya sebagai Kawasan Strategis Provinsi (Perda Provinsi DIY No 2 Tahun 2010 Tentang RTRW Provinsi DIY tahun 2009-2029). Berbagai warisandi kawasan Kraton Ratu Boko sebagian terletak di perbukitan yang merupakan warisan alam. Sementara warisan budaya mayoritas berasal dari masa pengaruh Hindu Buddha sekitar abad IX, sebagian yang lain berasal dari masa modern sekitar akhir abad ke XIX atau awal abad XX. Namun demikian meskipun merupakan objek wisata tingkat Nasional dan dikelola BUMN, namun keberadaan Taman Wisata Ratu Boko belum memberikan manfaat langsung kepada sebagian besar masyarakat setempat.

Warisan budaya yang menjadi daya tarik wisata atau destinasi pariwisata membutuhkan manajemen atau pengelolaan yang tepat dengan mengikuti proses dan prosedur baku secara ketat. Pengelolaan destinasi Pariwisata diartikan sebagai proses penataan, pemeliharaan, dan pemanfaatan sumber daya pariwisata yang terdapat di destinasi pariwisata secara terpadu guna memberikan nilai optimal bagi pemangku kepentingan dengan tetap menjamin

keberlanjutannya. Dasar tindakan manajemen atau pengelolaan adalah kebutuhan akan peningkatan nilai manfaat sumberdaya di destinasi pariwisata, yakni atraksi, amenities, aksesibilitas, kelembagaan dan fasilitas publik untuk memberikan kepuasan yang tinggi (Damanik dan Teguh, 2012: 6-8). Sedangkan menurut UU no 11 tahun 2010 tentang Cagar Budaya yang dimaksud dengan pengelolaan adalah upaya terpadu untuk melindungi, mengembangkan, dan memanfaatkan Cagar Budaya melalui kebijakan pengaturan perencanaan, pelaksanaan, dan pengawasan untuk sebesar-besarnya kesejahteraan rakyat.

Dalam pengelolaan suatu daya tarik wisata tidak dapat terlepas dari peran stakeholder. *Stakeholder* diidentifikasi sebagai "kelompok atau individu yang dapat mempengaruhi atau dipengaruhi oleh" pembangunan pariwisata di suatu daerah (Kruja dan Hasaj 2010: 2) Stakeholder dalam pariwisata terdiri antara lain pemerintah, operator wisata, perusahaan pariwisata, dan masyarakat setempat. Secara garis besar ada tiga kelompok *stakeholder*, yaitu pemerintah, dunia usaha, dan masyarakat (Purba, 2002: 151).

Berdasar uraian di atas, dalam penelitian ini akan dibahas mengenai permasalahan yang muncul dalam pengelolaan warisan budaya di Kawasan Kraton Ratu Boko.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan penelitian lapangan. Pengumpulan Data dilakukan melalui Observasi, Wawancara Mendalam, Dokumentasi, dan FGD. Informan terdiri dari PT TWC BPRB, BPCB DIY, Pemerintah Desa Bokoharjo dan Sambirejo, Dinas Kebudayaan & Pariwisata Kabupaten Sleman, PHRI, Asita, HPI, Lembaga Pendidikan tinggi serta tokoh masyarakat lokal yang ditentukan dengan teknik *snowballpurposiv*. Analisis dengan menggunakan model analisis data interaktif menurut Miles dan Huberman.

PEMBAHASAN

Pengelolaan Pariwisata Warisan Budaya di Kawasan Kraton Ratu Boko

Kawasan Kraton Ratu Boko untuk keperluan pelestarian oleh BP3 (sekarang BPCB) dibagi dalam tiga mintakat (Ramafriani, 2011) yaitu 1). Mintakat 1 (Mintakat Inti) meliputi seluruh situs sebagai

Cagar Budaya yang akan dilindungi dan dipelihara, yang luasnya \pm 24 Ha, 2). Mintakat 2 (Mintakat Penyangga) diperuntukkan bagi pengembangan kegiatan serta fasilitas wisata dengan peraturan dan pembatasan tertentu dengan luas \pm 100 ha, 3).Mintakat 3 (Mintakat pengembangan) memiliki luas \pm 500 ha meliputi area dengan memperkirakan area pengaruh dari pengembangan situs Boko. Demikian juga dalam pengelolaan pariwisata berdasar Rencana Induk Pengembangan Kawasan Ratu Boko, Kawasan Kraton Ratu Boko dalam pengembangannya terbagi ke dalam 3 zona yaitu Zona 1 atau Zona inti, Zona 2 atau Zona Penyangga, dan Zona 3 atau Zona pengembangan.

Zona 1 atau Zona inti merupakan zona tempat keberadaan reruntuhan bangunan, gerbang, kolam, dan gua. Kawasan Zona 1 atau zona inti ini dalam pengelolaannya sepenuhnya berada di bawah wewenang Balai Pelestarian Cagar Budaya Yogyakarta.

Zona 2 atau Zona penyangga berada mengelilingi kawasan Zona 1, meliputi Kawasan Bukit Boko Barat, lereng sisi Barat, lereng sisi Selatan, lereng Sisi Timur, dan Lereng sisi Utara. Kawasan Zona 2 terutama yang masuk dalam Kompleks Taman Wisata Kraton Ratu Boko, menjadi wewenang dan dikelola oleh PT Taman Wisata Candi Borobudur, Prambanan dan Ratu Boko (PT TWC BPRB). Di Zona 2 ini PT TWC BPRB membangun berbagai fasilitas pariwisata. Namun PT TWC BPRB tidak mempunyai wewenang mengelola kawasan yang berada di luar Taman Wisata, meskipun berada di zona 2.

Zona 3 atau Zona Pengembangan, berada di luar Zona 1 dan zona 2, di sebelah Utara di batasi oleh Jalan Raya Jogja – Solo, di sebelah Barat di batasi oleh Sungai Opak, Sebelah Timur dibatasi oleh Dusun Pereng, dan Sebelah Selatan dibatasi oleh Jalan di dekat PDAM. Zona 3 ini yang berada di sebelah Barat berada di bawah wewenang Desa Bokoharjo dan yang ada di sebelah Timur di bawah wewenang Desa Sambirejo Kecamatan Prambanan kabupaten Sleman.

Pembagian Zona di Kawasan Kraton Ratu Boko yang masih mengacu kepada pembagian Zona yang dilakukan dalam perencanaan di awal pemanfaatan maupun pembagian zona pelestarian seharusnya sudah harus ditinjau ulang kembali, mengingat di Zona 2 juga masih banyak ditemukan tinggalan purbakala berupa fitur-fitur yang keberadaannya sangat rentan

kerusakan. Selain itu pembagian zona yang hanya menjadi 3 zona, sudah kurang sesuai dengan UU No 11 tahun 2010 tentang Cagar Budaya.

Dalam UU No 11 tahun 2010 tersebut, pada pasal 73 ayat (3) disebutkan bahwa sistem zonasi dapat terdiri dari Zona inti, Zona Penyangga, Zona Pengembangan, dan/atau zona penunjang, meskipun kata dan/atau bisa memberikan tafsiran bahwa pembagian zona bisa hanya menjadi 3 zona, dapat pula menjadi 4 zona. Lebih lanjut dijelaskan dalam Penjelasan Atas UU No 11 tahun 2010 tersebut, yang dimaksud dengan Zona inti adalah area perlindungan utama untuk menjaga bagian terpenting cagar budaya. Zona Penyangga adalah area yang melindungi zona inti. Zona Pengembangan adalah area yang diperuntukkan bagi pengembangan potensi cagar budaya bagi kepentingan rekreasi, daerah konservasi lingkungan alam, lanskap budaya, kehidupan budaya tradisional, keagamaan, dan kepariwisataan. Zona Penunjang adalah area yang diperuntukkan bagi sarana dan prasarana penunjang serta untuk kegiatan komersial dan rekreasi umum. Apabila mengacu kepada UU NO 11 tahun 2010 tersebut seharusnya pembangunan fasilitas pariwisata berada pada zona 3.

Dalam pengelolaan Kawasan Kraton Ratu Boko, berbagai pihak terlibat sesuai dengan kepentingannya masing-masing, yang bisa dikategorikan sebagai stakeholder yang terlibat langsung dalam pengelolaan dan stakeholder yang terlibat tidak langsung dalam pengelolaan. Perbedaan ini didasarkan pada tingkat partisipasinya dalam pengelolaan kawasan.

Stakeholder Yang Terlibat Langsung Dalam Pengelolaan Kawasan Kraton Ratu Boko

Pengelolaan Kawasan Kraton Ratu Boko terutama dalam area Taman Wisata melibatkan berbagai stakeholder yang keterlibatannya berbeda-beda. Keterlibatan mereka bisa secara langsung, maupun tidak langsung. Dari berbagai stakeholder yang ada, otoritas pengelolaan yang paling besar berada pada Balai Pelestarian Cagar Budaya Yogyakarta (selanjutnya digunakan singkatan BPCB Yogyakarta) dan PT Taman Wisata Candi Borobudur, Prambanan dan Ratu Boko (selanjutnya digunakan singkatan PT TWC BPRB) Unit Taman Wisata Ratu Boko. Stakeholder lain yang terlibat langsung

dalam pengelolaan Kawasan Kraton Ratu Boko terutama di luar Taman Wisata adalah Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Sleman dan Pemerintah Desa Bokoharjo dan Desa Sambirejo.

BPCB Yogyakarta merupakan pihak yang mempunyai wewenang penuh atas seluruh Cagar Budaya di Kawasan Taman Wisata Kraton Ratu Boko terutama di Zona 1 dan Cagar Budaya lain di sekitar Kawasan. Secara Hirarkis, Pemerintah Indonesia memberikan wewenang kepada Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan melalui Direktorat Pelestarian Cagar Budaya dan Permuseuman untuk mengelola Kawasan Kraton Ratu Boko terutama dari sisi perlindungan dan pelestariannya. Secara teknis, situs-situs yang ada di sekitar Kawasan Kraton Ratu Boko ditangani langsung oleh BPCB Yogyakarta yang memiliki kewenangan paling kuat dari segi hukum dalam upaya pelestarian Benda Cagar Budaya yang berada di Kawasan Kraton Ratu Boko BPCB Yogyakarta, karena kedudukannya sebagai salah satu unit pelaksana teknis Direktorat Pelestarian Cagar Budaya dan Permuseuman. Wilayah kerja BPCB Yogyakarta adalah mencakup seluruh wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta yang terdiri empat Kabupaten dan satu kota. Kantor BPCB DIY beralamat di Jalan Solo Km 15 Bogem, Kalasan, Sleman. Dalam pengelolaannya, semua kegiatan atau perubahan yang dilakukan di Zona 1 atau di zona lain yang terdapat atau diduga terdapat tinggalan cagar budaya harus berkoordinasi dan mendapat ijin dari BPCB Yogyakarta. Dalam mengelola Kawasan Kraton Ratu Boko, BPCB tidak memperoleh pendapatan langsung dari Taman Wisata Kraton Ratu Boko, namun mendapatkan dana pengelolaan secara tidak langsung melalui Direktorat Pelestarian Cagar Budaya dan Permuseuman sebesar 500 juta/tahun untuk perlindungan dan pelestariannya. Pengelolaan oleh BPCB Yogyakarta tidak secara menyeluruh beserta lingkungan, namun Zona pelestarian seluas 3,7 Ha tersebut dikelola oleh BPCB dengan sistem sel yaitu terpusat pada bangunan-bangunan, sedangkan lingkungan yang tidak ada bangunan terlewati (Wawancara dengan BPCB tanggal 8 Mei 2014). Demikian juga situs-situs purbakala yang terdapat di Zona 2 maupun Zona 3 pengelolaan oleh BPCB DIY terbatas pada lokasi yang dibatasi oleh pagar BPCB.

PT TWC BPRB Unit Taman Wisata Ratu Boko merupakan Pengelola dan yang memanfaatkan seluruh area Taman Wisata Ratu

Boko terutama di Zona 2 dengan penyediaan fasilitas wisata, restoran, gardu pandang, Plaza dan sebagainya. Taman Wisata Kraton Ratu Boko meliputi seluruh Zona 1 dan sebagian Zona 2. PT TWC BPRB berhak untuk menentukan dan menarik tiket kepada pengunjung taman Wisata Kraton Ratu Boko. Selain itu mereka bertanggungjawab terhadap kebersihan lingkungan Kawasan dan kenyamanan pengunjung. Sebagai sebuah perusahaan BUMN, PT TWC BPRB berhak penuh atas pengelolaan Taman Wisata Kraton Ratu Boko untuk mendapatkan profit, meskipun mereka juga memiliki kewajiban menyerahkan laba bersih kepada Direktorat Purbakala dan permuseuman sebesar 20 -30 % laba bersih perusahaan serta 15 % kepada Pemda Sleman.

Pemerintah Daerah Kabupaten Sleman melalui Dinas Kebudayaan dan Pariwisata sebenarnya merupakan instansi pemerintah yang mempunyai wewenang penuh dalam pengembangan pariwisata di Kabupaten Sleman. Namun dalam pengelolaan Kawasan Kraton Ratu Boko, mereka hanya memiliki wewenang memberikan fasilitas promosi dan memanfaatkan untuk berbagai kegiatan, karena otoritas pengelolaan kepariwisataan di Taman Wisata hanya berada di tangan PT TWC BPRB. Dalam melaksanakan fungsi pembinaan, kegiatan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Sleman diarahkan untuk membina Pokdarwis/Desa Wisata di Kawasan Kraton Ratu Boko, serta kelompok-kelompok Kesenian yang ada di Kawasan tersebut. Selain itu melalui Bappeda, Pemerintah daerah kabupaten Sleman juga telah menyusun masterplan pengembangan pariwisata Kawasan Ratu Boko, Candi Ijo dan Rumah Dome. Dalam rekomendasinya, disebutkan bahwa pengembangan pariwisata kawasan memerlukan kerjasama yang sinergis, yang bentuknya berupa pembagian paket wisata terpadu misalnya dengan menyelenggarakan event kebudayaan. Paket wisata yang direkomendasikan untuk Kawasan Kraton Ratu Boko misalnya Pesona Ratu Boko (*The Enchantment of Boko*) berupa trekking Situs Ratu Boko dan *Boko Sunrise* di Bukit Tugel

Pemerintah Desa Bokoharjo dan Sambirejo merupakan dua desa yang membawahi Kawasan Kraton Ratu Boko. Sebagian Zona 1, sebagian Zona 2, dan sebagian Zona 3 di sisi Barat Kawasan merupakan wilayah Desa Bokoharjo, sedangkan yang berada di sisi

Timur masuk dalam wilayah Desa Sambirejo. Namun dalam pengelolaan Taman Wisata mereka tidak terlibat. Desa Bokoharjo dan Desa Sambirejo memiliki wewenang secara administratif pemerintahan Kawasan Kraton Ratu Boko dan bertanggungjawab terhadap pengelolaan di Zona 3 berkaitan dengan kependudukan dan kewilayahan.

Stakeholder Yang Terlibat Tidak Langsung Dalam Pengelolaan Kawasan Kraton Ratu Boko

Pada awal dikelolanya Kawasan Kraton Ratu Boko sebagai objek wisata dan dimasukkan dalam otoritas PT TWC BPRB, telah dilakukan studi kelayakan oleh Puspar UGM. Studi kelayakan itu salah satunya merekomendasikan pembagian tiga zona pengembangan pariwisata di Kawasan Kraton Ratu Boko. Namun sesudah itu mereka tidak terlibat secara formal dalam pengelolaannya.

Kalangan Perguruan Tinggi juga menjadi salah satu stakeholder dalam pengelolaan Kawasan Kraton Ratu Boko. Namun partisipasinya terbatas pada pemanfaatan kawasan kegiatan akademis, seperti Jur Arkeologi UGM yang menjadikan Kawasan Kraton Ratu Boko sebagai tempat untuk Praktek ekskavasi maupun Pemugaran, dan FIP UNY menjadikan Kawasan Kraton Ratu Boko sebagai Laboratorium Alam. Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Yogyakarta juga memanfaatkan Taman Wisata Kraton Ratu Boko sebagai laboratorium alam dalam Olimpiade dan Jambore Kebumihan Nasional. Kegiatan untuk pelajar sekolah lanjutan tingkat atas bertajuk ESTIJO 2nd tersebut diselenggarakan 11-14 Agustus 2009. serta banyak Perguruan Tinggi lain yang memanfaatkan untuk kepentingan akademis mereka.

Pihak lain yang terlibat tidak langsung adalah masyarakat lokal. Masyarakat lokal sebenarnya merupakan pihak yang paling terkena dampak langsung kegiatan pariwisata, baik itu dampak positif maupun dampak negatif karena mereka harus berhadapan dengan kegiatan pariwisata setiap harinya. Namun demikian, mereka tidak terlibat langsung dalam pengelolaan Kawasan Kraton Ratu Boko. Partisipasi masyarakat lokal di Kawasan Kraton Ratu Boko secara tidak langsung adalah bahwa mereka turut serta menjaga keamanan lingkungan, mengingat salah satu faktor utama pengelolaan warisan budaya adalah faktor keamanan. Selain itu melalui BPCB Yogyakarta atau PT TWC BPRB mereka dilibatkan dalam event-event yang

diadakan oleh BPCB maupun Taman Wisata, misalnya pentas kesenian, jelajah wisata, atau dilibatkan sebagai tenaga lokal dalam pemugaran.

Asosiasi Usaha Pariwisata (HPI, PAPTA, Asita, PHRI) juga merupakan stakeholder yang terlibat tidak langsung dalam pengelolaan Kawasan Kraton Ratu Boko. Partisipasi Asosiasi Usaha pariwisata adalah berkaitan dengan promosi. Mereka mempromosikan keberadaan Kawasan Kraton Ratu Boko kepada wisatawan sebagai salah satu destinasi yang layak dikunjungi.

Persoalan Yang Muncul Dalam Pengelolaan Kawasan Kraton Ratu Boko

Kawasan Kraton Ratu Boko zona 1 dan Zona 2 sebelum dikembangkan sebagai daya tarik wisata merupakan pemukiman bagi masyarakat Dusun Dawung dan Dusun Sumberwatu. Sekitar 70 rumah penduduk yang berdiri diantara reruntuhan bangunan, namun seiring perkembangan maka dilakukan pensterilan kawasan terutama di Zona 1. Pemerintah melalui BPCB melakukan pembebasan tanah dari pemukiman dengan cara memberi ganti rugi kepada masyarakat. Mayoritas penduduk bersedia menerima ganti rugi dan pindah dari kawasan tersebut. Namun hingga saat ini (tahun 2014) masih terdapat 5 KK yang masih bertahan tidak mau pindah karena meminta ganti rugi berupa tanah yang luasnya sama dengan tanah yang mereka miliki. Negosiasi terus dilakukan, namun sampai saat ini belum berhasil dan di zona 1 yang seharusnya steril dari rumah penduduk, masih bisa ditemukan rumah-rumah milik ke-5 KK tersebut (Wawancara dengan BPCB DIY). Namun berbeda dengan yang diungkapkan oleh Ngadimin (84), pensiunan pegawai purbakala, bahwa semua warga yang pernah tinggal di situs Ratu Boko punya kesadaran merelakan tanahnya untuk dibebaskan, termasuk lima keluarga yang sampai saat ini masih menetap di situs itu. Mereka juga mau pindah jika memang sudah dibutuhkan karena masyarakat setempat selalu menghormati Ratu Boko dan Bandung Bondowoso, tidak berani melawan. Tanah di lokasi situs yang ditinggali oleh lima keluarga itu letaknya tepat pada bangunan talut yang panjangnya ratusan meter yang mengelilingi situs bangunan pendapa.

Pembebasan tanah ini mutlak perlu karena termasuk menghalangi pemugaran bangunan inti.

(<http://hurahura.wordpress.com/2011/05/24/kepurbakalaan-desa-bokoharjo-terus-membangun-kerajaannya/>).

Permasalahan yang lain adalah konflik yang terjadi antara pengelola dengan Masyarakat Desa Sumberwatu yaitu masalah jalan kampung. Menurut pemahaman warga, jalan kampung di kawasan gua yang sekarang berada di dalam pagar BPCB, seharusnya berada di luar pagar. Dan yang menjadi ganjalan sekarang, adalah masalah sertifikatnya (Wawancara dengan Plt Kades Sambirejo). Namun menurut pihak BPCB, jalan kampung tersebut masuk dalam kawasan milik BPCB DIY. Permasalahan ini juga sampai sekarang belum terpecahkan, sehingga warga merusak pagar agar bisa melewati jalan tersebut. Permasalahan tersebut berimbas pada pengelolaan Kawasan. PT Taman Wisata yang berencana mendirikan portal untuk loket masuk melalui Sumberwatu, belum bisa merealisasikan rencana tersebut karena tidak disetujui oleh warga. Hal itu menyebabkan tidak sedikit pengunjung taman wisata yang masuk melalui Dusun Sumberwatu dan tidak membayar tiket tanda masuk.

Persoalan yang lain adalah masyarakat setempat merasa tidak pernah dilibatkan dalam pengelolaan oleh PT TWC BPRB, bahkan melakukan koordinasi dengan pemerintah desa hanya jika ada masalah saja. Hal itu diungkapkan oleh Plt Kades Sambirejo:

"...tidak Mbak, kita tidak pernah diajak ngomong tentang pengelolaan candi Boko, jangankan sosialisasi kepada warga, koordinasi dengan desa saja hanya kalau ada masalah, misalnya penolakan warga terhadap rencana membuat portal di pintu timur ..." (wawancara tanggal,.....)

Kekecewaan warga memang lebih banyak ditujukan kepada PT TWC BPRB yang menilai petugas di pintu masuk tidak memberikan toleransi kepada warga. Bahkan menurut salah seorang warga yang bekerja di BPCB, petugas loket sangat kaku dan tidak bisa membedakan siapa yang akan berkunjung.

"...Pernah Bu dulu Pak Kepala BPCB yang mengadakan inspeksi ke Situs Ratu Boko pun di tarik tiket, lakyo edan to itu ra iso mbedakke sopo sing kudu mbayar karo sing ora. Lha namanya Pak kepala kan bisa disebut yang punya situs. Lha kok yang punya disuruh mbayar".

Permasalahan lainnya adalah masyarakat memanfaatkan lingkungan untuk menggembala ternak. Kondisi demikian tentunya akan memberikan kesan kotor pada lingkungan situs disebabkan oleh kotoran ternak yang mereka gembalakan. Meskipun di sisi lain keberadaan ternak tersebut menjadi pemandangan yang cukup menarik dan eksotis bagi wisatawan.

Selain persoalan antara pengelola dengan masyarakat lokal, juga terdapat persoalan di antara pengelola itu sendiri. Persoalan itu antara lain lemahnya koordinasi di tingkat bawah/lapangan. Koordinasi antara pengelola lebih banyak dilakukan *by Phone* sehingga secara administratif kurang terarsip. Koordinasi yang lemah tersebut menyebabkan masyarakat yang berkepentingan, misalnya mahasiswa yang akan melakukan penelitian di Kawasan Kraton Ratu Boko dan telah mengajukan ijin ke BPCB Yogyakarta ataupun PT TWC BPRB seringkali tetap harus membayar tiket untuk menghindari konflik dengan penjaga pintu masuk.

Selain itu PT TWC BPRB sebagai pengelola Taman Wisata juga belum melibatkan stakeholder dalam pengelolaan Kawasan Kraton Ratu Boko. Memang pada setiap akhir tahun beberapa stakeholder seperti asosiasi usaha pariwisata diundang dalam pemaparan program tahun yang akan datang, namun hal itu lebih kepada program PT TWC BPRB secara umum terutama dari sisi promosi, belum mengarah spesifik ke masing-masing objek wisata yang dikelola.

Berbagai persoalan yang muncul tersebut apabila tidak segera dilakukan penyelesaian akan memunculkan persoalan lain yang terus berkembang. Hal itu tentunya akan menghambat upaya pengelolaan Kawasan Kraton Ratu Boko sebagai objek wisata dan juga upaya perlindungan dan pelestariannya.

SIMPULAN

Pengelolaan Kawasan Kraton Ratu Boko selama ini masih menyisakan berbagai persoalan yang harus diselesaikan, antara lain persoalan antara PT TWC BPRB dan BPCB Yogyakarta dengan masyarakat lokal berkaitan dengan kepemilikan tanah hunian dan tanah jalan kampung, serta belum melibatkan masyarakat dalam pengelolaannya.

Persoalan yang lain adalah lemahnya koordinasi antara PT TWC BPRB dan BPCB DIY sehingga berakibat pada ketidaknyamanan pengunjung, serta belum terkoordinasinya berbagai stakeholder dalam pengelolaan Kawasan kraton Ratu Boko.

Stakeholder dalam pengelolaan kawasan Karton Ratu boko dibedakan menjadi dua kategori yaitu 1). Stakeholder yang terlibat langsung yaitu BPCB Yogyakarta, PT TWC BPRB Unit Ratu Boko, Pemda Kabupaten Sleman, dan Pemdes Bokoharjo dan Sambirejo, dan 2). Stakeholder yang terlibat tidak langsung yaitu kalangan perguruan tinggi, asosiasi pariwisata, dan masyarakat lokal

REFERENSI

Adishakti, Laretna T. dan Hadiwinoto, S., (ed.), 2010, *Pendidikan Pusaka Indonesia*, Jakarta: Badan Pelestarian Pusaka Indonesia.

Aditiyawati, F., 1999, *Situs Bukit Boko Barat: Kajian Atas Fungsi dan Kedudukannya*. Skripsi: Universitas Gadjah Mada.

Damanik, J., dan Teguh, F., 2012, *Manajemen Destinasi Pariwisata Sebuah Pengantar Ringkas*, Yogyakarta: Kepel Press.

<http://hurahura.wordpress.com/2011/05/24/kepurbakalaan-desa-bokoharjo-terus-membangun-kerajaannya/>.

<http://travel.kompas.com/read/2014/08/21/161000627/Pariwisata.dan.Industri.Kreatif.Jalan.Bersama>

Kruja, D., dan Hasaj, A., 2010, "Comparisons Of Stakeholders' Perception Towards The Sustainable Tourism Development And Its Impacts In Shkodra Region (Albania)." *Turizam*, Vol. 14, Issue 1, hal. 1-12

Miles, M.B. dan Huberman, M.A., 1992, *Qualitative Data Analysis*, (Terjemahan Tjetjep Rohandi Rohidi, Buku Asli diterbitkan oleh Sage Publication tahun 1982) Jakarta: UI Press.

Nugroho, I., 2011, *Ekowisata dan Pembangunan Berkelanjutan*, Yogyakarta: Penerbit Pustaka Pelajar.

Perda Provinsi DIY No 2 Tahun 2010 Tentang RTRW Provinsi DIY tahun 2009-2029

Purba, J., (ed.), 2002, *Pengelolaan Lingkungan Sosial*, Jakarta: Kerjasama Yayasan Obor dan Kantor Menteri Negara Lingkungan Hidup.

Puspar, 1996/1997 b, *Pembuatan Amdal dan Penelitian Arkeologi Kawasan Ratu Boko Kabupaten Sleman*, Laporan Akhir, Departemen Pariwisata Pos dan Telekomunikasi, Kantor wilayah DIY, Proyek Pengembangan Pariwisata tahun 1996/1997, Daerah Istimewa Yogyakarta

Puspar, 1996/1997 a, *Analisis Dampak Lingkungan Pengembangan Kawasan Wisata Ratu Boko Yogyakarta*, Draft Final Report, Departemen Pariwisata Pos dan Telekomunikasi, Kantor wilayah DIY, Proyek Pengembangan Pariwisata tahun 1996/1997, Daerah Istimewa Yogyakarta

Ramafriani, B., 2012, *Studi Tatahan Lanskap Situs Ratu Boko, Daerah Istimewa Yogyakarta dan Upaya Pelestariannya*, Skripsi: Institut Teknologi Bandung.

Undang-undang RI Nomor 10 tahun 2009 Tentang Kepariwisataaan

Undang-undang RI Nomor 11 tahun 2010 Tentang Cagar Budaya

Narasumber:

1. Ibu Evie dari Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Sleman
2. Bapak Didik dari PT TWC BPRB unit Kraton Ratu Boko
3. Bapak Indung dari BPCB Yogyakarta
4. Bapak Herman dari Asosiasi Usaha Pariwisata
5. Bapak Destha dari Perguruan Tinggi
6. Plt Kades Sambirejo
7. Carik Desa Bokoharjo
8. Bapak Joko dari masyarakat lokal
9. Bapak Dwi dari masyarakat lokal

PENGEMBANGAN MOTIF KAIN TENUN BEBALI DENGAN TEKNIK COLET

Ni Ketut Widiartini
Jurusan Pendidikan Kesejahteraan Keluarga
Fakultas Teknik dan Kejuruan
Universitas Pendidikan Ganesha

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui proses pengembangan motif kain tenun Bebal. Penelitian ini merupakan penelitian eksperimen. Sumber informannya yaitu pengrajin dan pemilik usaha tenun yang ada di Bali. Metode pengumpulan data menggunakan metode wawancara, dan observasi. Data yang diperoleh dianalisis dengan teknik analisis deskriptif kuantitatif.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa proses pengembangan motif kain Bebal dilakukan dengan dua tahapan yaitu tahap pertama pra produksi, yang meliputi: persiapan alat dalam pembuatan desain motif dengan teknik colet dan bahan dalam pembuatan benang lungsi. tahap produksi: yaitu tahap penenunan kain dan tahapan kedua adalah uji kualitas kain tenun ditinjau dari aspek pengembangan motif. Dari aspek motif rerata skor yang diperoleh sebelum dilakukan eksperimen pengembangan motif adalah 2,93 pada kategori "Baik" dan setelah dilakukan eksperimen tentang pengembangan motif uji kualitas menjadi 3,73 pada kategori "Sangat Baik".

Kata Kunci: motif, teknik colet, tenun Bebal

ABSTRACT

The purpose of this study is to investigate the process of developing motifs woven fabric Bebal. This study was an experimental study. Source informant ie weaving artisans and business owners in Bali. Methods of data collection using interviews,

and observation . Data were analyzed by quantitative descriptive analysis techniques .

The results showed that the process of development Bebali motifs done in two steps , namely the first phase of pre-production , which includes: preparation tool in design motifs with a dab techniques and materials in the manufacture of warp threads . production stage : the stage weaving kaindan second stage is to test the quality of the woven fabric in terms of aspects peng mbangan motif . From the aspect of motive mean score obtained prior to the experimental development of motifs is 2.93 in the category of " good" and after the experiment is done on the development of quality test patterns into 3.73 in the category of "Very Good " .

Keywords: motives , techniques dab , weaving Bebali

PENDAHULUAN

Kain Bebali sebagai salah satu jenis kain tradisional yang dihasilkan oleh masyarakatkawasan Bali utara tampaknya memiliki popularitas yang lebih rendah dibandingkan Kain Endek, Gringsing, dan Songket.Kain Bebali jarang dimanfaatkan oleh masyarakat baik sebagai kain penutup tubuh bagian bawah yang dikenal dengan sebutan *kamben*, maupun sebagai bahan busana lainnya.Pada dasarnya kain Bebali memiliki kedudukan yang sama dengan kain yang lain untuk dilestarikan dan dikembangkan.Untuk itu diperlukan berbagai upaya untukmengenalkan dan mengembangkan kain Bebalikepada konsumen.

Kain Bebali adalah Kain tenun Bebali yang dibuat untuk keperluan tertentu seperti upacara keagamaan dan memiliki motif yang sangat sederhana. Salah satunya adalah kain Bebali yang ada di Desa Pacung, Kecamatan Tejakula, Kabupaten Buleleng. Motif kain Bebali yang di hasilkan di Desa Pacung ini masih mempertahankan motif asli yang diwariskan oleh para leluhur yakni motif garis atau motif geometris. Motif garis itu muncul dari penggunaan warna benang yang berbeda-beda untukwarna dasar atau benang lungsi.

Namun, keunikan serta keragaman seni budaya akan mampu bertahan di tengah globalisasi tidak hanya diperlukan upaya pelestarian tetapi juga pengembangan. Untuk itu, Kain tenun Bebali

yang selama ini masih terbatas pada warisan leluhur sebaiknya dikembangkan dari segi motif. Pengembangan motif merupakan daya tarik bagi konsumen” Krismiati (Agustien, 1980). Motif juga berperan penting dalam menarik minat konsumen. Terlebih lagi, masyarakat moderen seperti sekarang ini cenderung lebih tertarik pada produk-produk *fashion* yang variatif. Pengembangan motif Kain tenun Bebalı perlu dilakukan untuk menambah ketertarikan akan kain Bebalı.

Sri Hermawati dkk(2008:175) Teknik ikat pada umumnya merupakan suatu teknik untuk menghias kain atau benang dengan cara diikat sedangkan teknik *colet* merupakan teknik pemberian warna atau motif pada kain dengan menggunakan alat dari rotan atau kuas dengan cara mengoleskan larutan warna pada motif tertentu. Dari teknik ini dapat mengubah corak atau motif dari tekstil. Teknik tersebut akan menghasilkan motif kain yang berbeda dari sebelumnya. Motif Kain tenun Bebalı dikembangkan akan tetapi ciri khas kain ini tetap ditonjolkan pada motif aslinya, yaitu berupa motif garis. Dengan demikian pengembangan motif pada Kain Tenun Bebalı Desa Pacung ini akan dapat meningkatkan daya saing di pasaran serta menjaga kelestariannya sebagai warisan budaya leluhur di Bali.

Berdasarkan uraian di atas, penelitian ini difokuskan pada pengembangan motif pada kain Bebalı dengan teknik *colet* atau teknik *painting*. Dan tujuan penelitan masih mengacu pada permasalahan di atas, dimana penelitian ini dilakukan untuk mencapai dua tujuan, yaitu untuk mengetahui proses pengembangan motif kain tenun Bebalı pada usaha tenun Surya Indigo Desa Pacung Kecamatan Tejakula Kabupaten Buleleng dan untuk mengetahui hasil pengembangan motif kain tenun Bebalı pada usaha tenun Surya Indigo Desa Pacung Kecamatan Tejakula Kabupaten Buleleng.

METODE PENELITIAN

Rancangan penelitian ini difokuskan pada pengembangan motif kain tenun Bebalı. Tahapan pertama adalah melakukan tahap observasi awal terhadap tenun Bebalı yang ada di usaha tenun Surya Indigo Desa Pacung. Yang kedua yaitu tahap persiapan eksperimen yaitu mempersiapkan semua kebutuhan pada saat eksperimen dilaksanakanyaitu persiapan alat dan bahan. Kemudian yang ketiga setelah melakukan persiapan baru dilanjutkan pada tahap

eksperimen yaitu meliputi pembuatan benang pakan dan Benang Lungsui. Pada penelitian inipengembangan motif dilakukan pada benang lungsinya dengan menggunakan teknik ikat dan teknik *painting* atau *colet*. Dari tahap eksperimen tersebut kemudian diperoleh hasil eksperimen yaitu berupa hasil pengembangan motif kain tenun Bebali. Berikutnya adalah untuk mengetahuitingkat keberhasilan dilakukan uji kualitas terhadaptenun hasil eksperimen (pengembangan motif) dan kain Bebali asli di Usaha tenun Surya Indigooleh 15 orang panelis. Kemudian tahap yang terakhir adalah tahap observasi akhir yaitu meliputi tahap analisis data dan membuat kesimpulan.

Metodeyangdigunakan dalam penelitian ini yaitu metode wawancara dan observasi. Metode wawancara merupakan metode pengumpulan data dengan melakukan tanya jawab yang sistematisdigunakan pada pengambilan data awal dan metode observasi yaitu melakukan pengamatan secara langsung terhadap objek yang diteliti.

Uji kualitas yang dilakukan dengan cara uji organoleptik berupa lembar uji kualitas dengan skala nilai yang digunakan adalah norma absolut skala lima. Yaitu tingkatan yang terbagi atas lima kategori masing-masing tingkatan dinyatakan dengan skor 0,1,2,3 dan 4. Skor 4 merupakan tingkatan tertinggi, sedangkan skor 0 merupakan tingkatan. Panelis dalam penelitian ini merupakan panelis terlatih yang terdiri dari 15 orang panelis. Selanjutnya kualitas pengembangan motif kain tenun Bebali dicari nilai rerata skornya dengan menggunakan rumus:

$$\bar{X} = \frac{\sum X}{N}$$

Keterangan Rumus :

\bar{X} =Nilai rerata uji kualitas dari masing-masing aspek (warna, motif

dan tekstur)

$\sum X$ = Skor yang dicapai (jumlah masing-masing skor terhadap kualitas

tenun)

$N = \text{Jumlah subjek / panel (Koyan, 2012: 15)}$

Acuan dari penilaian pengambilan keputusan yang digunakan untuk menentukan tingkat kualitas hasil aspek motif adalah pedoman penilaian atau kategori/klasifikasi pada skala lima teoretik, susunannya adalah sebagai berikut:

3 - 4	= Sangat Baik
2 - 2,9	= Baik
1,7 - 1,9	= Cukup Baik
1, -1,6	= Tidak Baik
0- 0,9	= Buruk (Koyan, 2012:21)

HASIL PENELITIAN

Proses pengembangan motif kain tenun Bebali dibagi menjadi dua tahapan yaitu tahap pra produksi dan tahap produksi. Tahap pra produksi meliputi: proses pembuatan desain, persiapan alat, persiapan bahan, pembuatan benang pakan dan benang lungsi. Sedangkan tahap produksi meliputi: proses penenunan. Proses pengembangan motif pada eksperimen ini adalah terletak pada tahap pra produksi, dimana peneliti menggunakan teknik baru yaitu mengkombinasikan teknik ikat dengan teknik *painting* atau *colet* untuk membuat motif. Pembuatan motif tersebut dilakukan pada benang lungsinya.

Pada tahap pra produksi pembuatan benang pakan melewati 3 tahapan, yaitu pencelupan atau pewarnaan, tahap pengkajian atau *mubuhin* kemudian yang terakhir adalah tahap pengulungan atau *ngeliying*. Sedangkan benang lungsi melewati tahapan lebih panjang yaitu 7 tahap, yaitu yang pertama adalah tahap pencelupan. Tahap kedua yaitu tahap pengkajian atau *mubuhin*, kemudian yang ketiga tahap pengulungan atau *ngeliying*, keempat tahap penghanian atau *nganyinin*, kelima adalah tahap penusukan atau *nusuk*, selanjutnya adalah tahap membentangkan benang atau *nyasah*. Kemudian yang terakhir adalah tahap pembuatan motif, dimana pada tahap inilah peneliti melakukan proses pengembangan atau pemberian motif pada benang lungsi dengan menggunakan teknik ikat dan teknik *painting*

atau *colet*. Dimana teknik tersebut belum pernah diterapkan pada pembuatan kain tenun Bebali sebelumnya. Pewarna yang digunakan pada teknik *painting* atau *colet* ini adalah pewarna sintetis. Pewarna sintetis yang digunakan peneliti untuk membuat motif adalah pewarna reaktif prosion. Setelah pembuatan motif barulah dilanjutkan pada tahap produksi yaitu penenunan sehingga menghasilkan kain tenun Bebali yang telah dikembangkan dari segi motifnya

Hasil Pengembangan Motif pada Kain Bebali diuji melalui uji kualitas terhadap terhadap 15 orang panelis terlatih. Penilaian uji kualitas pada kain tenun Bebali asli juga dilakukan. Hasil uji kualitas terhadap kain hasil eksperimen dan Kain Bebali asli dapat dilihat pada tabel 1 berikut:

Tabel 1. Hasil Uji Kualitas Kain Hasil Eksperimen dan Kain Bebalı asli

Aspek Yang Dinilai	Kain Bebalı Asli		Kain Hasil Eksperimen	
	Hasil	Kategori	Hasil	Kategori
Motif	2,93	Baik	3,73	Sangat Baik

Dari tabel di atas, dapat dilihat perolehan nilai rerata keseluruhan dari masing-masing aspek melalui uji kualitas terhadap kain hasil eksperimen dan terhadap kain Bebali asli. Ditinjau dari segi motif perolehan nilai rerata hasil uji kualitas kain tenun Bebali asli yaitu 2,93 termasuk predikat "Baik", sedangkan kain hasil eksperimen dari segi motif mendapatkan skor rata-rata 3,73 yang termasuk predikat "Sangat Baik".

PEMBAHASAN

Mengacu pada hasil eksperimen pembahasan proses pengembangan motif kain Bebali pada usaha tenun Surya Indigo Desa Pacung ini menggunakan teknik yang berbeda dari biasanya yang digunakan di Surya Indigo. Teknik yang digunakandalam proses pengembangan ini adalah pengkombinasian 2 teknik yaitu teknik ikat benang lungsi dengan teknik painting atau yang biasanya sering disebut dengan teknik colet.

Adapun proses pengembangan motif kain Bebali ini melalui dua tahapan antara lain : 1) Tahap pra produksi, yang meliputi: Persiapan alat dan bahan dimana persiapan alat dan bahan ini terdiri dari persiapan alat dalam pembuatan desain motif, pembuatan benang pakan (pencelupan, pengkanjian/mubuhin, penggulangan/ ngeliying) dan persiapan alat dan bahan dalam pembuatan benang lungsi (pencelupan, pengkanjian/mubuhin, penggulangan/ ngeliying, penghanian/ nganyinin, penusukan, penyasahan, pengikatan serta proses memotif). 2) Tahap produksi : yaitu tahap penenunan kain.

Pada tahap pra produksi persiapan alat dan bahan untuk tahap pembuatan desain yaitu diawali dengan pembuatan suatu rancangan desain kain Bebali yang dikembangkan. Pembuatan desain ini tidak sepenuhnya mengubah motif asli dari kain tenun ikat Bebali. Pengembangan motif tenun ikat Bebali dilakukan dengan sangat hati-hati. Hal ini dilakukan agar tidak menghilangkan ciri khas dari Kain tenun Bebali itu sendiri. Agar tidak menghilangkan ciri khas dari motif Kain Bebali, maka usaha yang dilakukan adalah menambahkan motif geometris yang sederhana dan memberi kesan kesatuan pada motif garis yang asli pada kain Bebali. Motif merupakan daya tarik bagi konsumen (Agustien, 1980). Oleh karena itu penambahan motif pada

kain Bebalı dapat menambah daya tarik konsumen dan dapat memberikan motif yang lebih bervariasi.

Pengembangan motif pada kain tenun Bebalı ini dilakukan sebelum proses penenunan yaitu setelah proses *Nusuk* dimanasaat benang lungsi telah diletakkan pada alat tenun. Yaitu dengan mengkombinasikan dua teknik yaitu teknik ikat dan teknik painting. Penggunaan dua teknik tersebut mengacu dengan apa yang dipaparkan pada teori pada kajian pustaka yaitu mengenai pewarnaan atau pembuatan motif dengan teknik *colet* atau *painting* pada pembuatan batik (Prayetno (2010: 50).

Setelah proses pembuatan motif selesai barulah dapat dilakukan proses penenunan. Tahap penenunan dalam eksperimen ini dilakukan menggunakan Alat tenun tradisional yaitu alat tenun *cagcag* atau sering disebut dengan alat tenun gendong. Penenun mengoprasikan alat tenun dengan posisi duduk dilantai atau duduk dkursi kecil yang tingginya tidak melebihi tinggi alat tenun *cagcag*.

Dari hasil eksperimen, diperoleh perbedaan rata-rata uji kualitas pada kain Bebalı yang asli dan kain Bebalı hasil ekperimen pengembangan motif. Motif kain tenun Bebalı hasil pengembangan eksperimen lebih diminati oleh panelis dibandingkan kain Bebalı yang asli. Akan tetapi eksperimen ini belum mampu mencapai rerata tertinggi yaitu 4,0 disebabkan karena dari 15 orang panelis masih ada 20,3% panelis yang menganggap motif pengembangan kain tenun hasil ekperimen belum mampu memenuhi Kriteria yang diharapkan. Tidak terpenuhinya kriteria yang diharapkan tersebut karena dipengaruhi oleh beberapa faktor pada proses eksperimen. Hal itu juga yang menjadi kendala peneliti dalam proses eksperimen, dimana cuaca menjadi faktor penting dalam proses pembuatan motif. Hal tersebut sejalan dengan apa yang dipaparkan pada kajian teori dimana kelembaban benang sangat mempengaruhi daya serap benang terhadap zat warna (Renita Manurung dkk, 2004: 45). Oleh sebab itu pembuatan motif diusahakan pada saat cuaca yang mendukung dan penempatan benang tidak ditempat yang lembab.

SIMPULAN

Pada proses pengembangan motif kain Bebalı pada usaha tenun Surya Indigo dilakukan dengan dua tahapan yaitu: Tahap pra produksi,

yang meliputi : Persiapan alat dalam pembuatan desain motif dan bahan dalam pembuatan benang lungsi. Tahap produksi : yaitu tahap penenunan kain.

Hasil eksperimen pengembangan motif kain Bebali mengalami peningkatan setelah diberikan tindakan Adapun peningkatannya dilihat dari aspek motif diperoleh skor awal sebesar 2,93 menjadi 3,73.

SARAN

Kepada peneliti lain, hasil penelitian ini dilanjutkan guna mencapai hasil penelitian hingga 100% dengan melakukan pengembangan atau mengkombinasi dengan teknik lain agar keberadaan kain Bebali ini mampu bertahan di tengah globalisasi. Selain itu menacu pada hambatan dan kendala yang ditemui peneliti pada proses eksperimen tersebut diperhatikan sehingga pada eksperimen selanjutnya tidak ditemukan kembali hambatan dan kendala tersebut.

Hasil penelitian ini hanya berupa lembaran kain kecil belum berupa selendang, kain besar (kamben) ataupun belum juga berupa pakaian jadi. Untuk itu disarankan untuk mengembangkan hasil penelitian kedalam bentuk produk pakaian jadi yang memiliki daya jual lebih tinggi dibandingkan hanya berupa lembaran kain kecil seperti hasil dalam penelitian ini.

REFERENSI

Anonim, (2010). *Teknik Pembuatan Zat Pewarna Alam*.<http://arteducationx.wordpress.com>, 13 Januari 2012.

Anonim (2013). "*Kain Tenun Ikat Indonesia*". Wordpress. <http://KainIkat.com>.

Arikunto, S. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, Jakarta : Rineka Cipta.

Creswell, John W. (2008). *Educational Research. Third Edition*. New Jersey: Pearson Education. Australia Pty. Limited.

Dantes, Nyoman. (2012) "*Metodologi Penelitian*". Yogyakarta: C.V Andi Offset.

Fraenkel, Jack R., Norman E. Wallen. (1990). *How to Design and Evaluate Research in Education*. Second Edition. San Fransisco: Mc Graw - Hill Publishing Company.

Hasan, Awi, dkk.. 2003. *Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI)* Jakarta : Balai Pustaka

Hartanto, N. Sugiarto. 1978. *Teknologi Tekstil*. Jakarta: PT. Praduya Paramita.

Mbyarts. 2010. "Membuat Batik Ikat Celup".
wordpress.com/2010/08/23/Seni-Kriya-Tekstil-membuat-batik-ikat-celup.

Nurkencana, Wayan. (1990) "*Evaluasi Pendidikan*". Evaluasi Hasil Belajar. Surabaya : Usaha Nasional. 1990.

Agustien. dan Endang Subandi 1980. *Pengetahuan Barang Tekstil*. Jakarta: Departement Pendidikan dan Kebudayaan.

Oemar Hamalik. 2001. "*Proses Belajar Mengajar*". Jakarta: P.T., Bumi Aks 2001.

Prayitno, Teguh. 2010. "*Mengenal Produk Nasional Batik dan Tenun*". Semarang: Sindur Press.

Salihima, Astini, S. Teks., dkk. 1978. *Pedoman Praktikum Pengelantangan dan Pencelupan*. Bandung: Institut Teknologi Tekstil.

Silvera Ira. (2008). "[East of Singaraja](http://niceplacesinindonesia.wordpress.com/2008/01/east-of-singaraja.html)". <http://niceplacesinindonesia.wordpress.com/2008/01/east-of-singaraja.html> 21 Januari.

KEINDAHAN REKA BENTUK BUSANA HIJAB KONTEMPORARI MALAYSIA: KAJIAN KES DARI TAHUN 2009 HINGGA TAHUN 2013

Nurrul Asmar Binti Azhan

Politeknik Ibrahim Sultan
Johor, Malaysia.

Harozila Ramli

Fakulti Seni, Komputeran dan Industri Kreatif, Universiti Pendidikan
Sultan Idris
Perak, Malaysia.

ABSTRAK

Tujuan kajian ini dibuat adalah untuk mengkaji reka bentuk hijab kontemporari dari tahun 2009 hingga tahun 2013. Batasan kajian hanya tertumpu kepada reka bentuk dan cara gayaan hijab telekung *mini* yang dipakai oleh wanita muslimah. Terdapat dua aspek penting menjadi tumpuan kajian iaitu mengenalpasti reka bentuk hijab, dan pengaruh dalam gaya pemakaian hijab telekung *mini* kontemporari. Kajian ini menggunakan pendekatan kualitatif iaitu menerusi pengkajian sejarah yang bersifat deskriptif berdasarkan kajian melalui majalah fesyen hijab, pertunjukan fesyen, rancangan fesyen hijab di televisyen dan analisis reka bentuk hijab di kajian lapangan. Data dikumpul melalui temu bual kepada pereka dan pengusaha butik hijab dan kaedah pemerhatian. Antara hasil kajian diperolehi terdapat pengaruh budaya dari negara luar selari dengan proses globalisasi terhadap fesyen hijab yang menuntut wanita muslimah berfesyen menyebabkan berlakunya evolusi kepada reka bentuk dan gaya pemakaian hijab telekung *mini*. Kajian terhadap reka bentuk hijab kontemporari dikaji adalah untuk mengetahui hubungan antara fesyen dan gaya hijab untuk wanita muslimah bagi menggambarkan keperibadian atau matlamat sebenar berhijab.

Kata kunci : hijab telekung *mini* kontemporari, pengaruh, gaya pemakaian hijab.

PENGENALAN

Dewasa ini populariti hijab kontemporari di mata dunia semakin dipandang positif. Pada awal tahun 1990an hingga kini pemakaian hijab menjadi persalinan busana muslimah yang sangat umum di seluruh Malaysia terutama di bandar Kuala Lumpur. Di kawasan bandaraya Kuala Lumpur pengayaan hijab digayakan lebih urban berbanding dikawasan pedalaman. Pengayaan hijab diarena yang lebih urban seperti disektor pekerjaan, kampus, pusat komersial dan bidang permodelan juga ada kebanyakannya memakai hijab. Malaysia sebagai salah satu negara yang majoriti memiliki penduduk beragama Islam menjadi salah satu negara yang aktif dalam transaksi produk mahupun konsumsi hijab, khususnya muslimah di Kuala Lumpur. Seiring dengan perkembangan zaman, wanita kini sangat teruja dengan pemakaian hijab yang pengayaan gaya trendnya semakin moden dan kontemporari. (Dr. Abdul Basit Abdul Rahman, 2013). Begitu juga dengan reka bentuk hijab telekung *mini*. Hijab telekung *mini* adalah direka dengan meringkaskan telekung yang dipakai oleh orang perempuan semasa sembahyang menjadi lebih singkat dan menampakkan bahu, tangan dan bahagian baju pemakai dari aras perut ke bawah. Hijab telekung *mini* biasanya dipakai secara menyarungkannya menerusi muka dengan kain empat segi tepat dilipat menjadi segi tiga di jahit atau dipin dibahagian dagu. Dipasaran kini reka bentuk hijab telekung *mini* selain mengikut selera masyarakat juga dipengaruhi idea kreatif pereka hijab dalam menciptakan rekaan baru dan gaya yang lebih moden. (Yasmin Siddik, 2013). Ini adalah dipengaruhi unsur budaya tradisional dan budaya global iaitu gaya pengayaan hijab dari budaya negara Indonesia dan transisi pengayaan hijab gaya Amerika. (Siti Zanariah Sahib, 2013) Perkembangan gaya hijab telekung *mini* yang dipengaruhi berbagai unsur budaya masyarakat mewujudkan aliran makna keindahan seni dalam mode busana hijab. Ia merupakan unsur budaya masyarakat yang memberi citra tersendiri terhadap keperipadian pemakainya.

Hijab sendiri memiliki banyak maksud dalam penyebutannya di kitab Al-Quran. Menurut Ellya Zulaikha, (2003) hijab secara terminologi adalah berasal dari kata h-j-b; bentuk verbalnya adalah hajaba yang diterjemahkan menutup, menyendirikan, memasang tirai,

menyembunyikan, membentuk pemisahan dan memakai topeng. Juga diterjemahkan sebagai tutup, bungkus, tirai, cadar, dan layar. Menurut (Suciati, 2012) hijab memiliki pengertian umum sebagai segala sesuatu termasuk aktiviti yang membatasi atau memisahkan dan yang menutupi sehingga terhalang pandangan dari yang lain untuk menghindarkan diri dari larangan-larangan menurut dalam agama. Hijab secara harfiah memberi maksud antara lain sebagai dinding, tabir atau selubung dari selendang serta busana untuk wanita muslimah. Manakala menurut Zulkifli dan Fatin, (2013) hijab dari segi bahasa ialah benda yang menutup sesuatu dengannya. Ia adalah tudung yang dipakai oleh wanita Islam yang menyembunyikan rambut, leher dan mempunyai purdah yang melitupi muka kecuali mata. "Dalam persektif Islam, konsep berhijab seharusnya difahami dengan jelas sebagaimana yang termaktub dalam Al-Quran dan Sunnah Rasulullah SAW. (Muhammad Thoriq Akhyar, 2010). Secara umum, aurat wanita adalah seluruh anggota tubuh kecuali wajah dan kedua telapak tangan, manakala leher dan rambut adalah aurat di hadapan lelaki ajnabi walaupun sehelai. (Wan Zainina Wan Bakar, 2013). Penyataan ini jelas bahawa bahagian kepala wanita termasuk rambut dan telinga adalah wajib ditutup sebagaimana jelas termaktub dalam surah An-Nur ayat 31 (Al Quran).

Reka bentuk dan gaya pemakaian hijab telekung *mini* memiliki gabungan kesan etika dan estetika yang mendominasi hasil karya daripada pereka hijab dan konsep ketaatan. (Mihret Woldesemait, 2013). Menurut Ayyani Nurofifah (2013) konsep reka bentuk hijab *minitelekung* juga merujuk kepada teknik yang terukur secara profesional yang membawa maksud evolusi kepada prinsip rekaan dan gaya hijab dalam perbandingan. Seperti contoh reka bentuk dan gaya hijab akan mengalami perubahan dalam pengayaan melalui reka bentuk dan gaya mengikut peredaran zaman. Idea yang diolah dari reka bentuk asal kepada rekaan yang lebih praktikal dan moden akan mewujudkan perbandingan dan perbezaan dari segi reka bentuk dan gaya berhijab. Kadar banding ini tidak menghilangkan sifat unik pada rekaan hijab telekung *mini* malah menurut *Hegel* keindahan adalah idea yang wujud di dalam indra. *Beauty is the idea as it shows itself to sense*. Dengan makna lain idea adalah ilham dari gambaran indrawi dan khayal seseorang. Dengan gabungan dua imaginasi ini reka

bentuk sesuatu seni itu akan mengalami perubahan mengikut apa yang difikirkan bagi menghasilkan sesuatu. (dalam Fadhilah, 2010).

Penyataan diatas jelas bahawa reka bentuk dan gaya hijab kontemporari seperti *mini* telekung adalah sebuah luahan dari akal dan batin bagi menerangkan objek yang terhasil. Kesempurnaan ini menyifatkan adanya kegairahan yang luar biasa dalam penghasilan karya rekaan.

PERMASALAHAN KAJIAN

Pada abad posmodernisme ini, reka bentuk dan pengayaan hijab telekung *mini* adalah sebagai salah satu trend gaya baru seiring dengan fesyen yang memberi satu peralihan makna dalam pemakaian hijab. Tujuan pemakaian hijab adalah menutup aurat seperti mana yang termaktub dalam Al-quran dan syariat Islam kini amalan pemakaiannya dianggap sebagai jelmaan budaya fesyen kepala wanita Islam. Reka bentuk dan gayaan hijab *mini* telekung dipengaruhi budaya negara Indonesia, dan resapan fesyen kepala negara Barat. Pengayaan hijab telekung *mini* juga dicap sebagai budaya pengguna dalam masyarakat moden kini yang bermaksud ketaatan yang jelas dalam Al quran telah beralih kepada gayaan hijab yang moden dan mengikut arus fesyen global. Ini jelas dalam penulisan Ismail Abdullah, (2009) menyatakan dalam konteks budaya global initema kontemporari bukanlah suatu bentuk penampilan yang negatif dan basi, tetapi merupakan budaya fesyen yang memenuhi cita rasa hiburan moden dan gaya elit masa kini.

Dengan penjelasan diatas jelas menunjukkan reka bentuk dan pengayaan hijab telekung *mini* kepada wanita muslimah telah mengalami format gaya moden dan berlandaskan fesyen. Oleh itu kajian ini dilakukan adalah untuk mengkaji reka bentuk hijab telekung *mini* kontemporari bagi mengenal pasti pengaruh gaya fesyen hijab telekung *mini* dalam memahami sebenar berhijab.

SOROTAN LITERATUR

Reka bentuk hijab telekung *mini* di gubah dengan memendekkan labuh telekung yang dipakai oleh perempuan semasa sembahyang.

Reka bentuk telekung *mini* lebih singkat dan boleh memperlihatkan tangan dan bahagian baju pemakainya dari aras perut ke bawah. Telekung *mini* akan dipakai secara menyarungkannya menerusi muka. Namun begitu ada segelintir wanita muslimah lebih selesa memakainya lebih labuh, mirip kepada telekung. Versi yang lebih ringkas ialah labuh telekung *mini* itu disingkatkan sehingga bahagian bahu kelihatan. Cara pengayaan telekung *mini* ini boleh dipakai dengan dipinkan kain itu dibahagian dagu atau dijahit sahaja. Sementara hujung bucu kain dijatuhkan menutup bahagian dada berbentuk segi tiga dan bentuknya sama juga dibahagian belakang. (Abbas Alias, 2003)

Pada awal 2009 tudung bawal (*voile*) adalah hijab telekung mini yang menjadi kemestian kepada wanita muslimah di Malaysia. Hijab telekung *mini* yang dikenali sebagai tudung bawal ini telah lama hadir sebagai asas kepada setiap wanita yang mula ingin memakai hijab. Namun sejak lima tahun kebelakang ini pemakaian hijab telekung *mini* kontemporari telah menjadi budaya popular di kalangan masyarakat Malaysia. Fesyen hijab telekung *mini* atau dikenali sebagai 'hijab sarung' telah hadir mewarnai busana hijab bagi pelengkap gaya mengikut kesesuaian dan trend semasa. (Farida Zakaria, 2012). Ciri-ciri pemakaian hijab yang menampilkan kesopanan dan menutup aurat menjadikan ia pilihan yang terbaik untuk wanita yang mementingkan keperibadian diri.

Evolusi fesyen hijab telekung *mini* diberi nafas baru dengan reka bentuk dan gaya penggunaan fabriknya senang di gayakan. (Anis Suraya, 2013). Contoh hijab telekung *mini* moden yang berada di pasaran Malaysia seperti hijab 'awning', hijab Syria dan hijab Hoodie yang pelbagai jenama telah di variasi dengan pelbagai jenis pengayaan bagi menjelaskan fenomena pengayaannya. Ini terbukti dengan gaya yang ditampilkan oleh pengemar hijab dipengaruhi oleh budaya luar contoh hijab sarung atau hijab awning yang mempunyai lapik sederhana keras dijahit dengan fabrik yang sama dengan cantuman badannya yang dipengaruhi oleh budaya dari negara Indonesia yang menginginkan keselesaan, mudah dan senang digayakan manakala hijab Syria juga hijab sarung namun tiada lapik yang dijahit bersama badan hijabnya. Bentuk reka fesyen hijab Syria melekap di kepala dan ada yang menggunakan dua helaian fabrik yang

berbeza. Seperti contoh hijab Syria mempunyai anak tudung atau *inner* dan badan hijab yang separa bulatan kepala. (lihat pada jadual).

Hijab Hoodie pula adalah hijab telekung *mini* yang telah ditransformasi kepada 3 reka bentuk fesyen yang berbeza. Salah satu diantara fesyen hijab Hoodie menggunakan fabrik sifon yang lembut yang dijahit berbentuk selender dan ditambah dengan hiasan manik. Gaya pemakaiannya hanya sarung dan hijabnya terletak di kepala dan bahu. Reka bentuk fesyen Hoodie yang kedua adalah gabungan 2 fabrik yang sama atau berlainan corak dijahit bersama. Pengayaan reka bentuk hijab Hoodie ini boleh digunakan dikedua-dua belah fabriknya. Manakala fesyen hijab Hoodie yang ketiga menggabungkan anak tudung dan badan hijab menggunakan fabrik yang sama warna atau fabrik yang berbeza.

METODOLOGI

Kajian ini menggunakan penyelidikan kualitatif yang menjurus kepada deskriptif, data akan dikumpul dalam bentuk perkataan berdasarkan hasil temu bual dan pemerhatian. Buku, majalah, jurnal penyelidikan, surat khabar, nota lapangan dan rekod rasmi yang lain mengenai reka bentuk dan gayaan hijab dirujuk sebagai data yang dikumpul untuk kajian bersandarkan pada pembacaan. Data dianalisis dengan menggunakan induktif, data carian yang akan berterusan melalui pemerhatian produk yang terhasil (hijab) melalui tema dan konsep reka bentuk dan gayaan hijab kontemporari menerusi tahun 2009 hingga tahun 2013 sahaja.

DAPATAN KAJIAN

Tranformasi hijab telekung *mini* kini telah membawa kepada fesyen berhijab. Fesyen hijab telekung *mini* kontemporari menjadi pilihan kepada penggemar kerana ada yang fesyennya mengekalkan reka bentuk sama seperti tudung bawal. Walaupun begitu fenomena berhijab reka bentuk telekung *mini* telah mengalami transisi peralihan yang sangat positif dalam pemakaian hijab. Fesyen hijab telekung *mini* kontemporari adalah satu bentuk ekspresi diri yang mempunyai kelainan dari rekaan hijab yang biasa dilihat. Ia mempunyai tarikan

tersendiri dari segi cara dan gaya pemakaiannya, mempunyai pelbagai reka bentuk, menggunakan warna yang lebih dari satu warna dan juga mempunyai kelainan dari segi fabriknya. Fesyen hijab telekung *mini* kontemporari bukan sahaja unik malah ditambah dengan aksesori menunjukkan perubahan dinamik dalam fesyen busana disamping gabungan pelbagai budaya yang bersifat *Arabisme* dan *Indonesiaisme*. Dengan kelainan dan gaya pemakaian hijab telekung *mini* ternyata nilai estetika yang wujud dalam rekaannya menjadi pilihan dan cita rasa pengemar hijab.

EVOLUSI REKA BENTUK HIJAB DARI TAHUN 2009 HINGGA TAHUN 2013

Perubahan yang terjadi kepada reka bentuk hijab telekung *mini* menunjukkan berlakunya perkembangan fesyen hijab yang tidak pernah berhenti tetapi terus mengalir memberikan pelbagai revolusi oleh pemain industri. Ini adalah dari desakkan pengemar hijab yang menginginkan kelainan dalam penggayaan berhijab. Garis masa yang akan berubah dari satu tahap ke tahap yang lain hingga kadangkala berhenti seketika memberi satu nostalgia untuk kita mengenang kembali kitaran fesyen berhijab. Ini jelas yang ditunjukkan dalam jadual dibawah.

Jadual 1.0 Evolusi Reka Bentuk Hijab Telekung *Mini* dari tahun 2009 hingga tahun 2013.

Tahun	Reka Bentuk dan Gaya	Fesyen Hijab
2009	<ul style="list-style-type: none"> • Gaya reka bentuk telekung <i>mini</i> yang asal dan kekal sehingga kini. 	 <p>(sumber rujukan : koleksi peribadi dan majalah Hijab 2009)</p>

2009

- Fabrik *voile* di kenali tudung bawal berbentuk empat segi dan bila digayakan berbentuk segi tiga



2009 dan 2010

- Evolusi hijab telekung *mini* moden yang dikenali hijab awning
- Fabrik *spandex*, *lycra*, sifon dan *cotton* tanpa corak dan bercorak
- Reka bentuk seperti telekung mini singkat hanya menutup separuh dada.



(sumber rujukan : koleksi dan majalah Hijabista 2009 dan 2010)

2011 dan 2012

- *Hijab Hoodie*
- *Berbentuk selinder.*
- *Berbentuk segi tiga dan hijab jenis sarung*
- *Menggunakan anak tudung ada yang dijahit dihadapan menutup dada dan terbelah dibahagian*



kepala

- Fabrik ringan.
- Gabungan fabrik *chiffon* , lycra dan satin yang mudah urus.
- Hiasan tambahan dari tahtahan batu-permata.
- Labuh menutup leher separas bahu dan ada yang menutup dada.
- Gabungan 2 fabrik sifon dan satin yang pelbagai warna.
- Boleh digunakan dibahagian kedua-dua fabrik

(sumber rujukan:koleksi dan majalah Hijabista 2001 dan 2012)

**2012
dan
2013**

- *Hijab Syria*
- *Berbentuk bulat dan segi tiga*
- *Menggunakan anak tudung melekap dikepala dan satu helai hijab Syria separa kepala.*



(sumber rujukan : koleksi dan majalah Hijabista 2012 dan 2013)

2013

- Fesyen hijab Hoodie ini kemudiannya di inovasikan kepada gabungan hijab awning



(sumber rujukan : koleksi dan majalah Hijabista)

atau anak tudung²⁰¹³⁾

dengan selendang yang dijahit bersama bagi memudahkan pemakaiannya

- Hijab Hoodie yang di pakai sarung
 - Menggunakan fabrik lycra, satin dan sifon
-

SIMPULAN

Konsep berhijab sudah termaktub dalam Al Quran dan Al sunnah. Peraturan yang di perintahkan sewajarnya diikuti. Namun diatas desakan permodenan prinsip keindahan hijab telekung mini itu di pelbagaikan. Dalam kajian ini penyelidik mendapati manusia sentiasa mengalami perubahan kehidupan secara individu ataupun secara kolektif dalam konteks kehidupan bermasyarakat. Perubahan daripada kelompok masyarakat ini terjadi adalah kerana perubahan sosial. Perubahan sosial merangkumi gaya atau fesyen hijab yang dulunya berkiblatkan dunia timur, kini lebih dikenali konsep budaya kontemporari. Keindahan hijab telekung *mini* kontemporari ini pengkaji menilai sebagai satu pergeseran antara pemakaian hijab masa kini dengan manifestasi perilaku dalam menjalani tuntutan beragama. Reka bentuk yang dulunya menutup dan mengikut syariat telah bertukar menjadi fesyen berhijab. (Fatimah Hj. Omar, 2010). Pada awal pemakaian telekung *mini* labuh dan reka bentuknya sangat sederhana dan bersegi empat, kini telah ditransformasi kepada gayaan moden yang berkonsepkan kemas, ringkas, cepat dan mudah digayakan. Pelbagai gabungan fabrik yang terkini dan gabungan pola rekaan yang moden dan menarik menjadikan reka bentuk telekung *mini* menjadi satu fenomena dan budaya popular dikalangan penggemar hijab.

Pada tahun 2009 hingga 2013 perubahan reka bentuk telekung *mini* amat ketara dari segi gaya dan rekaannya. Reka bentuk hijab telekung mini dari sehelai fabrik berubah menjadi hijab yang siap dijahit sepenuhnya dengan rekaan fabrik yang berlapis-lapis yang cantik dan mudah dipakai. Inovasi rekaan hijab dijahit bersama awning dibahagian kepala dan dahi menjadikan hijab telekung *mini* kelihatan kemas, dan digemari oleh seluruh penggemar Malaysia. Perubahan fabrik berlapis ke rekaan gabungan 2 fabrik berbeza pada tahun 2011 hingga 2012 yang dikenali sebagai hijab Hoodie menjadikan hijab itu boleh digayakan dikedua-dua belah hijab tersebut mengikut tona warna yang digemari. Evolusi awning melekap didahi pada awal tahun 2012 dan 2013 telah menjadikan hijab telekung *mini* kelihatan natural dan bersahaja. Reka bentuknya masih mengekalkan tiga segi atau separa bulatan apabila dipakai. Gabungan awning dan selendang panjang juga menjadikan perubahan kepada hijab telekung *mini* mudah dipakai dan lebih bergaya dengan teknik layer. Ini terbukti dengan reka bentuk hijab telekung *mini* yang sentiasa berubah seiring dengan keadaan dan situasi yang tidak terkawal, mewujudkan kepelbagaian bentuk, persepsi, cita rasa, fungsi, matlamat dan nilai yang bersifat multikultural dan global. (Dr. Siti Zainon Ismail, 2009-2010).

REFERENSI

Buku

Abbas Alias, Norwani Md. Nawawi. (2003). *Pakaian Melayu Sepanjang Zaman*. (hlm 113)

Dewan Bahasa dan Pustaka.

Abdul Aziz Thaba, (1996) *Islam dan Negara Dalam Politik Orde Baru*.

Dr. Siti Zainon Ismail, (2009-2010) *Keindahan Dan Keunikan Busana Warisan Negeri Selangor*. Himpunan Kertas Kerja Siri Kuliah Budaya. (hlm 133)

Fatimah Hj. Omar. (2010). Hijab Antara Adat & Tuntutan Syariat.(hlm 67). ISBN 978-983-061- 895-1. Crescent News (KL) Sdn. Bhd.

Ismail Abdullah. (2009) Seni Budaya Media dan Konflik Jati Diri.(hlm 6,7,19).

Dewan Bahasa dan Pustaka. Kuala Lumpur, Malaysia.

Muhammad Thoriq Akhyar al Medani Tahkiq: Abu Hamdy Muhammad Hatta, (2010) Feqah untuk Wanita, Panduan Dan Amalan Bagi Muslimah Solehah.

Seripah Zin binti Ali.(2009.) Aurat Wanita Menurut Persektif Al-Quran.Darul Mughni.

Penerbit unggul buku islam. Darul Mughni Trading.

Jurnal.

Fadhillah (2010).Makna keindahan mode busana muslimah sebagai citra budaya masyarakat. November, 2010. Universiti Jakarta, Indonesia.

Suciati, (2012).Busana hijab kontemporari. (hlm 35). Universiti Surabaya, Indonesia. Julai 2012.

Ellya Zulaikha, (2003). Budaya Muslim Hijab Popular.(hlm 59-60). Universiti Muhammadiyah Malang, Indonesia. September 2003.

Zulkifli Abd.Latiff, dan Fatin Nur Sofia Zainol Alam, (2013). *The Roles of Media in Influencing Women Wearing Hijab: An Analysis, Journal of Image and Graphics. Volume 1. No.1. March, 2013.*

Tesis

Aryani Nurofifah, (2013). Jilbab Sebagai Fenomena Agama Dan Budaya.

Mihret Woldesemait, (2013) Unfolding the Modern Hijab: From the Colonial Veil to Pious Fashion.

Akbar

Sarah Musa. (2013, Mei 11). Juara pertandingan Hijab Gaya AS, *Chicago*, Pelajar *Institut Teknologi Fesyen Chicago*. *Harian Metro*. (hlm 22).

Siti Zanariah Sahib.(2013, Mei 11). Busana Muslimah Ala Amerika, *Harian Metro*. (hlm 21)

Majalah

Anis Suraya (2013). Fesyen Hijab Moden. *Majalah Remaja*. (hlm 96, 97).

Dr.Abdul Basit Abdul Rahman (2013). *Majalah i. Auratku Maruah ku*. (hlm 11-14).

Wan Zainina Wan Bakar (2013).Pensyarah Kolej Islam Antarabangsa(IIC), Berhijab...Fesyen @ Tuntutan ?. *Majalah Remaja*. (hlm 99).

Yasmin Siddik, (2013). Budaya berhijab. Perunding imej *Butik Woman to Woman* dan pereka busana Islamik. *Majalah Remaja*. (hlm 23).

Rujukan Internet

Meghan Neal. (2012) *NYDailyNews.com*. New York, Amerika Syarikat. Diekses pada Januari 2012 daripada <http://www.NyDailyNews.com>. New York, Amerika Syarikat.

TEMA:
**INOVASI PEMBELAJARAN BOGA, BUSANA
DAN RIAS BERWAWASAN GLOBAL**

PERUBAHAN PERILAKU KEWIRAUSAHAAN SISWA PADA PENERAPAN MODEL PEMBELAJARAN KEWIRAUSAHAAN PRODUKTIF EKRENFATIHA UNTUK SMK TATA BOGA

Badraningsih Lastariwati

Fakultas Teknik Universitas Negeri Yogyakarta

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah mengembangkan perilaku wirausaha pada siswa dengan cara penerapan *entrepreneur proces* di mata pelajaran produktif, melalui penerapan model pembelajaran kewirausahaan produktif EkRenFaTiHa untuk SMK Tata Boga. Metode pembelajaran yang dipergunakan adalah, *project based learning*. *Entrepreneur process* yang diintegrasikan pada pelajaran produktif Tata Boga, meliputi : eksplorasi, rencana bisnis, fasilitasi, tindakan, dan hasil. Penelitian ini menggunakan prosedur pendekatan reasech and development .Prosedur pengembangan mengacu pada model pengembangan Plomp, yang meliputi : preliminary investigation, pengembangan model (desain model, realisasi model, model final, evaluasi, dan revisi), dan dilanjutkan pada tahap implementasi. Penelitian ini dianalisis secara statistik diskriptif. Hasil uji model pada kelompok kelas kecil mengenai perubahan perilaku kewirausahaan siswa yang dilakukan di SMKN 6 Yogyakarta, sebagai berikut : penguasaan perilaku kewirausahaan siswa melalui *entrepreneur process* yang diintegrasikan pada pembelajaran produktif tata boga yaitu pada mata pelajaran dasar pengolahan, meliputi : tahapan eksplorasi, rencana bisnis, fasilitasi, tindakan, dan hasil. Pada tahap penerapan awal secara klasikal, yang paling kuat kemunculannya pada perilaku kewirausahaan siswa, secara rinci adalah tanggung jawab, inovatif, jujur, mandiri, kreatif, kepemimpinan, ulet, disiplin, kerjasama, berani mengambil risiko, mandiri, dan komunikasi. Ada peningkatan secara nyata dengan adanya pengulangan yang berlanjut pada setiap perilaku kewirausahaan yang diamati dan secara rerata perilaku kewirausahaan siswa ada pada kategori baik .

Kata Kunci: Perilaku, Pembelajaran Kewirausahaan Produktif.

PENDAHULUAN

Salah satu tantangan pendidikan di Indonesia saat ini adalah peningkatan kuantitas dan kualitas pendidikan kejuruan (vokasi) untuk memenuhi kebutuhan lokal maupun nasional dan mampu bersaing secara global. Selain itu, adanya harapan agar pendidikan menghasilkan sumberdaya manusia (SDM) kreatif untuk pengembangan ekonomi kreatif, menjadikan, pendidikan kewirausahaan sangat efektif untuk diajarkan pada institusi SMK maupun vokasi karena siswa sekolah kejuruan dekat dengan kondisi untuk memasuki kehidupan kerja, sehingga kewirausahaan dapat menjadi pilihan karir (European Commission Enterprise and Industry (ECEI), 2009, p.35).

Berwirausaha selain dapat mengurangi jumlah pengangguran yang semakin meningkat saat ini, juga bermanfaat dalam meningkatkan kesejahteraan dan devisa Negara. Dengan keberanian membuka usaha baru atau berwirausaha dapat memperkecil jumlah pengangguran dan kemiskinan (Macke & Markey, 2003, p.1). Hal ini menunjukkan bahwa dengan berwirausaha merupakan potensi yang terbaik dalam bidang ekonomi dan pembangunan. Melalui gerakan pengembangan ekonomi kreatif diharapkan budaya kewirausahaan akan menjadi bagian dari etos kerja masyarakat dan bangsa Indonesia. Sehingga dapat melahirkan wirausaha baru yang handal, tangguh, dan mandiri. Hal itu sangat penting mengingat aktivitas kewirausahaan tidak hanya berada dalam tataran *micro-economy*, melainkan masuk juga pada tataran *macro-economy* (Pusat Kurikulum Kementerian Pendidikan Nasional, 2010).

Program pendidikan kejuruan bukan hanya memberikan pelajaran keterampilan pada individu untuk mendapatkan kehidupan yang layak. Pendidikan kejuruan menjadikan pendidikan relevan dengan kebutuhan masyarakat. Fungsi SMK dalam mempersiapkan kebutuhan tenaga kerja yang diperlukan mencakup dua dimensi. Pertama, dimensi kuantitatif, berkaitan dengan fungsi program pendidikan SMK dalam memasok tenaga kerja terdidik dan terampil sesuai kebutuhan lapangan kerja. Kedua, dimensi kualitatif, yaitu menyangkut fungsi sebagai penghasil tenaga kerja terdidik, terlatih, dan terampil yang akan menjadi sumber penggerak pengembangan perekonomian daerah (Direktorat Pendidikan Menengah, 2011, p.73). Pendidikan kejuruan identik dengan belajar bagaimana cara bekerja; berupaya meningkatkan teknik dan posisi seseorang di lingkungannya melalui penguasaan teknologi; serta

berkaitan erat dengan kebutuhan dunia kerja. Sehingga sering dipandang sebagai sesuatu yang memberikan kontribusi kuat dalam perekonomian.

Pengembangan ekonomi kreatif (PEK) tahun 2010-2014 bercirikan pengembangan kegiatan ekonomi berdasarkan kreativitas, keterampilan, dan bakat individu untuk menciptakan daya kreasi dan daya cipta individu yang bernilai ekonomis dan berpengaruh pada kesejahteraan masyarakat Indonesia (Diretorat Jenderal Pendidikan Menengah, 2011, p.54). Pendidikan di Indonesia diselenggarakan dengan berorientasi pada pembudayaan, pemberdayaan, pembentukan akhlak mulia, jujur, budi pekerti luhur, watak, kepribadian, atau karakter unggul, dan berbagai kecakapan hidup (life skills) lainnya. Paradigma ini memperlakukan, memfasilitasi, dan mendorong peserta didik menjadi subjek pembelajar mandiri yang bertanggung jawab, kreatif, inovatif, sportif, dan berkewirausahaan (Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan, 2013, p.6; Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan, 2013, p.2).

Kewirausahaan di Indonesia masih relatif tertinggal dibandingkan negara lain yang sudah memasuki abad informasi dan pengetahuan. Berdasarkan kalkulasi Ciputra Foundation, jumlah entrepreneur di Indonesia baru empat ratus ribu orang (sekitar 0,18%) (Ciputra, 2009). Jumlah entrepreneur ini berada di bawah angka kesepakatan dunia. Menurut Ciputra (2009) dan Moerdiyanto (2013, p.7), suatu negara akan maju apabila jumlah wirausahanya lebih dari 2% per populasi penduduk. Dalam usaha memperbaiki kondisi tersebut perlu usaha yang sangat serius, perbaikan antara lain melalui pencapaian *demographic dividend*. *Demographic dividend* terjadi pada tahun 2020-2035 (Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan, 2012:12). Untuk mencapai kondisi tersebut, maka mulai tahun 2010-2035 Indonesia harus melakukan investasi dalam jumlah besar pada pengembangan SDM. Salah satunya dengan pendidikan menengah universal (PMU). Pada strategi pencapaian PMU kewirausahaan merupakan salah satu komponen dari sistem pembelajaran di PMU (Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan, 2012, p.1). Sebagaimana yang diamanatkan dalam UU No. 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional (Departemen Pendidikan Nasional, 2003). Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional Kementerian Pendidikan Nasional 2010-2014

(Kementerian Pendidikan Nasional, 2010, p.1-2) menekankan upaya peningkatan kualitas sumberdaya manusia (SDM), termasuk: kemampuan ilmu dan teknologi serta penguatan daya saing perekonomian. Sehingga, melalui pembelajaran kewirausahaan, kita bisa mengupayakan pencapaian target jumlah entrepreneur yang ada di Indonesia.

Pendidikan berbasis kewirausahaan adalah pendidikan yang menerapkan prinsip dan metodologi ke arah internalisasi nilai pada siswanya melalui kurikulum terintegrasi dengan perkembangan yang terjadi baik di lingkungan sekolah maupun lingkungan masyarakatnya serta penggunaan model dan strategi pembelajaran yang relevan dengan tujuan pembelajarannya itu sendiri (Winarno, 2008, p.124). Pembelajaran kewirausahaan dapat menghasilkan perilaku wirausaha dan jiwa kepemimpinan, yang sangat terkait dengan cara mengelola usaha untuk membekali siswa agar dapat berusaha secara mandiri (BNSP, 2006). Program kewirausahaan di SMK pada dasarnya merupakan salah satu program pembelajaran yang bertujuan untuk penanaman nilai kewirausahaan melalui pembiasaan, penanaman sikap, dan pemeliharaan perilaku wirausaha. Bahkan, menurut European Commission (2006), pola pikir dan keterampilan kewirausahaan dapat dipromosikan melalui *learning by doing* (mengalami kewirausahaan dalam praktek, melalui proyek, dan kegiatan praktis). Sehingga, diharapkan kewirausahaan dapat menjadi sikap hidup dan karakter bangsa Indonesia (Ciputra, 2009). Lebih lanjut, pendidikan kewirausahaan merupakan salah satu cara terbaik untuk mendukung pertumbuhan dan menciptakan lapangan kerja. Pemikiran ini sesuai dengan penelitian terbaru di Eropa, di mana 78% alumni pendidikan kewirausahaan langsung dapat bekerja setelah lulus dari pendidikannya (Directorate General (DG) for Enterprise & Industry of European Commission, 2012, p.4).

Untuk lebih memahami tahapan entrepreneur process pada model pembelajaran kewirausahaan produktif untuk SMK Tata Boga, maka istilah yang akan digunakan adalah eksplorasi, rencana bisnis, fasilitasi, tindakan dan hasil.

1. Tahapan pengeplorasian (ekplorasi)

Tahapan kewirausahaan eksplorasi adalah tahapan untuk berpikir kreatif dan inovatif. Pemikiran yang kreatif dibutuhkan untuk

menggambarkan keadaan masa depan, bagaimana usaha beroperasi. Tahapan kewirausahaan “eksplorasi”, meliputi: pengekplorasi-an keinginan dan inspirasi, menyisihkan ide, serta mengembangkan ide secara kreatif dan inovatif.

2. *Tahapan perencanaan usaha (rencana bisnis)*

Perencanaan bisnis merupakan kegiatan merancang penciptaan, pendistribusian dan transformasi value proposition kepada segmentasi konsumen terpilih melalui serangkaian aktivitas yang difasilitasi sumber daya dengan tujuan menghasilkan keuntungan (Osterwalder & Pigneur, 2010). Rencana bisnis mencakup apa yang ingin wirausaha lakukan dengan bisnisnya dan bagaimana hal itu akan dilakukan. Proses menuliskan apa yang terlibat dalam membawa ide wirausaha menjadi kenyataan diperlukan pemahaman mengenai mengapa, apa, siapa, bagaimana, di mana, kapan, dan berapa banyak usaha wirausaha. Proses ini memaksa wirausaha untuk mengambil dan melihat lebih jauh mengenai ide, serta bagaimana wirausaha akan mengubahnya menjadi sebuah bisnis. Tahapan ini juga membantu wirausaha untuk mengenali area yang memerlukan pemikiran ulang atau dukungan (Ehmke & Akridge, 2005, p.1). Tahapan kewirausahaan “rencana bisnis”, meliputi: penetapan target pasar, jenis produk, keunggulan produk, peluang dan risiko, strategi pemasaran, sumber modal, serta strategi promosi.

3. *Tahapan fasilitasi (menghimpun sumber daya usaha)*

Tahapan kewirausahaan “fasilitasi”, meliputi: pengelolaan sumberdaya, pengelolaan sumber daya manusia, pengelolaan tempat, pengelolaan modal, pengelolaan bahan baku, penetapan proses produksi, penetapan kebutuhan tenaga kerja, penetapan kebutuhan peralatan, penetapan kebutuhan gedung atau tempat usaha, serta penetapan kebutuhan biaya. Menurut Soegoto (2010, p.199), manajemen sumber daya manusia adalah rangkaian aktivitas organisasi yang ditujukan untuk menarik, mengembangkan, dan mempertahankan karyawan yang ada guna mencapai tujuan perusahaan.

4. *Tahapan tindakan (pelaksanaan)*

Tahapan kewirausahaan “tindakan” adalah proses mentransformasikan ide-ide ke dalam praktik bisnis (*involves*

transforming the idea into a business reality). Dalam pelaksanaan operasional, peranan wirausaha sebagai pimpinan perusahaan sangat menentukan keberhasilan usaha. Tahapan kewirausahaan "tindakan", meliputi: motivasi terhadap karyawan, pencatatan, pengawasan, pengarahan, dan koordinasi.

5. Tahapan hasil (evaluasi)

Pada dasarnya, evaluasi dititikberatkan pada kegiatan membandingkan antara perencanaan dan pelaksanaan. Apabila terjadi penyimpangan, sejauh mana penyimpangan tersebut. Tahapan kewirausahaan ini, meliputi: mengevaluasi dan merefleksi.

Pendidikan kewirausahaan sangat efektif untuk diajarkan pada institusi sekolah menengah maupun vokasi, karena, menurut European Commission Enterprise and Industry (ECEI (2009, p.35), siswa sekolah kejuruan dekat dengan kondisi untuk memasuki kehidupan kerja; kewirausahaan dapat menjadi pilihan karir. Pendidikan kewirausahaan sangat penting tidak hanya untuk membentuk pola pikir orang-orang muda, tetapi juga untuk memberikan keterampilan dan pengetahuan yang penting untuk mengembangkan budaya wirausaha (Education, Audiovisual, and Culture Executive Agency (EACEA), 2012, p.5). Pendidikan kewirausahaan berusaha untuk mempersiapkan seseorang untuk bertanggung jawab, individu yang memiliki sikap, keterampilan dan pengetahuan yang diperlukan untuk mencapai tujuan yang mereka tetapkan untuk diri mereka sendiri. Kompetensi kunci kewirausahaan adalah komposisi sikap kewirausahaan, keterampilan kewirausahaan dan pengetahuan kewirausahaan (DG for Enterprise and Industry European Commission, 2012, p.58).

Perilaku Kewirausahaan

Watak, sifat, jiwa, dan nilai kewirausahaan dapat muncul dalam bentuk perilaku kewirausahaan (Suryana, 2003:36). Perilaku adalah fungsi dari interaksi antar individu dengan lingkungannya secara langsung. Interaksi ini menentukan perilaku seseorang (Toha dalam Sudjana, 2002:30). Perilaku berorientasi pada tujuan. Sehingga, perilaku dimotivasi oleh keinginan untuk mencapai tujuan tertentu (Winardi, 2004 : 32). Menurut Bird & Schjoedt (2009), perilaku merupakan tindakan. Oleh karena itu, Bird mendeskripsikan perilaku sebagai kegiatan individu (pengusaha).

Sedangkan perilaku kewirausahaan tercermin dalam kepribadian, kemampuan hubungan dengan orang, keahlian mengatur, pemasaran, dan keuangan (Hawkins & Turla, 1993:388). Menurut Lumpkin, *et al* (2009:50) serta Winklund & Shepherd (2003:1310), perilaku kewirausahaan merupakan perilaku individu, bukan merupakan perilaku perusahaan. Perilaku kewirausahaan adalah hasil proksimal dari kognisi dan emosi pelaku usaha. Perilaku kewirausahaan juga merupakan penyebab proksimal individual sentris dari suatu hasil usaha. Pengetahuan mengenai perilaku kewirausahaan penting bagi pendidik, siswa, media, dan pekerja kreatif. Di mana perilaku kewirausahaan biasanya merupakan hasil dari kreasi dari sebuah inovasi (Bird & Schjoedt, 2009:352). Perilaku wirausaha juga dapat didefinisikan sebagai studi tentang perilaku manusia yang terlibat dalam mengidentifikasi dan memanfaatkan peluang dengan menciptakan dan mengembangkan usaha baru (Bird & Schjoedt, 2009:353; Carsrud, *et al.*, 2009) serta menjelajahi dan menciptakan peluang sementara dalam proses organisasi yang muncul (Gartner, Carter, & Reynolds, 2010:99). Perilaku wirausaha juga semakin diakui sebagai pendukung perubahan sosial dan memfasilitasi inovasi dalam organisasi yang didirikan (Kuratko, *et al.*, 2005:700). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa perilaku kewirausahaan adalah fungsi dari interaksi antar individu dengan lingkungannya secara langsung. Perilaku seseorang yang tercermin dalam kepribadian dalam mencapai tujuan tertentu

Tujuan dari penelitian ini adalah mengembangkan perilaku wirausaha pada siswa dengan cara penerapan *entrepreneur proces* di mata pelajaran produktif, melalui penerapan model pembelajaran kewirausahaan produktif EkRenFaTiHa untuk SMK Tata Boga.

A. Metode

Jenis penelitian

Penelitian ini menggunakan prosedur pendekatan R&D (*research and development*). Unsur utama model ini adalah implementasi pembelajaran kewirausahaan terintegrasi pada pembelajaran produktif dengan strategi pembelajaran *project base learning*. Pengembangan model pembelajaran kewirausahaan untuk SMK Tata Boga ini menggunakan pendekatan menurut Plomp (1997). Model umum pemecahan masalah bidang pendidikan yang dikemukakan tersebut di atas terdiri dari fase investigasi awal (*preliminary investigation*), fase

desain (*design*), fase realisasi atau konstruksi (*realization* atau *construction*), dan fase tes, evaluasi dan revisi (*test, evaluation, and revision*), dan implementasi (*implementation*).

Tempat dan Subjek Penelitian

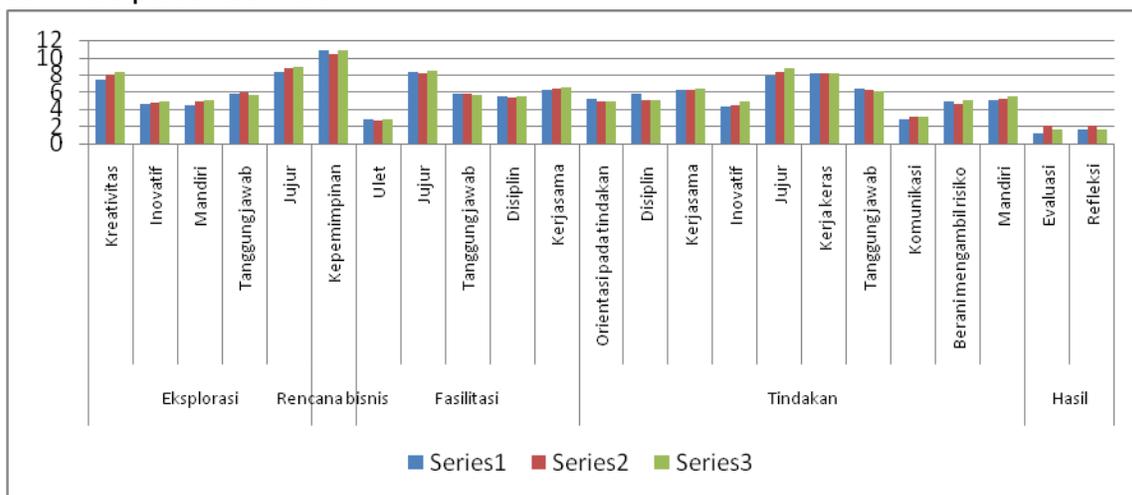
Penelitian ini dilaksanakan di SMK Negeri 6 Yogyakarta dengan subjek penelitian adalah siswa kelas X jasa boga, pada mata diklat dasar pengolahan.

PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan pada tahap uji kelompok kecil pada penerapan model pembelajaran kewirausahaan produktif EkRenFaTiHa untuk smk tata boga di SMKN 6 Yogyakarta, bisa diamati sebagai berikut:

1. Pengamatan pengembangan perilaku pada penerapan model pembelajaran.

Observasi perilaku kewirausahaan siswa merupakan pengamatan objektif penguasaan perilaku kewirausahaan yang ditunjukkan siswa selama proses pembelajaran kewirausahaan produktif berlangsung. Observasi perilaku kewirausahaan siswa selama uji kelas kecil dilakukan dengan tiga kali pengulangan. Selama proses pembelajaran berlangsung, terjadi perubahan perilaku kewirausahaan siswa, seperti terlihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Perubahan perilaku kewirausahaan siswa selama uji kelas kecil (Badraningsih, 2014).

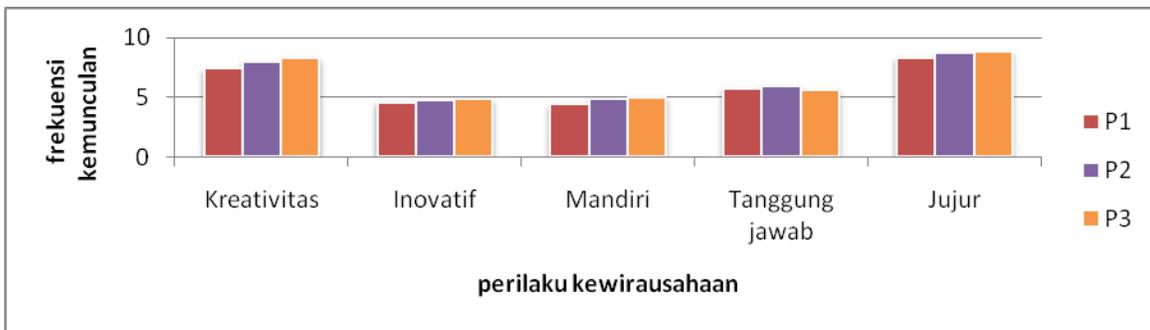
Keempat belas perilaku kewirausahaan dipetakan ke dalam lima tahapan *entrepreneur process*. Di mana terlihat bahwa terjadi fluktuasi perubahan perilaku siswa selama UKK berlangsung. Fluktuasi ini akan lebih terlihat jelas pada gambar 1. Secara umum, terjadi peningkatan dalam penguasaan perilaku kewirausahaan.

Perubahan perilaku siswa dari hasil observasi menunjukkan bahwa aspek kepemimpinan siswa merupakan aspek yang dominan muncul. Kepemimpinan merupakan proses pengarahan diri untuk menginstruksikan perintah atau mempengaruhi orang lain di dalam suatu kelompok kerja dalam pelaksanaan tugas. Pada proses pembelajaran ini terlihat frekuensi kemunculan kepemimpinan sebesar 10,6. Hal ini dapat dikatakan bahwa kepemimpinan siswa selama UKK baik.

Selanjutnya, perilaku kewirausahaan yang muncul adalah kejujuran. Kejujuran merupakan unsur penting yang harus ditanamkan pada proses pembelajaran. Hal ini dikarenakan kejujuran merupakan aspek penting yang harus dimiliki oleh setiap siswa. Urutan ketiga adalah perilaku kerja keras. Kerja keras merupakan suatu motivasi untuk mengerjakan dan melaksanakan tugas yang dibebankan dengan baik dan benar. Pada UKK siswa melaksanakan project yang telah ditentukan dan disepakati bersama dengan guru.

Kreatif merupakan gambaran perilaku untuk menghasilkan sesuatu yang baru dengan menambahkan nilai; sehingga dapat diakui oleh pengguna hasil dari kreasi siswa. Kreatif menempati urutan ke empat. Kemunculan kreativitas secara komunal terjadi peningkatan di setiap tahapannya. Sementara itu, gambaran perilaku refleksi dan evaluasi menempati urutan terbawah dalam frekuensi kemunculan perilaku kewirausahaan siswa. Akan tetapi, setelah proses UKK berakhir, target belajar dan project siswa sudah terpenuhi semuanya. Tahapan *entrepreneur process* "hasil" diperkuat dengan hasil penilaian akhir dari guru.

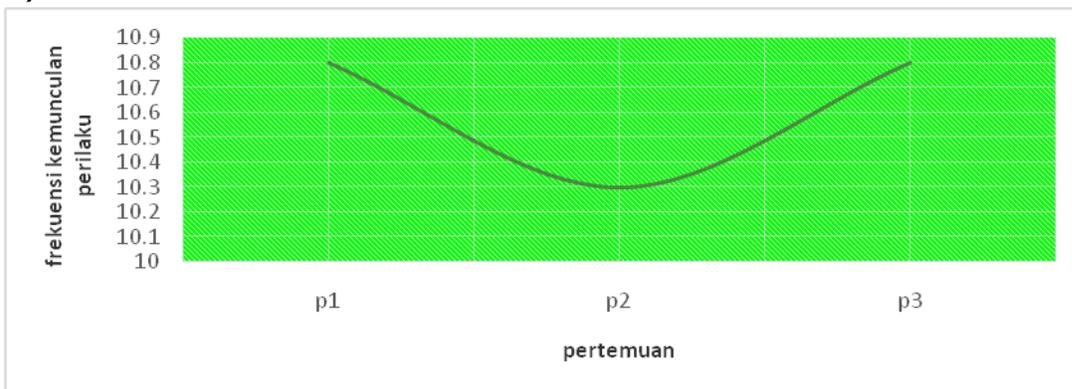
Perubahan perilaku kewirausahaan siswa juga dapat diperhatikan pada setiap tahapan *entrepreneur process*-nya. Pada tahapan *entrepreneur process* "eksplorasi", diketahui bahwa kejujuran merupakan aspek yang dominan muncul. Sedangkan, inovatif menempati urutan terbawah dengan *mean* $4,72 \pm 0,13$. Hal ini dimungkinkan karena siswa belum memiliki pengalaman (subjek UKK adalah siswa kelas X) dan masih dalam tahapan belajar melaksanakan *project* jasa boga.



Gambar 2. Perubahan perilaku kewirausahaan siswa SMKN 6 Yogyakarta selama UKK pada tahapan eksplorasi (Badraningsih, 2014).

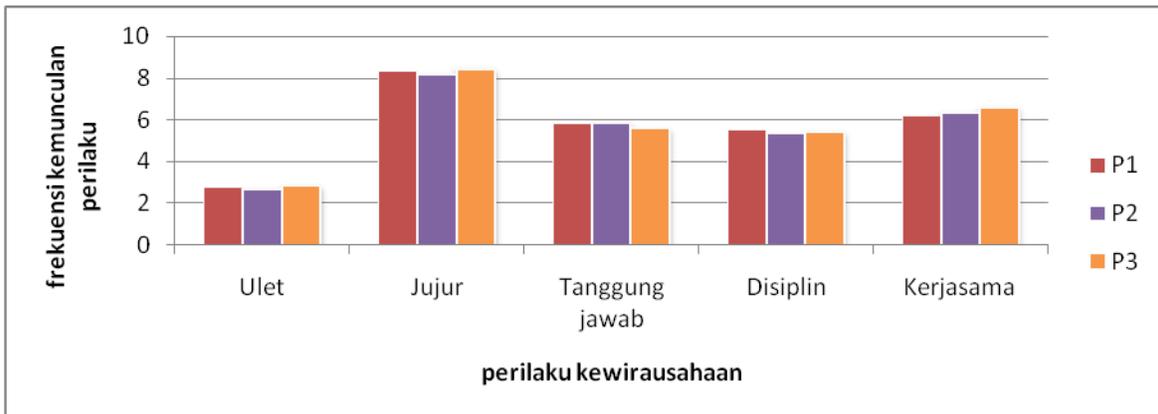
Perubahan perilaku kewirausahaan siswa pada tahapan *entrepreneur process* “eksplorasi” mengalami peningkatan ke arah positif baik (gambar 2). Perubahan tersebut nampak secara jelas pada peralihan pertemuan kedua ke pertemuan ketiga.

Tahapan *entrepreneur process* “rencana bisnis” pada UKK merupakan tahapan perencanaan proyek atau tugas yang diberikan guru berdasarkan kompetensi dasar. Kompetensi tersebut, meliputi : dasar potongan sayur; dasar potongan daging, unggas, dan ikan; serta pengolahan nasi. Selama pelaksanaan tahapan *entrepreneur process* ini terdapat fluktuasi kemunculan perilaku kepemimpinan siswa (gambar 3).



Gambar 3. Perubahan perilaku kewirausahaan siswa SMKN 6 Yogyakarta selama UKK pada tahapan rencana bisnis (Badraningsih, 2014).

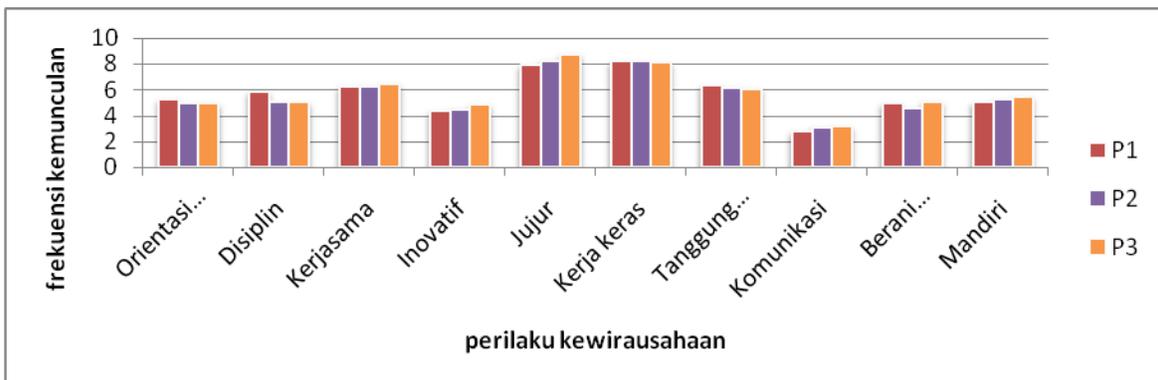
Perubahan perilaku kewirausahaan siswa juga terjadi pada tahapan *entrepreneur process* “fasilitasi”. Berdasarkan gambar (4), perilaku kewirausahaan siswa mengalami peningkatan.



Gambar 4. Perubahan perilaku kewirausahaan siswa SMKN 6 Yogyakarta selama UKK pada tahapan fasilitasi (Badraningsih, 2014).

Gambar (4) menunjukkan bagaimana profil perubahan perilaku kewirausahaan siswa. Meskipun terdapat fluktuasi perubahan perilaku, tetapi secara keseluruhan, perilaku kewirausahaan siswa pada tahapan *entrepreneur process* "fasilitasi" ini mengalami peningkatan ke arah positif baik.

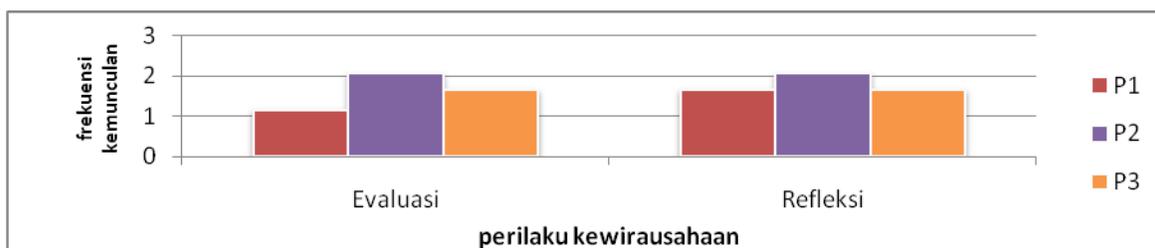
Berdasarkan gambar (5), perilaku kewirausahaan siswa selama UKK pada tahapan *entrepreneur process* "tindakan" secara keseluruhan mengalami peningkatan ke arah positif baik.



Gambar 5. Perubahan perilaku kewirausahaan siswa SMKN 6 Yogyakarta selama UKK pada tahapan tindakan (Badraningsih, 2014).

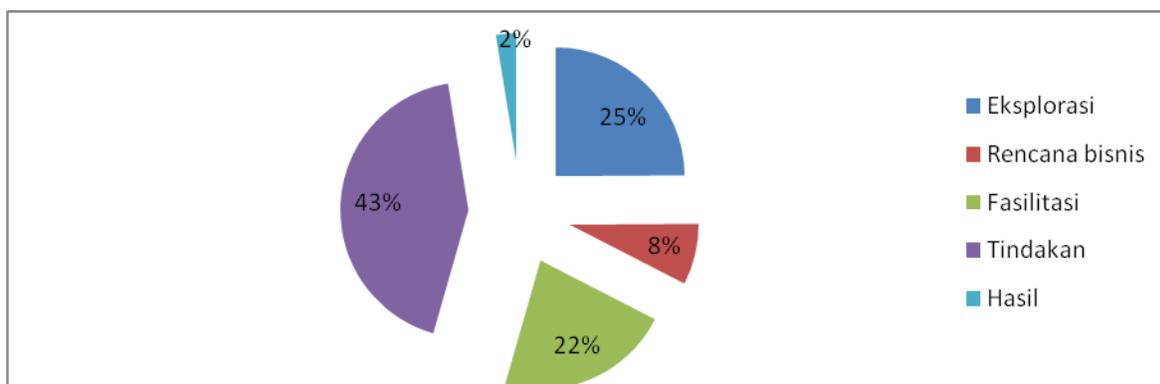
Gambar (5) menunjukkan bagaimana profil perilaku kewirausahaan "jujur" dan "kerja keras" mendominasi keseluruhan perilaku kewirausahaan siswa pada tahapan ini. Perilaku kewirausahaan "jujur"

menempati urutan pertama pada profil perubahan perilaku, dengan *mean* $8,31 \pm 0,42$. Sedangkan, komunikasi menempati urutan paling bawah, dengan *mean* $3,00 \pm 0,22$. Hal ini dikarenakan kemampuan komunikasi siswa belum begitu dikuasai dengan baik; karena komunikasi merupakan kemampuan berkomunikasi yang harus dimiliki untuk bergaul dan berhubungan dengan orang lain. Sementara, siswa di dalam berlatih memasarkan produk masih belum memiliki kepercayaan diri yang baik.



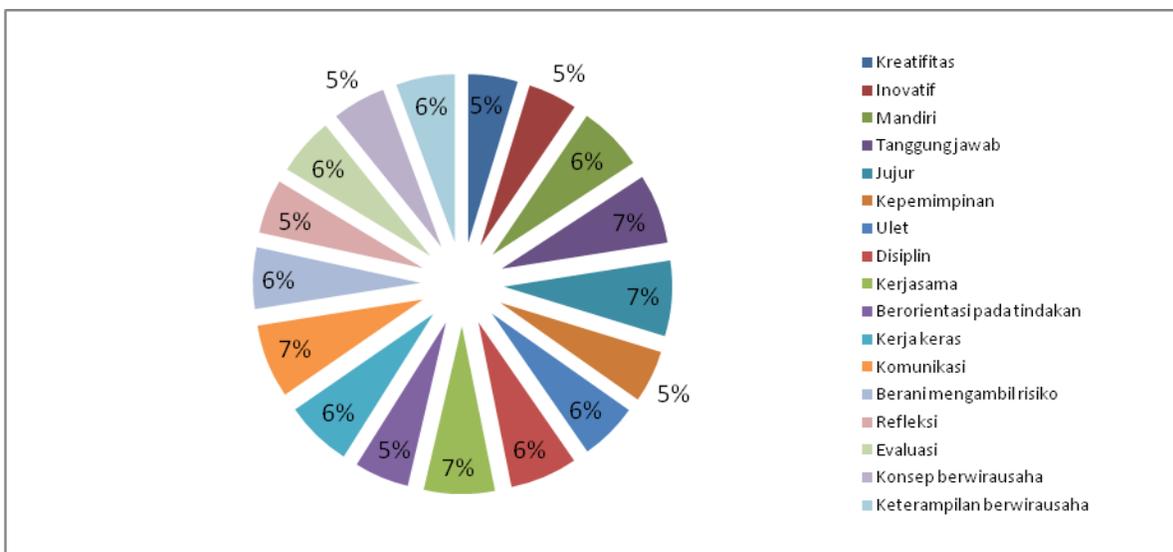
Gambar 6. Perubahan perilaku kewirausahaan siswa SMKN 6 Yogyakarta selama UKK pada tahapan hasil (Badraningsih, 2014).

Perubahan perilaku kewirausahaan siswa juga terjadi pada tahapan entrepreneur "hasil". Tahapan yang meliputi perilaku kewirausahaan "evaluasi" dan "refleksi" ini, menunjukkan adanya perubahan ke arah positif. Perilaku "evaluasi" siswa memberikan hasil *mean* $1,64 \pm 0,46$. Sementara, perilaku "refleksi" siswa memberikan hasil *mean* $1,81 \pm 0,24$. Profil perubahan perilaku kewirausahaan siswa pada tahapan ini cenderung stabil (gambar 6).



Gambar 7. Perubahan perilaku kewirausahaan siswa selama UKK berdasar tahapan *entrepreneur process*.

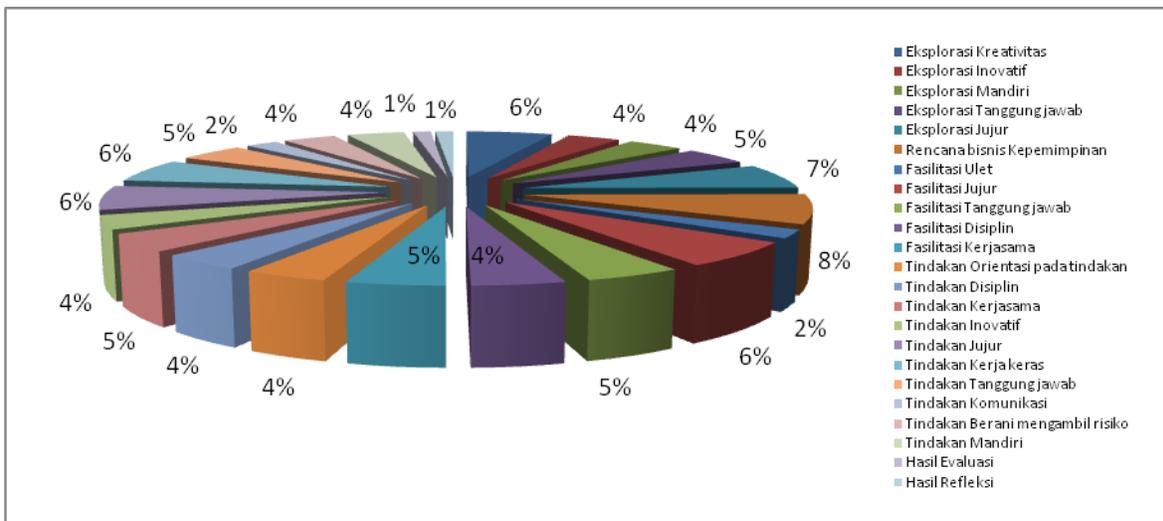
Pada tabel 7 terlihat bahwa setiap tahapan *entrepreneur process* berdasarkan hasil pengamatan yang dilakukan, terkait dengan perilaku kewirausahaan yang diterapkan maka perubahan yang paling terlihat ada pada proses tindakan. Pada tahapan tindakan di mana siswa melaksanakan project yang telah disepakati dengan guru para siswa dengan bersemangat mengerjakan project yang telah direncanakan. Pada proses hasil menunjukkan target tercapai sesuai dengan kesepakatan yang ditentukan berupa pembuatan produk yang langsung dipasarkan pada konsumen.



Gambar 8. Penguasaan sikap kewirausahaan siswa SMKN 6 Yogyakarta selama UKK (Badraningsih, 2014).

2. Penguasaan Perilaku Kewirausahaan Siswa

Penguasaan perilaku kewirausahaan siswa diketahui dari hasil pengamatan antar teman mengenai penguasaan perilaku kewirausahaan selama proses pembelajaran berlangsung. Penilaian antar teman merupakan penilaian penguasaan perilaku kewirausahaan siswa yang dinilai objektif oleh rekan kerja dalam kelompok. Penilaian ini dilakukan setelah pembelajaran kewirausahaan produktif dilaksanakan.



Gambar 8. Penilaian antar teman selama UKK (Badraningsih, 2014).

Rerata penguasaan perilaku kewirausahaan adalah 5,35. Kepemimpinan siswa menempati urutan pertama dalam penguasaan perilaku kewirausahaan siswa menurut pengamatan antar teman. Rekan kerja mengakui bahwa selama proses pembelajaran berlangsung, siswa menunjukkan perilaku kepemimpinan. Urutan perilaku selanjutnya adalah kejujuran, kreativitas, dan kerja keras. Sedangkan, siswa jarang menunjukkan perilaku evaluasi dan refleksi selama proses pembelajaran kewirausahaan produktif berlangsung.

Tabel 1. Penilaian antar teman berbasis perilaku kewirausahaan selama UKK(Badraningsih, 2014).

Tahapan <i>entrepreneur process</i>	Penilaian antar teman selama UKK	
	Mean	Stdev
Eksplorasi	30,58	4,52
Rencana bisnis	9,47	1,80
Fasilitasi	26,92	4,42
Tindakan	52,97	8,41
Hasil	3,08	1,74
rerata	24,61	

Keterangan : UKK = uji coba kelas kecil.

SIMPULAN

Hasil uji model kewirausahaan produktif untuk SMK tataboga pada kelompok kecil, penguasaan perilaku kewirausahaan siswa di SMKN 6 Yogyakarta adalah (1) Perilaku diamati pada penerapan tahapan *entrepreneur process* yang diintegrasikan pada pembelajaran produktif Tata Boga yaitu pada mata pelajaran teknik dasar pengolahan, meliputi: tahapan eksplorasi, rencana bisnis, fasilitasi, tindakan, dan hasil. (2) Pada tahap penerapan awal secara klasikal, yang paling kuat kemunculannya pada perilaku kewirausahaan siswa secara rinci adalah jujur, tanggung jawab, inovatif, mandiri, kreatif, kepemimpinan, ulet, disiplin, kerjasama, berani mengambil risiko, mandiri, dan komunikasi. Ada peningkatan secara nyata dengan adanya pengulangan yang berlanjut pada setiap perilaku kewirausahaan yang diamati dan secara rerata perilaku kewirausahaan siswa ada pada kategori baik.

REFERENSI

- BNSP. (2006). *Standar isi untuk satuan pendidikan dasar dan menengah: standar kompetensi dan kompetensi dasar SMK/MAK*. Jakarta: BNSP.
- Badraningsih Lastariwati. (2014). *Model pembelajaran kewirausahaan produktif EkRenFaTiHa untuk Sekolah Menengah Kejuruan program studi pariwisata bidang keahlian tata boga* [Disertasi]. Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta.
- Bird, B., Schjoedt, L. (2009). *Entrepreneurial behavior: its nature, scope, recent research, and agenda for future research*. Dalam: Carsrud, A.L., Brannback, M (Ed). *Understanding the Entrepreneurial Mind: Opening the Black Box*. New York, NY: Springer.
- Ciputra. (2009, 30 November). *Kewirausahaan harus menjadi karakter, kurikulum kewirausahaan diterapkan di sekolah tahun 2010*. *Harian Kompas*
- Directorate General (DG) for Enterprise & Industry European Commission. (2012, Maret). *Effects and impact of entrepreneurship programmes in higher education*. Brussels: European Commission.

- Departemen Pendidikan Nasional. (2003). *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20, Tahun 2003, tentang Sistem Pendidikan Nasional*.
- Direktorat Jenderal Pendidikan Menengah (Dikmen). (2011). *Rencana strategis Direktorat Jenderal Pendidikan Menengah Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan 2010-2014*. Jakarta: Direktorat Jenderal Pendidikan Menengah, Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan.
- European Commission Enterprise and Industry (ECEI). (2009, November). *Best procedure project: entrepreneurship in vocational education and training (final report of the expert group)*. Brussels: Enterprise & Industry CG, European Commission.
- Education, Audiovisual, and Culture Executive Agency (EACEA). 2012. *Entrepreneurship education at school in Europe: national strategies, curricula and learning outcomes*. Brussels: Education, Audiovisual & Culture Executive Agency- European Commission.
- Ehmke, C., & Akridge, J. (2005). the Elements of a business plan: first steps for new entrepreneurs. *Purdue Extension EC-735*. West Lafayette, IN: AICC-Purdue University.
- European Commision. (2006, Desember 30). *4 the key competences for lifelong learning—a European framework (recommendation of the European Parliament and of the Council of 18 December 2006 on key competences for lifelong learning – 2006/I394)*. Diunduh pada tanggal 3 Agustus 2013 dari <http://eur-lex.europa.eu/lexurisery/site/en/oj/2006/>
- Gartner, W. B., Carter, N. M., & Reynolds, P. D., 2010, "Entrepreneurial Behavior: Firm Organizing Processes". In Z. J. Acs, & D. B. Audretsch (Eds.), *Handbook of Entrepreneurship Research: An Interdisciplinary Survey and Introduction*, Vol. 5, Part 2: New York: Springer, pp 99-127.
- Hawkins, KL., Turla, PA. (1993). *Ujilah Tingkah Kecerdasan Anda Sebagai Seorang Wiraswatawan*. Solo : Dabara Publisher.
- Kementerian Pendidikan Nasional. (2010). *Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional Kementerian Pendidikan Nasional 2010-2014*. Jakarta: Kementerian Pendidikan Nasional.

- Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan. (2012, Februari 27). *Pendidikan menengah universal (wajib belajar 12 tahun): Bahan paparan direktur jenderal pendidikan menengah pada rembuknas 2012*. Disampaikan pada Rembuk Nasional Pendidikan dan Kebudayaan tahun 2012 di Sawangan, Depok.
- _____. (2013). *Rencana strategis 2010-2014*. Jakarta: Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan.
- _____. (2013). *Sambutan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan pada upacara peringatan HUT KE-68 RI Sabtu, 17 Agustus 2013*. Naskah sambutan menteri pendidikan dan kebudayaan, tidak diterbitkan. Disampaikan pada peringatan HUT Ke-68 RI di Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan
- Kuratko, D. F., Ireland, R. D., Covin, J. G., Hornsby, J. S. (2005). A model of middle-level managers' entrepreneurial behavior. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 29(6): 699-716.
- Lumpkin, G. T., Cogliser, C., Schneider, D. (2009). Understanding and measuring autonomy: an entrepreneurial orientation perspective. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33 (1):47-69.
- Macke, D. & Markley, D. (2003, June). Readiness for entrepreneurship: tools for energizing entrepreneurship, Center for Rural Entrepreneurship, No. 1. Diunduh pada tanggal 11 Agustus 2013 dari [laman http://www.tvaed.com/pdf/readiness_entrepreneurship.pdf](http://www.tvaed.com/pdf/readiness_entrepreneurship.pdf)
- Pusat Kurikulum Kementerian Pendidikan Nasional. (2010). *Bahan pelatihan penguatan metodologi pembelajaran berdasarkan nilai-nilai budaya untuk membentuk daya saing dan karakter bangsa: pengembangan pendidikan kewirausahaan*. Jakarta: Pusat Kurikulum Badan Penelitian dan Pengembangan Kementerian Pendidikan Nasional.
- Sudjana, A. (2002). *Paradigm baru manajemen ritel modern*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

- Soegoto, E.S. (2010). *Entrepreneurship menjadi pebisnis ulung (edisi revisi)*. Jakarta: PT Gramedia.
- Wiklund, J., Shepherd, D. (2003). Knowledge-based resources, entrepreneurial orientation, and the performance of small and medium-sized businesses. *Strategic Management Journal*, 24:1307-1314.
- Winarno, A. (2008). Pengembangan model pembelajaran internalisasi nilai-nilai kewirausahaan pada Sekolah Menengah Kejuruan di kota Malang. *Jurnal Ekonomi Bisnis*, 14 (2):124-131.

MASYARAKAT EKONOMI ASEAN PRODUK KREATIF DAN PERLINDUNGAN KONSUMEN BAGIAN DARI PENDIDIKAN KONSUMEN

Enny Zuhni Khayati

Pendidikan Teknik Boga dan Busana FT UNY

ABSTRAK

Masyarakat Ekonomi ASEAN dibentuk sebagai kawasan ekonomi dengan tingkat kompetisi yang tinggi. Era pasar bebas (Masyarakat Ekonomi Asean) yang ditandai dengan derasnya arus barang dan jasa yang masuk dan keluar di pasar domestik, maka mengharuskan konsumen dihadapkan pada banyak pilihan barang dan jasa. Memilih, menggunakan produk impor kian merebak bagi sebagian besar masyarakat kelas menengah ke atas. sikap hidup konsumtif pun sepertinya sudah menjadi budaya di Indonesia. Jika konsumtif terhadap produk lokal, dapat memajukan perekonomian Nasional, tetapi konsumtif terhadap produk luar negeri, ini yang harus dicegah. Penggunaan produk dalam negeri memang sudah harus menjadi gerakan nasional, kebijakan konsumen ketika membeli suatu produk harus terarah pada kepentingan ekonomi Nasional. Untuk menjamin terciptanya tingkat persaingan yang tinggi dan adil, MEA membentuk sebuah kebijakan berupa perlindungan konsumen yang juga menjamin adanya arus informasi yang akurat di pasar barang dan jasa. Pendidikan Konsumen baik melalui jalur pendidikan formal, Non Formal dan In Formal harus dapat berperan sebagai agen untuk mencerdaskan masyarakat konsumen dalam berkonsumsi barang, sehingga terhindar dari pola hidup yang konsumtif, faham akan perlindungan konsumen dan tetap mencintai serta menggunakan produk dalam negeri dengan segala konsekuensinya. Persaingan pasar bebas baik di tingkat regional dan internasional akan berujung pada suatu titik bahwa konsumen adalah kunci dan pemenang dari segalanya

Kata Kunci: MEA, Produk Kreatif, Perlindungan Konsumen

PENDAHULUAN

Implementasi Masyarakat Ekonomi Asean (MEA) yang akan diberlakukan satu tahun lagi, yaitu pada tahun 2015 sudah didepan mata. Terbentuknya MEA Terwujud dari keinginan negara-negara ASEAN untuk mewujudkan ASEAN menjadi kawasan perekonomian yang solid dan diperhitungkan dalam perekonomian internasional. Tujuan yang ingin dicapai dalam MEA adalah adanya aliran bebas barang, jasa, tenaga kerja, yang terlatih atau (*skilled labour*), serta aliran investasi yang lebih bebas. Sebagai pasar konsumen terbesar ASEAN maka Indonesia akan sangat berpotensi untuk dibanjiri barang-barang konsumsi. Membanjirnya barang-barang tersebut memang memiliki nilai positif bagi konsumen dalam hal ini akan semakin banyak alternatif pilihan barang dan jasa yang dapat dikonsumsi termasuk produk-produk kreatif yang ditawarkan sangat menarik. Namun demikian, jika tidak disikapi secara justru akan menumbuhkan budaya konsumtif pada masyarakat. Pada banyak kasus, perilaku konsumtif ini tidak didasarkan lagi pada teori kebutuhan (*need*), tetapi didorong oleh hasrat (*desire*) dan keinginan (*want*). Pergeseran perilaku konsumsi yang tidak lagi untuk memenuhi kebutuhan, tetapi didasarkan pada motivasi untuk mendapat tantangan, suatu sensasi, kegembiraan, sosialisasi, menghilangkan stress, memberikan pengetahuan baru, perkembangan trend baru dan model baru serta untuk menemukan barang yang baik dan bernilai bagi dirinya. (Ajzen, I.2005)

Perlindungan konsumen di Indonesia dilaksanakan berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK). UUPK dirumuskan dengan mengacu pada filosofi pembangunan nasional, dimana dalam pembangunan nasional melekat upaya yang bertujuan memberikan perlindungan kepada rakyat Indonesia. Budaya konsumtif sangat mencemaskan jika tidak diantisipasi. Hal yang berbahaya adalah ketergantungan barang-barang impor, dimana ini akan mematikan pasar produk local. Budaya konsumtif menjadi bentuk undangan terbuka bagi kapitalisme global untuk mempengaruhi pola pikir, gaya hidup (*life style*), dan selera menyesuaikan dengan nilai yang melekat pada barang yang mereka hasilkan. Masyarakat didorong untuk merubah gaya hidup dengan cepat, seperti tingkat konsumsi,

mode, perilaku social serta hasrat untuk terus mengikuti produk-produk baru yang diproduksi cepat.

Pendidikan Konsumen merupakan salah satu matakuliah yang ada dalam kurikulum di Jurusan Pendidikan Teknik Boga dan Busana (PTBB) sangat relevan dengan kondisi masyarakat konsumen saat ini dan dapat memberikan sumbangan untuk membangun masyarakat konsumen yang cerdas dan bijaksana dalam mensikapi kondisi dan situasi era pasar bebas saat ini. Pendidikan Konsumen mensosialisasikan Undang-Undang perlindungan Konsumen, Cinta produk Nasional, menghindari pola hidup konsumtif, pengambilan keputusan berkonsumsi barang yang bijaksana dan cerdas, mensikapi Iklan yang positif dan *smart*, karena iklan menjadi salah satu alat yang sangat ampuh untuk memasukkan “Virus Konsumtif”, ironisnya ada yang menyadarinya tetapi ada juga yang tidak menyadari, oleh karena itu melalui Pendidikan konsumen diharapkan dapat mengantisipasi budaya-konsumtif, gaya hidup yang tidak bijaksana, tetap mencintai produk-produk local, dan memilih barang sesuai dengan kebutuhan serta kemampuannya serta lebih mencintai produk local Indonesia. Mengingat jumlah dan luas wilayahnya jauh melampaui sembilan negara yang ada di kawasan tersebut. dalam menghadapi Era Masyarakat Ekonomi ASEAN Indonesia mimpin pasar bebas tersebut namun, bagi negara-negara anggota yang lain, Indonesia dengan jumlah penduduknya mencapai limapuluh persen dari total penduduk negara-negaranya adalah pasar yang juga potensial dan jadi target utama dari produk-produk industri yang dihasilkan. Persaingan pasar bebas baik di tingkat regional dan internasional akan berujung pada suatu titik bahwa konsumen adalah kunci dan pemenang dari segalanya.

PEMBAHASAN

Menyambut Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA)

Indonesia sebagai negara besar, dengan penduduk mencapai 250 juta jiwa , memiliki potensi pasar yang luar biasa. Namun dalam era pasar bebas, potensi pasar yang demikian besar belum dimanfaatkan sepenuhnya oleh pengusaha lokal. Justru ada kecenderungan produk impor semakin mendominasi pasar domestik. Kekhawatiran akan dampak negatif yang ditimbulkan pasar bebas ASEAN seperti tersing-

kirnya produk-produk lokal, industri-industri kecil dan menengah gulung tikar, dan bertambahnya jumlah penganggur di kalangan muda-mudi tidak perlu terjadi bila kecenderungan perilaku pelaku pasar sedang mengarahkan produknya pada kualitas dan kepercayaan konsumen. Pertimbangan yang harus disadari dan selalu disosialisasikan oleh pemerintah bersama BPKN (Badan Perlindungan Konsumen Nasional) dan LPKSM (Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat) seperti halnya Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia yang keberadaannya diatur dalam UU No 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Kegiatan itu tidak cukup dan sangat terbatas adanya, kalau masyarakat belum cerdas, belum cinta atau belum menyadari pentingnya rasa nasionalisme ditingkatkan untuk menggunakan produk dalam negeri. Alasan sederhana menggunakan produk lokal atau dalam negeri, tentu sudah membantu terjadinya perputaran uang di negeri sendiri, tanpa harus "memperkaya" produsen asing, khususnya terbatas pada produk yang diproduksi oleh putra-putri bangsa sendiri. Lebih spesifik, tentu daerah kita sendiri (lokal). Cetak biru isu perlindungan konsumen MEA ada tiga: Pertama, kebijakan pemberitahuan dan mekanisme pertukaran informasi isu perlindungan konsumen pada tahun 2010. Kedua, kebijakan strategis *roadmap* untuk *capacity building* perlindungan konsumen pada tahun 2010. Ketiga, kebijakan mekanisme ganti rugi untuk konsumen lintas batas pada tahun 2015. Cetak biru pertama dan kedua telah dijalankan oleh Pemerintah RI., melalui kebijakan pengesahan UU No. 8/1999 Tentang Perlindungan Konsumen dengan kebijakan pembentukan Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN) dan Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) di Kota/Kabupaten meskipun keberadaannya belum maksimal dalam melaksanakan tugas dan fungsinya untuk mengawasi pengeterapan perlindungan konsumen. (M. Said Utomo, 2011) Akibatnya cetak biru ketiga perlindungan konsumen MEA tentang kebijakan mekanisme ganti rugi untuk lintas batas yang ditargetkan tuntas 2015, di tingkat nasional masih memendam beberapa kendala: Perlindungan konsumen merupakan sebuah kerja sama regional yang menjadi alat penting dalam meningkatkan kesejahteraan terutama bagi pihak konsumen. Hal ini sejalan dengan dua dari beberapa tujuan UU No.8 Tahun 1999 yaitu:

- 1) menumbuhkan kesadaran pelaku usaha mengenai pentingnya perlindungan konsumen sehingga tumbuh sikap yang jujur dan bertanggung jawab dalam berusaha;
- 2) meningkatkan kualitas barang dan/atau jasa yang menjamin kelangsungan usaha produksi barang dan/atau jasa, kesehatan, kenyamanan, keamanan, dan keselamatan konsumen.

Selain meningkatkan kesejahteraan masyarakat, Kebijakan ini dapat menjadi peluang bagi para pelaku bisnis. Dengan diterapkannya kebijakan perlindungan konsumen, Indonesia memiliki kesempatan untuk memperluas pangsa pasar dari industri-industri dalam negeri pada MEA mendatang. Berkurangnya hambatan antar negara dapat meningkatkan ekspor produk-produk Indonesia. Namun Indonesia memiliki banyak tantangan dalam pemberlakuan kebijakan perlindungan konsumen yaitu berupa masih banyaknya barang dan jasa yang dibawah standar, pengusaha-pengusaha belum menerapkan aturan perlindungan konsumen, sulitnya dalam memperkuat hukum mengenai perlindungan konsumen, serta kurangnya tenaga terlatih dan berpengalaman yang mendalami perlindungan konsumen.

Perlindungan Konsumen

Perlindungan konsumen itu sendiri adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen. Konsumen dilindungi dari setiap tindakan produsen barang atau jasa, importer, distributor penjual dan setiap pihak yang berada dalam jalur perdagangan barang atau jasa ini, yang pada umumnya disebut dengan nama pelaku usaha. Ada dua jenis perlindungan yang diberikan kepada konsumen, yaitu :

1. Perlindungan Preventif.

Perlindungan yang diberikan kepada konsumen pada saat konsumen tersebut akan membeli, menggunakan atau memanfaatkan suatu barang dan atau jasa tertentu, mulai melakukan proses pemilihan serangkaian atau sejumlah barang dan atau jasa tersebut hingga selanjutnya memutuskan untuk membeli atau menggunakan atau memanfaatkan barang/ jasa dengan spesifikasi tertentu dan merek tertentu tersebut.

2. Perlindungan Kuratif

Perlindungan yang diberikan kepada konsumen sebagai akibat dari penggunaan atau pemanfaatan barang atau jasa tertentu oleh konsumen. Dalam hal ini perlu diperhatikan bahwa konsumen belum tentu dan tidak perlu, serta tidak boleh dipersamakan dengan pembeli barang dan atau jasa, meskipun pada umumnya konsumen adalah mereka yang membeli suatu barang atau jasa. Dalam hal ini seseorang dikatakan konsumen, cukup jika orang tersebut adalah pengguna atau pemanfaat dari suatu barang/ jasa, tidak peduli konsumen tersebut mendapatkannya melalui pembelian atau pemberian.

Tujuan perlindungan konsumen diantaranya adalah :

- a. Meningkatkan kesadaran, kemampuan dan kemandirian konsumen untuk melindungi diri.
- b. Mengangkat harkat dan martabat konsumen dengan cara menghindarkannya dari akses negatif pemakaian barang dan jasa.
- c. Meningkatkan pemberdayaan konsumen dalam memilih, menentukan dan menuntut hak-haknya sebagai konsumen.
- d. Menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mengandung unsur kepastian hukum dan keterbukaan informasi serta akses untuk mendapatkan informasi.
- e. Menumbuhkan kesadaran pelaku usaha mengenai pentingnya perlindungan konsumen sehingga tumbuh sikap yang jujur dan bertanggung jawab dalam berusaha.
- f. Meningkatkan kualitas barang dan jasa yang menjamin kelangsungan usaha produksi barang dan jasa, kesehatan, kenyamanan, keamanan dan keselamatan konsumen.

(*achmadsaerozi.wordpress.com*)

Produk Kreatif Bidang Busana

Perkembangan industri kreatif khususnya fashion membawa angin segar bagi perekonomian Indonesia. Oleh karena itu, pemerintah khususnya Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, Kementerian Perindustrian, Kementerian Perdagangan, serta Kementerian Koperasi

dan UKM akan mengelola potensi industri fashion secara serius. Hal tersebut disampaikan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif pada pembukaan Indonesia Fashion Week (IFW 2013) di Jakarta Convention Centre, 14 Februari 2013. "Pada tahun 2010, sumbangan ekonomi kreatif terhadap PDB sebesar Rp 473 triliun, sementara pada tahun 2012 jumlahnya meningkat mencapai Rp 524 triliun. Secara presentase, fashion menyumbang 7% terhadap PDB nasional. Sementara itu, penyerapan tenaga kerja bidang fashion pada tahun 2012 mencapai 3,8 juta orang dari 11, 8 juta pekerja," kata Menparekraf. Potensi ekonomi kreatif yang sedang berkembang tak lepas dari besarnya potensi pasar domestik serta pertumbuhan masyarakat kelas ekonomi menengah. Melihat hal ini, Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, Kementerian Perindustrian, Kementerian Perdagangan, serta Kementerian Koperasi dan UKM akan menjalankan program untuk merintis fashion Indonesia untuk menjadi salah satu pusat mode dunia pada tahun 2025. Sebagai langkah awal, fashion Indonesia ditargetkan akan menguasai pasar Asia pada tahun 2015, serta menguasai pasar busana muslim secara global pada tahun 2020. Sementara itu, Direktur Jenderal Pengembangan Ekspor Nasional Kementerian Perdagangan, fashion yang sudah menjadi gaya hidup masyarakat Indonesia dapat menjadi salah satu stimulus bagi perkembangan dunia fashion tanah air. "Permintaan produk fashion terus meningkat, maka kreatifitas para perancang busanapun harus terus ditantang," karyanya katanya. Terdapat 20 juta penduduk Indonesia yang menggunakan hijab. Hal ini selaras dengan perkembangan industri fashion muslim tujuh persen setiap tahun. Tak heran kalau Asosiasi Perancang Pengusaha Mode Indonesia (APPMI) bermimpi dapat mengembangkan fashion muslim Indonesia tak hanya di dalam negeri, bahkan sampai ke tingkat dunia. Jika diumpamakan masyarakat yang mampu membeli pakaian di malam besar adalah kelas menengah ke atas, maka pertumbuhan kaum menengah ke atas akan selaras dengan kemampuan daya beli mereka atas pakaian tersebut. Jika industri fashion muslim sudah dapat menyentuh target pasar mereka maka pertumbuhan tersebut pun akan selaras dengan perkembangan industri fashion muslim." Dari 750 ribu IKM yang di Indonesia, 30 persennya merupakan industri fashion muslim. Jika hal ini berjalan seiringan bukan tidak mungkin IKM fashion

muslim pun akan terangkat ekonominya, terangkat pula perekonomian Indonesia." ujarnya. Secara umum, industri fashion saat ini mampu menyumbang 50 persen dari pendapatan negara di bidang industri kreatif dan terdapat 2-3 persen pertumbuhan ekspor setiap tahun. Lima Tantangan mimpi menjadi fashion muslim sebagai ikon fashion Indonesia di mata dunia bukanlah tanpa tantangan. Hal ini pun diakui bahwa Indonesai memiliki setidaknya lima tantangan dalam mengembangkan industri fashion, yakni bahan baku, teknologi, kemampuan SDM, pemasaran, dan modal. (<http://parekraf.go.id/asp?c=2084>.)

Pada tahun 2012, sektor ekonomi kreatif dan *fashion* menyerap tenaga kerja 15,6 juta orang. Data Badan Pusat Statistik (BPS) periode 2007-2011 tentang ekspor *fashion* Indonesia menunjukkan tren positif yang mencapai 12,4 persen, dengan negara tujuan ekspor utama Amerika Serikat, Singapura, Jerman, Hong Kong dan Australia. Selama periode Januari-November 2012, data ekspor *fashion* mencapai AS\$ 12,79 miliar atau meningkat 0,5 persen ketimbang periode yang sama di tahun 2011. Dikatakan, *fashion* adalah salah satu produk kreatif yang banyak dihasilkan oleh pelaku usaha skala mikro, kecil, dan menengah (KUMKM) dengan corak, motif, dan sentuhan seni yang dipengaruhi oleh latar belakang budaya masing-masing daerah.

Fashion muslim di Indonesia memiliki ciri khas yang tidak bisa ditiru oleh negara mana pun. Kolaborasi efektif antara pemerintah dan swasta dalam upaya mengoptimalkan potensi kekayaan budaya dan perancang busana diyakini akan menghasilkan produk yang inovatif dan produktif. Faktor yang mendorong tumbuhnya usaha di sektor *fashion* adalah: Pertama, pertumbuhan makro ekonomi Indonesia yang terus membaik sehingga mampu meningkatkan daya beli masyarakat. Kedua, pertumbuhan jumlah penduduk Indonesia, yang berpengaruh pada meningkatnya kebutuhan masyarakat akan produk *fashion*. Ketiga, fasilitas pemerintah dalam bentuk pembinaan, pendampingan, dan dukungan pemasaran serta bimbingan teknis, promosi, dan lain-lain.

Dari uraian di atas kiranya industri kreatif bidang busana di Indonesia memiliki prospek yang sangat baik, asalkan mengarahkan produknya pada kualitas dan kepercayaan konsumen. Bahan baku menggunakan kain-kain local, dan terus mengeksplorasi,

mengembangkan dan memodifikasi kain-kain Nusantara yang sangat kaya akan ragam, corak, warna dan filosofinya, Inovasi juga perlu dilakukan agar produknya disukai oleh masyarakat. Untuk memenuhi tantangan kemampuan Sumber Daya Manusia Program studi Teknik Busana jurusan pendidikan Boga dan Busana, Fakultas Teknik Universitas Negeri Yogyakarta yang setiap tahun meluluskan alumninya, dan siap mengembangkan kompetensinya dibidang industri Fashion serta menjawab tantangan di atas. Disisi lain dengan banyaknya tawaran produk kreatif dibidang fashion, konsumen dihadapkan pada banyak pilihan dengan berbagai kualitas dan harga. Sehubungan dengan hal ini maka perilaku yang cerdas dan bijaksana dalam mengambil keputusan, menerapkan apa yang menjadi hak dan kewajibannya sebagai konsumen, serta tidak menjadi konsumtif. Untuk mendukung ini semua maka MEA dan Produksi kreatif bidang fashion merupakan bagian dari pendidikan konsumen

Pendidikan Konsumen

Dalam hal menghadapi perdagangan bebas, tidak hanya pemerintah dan pengusaha lokal yang perlu dipersiapkan. Hal yang tidak kalah pentingnya adalah menyiapkan konsumen dengan menekankan dalam pemikirannya bahwa konsumen harus memiliki informasi dan pemahaman yang cukup tentang perdagangan bebas, sehingga konsumen terinformasi dan diimplikasikan pada setiap pilihan konsumen terhadap perekonomian nasional. **Nasionalisme Konsumen harus terus dipompa dan pendidikan konsumenlah sebagai wadah untuk menggodok masyarakat konsumen untuk terus menerus mengkampanyekan untuk berkonsumsi dan mencintai produk-produk dalam negeri. Demikian juga bagi produsen selalu dihimbau untuk mengarahkan produksinya pada pemenuhan standart kualitas dan harga barang.** Secara konvensional pertimbangan konsumen dalam menentukan pilihan suatu produk berupa barang dan jasa terbatas pada aspek mutu dan harga, tetapi di era pasar bebas sudah waktunya dikembangkan aspek lain berupa pertimbangan dampak pilihan konsumen ketika membeli suatu produk terhadap kepentingan ekonomi nasional. (Dahnil Aswad, 2014) Dalam hal menghadapi perdagangan bebas, tidak hanya pemerintah dan pengusaha lokal yang perlu dipersiapkan. Hal yang

tidak kalah pentingnya adalah menyiapkan konsumen dengan menekankan dalam pemikirannya bahwa konsumen harus memiliki informasi dan pemahaman yang cukup tentang perdagangan bebas, sehingga konsumen memperoleh informasi dan diimplikasikan pada setiap pilihan konsumen terhadap perekonomian nasional. Untuk menjadikan konsumen sebagai pelaku pasar yang cerdas tidak konsumtif dan bertanggung jawab, konsumen harus memperoleh informasi. Termasuk informasi tentang implikasi/dampak dari pilihan konsumen akan suatu produk. Dengan demikian, konsumen dapat menjadi pelaku pasar yang bertanggung jawab, bahwa pilihan konsumen berdampak positif terhadap ekonomi nasional. Setidaknya ada tiga solusi yang bisa ditempuh untuk menekan pola hidup konsumtif agar tidak membudaya di Indonesia. Pertama, makin mencintai produk dalam negeri. Gerakan mencintai produk dalam negeri seperti dikampanyekan Menteri Perdagangan, Gita Wirjawan harus diikuti tindakan nyata, yakni malu menggunakan produk impor. Artinya pejabat negara harus memberi contoh agar rakyatnya mengikuti. Kunjungan kerja, studi banding dan berobat atau melakukan tindakan medis tak harus ke luar negeri. Apalagi jika sifatnya sangat pribadi, misalnya liburan keluarga. Sebab, dengan perjalanan ke luar negeri, lazimnya berbelanja produk impor di negara yang dikunjungi. Kedua, pemerintah harus mengurangi komoditas impor, di antaranya dengan menaikkan berkali lipat pajak barang mewah impor. Ketiga, merangsang masyarakat menciptakan produk buatan dalam negeri dengan memberi fasilitas dan kemudahan perizinan, permodalan dan pengembangan pasar. Kebijakan ini bisa ditujukan kepada kelas menengah yang jumlahnya cukup besar (diproyeksikan menjadi 135 juta pada tahun 2025) agar tidak berlaku konsumtif, tetapi menginvestasikan uangnya untuk usaha produktif. Di sinilah peran pendidikan konsumen baik melalui jalur pendidikan formal, non formal dan In formal sangat penting untuk memberikan pengetahuan, atau informasi berperilaku yang menguntungkan. Oleh karena itu perlindungan konsumen merupakan bagian dari pendidikan konsumen.

SIMPULAN

Indonesia akan segera menghadapi era persaingan bebas pada tahun 2015 nanti. Masyarakat Ekonomi ASEAN dengan

singkatan (MEA), begitu zaman menyebutnya. Sebuah era dimana aliran barang, jasa, dan investasi akan terbuka untuk segenap penduduk negara-negara yang melingkupinya. Dari itu, MEA atau disebut juga dengan ASEAN Economic Community (AEC), menjadi sebuah agenda penting yang tidak hanya menuntut perhatian, tapi sekaligus kesadaran semua pihak untuk segera menyiapkan diri dari gempuran kebebasan berekonomi. Industri kreatif bidang busana di Indonesia memiliki prospek yang sangat baik, asalkan mengarahkan produknya pada kualitas dan kepercayaan konsumen. Bahan baku menggunakan kain-kain local, dan terus mengeksplorasi, mengembangkan dan memodifikasi kain-kain Nusantara yang sangat kaya akan ragam, corak, warna dan filosofinya, Inovasi juga perlu dilakukan agar produknya disukai oleh masyarakat.

Untuk menghadapi MEA masyarakat konsumen Indonesia harus cerdas, memiliki pengetahuan, keterampilan dan wawasan tentang MEA yang ditandai dengan derasnya arus barang dan jasa yang masuk dan keluar di pasar domestik, maka meng-haruskan konsumen dihadapkan pada banyak pilihan barang/jasa. Pendidikan konsumen yang dilaksanakan disekolah, di masyarakat maupun di rumah harus dapat sebagai agen mencerdaskan konsumen. Konsumen harus bijaksana dan mengarah pada kecintaannya terhadap produk dalam negeri, menghindari gaya hidup yang konsumtif, serta memahami masalah Perlindungan konsumen di Indonesia. Bersama pemerintah menciptakan lingkungan yang kondusif dimana konsumen dan pelaku usaha dapat bertransaksi dengan percaya diri, dan keduanya dapat merealisasikan hak-hak serta kewajibannya dengan sebaik-baiknya.

REFERENSI:

- Ajzen, I. 2005. *Attitudes, Personality and Behavior*, (2nd edition).
Berkshire, UK: Open University Press-McGraw Hill Education
- Dahnil Aswad, 2014, Nasionalisme dan produk Lokal Bagi Konsumen Diera Globalisasi.
- M. Said Utomo, 2011, Isu Perlindungan Konsumen MEA
<http://parekraf.go.id/asp?c=2084>.

<http://www.beritasatu.com/ekonomi/105155-ekonomi-kreatif-dan-fashion-serap-156-juta-tenaga-kerja.html>. diakses pukul 12.07
31/10/2014

**MODEL PEMBELAJARAN BERBASIS PROYEK (PBP) CIPTA KARYA
BOGA UNTUK MENUMBUHKAN JIWA KEWIRAUSAHAAN
MAHASISWA
JURUSAN PKK-TATA BOGA FTK UNDIKSHA**

Ni Desak Made Sri Adnyawati
Jrs. PKK-Tata Boga, FTK,Undiksha

ABSTRAK

Penelitian tindakan kelas ini bertujuan untuk mengetahui penerapan model pembelajaran berbasis proyek cipta karya boga mahasiswa jurusan PKK-Tata Boga FTK Undiksha. Selanjutnya untuk mengetahui pengaruh penerapan model pembelajaran berbasis proyek cipta karya boga terhadap jiwa kewirausahaan mahasiswa. Secara praktis kajian ini sangat bermanfaat bagi mahasiswa yang secara tidak langsung termotivasi dalam mengikuti pembelajaran, mampu mengantarkan mahasiswa untuk aktif, kreatif sehingga mampu menumbuhkan jiwa kewirausahaan mahasiswa secara optimal. Selain itu dapat memberikan manfaat bagi perbaikan kualitas pembelajaran di jurusan PKK, FTK Undiksha. Subyek penelitian adalah mahasiswa yang memprogramkan mata kuliah cipta karya boga sebanyak 25 orang. Obyek penelitian adalah :(1) model pembelajaran berbasis proyek, (2) jiwa kewirausahaan. Data tentang jiwa kewirausahaan mahasiswa diperoleh melalui metode observasi terhadap kreativitas dalam kegiatan persiapan, proses, dan hasil. Ketiga tahapan tersebut mengacu pada aspek-aspek jiwa kewirausahaan yang meliputi memiliki rasa percaya diri, dapat mengambil resiko, kreatif dan inovatif, disiplin dan kerja keras, berorientasi ke masa depan, memiliki rasa ingin tahu, jujur dan mandiri. Selain melalui observasi selanjutnya data jiwa kewirausahaan juga dikumpulkan menggunakan instrumen berupa angket dengan skala *likert*. Teknik analisis data dilakukan secara deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan model pembelajaran berbasis proyek cipta karya boga dilakukan melalui 6 langkah yaitu (1)Penentuan tema, (2)Mendesain perencanaan proyek, (3)Menyusun jadwal, (4)Aktivitas, (5)Pengujian, (6)Evaluasi pengalaman. Produk karya nyata yang dihasilkan melalui pembelajaran ini adalah hidangan yang menggunakan struktur menu modern yang terdiri dari *appetizer, entr ee,*

maincourse, dan *dessert*. Proses penyelesaian produk karya nyata melalui penerapan model pembelajaran berbasis proyek cipta karya boga dapat menumbuhkan jiwa kewirausahaan yang terkategori sangat baik dengan skor rata-rata 83,6.

Kata Kunci: *Cipta karya boga, Jiwa kewirausahaan, PBP.*

ABSTRACT

This classroom action research aims to determine the application of project-based learning model cipta karya boga students of the PKK-Tata Boga FTK Undiksha. Furthermore, to determine the effect of the implementation of project-based learning model of cipta karya boga to the entrepreneurship of students. Practically, this study is very useful for students who are not directly motivated in following the learning, the student is able to deliver an active, creative so as to foster the entrepreneurship of students optimally. Moreover, it can provide benefits to the improvement of the quality of teaching in the department of the PKK, FTK Undiksha. Subjects were students who programmed courses cipta karya boga of 25 people. Object of research are: (1) project-based learning model, (2) the entrepreneurship. The entrepreneurship of students obtained through observation of creativity in preparatory activities, processes, and outcomes. The third stage refers to aspects of the entrepreneurship that includes having the confidence, can take risks, creative and innovative, discipline and hard work, future-oriented, curious, honest and independent. In addition to the data through further observation entrepreneurship is also collected using a questionnaire instrument with Likert scale. Techniques of data analysis was done descriptively. The results showed that the application of project-based learning model cipta karya boga is done through six steps: (1) Determination of the theme, (2) Designing the project planning, (3) Develop a schedule, (4) Activity, (5) Testing, (6) Evaluation experience. Real work products generated through this study is a dish that uses the structure of a modern menu consisting of an appetizer, entrée, maincourse, and dessert. The process of settlement of the real work products through the implementation of project-based learning model cipta karya boga can foster the entrepreneurship that is categorized very well with an average score of 83.6.

The Key Words: *Cipta karya boga, Entrepreneurship, PBP.*

PENDAHULUAN

Cipta karya boga merupakan mata kuliah produktif yang bertujuan agar mahasiswa mampu merancang, membuat, dan menyajikan hidangan sehingga menghasilkan karya yang bersifat kreatif dan inovatif. Kreativitas mahasiswa yang bersifat inovatif sebagai perwujudan ide, gagasan dalam bentuk karya nyata berupa produk-produk yang variatif original. Orientasi produk karya inovatif mahasiswa adalah untuk menumbuhkan jiwa kewirausahaannya, karena sesuatu yang original memberikan peluang tinggi untuk pengembangan kewirausahaan atau *entrepreneurship*. Hal ini sesuai dengan pendapat Zimmerer (1996) bahwa kewirausahaan atau *entrepreneur* merupakan suatu proses penerapan kreativitas dan inovasi dalam memecahkan persoalan dan menemukan peluang untuk memperbaiki kehidupan. Artinya dengan berkreasi pada bidang kuliner/boga menghasilkan sesuatu yang baru diharapkan mampu memberikan nilai tinggi untuk mendapatkan peluang dipasaran.

Proses pembelajaran cipta karya boga ini menekankan pada kebebasan mahasiswa untuk berapresiasi di bidang seni kuliner dari proses perancangan, perwujudan karya nyata, dan evaluasi akhir suatu produk rancangan. Seni kuliner merupakan seni dalam menyiapkan, mengolah, dan menyajikan hidangan. Tahap menyiapkan meliputi persiapan bahan dan alat, mengolah meliputi penggunaan teknik pengolahan, dan tahap menyajikan meliputi hasil yang disesuaikan dengan alat maupun *garnish* sebagai pelengkap dalam penyajian. Oleh sebab itu kurikulum produktif ini memberikan tantangan dalam pembelajaran sehingga hasil dalam bentuk karya nyata bermanfaat bagi masyarakat sesuai dengan kondisi saat ini.

Fenomena masyarakat saat ini adalah adanya masyarakat konsumtif aktif yang notabene akan membuat semakin menurunnya kemandirian dan meningkatnya ketergantungan. Hal tersebut dapat mengakibatkan gaya hidup (*life style*) seseorang kecenderungan pada gaya hidup "gengsi". Seni kuliner sebagai salah satu aspek yang memberi kecenderungan ke hal gaya hidup gengsi sesungguhnya harus direspon positif melalui pembelajaran. Sehingga peran pendidikan nampak sebagai antisipasi dan solusi mempersiapkan mahasiswa yang

mampu melihat peluang dan memanfaatkan peluang tersebut melalui kreativitas seni kuliner.

Pembelajaran Berbasis Proyek (PBP) dipandang tepat sebagai satu model untuk pendidikan teknologi kejuruan dalam merespon isu-isu peningkatan kualitas pendidikan dan perubahan-perubahan besar yang terjadi di masyarakat. PBP merupakan model pembelajaran yang berfokus pada konsep-konsep dan prinsip-prinsip utama (central) dari suatu disiplin, melibatkan mahasiswa dalam kegiatan pemecahan masalah dan tugas-tugas bermakna lainnya, memberi peluang mahasiswa bekerja secara otonom mengkonstruksi belajar mereka sendiri, dan puncaknya menghasilkan produk karya mahasiswa yang bernilai, dan realistik (BIE, 1999). Terkait dengan mata kuliah cipta karya boga sebagai kurikulum produktif maka karya nyata sebagai hasil dari pembelajaran ini adalah perwujudan kreativitas dalam mendesain menu, mewujudkan dalam karya nyata hidangan, kemudian menyajikan atau mengemas hidangan tersebut sehingga siap dikonsumsi ataupun untuk dipasarkan. Kreativitas ini tentunya melihat fenomena di masyarakat terhadap *trend* kuliner. Artinya pembelajaran cipta karya boga ini berorientasi pada upaya menumbuhkan jiwa kewirausahaan.

Menumbuhkan jiwa kewirausahaan merupakan tujuan yang ingin dicapai dalam pembelajaran bidang teknologi kejuruan (ciptanya karya boga) untuk mempersiapkan peserta didik memasuki dunia usaha dan dunia industri. Kewirausahaan adalah kemampuan kreatif dan inovatif yang dijadikan dasar, kiat, dan sumber daya untuk mencari peluang menuju sukses (Suryana, 2003). Inti dari kewirausahaan adalah kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda (*create new and different*) melalui berpikir kreatif dan bertindak inovatif untuk menciptakan peluang. Karya dan karsa hanya terdapat pada orang-orang yang berpikir kreatif. Proses kreatif dan inovatif tersebut diawali dengan memunculkan ide-ide dan pemikiran-pemikiran baru untuk menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda.

Kreativitas adalah kemampuan untuk mengembangkan ide-ide baru dan cara-cara baru dalam pemecahan masalah dan menemukan peluang (*thinking new thing*). Sedangkan inovasi adalah kemampuan untuk menerapkan kreativitas dalam rangka pemecahan masalah dan menemukan peluang (*doing new thing*). Sesuatu yang baru dan berbeda

tersebut dapat dalam bentuk hasil seperti barang dan jasa, dan bisa dalam bentuk proses seperti ide, metode, dan cara. Sesuatu yang baru dan berbeda yang diciptakan melalui proses berpikir kreatif dan bertindak inovatif merupakan nilai tambah (*value added*) dan merupakan keunggulan yang berharga. Nilai tambah yang berharga adalah sumber peluang bagi wirausaha. Ide kreatif akan muncul apabila wirausaha "*look at old and think something new or different*".

Proses kreatif dan inovatif hanya dilakukan oleh orang-orang yang memiliki jiwa kewirausahaan, yaitu orang yang percaya diri yaitu yakin, optimis, dan penuh komitmen, berinisiatif yaitu energik dan percaya diri, memiliki motif berprestasi yaitu berorientasi hasil dan berwawasan ke depan, memiliki jiwa kepemimpinan yaitu berani tampil berbeda, dan berani mengambil resiko dengan penuh perhitungan artinya suka akan tantangan (Suryana, 2003). Menumbuhkan jiwa kewirausahaan dilakukan melalui proses peminatan terhadap kewirausahaan seni kuliner dalam proses mendesain, membuat, dan menyajikan hidangan. Di dalam proses tersebut akan terukur kemampuan mahasiswa yaitu adanya rasa percaya diri, dapat mengambil resiko, kreatif dan inovatif, disiplin dan kerja keras, berorientasi ke masa depan, memiliki rasa ingin tahu, jujur dan mandiri.

Pembelajaran Berbasis Proyek yang dikenal pula dengan istilah *Project Based Learning* merupakan pendekatan instruksional yang komprehensif untuk melibatkan mahasiswa secara berkesinambungan, kooperatif, dan penyelidikan. Pembelajaran Berbasis Proyek (PBP) berfokus pada konsep dan prinsip inti sebuah disiplin, memfasilitasi mahasiswa untuk berinvestigasi, pemecahan masalah, dan tugas-tugas bermakna lainnya, *students' centered*, dan menghasilkan produk nyata (Santayasa, 2007). Karakteristik PBP terdiri dari 4 komponen yaitu adanya isi, kondisi, aktivitas, dan hasil. Secara operasional komponen-komponen tersebut terdistribusi dalam 6 sintaks (langkah-langkah pembelajaran) PBP yaitu (1)Penentuan tema, (2)Mendesain perencanaan proyek, (3)Menyusun jadwal, (4)Aktivitas, (5)Pengujian, dan (6)Evaluasi pengalaman.

PBP memiliki potensi yang amat besar untuk membuat pengalaman belajar yang lebih menarik dan bermakna bagi usia dewasa, atau pelatihan tradisional untuk membangun keterampilan

kerja (Gaer, 1998). Dalam PBP, mahasiswa menjadi terdorong lebih aktif dalam belajar, dosen sebagai fasilitator, dosen mengevaluasi produk hasil kinerja mahasiswa meliputi *outcome* yang mampu ditampilkan dari hasil proyek yang dikerjakan. Pembelajaran ini menekankan lingkungan belajar aktif, kerja kelompok (kolaboratif), dan teknik evaluasi otentik (*authentic assessment*).

Berdasarkan uraian tersebut maka kajian ini terfokus pada penerapan model pembelajaran berbasis proyek cipta karya boga untuk menumbuhkan jiwa kewirausahaan mahasiswa jurusan PKK-Tata Boga FTK Undiksha. Jiwa kewirausahaan meliputi rasa percaya diri, dapat mengambil resiko, kreatif dan inovatif, disiplin dan kerja keras, berorientasi ke masa depan, memiliki rasa ingin tahu, jujur dan mandiri. Sejalan dengan itu kajian ini bertujuan untuk mengetahui jiwa kewirausahaan mahasiswa melalui penerapan pembelajaran berbasis proyek cipta karya boga. Secara praktis kajian ini sangat bermanfaat bagi mahasiswa yang secara tidak langsung termotivasi dalam mengikuti pembelajaran, mampu mengantarkan mahasiswa untuk aktif, kreatif sehingga mampu menumbuhkan jiwa kewirausahaan mahasiswa secara optimal. Selain itu dapat memberikan manfaat bagi perbaikan kualitas pembelajaran di jurusan PKK, FTK Undiksha.

METODE PENELITIAN

Subyek penelitian ini adalah mahasiswa jurusan PKK yang memprogramkan mata kuliah cipta karya boga sebanyak 25 orang. Obyek penelitian adalah : (1) model pembelajaran berbasis proyek, (2) jiwa kewirausahaan. Rancangan penelitian tindakan kelas (*classroom action research*) melalui pelaksanaan pembelajaran yang dapat digambarkan dalam tabel berikut.

Tabel 1. Sintaks Pembelajaran Berbasis Proyek Cipta Karya Boga

No.	Kegiatan Dosen	Sintaks	Kegiatan Mahasiswa
-----	----------------	---------	--------------------

1.	Menjelaskan tujuan pembelajaran, konsep cipta karya boga dalam struktur menu modern, menentukan tema utama/ payung proyek untuk memotivasi mahasiswa berkreasi dalam kelompok.	Penentuan tema	Diskusi konsep cipta karya boga dalam struktur menu modern yang digunakan dasar untuk mengembangkan kreativitas dalam bentuk desain. Mahasiswa berada dalam kelompok yang ditetapkan. (@4-5 orang)
2.	Membantu mahasiswa mendesain dan mengorganisasikan menu ke dalam struktur menu modern	Mendesain perencanaan proyek	Membuat 2 desain struktur menu modern yang terdiri dari <i>appetizer</i> , <i>entree</i> , <i>maincourse</i> , dan <i>dessert</i> .
3.	Membimbing mahasiswa untuk menyusun timeline, deadline, dan cara-cara baru dalam penyelesaian proyek.	Perencanaan aktivitas/ Menyusun jadwal	Melakukan analisis terhadap desain yang disusun terhadap waktu, kondisi, situasi maupun fasilitas pendukung penyelesaian proyek. Finalisasi 1 desain menu masing-masing kelompok.
4.	Melakukan monitoring terhadap proses pembuatan menu sesuai tema payung dan tema di masing-masing kelompok.	Proses aktivitas	Mahasiswa mewujudkan desain yang telah dirancang dalam bentuk karya nyata yaitu struktur menu modern sesuai tema payung dan tema di masing-masing kelompok.

5.	Melakukan evaluasi refleksi terhadap menu mahasiswa melalui uji panelis.	Pengujian	Menyajikan dihadapan kelas produk karya nyata struktur menu modern untuk masing-masing kelompok kemudian melakukan uji selera.
6.	Memfasilitasi kegiatan presentasi sebagai pertanggungjawaban proyek.	Evaluasi pengalaman	Melaporkan penyelesaian proyek melalui evaluasi refleksi terhadap proses penyelesaian proyek.

Data tentang jiwa kewirausahaan mahasiswa diperoleh melalui observasi terhadap kreativitas dalam kegiatan persiapan, proses, dan hasil. Persiapan dalam bentuk desain/rancangan, proses dalam bentuk praktikum mewujudkan karya nyata, dan hasil dalam bentuk penyajian. Ketiga tahapan tersebut mengacu pada aspek-aspek jiwa kewirausahaan yang meliputi memiliki rasa percaya diri, dapat mengambil resiko, kreatif dan inovatif, disiplin dan kerja keras, berorientasi ke masa depan, memiliki rasa ingin tahu, jujur dan mandiri. Selain melalui observasi/ pengamatan tersebut selanjutnya untuk memperoleh data jiwa kewirausahaan juga didukung oleh instrumen berupa angket dengan skala *likert*. Teknik analisis data dilakukan secara deskriptif mengacu pada table konversi berikut.

Tabel 02. Konversi Skor Jiwa Kewirausahaan Mahasiswa.

Skor	Kategori
81 – 100	Sangat baik
61 – 80	Baik
41 – 60	Cukup
21 – 40	Kurang Baik
1 – 20	Sangat Tidak baik

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada mahasiswa jurusan PKK-Tata Boga yang memprogram mata kuliah cipta karya boga. Penelitian dilakukan melalui kegiatan 8 tatap muka di kelas dan pertemuan yang tidak terstruktur dalam mendesain menu. Langkah-langkah pembelajaran dapat diuraikan sebagai berikut.

Pertemuan pertama adalah penyampaian tujuan dan lingkup materi pembelajaran cipta karya boga. Konsep cipta karya boga yang berorientasi pada kemampuan mendesain struktur menu modern sesuai tema payung dengan pendekatan kontekstual yang didukung media variatif dalam bentuk gambar, diktat, dan LKM (Lembar Kerja Mahasiswa). LKM yang berfungsi untuk menuangkan ide, gagasan dalam bentuk desain menu. Penyamaan persepsi tentang langkah pembelajaran proyek cipta karya boga yang didukung oleh instrumen lembar observasi dan angket kewirausahaan. Penyampaian tema payung proyek yaitu pemanfaatan bahan lokal dalam struktur menu modern. Selanjutnya pembentukan kelompok yang beranggotakan @ 4-5 orang.

Pertemuan kedua, ketiga, dan keempat adalah memfasilitasi pembelajaran dalam proses mendesain menu. Kegiatan ini secara teknik dilakukan melalui presentasi, diskusi tentang draf desain struktur menu modern sesuai tema di masing-masing kelompok. Analisis terhadap rasionalisasi tema di masing-masing kelompok dan analisis terhadap desain menu yang disesuaikan tema. Kriteria menu variatif dalam sebuah desain menjadi acuan utama baik dari aspek bahan, alat, teknik pengolahan, dan teknik penyajian.

Pertemuan kelima yaitu memfasilitasi pembelajaran melalui pemberian bimbingan dalam kegiatan praktikum untuk mewujudkan karya nyata terhadap 1 desain struktur menu modern yang telah dirancang setiap kelompok. Melakukan pengamatan terhadap kesesuaian desain dengan kenyataan melalui proses praktikum karya nyata. Uji selera dilakukan terhadap hidangan yang disajikan sebagai perwujudan produk akhir nyata.

Pertemuan keenam, melakukan presentasi dan diskusi dalam upaya menyempurnakan karya nyata yang memiliki kelemahan guna

meningkatkan kreativitas dan menumbuhkan jiwa kewirausahaan mahasiswa.

Pertemuan ketujuh yaitu melaksanakan karya nyata dalam proses finalisasi produk. Uji selera dilakukan guna melihat perbaikan kualitas menu yang dihasilkan dibandingkan dengan uji selera sebelumnya. Pertemuan kedelapan adalah kegiatan evaluasi lanjutan yang dilakukan melalui presentasi untuk hasil dalam bentuk pelaporan secara lisan maupun tulisan sebagai dokumen pembelajaran.

Adanya jiwa kewirausahaan pada mahasiswa dilakukan melalui proses pengamatan terhadap kreativitas mahasiswa dalam membuat desain menu, proses perwujudan karya nyata, dan penyajian karya nyata dalam bentuk hidangan siap saji. Instrumen yang digunakan adalah lembar observasi. Hasil pengamatan kreativitas diperoleh rata-rata skor sebesar 85,62 berada pada kategori sangat baik. Selanjutnya pengumpulan data dilakukan melalui pemberian angket yang direspon oleh mahasiswa tentang kewirausahaan. Hasil analisis berdasarkan respon angket kewirausahaan diperoleh skor rata-rata sebesar 81,57. Analisis data dilakukan secara deskriptif berupa hasil observasi dan angket sehingga diperoleh rata-rata skor sebesar 83,6. Artinya jiwa kewirausahaan mahasiswa jurusan PKK-Tata Boga melalui penerapan model pembelajaran berbasis proyek cipta karya boga berada pada kategori sangat baik.

PEMBAHASAN

Pembelajaran berbasis proyek cipta karya boga dilakukan melalui 6 langkah yang diterapkan secara operasional dalam pembelajaran selama 8 pertemuan. Kreativitas mahasiswa dalam mendesain, mengolah, dan menyajikan hidangan dinyatakan sangat baik. Hal tersebut merupakan pengaruh dari optimalisasi pembelajaran proyek melalui skenario pembelajaran. Penggunaan perangkat pembelajaran berupa pemahaman terhadap LKM terkait format yang digunakan untuk mendesain menu dan teknis monitoring evaluasi pembelajaran cipta karya boga. Pemberian materi secara teoritik berupa pertanyaan-pertanyaan yang mendasar terkait *trend* seni kuliner merupakan langkah untuk memudahkan mahasiswa dalam menetapkan tema proyek utama atau tema payung dan tema proyek di masing-masing

kelompok. Desain menu masing-masing kelompok menggunakan struktur menu modern yang mendukung tema utama. Struktur menu modern yang terdiri dari *appetizer*, *entrée*, *maincourse*, dan *dessert*. Tema untuk masing-masing hidangan yang dimaksud adalah nama hidangan sesuai fungsi hidangan dalam susunan menu modern.

Melalui presentasi, diskusi tentang desain menu yang disusun dilakukan analisis terhadap keunggulan dan kelemahannya. Misalnya pemberian nama hidangan yang masih monoton atau belum berani berkreasi untuk memformulasi nama hidangan berdasarkan kajian-kajian teoritik desain menu. Susunan menu kurang variatif dari sisi bahan, pengolahan, dan penyajian. Hidangan appetizer dengan *entrée* masih dijumpai monoton dari warna sehingga kurang menarik dari aspek penampilan. Konsistensi hidangan dari masing-masing susunan hidangan nampak kurang variatif karena penggunaan teknik pengolahan yang memberikan efek kurang menarik. Hal ini menunjukkan rasa percaya diri memunculkan sesuatu yang baru masih terdapat keraguan. Sehingga melalui ilustrasi berbagai media gambar, majalah, tabloid dalam pembelajaran maka desain menu yang disusun dapat disempurnakan.

Pada awal perancangan desain menu dirasakan mahasiswa sulit berkreasi namun setelah diberikan komentar positif maupun negative melalui portofolio rancangan diperoleh berbagai perkembangan. Usaha yang dilakukan selain memberikan *feed back* pada lembar portofolio juga optimalisasi pemanfaatan media ajar berupa majalah, tabloid masakan sehingga wawasan mahasiswa dapat berubah atau dapat terinspirasi melalui media ajar tersebut. Proses ini dilakukan secara kolaborasi dengan seluruh mahasiswa dan dosen. Diskusi merupakan strategi atau cara yang baik untuk memadamadankan rancangan menu dari *appetizer* hingga *dessert* sehingga dalam satu susunan hidangan betul-betul bersifat variatif.

Desain menu yang dirancang ditinjau dari unsur kebaruan dalam persiapan bahan dan alat, proses, serta penyajian dinyatakan sudah ada namun ketidaktepatan terjadi dalam penyesuaian terhadap karakteristik bahan maupun hidangan. Salad yang menggunakan bahan nanas dalam pemilihan alat penyajian semula menggunakan salad plate, namun untuk lebih tepat dan nilai kebaruan suatu rancangan dapat ditampilkan

menggunakan alat saji dari buah nanas. Daging nanas diambil sebagai body salad sedangkan kulit nanas berfungsi sebagai wadah/plate maupun hiasan/garnish. Penggunaan bahan dasar kacang yang memiliki keunikan dari warna harus dimunculkan tanpa mengurangi aroma dan rasa hidangan. Penggunaan buah segar sebagai hidangan penutup sebaiknya diblanch dengan sirup gula sehingga rasa dan aroma buah lebih tajam. Penyajian hidangan sudah mampu dikreasikan melalui bahan-bahan alami seperti tempurung kelapa, tomat, maupun pepaya. Penggunaan daun pisang dalam penataan dan penyajian hidangan sudah dilakukan melalui seni melipat daun yang menarik sebagai alas maupun wadah.

Respon sangat baik tentang kewirausahaan diberikan oleh mahasiswa setelah diterapkan model pembelajaran berbasis proyek cipta karya boga. Mahasiswa dapat melakukan pembelajaran sesuai kemampuan mereka di awal yang akhirnya secara bersama-sama mencapai tujuan untuk berkreasi dalam menu. Dosen berupaya memotivasi dan melakukan pengawasan terhadap rancangan menu atau proyek yang dikerjakan oleh mahasiswa sesuai format monitoring evaluasi pembelajaran cipta karya boga. Dengan demikian mahasiswa selalu dapat berkreasi pada ketentuan yang berlaku dan melakukan kerjasama antara teman dengan baik. Kolaborasi dosen dengan mahasiswa juga sangat dirasakan sehingga terjadi peningkatan motivasi belajar antar mahasiswa dalam kelompok kecil maupun dalam kelas.

SIMPULAN

Berdasarkan kajian di atas dapat disimpulkan bahwa penerapan model pembelajaran berbasis proyek cipta karya boga dilakukan melalui 6 langkah yaitu (1)Penentuan tema, (2)Mendesain perencanaan proyek, (3)Menyusun jadwal, (4)Aktivitas, (5)Pengujian, (6)Evaluasi pengalaman. Produk karya nyata yang dihasilkan melalui pembelajaran ini adalah hidangan yang menggunakan struktur menu modern yang terdiri dari *appetizer*, *entrée*, *maincourse*, dan *dessert*. Proses penyelesaian produk karya nyata melalui penerapan model pembelajaran berbasis proyek cipta karya boga dapat menumbuhkan jiwa kewirausahaan yang terkategori sangat baik dengan skor rata-rata 83,6.

Saran diperuntukkan bagi pengajar mata kuliah produktif lainnya di jurusan PKK-Tata Boga agar kreativitas belajar seni kuliner dapat ditingkatkan melalui penerapan pembelajaran berbasis proyek. Selain itu disarankan agar penggunaan perangkat bahan ajar divariasikan, baik dalam bentuk bahan ajar elektronik maupun non-elektronik sehingga mampu memberikan inspirasi dalam menuangkan ide-ide kreatif mahasiswa.

REFERENSI

Buck Institute for Education. 1999. Project Based Learning.<http://www.bgsu.edu/organizations/etl/proj.html>.

Gaer, S. 1998. What is Project based learning ?
<http://members.aol.com/CulebraMom/pblprt.html>

Santyasa. 2007. *Model-model Pembelajaran Inovatif*. Materi PLPG. Undiksha.

Sri Adnyawati, Ni DM. 2012. *Model Pembelajaran Berbasis Proyek untuk Meningkatkan Hasil Belajar Cipta Karya Boga Mhs Jrs PKK-Tata Boga FTK Undiksha*. Singaraja: Undiksha.

Suarni, Ketut. 1996. *Perkembangan dan Belajar Anak*. Singaraja: STKIP.

Suryana. 2003. *Kewirausahaan*. Jakarta: PT Salemba Emban Patria.

Zimmerer, W. Thomas. 1996. *Entrepreneurship and the new venture formation*. New Jersey: Prentice Hall International Inc.

SOFT SKILLS DAN PENDIDIKAN GIZI

Siti Hamidah

Pendidikan Teknik Boga dan Busana FT UNY

ABSTRAK

Pendidikan gizi merupakan usaha sadar dan terencana untuk merubah perilaku seseorang menuju pada perilaku yang sadar gizi, sehingga memberi makna bagi pembangunan manusia Indonesia. Orang yang sehat adalah orang yang produktif, menunjukkan kinerja yang dapat memberi manfaat bagi orang banyak. Merubah perilaku orang adalah membutuhkan langkah-langkah yang cukup panjang dan membutuhkan kekuatan yang kuat untuk berubah. Karenanya pendidikan gizi akan berhasil ketika pelaku memiliki kekuatan untuk berubah. Kekuatan untuk berubah adalah *soft skills*.

Kata Kunci: Pendidikan gizi, *soft skills*

PENDAHULUAN

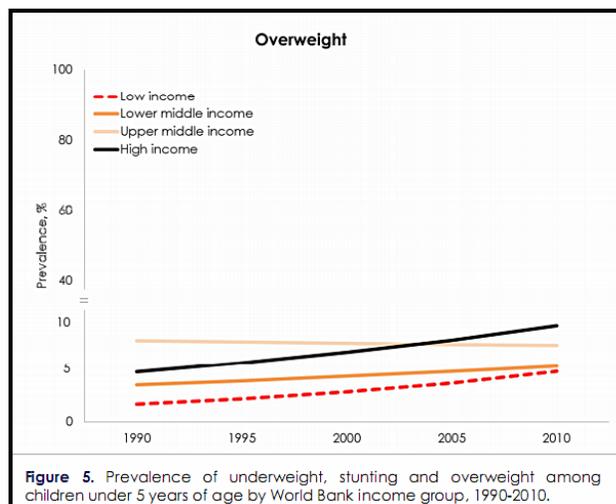
Masalah gizi merupakan masalah mendunia yang memerlukan penanganan yang berkelanjutan. Disatu sisi disebabkan karena ketidakmampuan bidang ekonomi yang memunculkan masalah gizi kurang, disisi yang lain berhubungan dengan kemampuan ekonomi dan sosial yang memunculkan masalah gizi lebih. Keduanya akan memunculkan beragam penyakit, mengurangi produktifitas kerja dan gangguan psikologis.

Sebagai negara berkembang, Indonesia tidak terlepas dari persoalan keduanya bahkan ditengarai semakin bertambah kasus yang berhubungan dengan gizi lebih. Adanya era keterbukaan menyebabkan masuknya budaya asing yang mempengaruhi gaya hidup sebagian besar masyarakat Indonesia tak terkecuali generasi muda. Muncul gaya hidup yang lebih mengutamakan makan untuk memenuhi fungsi-fungsi yang tidak hanya untuk memenuhi rasa lapar. Bisa karena faktor

gengsi, prestise ataupun karena ingin lebih dibandingkan kelompoknya. Keadaan ini memunculkan persoalan gangguan gizi pada sebagian masyarakat.

Adanya gangguan gizi ini akan mempengaruhi berbagai hal antara lain: menurunkan kemampuan belajar bagi para pelajar, menurunnya produktifitas kerja terutama pada usia-usia produktif terutama pada umur 17 tahun sampai 45 tahun, munculnya penyakit-penyakit degeneratif yang lebih awal dari usianya atau terjadi diusia muda dan produktif seperti: darah tinggi, diabetes melitus, kardiovaskuler, ataupun penyakit lainnya. Demikian halnya akibat kurangnya asupan gizi dapat memunculkan menurunnya kekebalan tubuh yang berakibat pada mudahnya terkena infeksi.

Data kondisi gizi di Indonesia terutama pada umur 5 tahun cukup mengejutkan. Artinya baik untuk kelompok *low income*, *lower midle income* dan *high income* menunjukkan kenaikan yang berarti. Terlihat sejak tahun 1990 sampai 2010, terjadi kenaikan jumlah anak yang *overweigh*. Ini menunjukkan bahwa kedepan Indonesia akan menghadapi jumlah penduduk yang bermasalah dengan kelebihan gizi. Secara jelas tergambar di bawah ini:



Gambar: keadaan penduduk usia 5 tahun yang *overweight* (diambil dari <http://www.indonesian-publichealth.>)

Generasi muda adalah tulang punggung Negara, mereka harus sehat, mempunyai perilaku terpuji, dan memiliki daya juang yang tinggi untuk meraih mimpi dan siap menjadi pemimpin. Keberadaan generasi muda yang sehat menjadi indikator keberhasilan pembangunan bidang kesehatan, termasuk didalamnya peran keluarga sebagai inti pendidikan keluarga. Peran keluarga semakin dibutuhkan dengan semakin banyaknya tantangan hidup, dan godaan hidup yang dapat melemahkan sendi-sendi kehidupan dan rapuhnya keluarga. Generasi muda yang sehat salah satunya ditentukan hasil pengelolaan gizi dalam keluarga secara tepat. Karenanya remaja harus sehat

Generasi muda memerlukan pengasuhan gizi yang tepat melalui tiga pusat pendidikan. Keluarga merupakan pendidikan yang pertama dan utama. Sejak kecil anak diasuh dengan pola makan keluarga. Manakala keluarga memiliki konsep yang benar tentang gizi dan kesehatan maka akan melahirkan anak yang sehat, cerdas dan berkemampuan untuk tumbuh dan berkembang secara benar. Demikian halnya pengaruh dari masyarakat. Masyarakat akan memberi warna pada pemahaman ataupun persepsi tentang gizi yang dapat menambah, mengurangi atau menghilangkan pola asuh keluarga tentang gizi dan kesehatan. Keberadaan masyarakat dengan kekayaan sumber belajar baik melalui media masa ataupun pergaulan teman sebaya memiliki pengaruh yang tidak kecil bagi tumbuhnya perilaku-perilaku yang menyesatkan, dan berdampak pada penurunan derajat kesehatan. Hal ini terlihat dengan menjamurnya gerai-gerai makanan yang mampu menggerakkan sebagian besar generasi muda sebagai konsumen fanatik. Keadaan inilah yang ditengarahi naiknya prevalensi penyakit degeneratif yang menyerang generasi muda.

Sekolah merupakan tumpuan pemberdayaan generasi muda menjadi orang yang sadar akan menjaga tingkat kesehatannya dengan mengkonsumsi makanan secara sehat dan benar. Mereka harus dapat memenuhi semua kebutuhan tubuh secara seimbang dan bervariasi, dan diikuti dengan perilaku-perilaku yang mendukung kesehatannya.

Pendidikan gizi merupakan usaha sadar dan terencana untuk merubah perilaku seseorang menuju pada perilaku yang sadar gizi, sehingga memberi makna bagi pembangunan manusia Indonesia. Orang yang sehat adalah orang yang produktif, menunjukkan kinerja yang

dapat memberi manfaat bagi orang banyak. Merubah perilaku orang adalah membutuhkan langkah-langkah yang cukup panjang dan membutuhkan kekuatan yang kuat untuk merubah. Karenanya pendidikan gizi akan berhasil ketika pelaku memiliki kekuatan untuk berubah. Kekuatan untuk berubah adalah *soft skills*.

Melalui tulisan ini akan dibahas bagaimana pembelajaran akan terjadi agar muncul kekuatan untuk berubah.

PEMBAHASAN

Pendidikan gizi dalam keluarga

Keluarga adalah unit terkecil masyarakat. Mutu keluarga akan mewarnai mutu masyarakat. Keluarga memiliki peran menjadikan semua anggota keluarga sadar gizi dan kesehatan dengan membentuk kebiasaan makan yang baik. Pengenalan ragam makanan dan tata cara makan yang benar merupakan kunci membentuk kebiasaan makan. Sejak dini anak dikenalkan dengan beragam *flavor* makanan yang meliputi: penampilan makanan yang baik dan tetap bergizi, ragam aroma dan rasa, suhu yang benar dan tetap bergizi. Berbagai aspek-aspek yang berhubungan biaya makan dan kandungan gizi, perilaku yang salah dalam makan, serta lingkungan sekitar yang dapat merusak gizi. (Drummond & Brefere. 2004:4).

Ibu merupakan orang sentral dalam menanamkan kebiasaan makan yang benar. Ibu harus memiliki pengetahuan yang cukup dan tekad yang kuat agar semua anggota keluarganya memiliki perilaku makan yang benar dan sehat. Ibu harus mampu menyampaikan pengetahuan gizi melalui cara-cara yang sederhana dan mudah difahami. Ibu harus dapat menjadi contoh bagi keluarga, dengan menyajikan makanan yang beragam dan sehat agar terbentuk persepsi yang benar pada anak. Dengan kata lain modal awal pengetahuan gizi anak berasal dari keluarga. Ketika orang tua miskin pengetahuan gizi maka akan melahirkan anak dengan pengetahuan yang miskin pula. Dengan pengetahuan yang cukup anak menjadi kritis ketika berinteraksi dengan lingkungan dan memiliki kemandirian dalam menjaga kesehatannya.

Ibu harus kaya pengetahuan, kreatif dalam menciptakan menu ataupun resep yang mampu menggugah selera makan dan

menyehatkan. Untuk itu diperlukan kemampuan untuk selalu belajar, kerja keras untuk berhasil, komitmen, kreatif, dan tanggung jawab. Dengan modal *soft skills* yang memadai akan memotivasi ibu dalam mengembangkan pengetahuan, yang gilirannya membentuk sikap dan muncul sebagai perilaku positif.

Disadari bahwa ada 3 hal utama yang menjadi fokus perhatian ibu agar bisa menjamin rumah tangganya terjaga keamanan pangannya. 1) Ibu harus dapat menjediakan pangan beragam dan sehat. 2) Walaupun miskin namun keluarga tetap dapat berdaya dengan makanan yang sederhana tetapi tetap memenuhi kebutuhan gizi keluarga. 3) Ibu harus memiliki jurus yang jitu agar dapat menangkal pengaruh budaya makan yang menjerumuskan anggota keluarga kearah yang tidak sehat. Karenanya kesadaran ibu sebagai seorang pendidik keluarga untuk menjadikan sumberdaya manusia masa depan yang sehat, produktif menjadi hal yang penting.

Pendidikan Gizi adalah pendidikan orang dewasa

Sasaran pendidikan gizi yang efektif adalah ibu dan remaja, keduanya merupakan orang yang memiliki peran menjadikan keluarga yang sehat. Ibu adalah orang yang utama dan pertama sementara remaja adalah orang yang nantinya akan membentuk keluarga.

Sebagai orang dewasa, ibu dan remaja adalah orang yang sudah mandiri, mampu mengarahkan dirinya sendiri kearah perilaku gizi yang menguntungkan bagi kesehatan. Pembelajaran terjadi dalam proses menumbuhkan kemandirian. Hal ini sejalan dengan pandangan pendidikan orang dewasa (Sugiyono:2003;36-37) sebagai komponen yang integral, yang merupakan rangkaian global dalam pendidikan seumur hidup. Tujuannya mengembangkan pribadi yang utuh, berpartisipasi secara mandiri dalam perkembangan sosial, ekonomi, dan budaya.

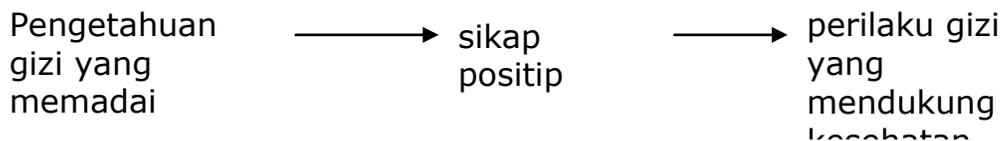
Dengan demikian orang dewasa harus memiliki kepedulian belajar sepanjang hayat, tersistem, dengan tujuan untuk merubah pengetahuan, sikap, keterampilan, nilai dan sikap. Ibu dan remaja telah memiliki modal tentang konsep diri tentang gizi dan kesehatan yang harus terus diperbaharui dengan pembelajaran. Juga telah memiliki pengalaman yang cukup, dan kaya akan nilai kehidupan yang positif.

Karenanya proses pembelajaran bertujuan untuk memperkaya pengetahuan, keterampilan baru dengan mendorong individu meraih lebih jauh daripada apa yang diketahui, menjadi anggapannya, dan keterampilannya.

Manakala pembelajaran terjadi maka kekuatan berasal dari dirinya sebagai bentuk kemadirian belajar. Otonomi belajar terjadi dan pengalaman masa lalu menjadi awal dari perubahan. Kenyataannya belum semua mampu menggerakkan kekuatan untuk berubah ataupun memperbaharui diri dengan pengetahuan, sikap ataupun perilaku positif. Banyak terjadi mereka sudah merasa puas dengan apa yang dimiliki atau merasa sudah cukup, sementara apa yang dikuasai belum sepenuhnya memberi manfaat bagi kehidupan yang positif. Keadaan inilah yang menjadikan pentingnya *soft skills* sebagai kekuatan untuk berubah.

Soft skills dalam pendidikan gizi

Kunci untuk berubah adalah *soft skills*. Dalam bidang gizi merubah perilaku terjadi manakala dimilikinya pengetahuan yang cukup, yang mampu mendorong sikap dan memunculkan perilaku. Bila digambarkan sebagai berikut:



Soft skills merupakan motivasi atau daya dorong untuk berbuat yang terbaik. Manakala *soft skills* melekat dengan aspek yang dipelajari akan semakin menguatkan semangat untuk lebih mendalami obyek belajar. Hal ini sejalan dengan penelitian Bowel (tth: 1 &10) menunjukkan bahwa pembelajaran terintegrasi memberi indikasi pada meningkatnya motivasi. *That is, the integration of technical skills and soft skills in a technical workforce development program such as the CET program at MCC may indeed be a motivating factor for students.*

Dengan melekatnya *soft skills* dengan obyek *soft skills* maka akan semakin mempercepat perubahan perilaku kearah positif. Beberapa *soft*

skills penting sebagai sumber kekuatan adalah: keterampilan komunikasi, keterampilan berfikir kritis dan pemecahan masalah, keterampilan membangun kerjasama, kemampuan belajar sepanjang hayat dan komitmen dan tanggung jawab.

Keterampilan komunikasi diperlukan ibu ketika berinteraksi dengan anggota keluarga. Kemampuan ini merupakan intinya pendidikan gizi. Ibu harus dapat membangun komunikasi yang tepat dengan siapa saja, termasuk dengan anak, suami, ataupun anak yang sudah remaja. Isi komunikasi harus mudah difahami, sehingga ibu harus memiliki kemampuan untuk mengelola isi komunikasi dengan cermat dan tepat.

Keterampilan berfikir kritis dan pemecahan masalah diperlukan ibu sebagai upaya untuk menemukan masalah-masalah yang berdampak pada gangguan gizi keluarga. Ibu harus memiliki kemampuan kritis mencermati sumber masalah terutama adanya perubahan dan pengaruh budaya makan, perkembangan kuliner, perubahan preferensi, perkembangan teknologi bidang makanan. Karenanya ibu sebagai orang sentral penentu masuknya pangan dalam keluarga harus dapat memilih, memilah dan memberi solusi berbagai persoalan pangan yang dapat menurunkan tingkat kesehatan keluarga.

Keterampilan membangun kerjasama penting dilakukan ibu agar anggota keluarga dapat berperan aktif menangkal gangguan gizi yang dapat melemahkan atau menurunkan tingkat kesehatan keluarga. Ibu harus dapat memberi warna pada perilaku gizi setiap anggota keluarga dengan menyediakan makanan yang beragam, memenuhi kebutuhan anggota keluarga dan yang mampu meningkatkan selera. Setiap anggota keluarga harus memiliki kesadaran yang tinggi akan pentingnya kaitan makan dengan kesehatan. Kesadaran ini semakin baik manakala diikuti oleh perilaku sadar gizi dan diwujudkan pada perilaku konsumsi makan baik ketika makan di rumah dan diluar rumah.

Kemauan untuk selalu belajar merupakan kemauan belajar sepanjang hayat. Keadaan ini merupakan pendorong bagi orang untuk mendapatkan berbagai informasi bagi penguatan pengetahuan gizi. Penguatan informasi sangat diperlukan untuk memperbaiki perilaku ataupun membentuk perilaku baru. Banyak terjadi saat seseorang

dihadapkan dengan permasalahan kesehatan, ataupun perilaku konsumsi makan yang merugikan, namun tidak berusaha untuk belajar dari pengalaman masa lalu ataupun untuk memperbaiki diri. Keadaan ini menunjukkan bahwa kemauan untuk belajar merupakan kekuatan untuk berkembang. Orang dengan *soft skills* ini mampu mendapatkan dan memenej berbagai informasi yang relevan. Mudah menerima ide-ide baru yang menguatkan perilakunya.

Komptmen dan tanggung jawab adalah wujud dari kesanggupan untuk menjaga janji bahwa makan bukan hanya memenuhi rasa lapar tetapi untuk mencapai derajat kesehatan yang baik. Makan adalah investasi masa depan, sehingga buruknya perilaku makan saat ini akan berdampak pada 10-15 tahun kedepan. Demikian halnya kesadaran akan tanggung jawab. Karena setiap tanggung jawab terkandung resiko atau akibat manakala tidak melaksanakan apa yang menjadi tanggung jawabnya. Orang dewasa harusnya lebih sadar akan konsekuensi dari perbuatannya. Kesadaran akan konsekuensi ini akan memunculkan rasa tanggung jawab yang besar. Ketika orang dewasa tidak menginginkan dirinya atau anggota keluarga sakit atau terganggu kesehatannya maka akan memunculkan tanggung jawab untuk menjaga kesehatannya dengan perilkku konsumsi makan yang memenuhi sarat kesehatan.

Secara garis besar tersaji dalam tabel berikut:

Tabel: *soft skills* dan contoh perilaku *soft skills* dalam pendidikan gizi

No	<i>Soft skills</i>	Elemen <i>soft skills</i>	Contoh perilaku
1	Keterampilan komunikasi	Kemampuan untuk menyampaikan pesan secara jelas	pesan gizi disampaikan sesuai dengan umur, mudah difahami. Dibedakan anak, remaja, dewasa awal.
		Secara efektif dan bertanggung jawab terhadap isi pesan yang disampaikan	kemampuan berdiskusi dengan anak dengan memberikan alternatif jawaban pilihan gizi yang benar
		Kemampuan	tidak selalu menuruti

		mendengarkan dan memberi respon secara tepat	keinginan anak, dengan memberi alasan yang mudah difahami
2	Keterampilan berfikir kritis dan pemecahan masalah	Dapat mengidentifikasi secara tepat permasalahan	kemampuan menemukan masalah dan bukan masalah gizi dalam keluarga
		Dapat menganalisis masalah-masalah yang sulit	mampu menemukan sebab-sebab masalah gizi yang menimpa keluarga mampu menangkap permasalahan gizi dari interaksi lingkungan atau budaya
		Dapat menciptakan ide-ide untuk memecahkan masalah	mampu memberi solusi yang inovatif dengan resep atau menu yang tepat
3	Keterampilan membangun kerja sama	Mampu membangun interaksi yang efektif dengan orang lain	mampu menciptakan kata sepakat dalam memberikan pendidikan gizi antara orang tua
		Dapat menjadi pemimpin yang dapat menggerakkan pengikut	Ibu mampu memberi dorongan dan kekuatan kepada anggota keluarga untuk berubah
4	Kemampuan belajar sepanjang hayat	Kemampuan untuk mendapatkan, menggunakan informasi, dari berbagai sumber	mampu mencari berbagai sumber informasi gizi dan menggunakannya.
		Mampu untuk selalu memperbaharui informasi	mampu untuk selalu belajar baik dari kesalahan ataupun hal-hal yang baru

5	komitmen dan tanggung jawab	Kemampuan memegang janji dan mewujudkan melalui usaha-usaha	mampu mewujudkan misi sehat bagi keluarga melalui penyedia makanan baik untuk diri dan keluarga
		Mampu bersungguh-sungguh mewujudkan janji sesuai dengan tanggung jawabnya	menunjukkan kesungguhan saat merancang menu, belanja dan memasak . Atau bersungguh-sungguh saat belanja makanan Bersungguh-sungguh dalam membawa gerbong keluarga kearah derajat kesehatan yang baik

Faktor-faktor yang mempengaruhi *intake* makanan

Berbagai faktor yang dapat mempengaruhi intake gizi perlu mendapat perhatian ibu. Hal ini penting untuk menjaga keputusan ibu manakala harus menggerakkan semua anggota keluarga menjadi individu yang sadar gizi. Faktor itu antara lain: faktor fisik, psikhology, sosial (Guthrie. 1986:594)

Faktor fisik ini antara lain: 1) kehilangan kemampuan mengunyah karena berkurangnya jumlah gigi atau gigi tanggal. Keadaan ini harus diatasi dengan menyediakan makanan yang tetap bergizi namun mudah untuk dikonsumsi: seperti jus, sup, bubur, salad dan aneka makanan yang dipotong kecil atau sekali suap. 2) kesulitan mendapatkan makanan karena ada gangguan koordinasi gerak. Kesulitan ini biasanya berhubungan dengan usia. Ini ditunjukkan terbatasnya makanan yang dikonsumsi. Misal: ketidakmampuan menggunakan anggota gerakannya untuk mengolah makanan sehingga makanan terbatas; kesulitan transportasi karena jauh dari pasar; kemampuan untuk memotong daging dan yang lain. Manakala ini menimpa pada keluarga dengan anggota keluarga yang sudah manula, maka akan menyebabkan menurunnya asupan gizi. Untuk itu sudah

sewajarnya anggota keluarga muda membantu menyediakan makanan dengan memberi makanan setiap saat. Kebutuhan gizi manula terjaga serta selera makan tetap baik. 3) gangguan penglihatan yang berimplikasi pada pemilihan makanan. Ini menyebabkan malas mencoba makanan lain karena tidak ada informasi gizi yang benar, kesulitan membaca label makanan sehingga bisa salah memilih atau terbatasnya pilihan makanan.

Faktor *physiological* . Perubahan komposisi tubuh yang terjadi mulai dari saat remaja sampai menjadi tua akan mempengaruhi kecepatan basal metabolisme. Terutama pada perubahan masa lemak dan otot. Semakin tua maka masa otot berkurang dan masa lemak bertambah. Karenanya ibu harus menyadari pola makan individu sesuai umur, agar diperoleh kondisi yang maksimal yang berdampak pada tingkat kesehatan saat tua. Demikian halnya semakin berumur akan kehilangan kepekaan *taste* dan *smell*, berdampak pada menurunnya kemampuan menikmati makanan. Biasanya kemampuan membedakan rasa asin dan manis. Juga bila ada anggota keluarga yang menderita *anorexia*, yang berakibat dari kehilangan asupan gizi seperti: zinc, thiamin, dan yang lebih fatal menjadi terganggu asupan gizinya. Ibu harus dapat membantu secara psikologis untuk bangkit dari kesalahan dan kembali pada perilaku konsumsi makan yang normal.

Faktor sosial, terlihat pada preferensi makanan akibat kebiasaan makan. Preferensi makanan dihubungkan dengan pengalaman saat kecil, saat stress, saat sakit yang berkepanjangan, saat hidup sendiri. Keadaan ini dapat menyebabkan menurunnya asupan gizi manakala tidak ada ibu atau orang dewasa yang membantu. Oleh karena itu pendidikan gizi sangat diperlukan untuk membentuk kebiasaan makanan yang baik dan benar, dan dapat dipertahankan sampai kapanpun.

SIMPULAN

Permasalahan gizi dapat diatasi salah satunya melalui pendidikan gizi. Ibu sebagai pelaku utama penyedia makanan dalam keluarga harus mampu memberi pengetahuan yang memadai tentang gizi dan kesehatan, menumbuhkan kebiasaan makan yang benar dan memberi

contoh-contoh makanan yang sehat dan bergizi bagi semua anggota keluarga baik anak-anak, remaja, dewasa dan orang tua. Agar ibu dapat melakukan dengan penuh kesungguhan dan pantang menyerah diperlukan kekuatan. Salah satu kekuatan yang penting adalah *soft skills*.

REFERENSI

Bowles, J.R. (tth) *Does the Inclusion of "Soft Skill" Training in a Technical Workforce Development Program Effect Student Motivation?* Middlesex Community College.

Guthrie, H.A. 1986. *Introduction Nutrition*. Toronto: Times Mirror College Publishing

MODEL PEMBELAJARAN TEKNIK DRAPING BERBANTUAN VIDEO (MODEL-PTDBV) DI PERGURUAN TINGGI SEBAGAI INOVASI PEMBELAJARAN BERWAWASAN GLOBAL

Widjiningsih

Pendidikan Teknik Boga dan Busana FT UNY

ABSTRAK

Pembelajaran inovatif merupakan pembelajaran yang bersifat *student centered*, yaitu memberikan peluang kepada mahasiswa untuk mengkonstruksi pengetahuan secara mandiri (*self directed*), untuk menginternalisasi, membentuk kembali, atau mentransformasi informasi baru. Terkait hal tersebut maka pembelajaran teknik draping berbantuan video dengan pendekatan *Contextual Teaching and Learning* (CTL), dipandang dapat sebagai inovasi model pembelajaran di perguruan tinggi. Dalam pembelajaran tersebut dosen tidak perlu mendemonstrasikan langkah-langkah draping pola busana yang banyak menyita waktu, dapat digantikan video sebagai alat bantu dalam pembelajaran. Dengan model tersebut mahasiswa akan lebih menghemat waktu dan lebih mudah dalam mengerjakan draping, karena dengan program tersebut proses draping mudah dilihat ulang diberbagai tempat.

Kata Kunci: model pembelajaran, CTL, teknik draping

PENDAHULUAN

Undang-Undang Republik Indonesia nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional yang diundangkan tanggal 8 Juli 2003 sangat diharapkan mampu sebagai pijakan untuk peningkatan mutu pendidikan, yang dalam pasal 3 dinyatakan bahwa Pendidikan nasional berfungsi mengembangkan kemampuan dan membentuk watak serta peradaban bangsa yang bermartabat dalam rangka mencerdaskan kehidupan bangsa, dan bertujuan berkembangnya peserta didik agar menjadi manusia yang beriman dan bertaqwa kepada Tuhan Yang Maha Esa, berakhlak mulia, sehat, berilmu, cakap, kreatif, mandiri, dan menjadi warga negara yang demokratis serta bertanggung jawab.

Seminar Nasional 2014 "Prospek Pendidikan Vokasi dan Industri Kreatif Indonesia Menghadapi Masyarakat Ekonomi ASEAN"

Jurusan PTBB FT UNY, 9 Nopember 2014

Berdasarkan undang-undang tersebut diharapkan sektor pendidikan menjadi partner pemerintah untuk mengatasi masalah multi dimensi melalui peningkatan kualitas sumber daya manusia, penciptaan sistem pembangunan yang baik, dan program yang berkelanjutan. Hal ini sesuai dengan pengalaman berbagai negara maju yang mengakui bahwa investasi dalam pendidikan merupakan hal yang sangat penting dalam memajukan bangsa. Berkaitan dengan hal tersebut maka perguruan tinggi tidak hanya mengajarkan kecerdasan saja kepada mahasiswa, tetapi harus mengajarkan pula tentang nilai-nilai kepribadian, moralitas, kejujuran, kreativitas, dan tanggung jawab, yang perlu diaplikasikan pada setiap perkuliahan, baik yang berbentuk teori maupun praktek.

Pendidikan Teknik Busana bertugas menyiapkan tenaga pendidik untuk Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) program keahlian Tata Busana yang mencetak tenaga kerja tingkat menengah bidang busana. Sehubungan dengan hal tersebut maka program studi Pendidikan Teknik Busana harus dapat melaksanakan perkuliahan dengan efektif dan efisien, yang salah satunya dengan mengembangkan model pembelajaran yang inovatif yaitu memanfaatkan teknologi multimedia pembelajaran dalam bentuk komputer diantaranya dalam bentuk video, yang salah satu keuntungannya adalah untuk menyampaikan informasi dengan cepat dan efektif kepada mahasiswa, yang membuat mereka menjadi lebih tertarik dan termotivasi dalam perkuliahan yang berlangsung.

Teknik draping merupakan teknik pembuatan pola dasar busana, pola busana, maupun busana, dengan menyempirkan atau melilitkan sesuatu (kain/kertas) baik pada boneka maupun langsung pada tubuh model (peragawati) dengan bantuan sematan dan tanpa memerlukan pengukuran (Armstrong, 2008). Mata kuliah ini merupakan mata kuliah praktek dengan salah satu pokok bahasan pola gaun yaitu bentuk busana yang bagian atas (blus) menyatu dengan bagian bawah (rok), baik menggunakan garis pinggang ataupun tanpa garis pinggang (Silabus Teknik Draping Prodi Pendidikan Teknik Busana, 2009).

Sehubungan dengan materi tersebut, perlu dikembangkan model pembelajaran yang lebih komprehensif sebagai salah satu bentuk inovasi pendidikan dalam rangka meningkatkan kualitas perkuliahan

maupun kompetensi mahasiswa di bidang pembuatan pola busana teknik draping. Model perkuliahan ini disebut Model Pembelajaran Teknik Draping Berbantuan Video (Model-PTDBV), dengan menggunakan pendekatan *Contextual Teaching and Learning* (CTL) yaitu konsep belajar yang membantu dosen mengkaitkan antara materi teknik draping yang diajarkan dengan situasi dunia nyata mahasiswa, dan mendorong mahasiswa membuat hubungan antara pengetahuan yang dimilikinya dengan penerapannya dalam kehidupan mereka sebagai anggota keluarga dan masyarakat (Sagala, 2010). Dalam perkuliahan Model-PTDBV, dosen tidak perlu mendemonstrasikan langkah-langkah draping pola busana yang banyak menyita waktu, karena digantikan video sebagai alat bantu dalam pembelajaran, disamping juga dapat menggantikan dosen apabila berhalangan hadir. Dengan model tersebut mahasiswa akan lebih menghemat waktu dan lebih mudah dalam mengerjakan draping yang belum selesai pada jam tatap muka, dan harus diselesaikan di rumah, karena dengan program tersebut proses draping dapat dilihat ulang diberbagai tempat.

Model-PTDBV dapat menuntun dosen dalam pembelajaran untuk menanamkan konsep-konsep pembuatan pola busana teknik draping menjadi lebih mudah, memotivasi mahasiswa untuk lebih mengembangkan teknik draping, sampai dengan penilaian hasil belajar. Berdasarkan model tersebut diharapkan dapat tercipta bentuk pembelajaran teknik draping yang efektif, efisien, praktis dan menyenangkan, meningkatkan kualitas perkuliahan serta meningkatkan kompetensi mahasiswa di bidang teknik draping, khususnya kompetensi membuat gaun straples menggunakan mungcum, yang selama ini belum pernah dibuat mahasiswa ataupun diajarkan dosen dalam teknik draping.

PEMBAHASAN

1. Model Pembelajaran

Model dapat diterjemahkan sebagai abstraksi dari suatu objek yang akan dibangun dan harus dipahami sebelumnya, sehingga abstraksi merupakan kemampuan manusia untuk memahami kompleksitas sesuatu. (Rumbaugh, 1991: 15). Sedangkan menurut Reigeluth (1999: 23) model digunakan untuk berbagai keperluan termasuk pembelajaran, dimana satu komponen terintegrasi dari strategi, ringkasan, penggunaan contoh, penggunaan praktek untuk memberikan motivasi

kepada siswa. Pendapat lain tentang model yang senada, dikemukakan Oliva dalam (Ingridwati Kurnia, 2010), bahwa *"models of teaching are strategies based on theories (and often the research) of educators, psychologist, philosophers, and others who question how individual learn"*. Hal ini berarti setiap model mengajar atau pembelajaran harus mengandung suatu rasional yang didasarkan pada teori, berisi serangkaian langkah strategi yang dilakukan dosen maupun mahasiswa, didukung oleh sistem penunjang atau fasilitas pembelajaran, dan metode untuk mengevaluasi kemajuan belajar siswa.

Dengan demikian model juga merupakan penyederhanaan dari suatu realitas yang kompleks, dan model dikatakan lengkap apabila dapat mewakili berbagai aspek dari realitas yang sedang dikaji. Pendapat senada tentang model yang berkaitan dengan pembelajaran dikemukakan Syaiful Sagala (2006), dimana model merupakan kerangka konseptual yang digunakan sebagai pedoman dalam melakukan kegiatan, adapun pembelajaran adalah kegiatan membelajarkan siswa dengan menggunakan asas pendidikan maupun teori belajar. Sedangkan Bruce Joyce (1985) menjelaskan bahwa model mempunyai banyak fungsi, mulai perencanaan pelajaran, kurikulum sampai desain materi instruksionalnya, dimana model pembelajaran itu sendiri adalah suatu desain atau pola dalam melakukan proses belajar mengajar.

Berbagai pendapat tersebut dapat disimpulkan bahwa model pembelajaran (model desain pembelajaran) adalah bentuk pembelajaran yang tergambar dari awal sampai akhir penyajian materi pembelajaran, dengan menerapkan suatu pendekatan, metode maupun teknik yang berkaitan dengan pembelajaran, yang meliputi aspek-aspek dosen, mahasiswa, materi pelajaran, metode mengajar, media pembelajaran, sampai evaluasi.

Model pembelajaran menurut Bruce Joyce (2004: 25) dikelompokkan menjadi empat, yaitu: (1) Kelompok model pengajaran memproses informasi (*the information-processing family*), menekankan cara-cara dalam meningkatkan dorongan alamiah manusia untuk membentuk makna tentang dunia, dan menyediakan informasi serta konsep pada para pembelajar; (2) Kelompok model pengajaran sosial (*the social family*), penekanannya pada komunitas pembelajaran dengan

mengembangkan hubungan kooperatif didalam kelas; (3) Kelompok model pengajaran personal (*the personal family*), menekankan pada pengembangan kepribadian dengan memahami diri sendiri lebih baik, bertanggung jawab, mendorong produktifitas mandiri, meningkatkan kesadaran, dan belajar untuk menjangkau yang lebih baik dalam kehidupan yang lebih sejahtera; (4) Kelompok model sistem perilaku (*the behavioral system family*), dengan prinsip dasar bahwa manusia merupakan sistem-sistem komunikasi perbaikan diri yang dapat mengubah perilakunya saat merespon informasi tentang seberapa sukses tugas-tugas yang telah dikerjakan.

Gustafson dan Branch 2002 (dalam Benny A. Pribadi, 2009: 87-91) menjelaskan bahwa model pembelajaran dapat diklasifikasikan menjadi tiga kelompok, yaitu: (1) *Classrooms oriented model*, yaitu model pembelajaran yang diimplementasikan di dalam kelas, dengan asumsi adanya sejumlah aktivitas pembelajaran yang akan diselenggarakan didalam kelas dengan waktu belajar yang telah ditetapkan sebelumnya; (2) *Product oriented model*, yaitu model yang dapat diaplikasikan untuk menciptakan produk dan program pembelajaran, sehingga memerlukan analisis kebutuhan yang sangat ketat; (3) *System oriented model*, yaitu model pembelajaran yang ditujukan untuk merancang program pembelajaran dengan skala besar, yang implikasinya memerlukan sumberdaya besar dan tenaga ahli berpengalaman.

Model pembelajaran dari berbagai pendapat tersebut secara umum memiliki kesamaan, meskipun ada sedikit perbedaan, sehingga dalam implementasi pembelajaran pada umumnya akan disesuaikan dengan karakteristik mata kuliah, apakah mata kuliah tersebut berbentuk teori atau praktek, di kelas atau laboratorium. Sehubungan teknik draping merupakan mata kuliah praktek, dan pembelajarannya didalam kelas, maka model pembelajaran yang dapat diterapkan adalah model pembelajaran berorientasi kelas dengan sistem perilaku dalam bentuk prosedural.

Pengembangan model pembelajaran dapat dilakukan dengan berbagai cara sesuai pendapat dari berbagai pakar bidang pembelajaran, diantaranya: (a). Model ASSURE yaitu model yang merupakan sebuah formulasi untuk Kegiatan Belajar Mengajar (KBM)

yang disebut juga sebagai model berorientasi kelas, yang menurut Heinich et al (2002: 34-55) terdiri atas enam langkah kegiatan yaitu: (1) *Analyze Learners*, yaitu mengidentifikasi karakteristik siswa yang akan melakukan aktivitas pembelajaran; (2) *States Objectives*, yaitu menetapkan tujuan pembelajaran yang bersifat spesifik; (3) *Select Methods, Media, and Material*, yaitu memilih metode, media, dan bahan pelajaran yang tepat; (4) *Utilize Media and materials*, yaitu menggunakan metode, media, dan bahan pelajaran, yang sebelumnya perlu diuji coba supaya efektif; (5) *Require Learner Participation*, yaitu keterlibatan mental siswa secara aktif dalam pembelajaran; (6) *Evaluate and Revise*, yaitu evaluasi terhadap semua komponen pembelajaran untuk menilai efektifitas pembelajaran dan hasil belajar siswa, serta revisi untuk menjamin kualitas proses pembelajaran; (b). Model IDI yaitu model pembelajaran yang menerapkan prinsip-prinsip pendekatan sistem, yang memiliki tiga tahapan yaitu *define* (pendefinisian/pembatasan), *develop* (pengembangan), *evaluate* (penilaian), dimana berdasarkan tahapan-tahapan tersebut masing-masing terbagi lagi kedalam 3 langkah, sehingga diperoleh 9 langkah (Depdiknas Dirjen Dikti, 1981: 77-83); (c). Model Dick dan Carey (2005: 6-8) mengemukakan bahwa ada sepuluh langkah untuk mengembangkan model desain pembelajaran, yang meliputi: (1) *Identity Instructional Goals*; (2) *Conducting a goal Analysis*; (3) *Analyze learners and contexts*; (4) *Write Performance Objectives*; (5) *Develop Assessment Instruments*; (6) *Develop Instructional Strategy*; (7) *Develop and Select Instructional Materials*; (8) *Design and Conduct Formative Evaluation*; (9) *Revise Instruction*; (10) *Design and Conduct Summative Evaluation*.

Kesepuluh langkah model Dick and Carey menunjukkan hubungan yang sangat jelas dan tidak terputus antara langkah yang satu dengan yang lainnya, dimana sistem yang terdapat pada Dick and Carey sangat ringkas, tetapi isinya padat dan jelas dari satu urutan ke urutan berikutnya, dengan langkah awal mengidentifikasi tujuan pembelajaran yang sangat sesuai dengan kurikulum perguruan tinggi. Adapun penggunaan model Dick and Carey dalam pengembangan suatu mata kuliah dimaksudkan supaya (1) Pada awal proses pembelajaran mahasiswa dapat mengetahui dan mampu melakukan hal-hal yang

berkaitan dengan materi pada akhir pembelajaran; (2) Terdapat pertautan antara setiap komponen khususnya strategi pembelajaran dan hasil pembelajaran yang dikehendaki; (3) Menjelaskan langkah-langkah yang perlu dilakukan dalam melakukan perencanaan desain pembelajaran.

Dari berbagai model pengembangan tersebut dalam penggunaannya dapat dipilih salah satu secara menyeluruh atau dengan dimodifikasi, maupun mengkolaborasikan antara model satu dengan yang lain, disesuaikan dengan kebutuhan.

2. *Contextual Teaching and Learning (CTL)*

Contextual Teaching and Learning (CTL) merupakan konsep belajar yang membantu dosen mengkaitkan antara materi pembelajaran dengan situasi dunia nyata mahasiswa, dan mendorong mahasiswa membuat hubungan antara pengetahuan yang dimilikinya dengan penerapannya dalam kehidupan mereka sebagai anggota keluarga dan masyarakat (Sagala, 2010: 86). Oleh karena itu tugas dosen lebih banyak menyusun strategi dan mengelola kelas supaya mahasiswa dapat menemukan pengetahuannya sendiri bukan berdasarkan informasi dari dosen. Mahasiswa belajar bukan sekedar menghafal materi atau sekedar diberi konsep oleh dosen, tetapi mengalami sendiri secara langsung dan tidak langsung karena diberi kesempatan untuk mengkonstruksi pengetahuannya sendiri. Dengan konsep pembelajaran ini diharapkan hasilnya lebih bermakna bagi mahasiswa, karena pembelajaran berlangsung alamiah dalam bentuk kegiatan mahasiswa bekerja dan mengalami.

Pendekatan CTL dalam pembelajaran menurut Johnson (2010: 65) mencakup 8 (delapan) komponen, yaitu: (1) membuat keterkaitan-keterkaitan yang bermakna; (2) melakukan pekerjaan yang berarti; (3) melakukan pembelajaran yang diatur sendiri; (4) bekerjasama; (5) berpikir kritis dan kreatif; (6) membantu individu untuk tumbuh dan berkembang; (7) mencapai standar yang tinggi; dan (8) menggunakan penilaian autentik. Untuk mencapai tujuan tersebut, memiliki delapan komponen berikut: membuat keterkaitan yang bermakna, melakukan pekerjaan yang berarti, melakukan pembelajaran yang diatur sendiri, melakukan kerjasama, berpikir kritis dan kreatif, membantu individu untuk tumbuh dan berkembang, mencapai standar tinggi, dan menggunakan penilaian autentik. Menurut Nurhadi & Senduk (2003) dan Trianto (2011), CTL memiliki tujuh komponen yaitu: (1) *constructivism* (konstruktivisme), yaitu yaitu mengarahkan peserta didik menyusun dan membangun makna atas pengalaman baru serta menghubungkannya

dengan konteks yang nyata terjadi; (2) *questioning* (bertanya), yaitu mengondisikan peserta didik untuk berpikir kritis dan membuka dialog terbuka antara murid dengan murid, guru dengan murid, murid dengan narasumber dan lingkungan; (3) *inquiry* (menemukan), yaitu siklus proses dalam membangun pengetahuan/konsep yang bermula dari melakukan observasi, bertanya, investigasi, pengumpulan dan analisis data, menemukan simpulan, kemudian membangun teori atau konsep; (4) *learning community* (komunitas belajar), yaitu berfungsi sebagai wadah komunikasi untuk berbagi pengalaman dan gagasan, menguji dan mengasahnya; (5) *modeling* (membuat model), menemukan dan membangun model yang dapat diaplikasikan dalam konteks kehidupan masyarakat; (6) *reflection* (refleksi), yaitu melihat kembali atau merunut suatu kejadian, kegiatan dan pengalaman teridentifikasi kelemahan, kekurangan, keterbatasan sebagai bahan perbaikan dan penyempurnaan; (7) *authentic assessment* (penilaian otentik), yaitu penilaian yang nyata dan menyeluruh terhadap seluruh aspek pengetahuan, keterampilan, sikap perilaku, dan kepribadian dengan memperhatikan proses dan hasil belajar.

Berdasarkan penjelasan yang telah dikemukakan maka karakteristik model pembelajaran CTL adalah: (a) materi dipilih berdasarkan kebutuhan mahasiswa; (b) peserta didik terlibat aktif dalam proses pembelajaran; (c) materi pembelajaran dikaitkan dengan kehidupan nyata; (d) materi dikaitkan dengan pengetahuan yang telah dimiliki peserta didik; (e) cenderung mengintegrasikan beberapa bidang ilmu sesuai dengan tematiknya; (f) proses belajar berisi kegiatan untuk menemukan, menggali informasi, berdiskusi, berpikir kritis, mengerjakan proyek dan pemecahan masalah (melalui kerja kelompok); (g) pembelajaran terjadi di berbagai tempat, sesuai dengan konteksnya; dan (h) hasil belajar diukur melalui penerapan penilaian autentik.

Media Pembelajaran

Istilah media merupakan bentuk jamak dari kata medium, yang didefinisikan sebagai perantara atau pengantar terjadinya komunikasi dari pengirim menuju penerima (Heinich *et.al.*, 2002; Ibrahim *et.al.*, 2001). Dengan demikian media memiliki fungsi untuk menyampaikan pesan kepada mahasiswa untuk memperoleh berbagai pengalaman belajar, dimana pengalaman belajar tergantung interaksi mahasiswa dengan media, dan media yang tepat mampu meningkatkan pengalaman belajar dan mempertinggi hasil belajar.

Dengan demikian ketersediaan dan pemanfaatan media pembelajaran yang optimal perlu mendapat perhatian dosen. Dosen

perlu mengetahui manfaat penggunaan media dan teknologi pembelajaran untuk meningkatkan kualitas penguasaan kompetensi yang perlu dimiliki oleh mahasiswa. Agar penggunaan media dan teknologi dapat memberikan kontribusi yang optimal terhadap kualitas hasil belajar mahasiswa, maka penggunaan media dan teknologi harus diintegrasikan dengan kegiatan belajar mahasiswa. (<http://belajartuntas.tripod.com/MEDIATEK.htm>)

Media pembelajaran akan memperkaya proses pembelajaran, yang dampaknya hasil pembelajaran berkualitas, oleh karena itu pengalaman belajar yang kaya perlu diberikan kepada mahasiswa untuk berinteraksi dan menunjukkan kompetensi yang dicapai melalui berbagai media. Untuk itu dosen dituntut untuk menguasai keterampilan pemanfaatan berbagai media pembelajaran yang berwawasan global. Salah satu media berwawasan global yang akan digunakan adalah video, yang bersifat interaktif-tutorial membimbing mahasiswa untuk memahami materi pembelajaran melalui visualisasi. Mahasiswa juga dapat secara interaktif mengikuti kegiatan praktek sesuai yang diajarkan dalam video, sehingga tepat untuk mengajarkan suatu proses, khususnya pembuatan pola busana dengan teknik draping, karena karakteristik media video dapat digunakan kapan saja dengan kontrol ada pada pengguna.

Video/VCD dalam pembelajaran adalah suatu media yang dirancang secara sistematis dengan berpedoman kepada kurikulum yang berlaku dan dalam pengembangannya mengaplikasikan prinsip-prinsip pembelajaran, sehingga program tersebut memungkinkan peserta didik mencerna materi pelajaran secara lebih mudah dan menarik. Video/VCD pembelajaran secara fisik merupakan program pembelajaran yang dikemas dalam kaset video atau VCD dan disajikan dengan menggunakan komputer ataupun peralatan VTR atau VCD player serta TV monitor. Media video dipilih karena **memiliki berbagai kelebihan, yaitu : (1)** dapat menstimulir efek gerak; (2) dapat diberi suara maupun warna; (3) tidak memerlukan keahlian khusus dalam penyajiannya; (4) tidak memerlukan ruangan gelap dalam penyajiannya. (Jaka Warsihna, 2009: 8).

3. Penerapan Model-PTDBV Dengan Pendekatan CTL

Teknik pembuatan pola busana pada dasarnya terdiri dari dua macam, yaitu teknik draping dan teknik konstruksi pola. Teknik draping merupakan teknik pembuatan pola busana yang pertama kali berkembang dibidang *fashion*, dan dikembangkan serta disempurnakan selama berabad-abad. Draping merupakan bentuk yang paling kuno dalam berpakaian sebagai warisan umat manusia, yang tersebar luas dan digunakan banyak orang diseluruh dunia. (<http://www.idcw.org.uk/release.html>). Sejak jaman dahulu draping dianggap sebagai cara yang paling beradab dalam berbusana, yang masih bertahan sampai saat sekarang, dan tetap berkembang diberbagai negara. Dengan demikian semula teknik draping hanya untuk membentuk busana langsung pada tubuh seseorang, selanjutnya seiring dengan perkembangan jaman dan teknologi, teknik draping tidak hanya sekedar untuk membenruk busana langsung pada tubuh, namun dapat dikembangkan untuk menciptakan berbagai pola busana, baik pola dasar busana maupun pola busana yang siap pakai sesuai dengan kebutuhan saat sekarang.

Jaffe dan Relis (2003) serta Silberberg dan Shoben (1993) secara ringkas menjelaskan bahwa teknik draping merupakan teknik pembuatan pola dasar busana, pola busana maupun busana, yang telah ada sebelum pola konstruksi berkembang, namun belum banyak dikenal orang. Draping adalah menyampirkan atau melilitkan sesuatu yang berhubungan dengan busana yang tujuannya untuk membuat pola dasar busana maupun pola busana. Sesuatu yang disampirkan atau dililitkan dapat berupa kertas tela maupun kain, baik pada manequin maupun langsung pada tubuh model (peragawati) dengan sematan dan tanpa memerlukan pengukuran. Selain itu dengan teknik draping dapat dibuat pula busana yang langsung pada badan seseorang atau boneka dengan tanpa pengukuran, guntingan dan jahitan, namun cukup disemat dengan peniti yang disebut juga dengan busana lilit (Joseph-Amstrong, Helen, 2008).

Widjningsih (1990) mengemukakan bahwa teknik draping dalam pembuatan pola busana memiliki kelebihan diantaranya: (1) Tidak memerlukan ukuran, karena langsung dapat dibuat pada manequin ataupun tubuh seseorang; (2) Waktu yang dibutuhkan relatif singkat;

(3) Dapat membuat pola dasar busana maupun pola busana siap pakai; (4) Dapat membuat langsung busana sesuai disain yang diinginkan; (5) Dapat melihat proporsi garis-garis desain dan pas tidaknya pola tersebut pada tubuh; (6) Dapat melihat keseimbangan garis-garis desain pada tubuh dan *style* busana. Adapun pola busana yang dapat dibuat dengan teknik draping diantaranya; pola dasar badan dan pola badan/blus, pola dasar lengan dan pola lengan, pola dasar rok dan pola rok, pola dasar celana dan pola celana.

Kompetensi teknik draping berdasarkan unit kompetensi dalam SKKNI, masuk dalam membuat pola busana dengan teknik draping yang berisikan pengetahuan, keterampilan dan sikap kerja yang diperlukan untuk membuat pola busana dilingkup pembuatan busana wanita, yang elemen kompetensinya meliputi: (1) melakukan persiapan draping; (2) memulir/draping bahan sesuai desain; (3) Membuat pola draping sesuai desain; (4) menyimpan pola. (Kepmenakertran, Nomer Kep. 90/Men/V/2010).

Model-PTDBV merupakan model pembelajaran teknik draping berbantuan video yang ditayangkan melalui komputer, digunakan dosen sebagai alat bantu untuk menyajikan langkah-langkah draping, sehingga pembelajaran akan lebih efektif dan efisien serta dapat meningkatkan kualitas perkuliahan dan kompetensi mahasiswa dalam draping gaun straples.

Penerapan Model-PTDBV menggunakan pendekatan *Contextual Teaching and Learning* (CTL), merupakan konsep belajar yang membantu dosen mengkaitkan antara materi teknik draping yang diajarkan dengan situasi dunia nyata mahasiswa dan mendorong mahasiswa membuat hubungan antara pengetahuan yang dimilikinya dengan penerapannya dalam kehidupan mereka sebagai anggota keluarga dan masyarakat (Sagala, 2010: 86). Tugas dosen lebih banyak menyusun strategi dan mengelola kelas supaya mahasiswa dapat menemukan pengetahuannya sendiri bukan selalu berdasarkan informasi dari dosen. Mahasiswa belajar bukan sekedar menghafal materi atau sekedar diberi konsep oleh dosen, tetapi mengalami sendiri secara langsung dan tidak langsung karena diberi kesempatan untuk mengkontruksi pengetahuannya sendiri. Dengan konsep pembelajaran ini diharapkan hasilnya lebih bermakna bagi mahasiswa, karena pembelajaran berlangsung alamiah dalam bentuk kegiatan mahasiswa bekerja dan mengalami.

Dengan demikian karakteristik model pembelajaran CTL dijelaskan sebagai berikut: (a) materi dipilih berdasarkan kebutuhan mahasiswa; (b) peserta didik terlibat aktif dalam proses pembelajaran; (c) materi pembelajaran dikaitkan dengan kehidupan nyata; (d) materi dikaitkan dengan pengetahuan yang telah

dimiliki peserta didik; (e) cenderung mengintegrasikan beberapa bidang ilmu sesuai dengan tematiknya; (f) proses belajar berisi kegiatan untuk menemukan, menggali informasi, berdiskusi, berpikir kritis, mengerjakan proyek dan pemecahan masalah (melalui kerja kelompok); (g) pembelajaran terjadi di berbagai tempat, sesuai dengan konteksnya; dan (h) hasil belajar diukur melalui penerapan penilaian autentik.

Materi teknik draping untuk membuat pola gaun straples meliputi: (a). Langkah kerja mengukur bagian bagian badan untuk membuat gaun straples *bra-top empire*; (b). Langkah kerja menandai garis pola gaun straples *bra-top empire* pada boneka; (c). Langkah kerja menentukan kebutuhan bahan/kertas tela untuk membuat pola gaun straples *bra-top empire*; (d). Langkah kerja draping pola gaun straples *bra-top empire*; (e). Langkah kerja grading pola gaun straples *bra-top empire*; (f). Langkah kerja menjahit gaun straples *bra-top empire*

Langkah-langkah pendekatan perkuliahan teknik draping berbantuan video melalui *Contextual Teaching and Learning* dapat dilaksanakan sebagai berikut: (a). Rencana Pelaksanaan Pembelajaran yang dibuat berdasarkan materi yang akan diajarkan merupakan pedoman bagi dosen untuk membimbing, mengarahkan, dan memfasilitasi mahasiswa dalam proses perkuliahan, sehingga harus dipahami dengan baik; (b). *Constructivism* (Konstruktivisme), merupakan tahap pembelajaran yang dimulai dengan mengeksplorasi pengetahuan dan pengalaman yang telah dimiliki mahasiswa, yang berupa segala sesuatu yang telah dilihat, didengar dan dialami sebelumnya; (c). *Inquiry* (Menemukan), yaitu pengetahuan dan keterampilan yang diperoleh mahasiswa diharapkan bukan hasil mengingat seperangkat fakta, melainkan hasil menemukan sendiri yang berkaitan langsung dengan topik pembelajaran; (d). *Questioning* (Bertanya), adalah mengembangkan sifat ingin tahu mahasiswa dengan banyak bertanya; (e). *Learning Qommunity* (Masyarakat belajar), yaitu adanya kelompok-kelompok belajar untuk berdiskusi dan saling berkomunikasi dalam masing-masing kelompok untuk berbagi gagasan dan pengalaman, serta adanya kerjasama dalam kelompok, maupun antar kelompok untuk memecahkan masalah; (f). *Modeling* (Pemodelan) dalam pembelajaran keterampilan yaitu adanya model yang dapat ditiru, yang pada dasarnya membahasakan gagasan yang dipikirkan, mendemonstrasikan kegiatan/langkah-langkah membuat sesuatu, sesuai materi yang diajarkan, supaya mahasiswa dapat melakukannya.

Pada perkuliahan draping pola gaun straples, pemodelannya menggunakan media video; (g). *Reflection* (Refleksi), yaitu mahasiswa pada setiap akhir pertemuan diminta untuk merefleksikan kegiatan atau pengetahuannya yang baru diterima dalam pembelajaran, secara lisan maupun tulisan singkat, yang dapat digunakan sebagai balikan untuk meningkatkan kualitas pembelajaran berikutnya; (h). *Authentic Assessment* (Penilaian Sebenarnya), merupakan langkah terakhir untuk melakukan evaluasi yang sebenarnya dengan berbagai cara, yaitu kegiatan penilaian unjuk kerja mahasiswa yang menekankan pada apa yang seharusnya dinilai, baik teori (aspek kognitif) maupun praktek yang meliputi persiapan, proses dan hasil, serta aspek afektif yang merupakan sikap mahasiswa dalam pembelajaran.

SIMPULAN

Model Pembelajaran Teknik Draping Berbantuan Video (Model-PTDBV) sebagai inovasi dalam pembelajaran berwawasan global diharapkan dapat meningkatkan wawasan dan kompetensi mahasiswa dalam bidang draping, sehingga dapat mengembangkan berbagai model busana yang lain sesuai dengan tren busana yang sedang berlaku. Fokus Model-PTDBV adalah pada sikap, kerjasama, dan keterampilan bagi mahasiswa.

Pendekatan pembelajaran yang digunakan adalah *Contextual Teaching and Learning* (CTL), supaya pembelajaran Teknik Draping dapat lebih bermakna, sehingga mahasiswa dapat mengkonstruksi sendiri pengetahuan dan pengalamannya, serta menemukan sendiri hal-hal yang dapat dikembangkan pada pribadi masing-masing.

REFERENSI

Armstrong, Helen J. (2008). *Draping for apparel design. Second edition.* New York: Fairchild Publication, Inc.

Benny A. Pribadi. (2009). *Model desain sistem pembelajaran.* Jakarta: Dian Rakyat.

Bruce Joyce, Marsha weil. (1985). *Models of teaching.* New Delhi: Prentice Hall of India

- Depdikbud Dirjen Dikti, Proyek Pengembangan Institusi Pendidikan Tinggi. (1981). *Materi dasar pendidikan program akta mengajar v: Buku III C teknologi instruksional*.
- Dick Walter, Carey Lou, and Carey James O. (2005). *The systematic design of instruction*. Boston: Allyn and Bacon, Permissions Departemen.
- Heinich, R., Molenda, M., Russell, J. D., & Smaldino, S.E. (2002). *Instructional media and technology for learning, 7th edition*. New Jersey: Prentice Hall, Inc.
- Ibrahim, Sihkabuden, Suprijanta, & Kustiawan. (2001). *Media Pembelajaran: Bahansajian program pendidikan akta mengajar*. FIP-UM.
- Ingridwati Kurnia, (2010), *Pengembangan model pembelajaran untuk meningkatkan kemampuan reflektif mahasiswa S1-PGSD*.
- Jafee, H.&NurieR. (2003).*Draping for fashion design*.New York: A Prantice Hall Company Resort.
- Jaka Warsihna. (2009). *Pembuatan media video*. Jakarta: Depdiknas, Pusat Teknologi Informasi dan Komunikasi Pendidikan.
- Johnson, E.B. (2010). *Contextual teaching and learning: Menjadikan kegiatan belajar mengajar mengasyikkan dan bermakna (Terjemahan Setiawan Ibnu)*. Bandung: Kaifa (Buku asli diterbitkan tahun 2002).
- Joyce, B., Weil, M., & Calhoun, E. (2004). *Modesl of teaching (7th ed)*. USA: Person Education, Inc.
- Nurhadi & Senduk, G.A.(2003). *Pembelajaran konstektualdan penerapannya dalam KBK*. Malang: Universitas negeri Malang.

Prodi Pendidikan Teknik Busana. (2009). *Silabus teknik draping*.

Reigeluth, C.M. (1999). What is instructional design theory and how is it changing? Dalam. *Instructional-Design Theories and Models, Volume II: A new paradigm of instructional theory*. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.

Rumbaugh, James. (1991). *Object-oriented modeling and design*. Englewood Cliffs: Prentice Hall.

Syaiful Sagala. (2006). *Konsep dan makna pembelajaran*. Bandung: CV Alfabeta.

Syaiful Sagala. (2010). *Konsep dan makna pembelajaran: Untuk membantu memecahkan problematika belajar dan mengajar*. Bandung: Alfabeta.

Silberberg Lily & Martin Shoben. (1993). *The art of dress modeling*. London: Butterworth Heinemann

Trianto. (2009). *Mendesain model pembelajaran inovatif-progresif*. Jakarta :Kencana Prenada Media Group

Widjningsih.(1990). *Draping*.Yogyakarta: FPTK IKIP Yogyakarta

<http://belajartuntas.tripod.com/MEDIATEK.htm>, diunduh 16 Mei 2014

<http://www.idcw.org.uk/release.html>, diunduh 25 Juni 2014

UPAYA PEMBERDAYAAN PONPES DENGAN PEMBELAJARAN BERBASIS KEWIRAUSAHAAN SEBAGAI PENGUATAN USAHA MANDIRI

**Yuriani
Sri Palupi**

Pendidikan Teknik Boga dan Busana FT UNY

ABSTRAK

Tujuan kegiatan pengabdian ini adalah: 1) meningkatkan pengetahuan, wawasan dan keterampilan/*skill*, para santri di Ponpes dengan memberikan pelatihan produk berbasis pengolahan ikan seperti (Abon Ikan, *Nugget* Ikan, Bakso Ikan, Lele Kremes dan Bakar), 2) memberikan motivasi dan pelatihan wirausaha agar santri memperoleh bekal untuk penguatan usaha mandiri, 3) memberikan pelatihan desain kemasan dan pelabelan produk pengolahan ikan, dan memberikan pelatihan manajemen usaha seperti: perhitungan harga jual, pengurusan ijin PIRT, kadaluarsa. Khalayak sasaran dari mitra pertama sebanyak 15 santri, khalayak sasaran mitra kedua sebanyak 15 santri. Jadi total peserta pelatihan adalah 30 santri. Target dan luaran meliputi aspek produk dan aspek manajemen. Keunggulan Produk olahan ikan dalam pelatihan ini adalah: Menggunakan bahan berkualitas, tidak menggunakan *MSG (MonoSodium Glutamat)*/ *Vetsin*, tidak menggunakan *Borax*, menggunakan Prinsip K3.

Metode yang digunakan adalah metode ceramah, metode praktek, diskusi dan tanya jawab. Rancangan kegiatannya meliputi kegiatan perencanaan yaitu perencanaan produksi dan manajemen. Perencanaan produksi mulai dari membuat jadwal kerja, menyiapkan jobsheet, menyiapkan bahan praktek, uji coba organoleptik, kemasan dan pelabelan. Pelaksanaan kegiatan pelatihan sesuai rencana, evaluasi kegiatan, pemantauan dan pelaporan.

Hasil kegiatan pengabdian pada masyarakat (IbM) bagi Ponpes terutama dapat memberikan motivasi berwirausaha sebagai penguatan usaha mandiri, meningkatkan pengetahuan wawasan dan ketrampilan/*skill* pengolahan produk berbasis ikan seperti: *Nugget* Ikan, Abon Ikan, Bakso Ikan, Ikan Kremes dan Ikan Bakar, para santri dapat

mengeplementasikan/mengaplikasikan pengetahuan dan ketrampilan berwira usaha sesuai kebutuhan pasar. Ikan tidak hanya dijual dalam keadaan segar, tetapi sudah diolah, sehingga dapat meningkatkan *income generating* warga ponpes.

Kata Kunci: Pondok Pesantren, Wirausaha, Pengolahan Ikan

PENDAHULUAN

Yayasan Pondok Pesantren Wirausaha Sunan Kalijaga adalah suatu lembaga pendidikan keagamaan, sosial dan kewirausahaan yang bersifat independen, tidak berada di bawah naungan organisasi apapun. Bertempat di lokasi seluas 3 ha tepatnya di sebelah timur masjid Sunan Kalijogo, RT 03, Jomblangan, Banguntapan, Bantul, Yogyakarta.

Apalagi dilokasi pondok yang cukup luas itu telah ada mempunyai banyak kolam ikan, sehingga potensi dan ketersediaan ikan sangat besar. Ada beberapa jenis ikan yang dipelihara antara lain: lele, nila, patin, gurameh. Rata-rata perbulan bisa panen ikan 300 Kg, yang selama ini dijual dalam keadaan segar.

Jumlah santri putri ada 10 orang dan santri putra ada 16 orang. Usia santri rata-rata 16 tahun yaitu usia Sekolah Menengah Atas. Kegiatan santri yang utama adalah sekolah, setelah pulang sekolah mereka baru melakukan kegiatan keagamaan seperti melatih anak-anak sekitar pondok untuk mengaji, latihan berwirausaha, santri laki-laki mengurus kolam dan ikan, sedang santri putri membuat kue-kue: Pisang goreng, Tahu isi, Bolu Kukus, Kacang telur, Kripik Tempe. Slondok. Ampyang Kacang dll.

Seperti halnya institusi pendidikan yang lain, dalam perjalanannya pondok pesantren wirausaha (PPW) Sunan Kalijaga menemui beberapa kendala. Misalnya, masih kurangnya partisipasi masyarakat atau pemerintah untuk memberikan sumbangan dalam bentuk materil. Bagaimanapun PPW Sunan Kalijaga tetaplah seperti halnya pondok-pondok pesantren lainnya yang membutuhkan dana untuk proses belajar mengajar. Selain itu, masih ada kendala lainnya yaitu belum adanya legalitas dari departemen yang bersangkutan, dikarenakan bentuk pondok pesantren wirausaha ini yang tidak seperti pondok-pondok pesantren pada umumnya.

Meski mengalami kemajuan yang cukup signifikan, pimpinan mengaku masih memiliki beberapa harapan ke depan. Misalnya, untuk bisa menampung segala kepentingan umat dalam pondok pesantren tersebut, karena saat ini fasilitas yang ada hanya bisa mendukung kebutuhan umat dari segi pangan saja. Partisipasi sekecil apapun dan dalam bentuk apapun akan sangat bermanfaat bagi kelangsungan pondok pesantren ini khususnya dan kemauan wirausaha masyarakat Indonesia umumnya.

Panti Asuhan Miftahunnajah Pondok Pesantren Al-Mumtaz terletak di Jl. Ringroad Timur Wonocatur Banguntapan Bantul. Ponpes ini menempati tanah Wakaf seluas 400 m². Santri yang tinggal di Ponpes ini terdiri dari 3 kriteria yaitu: 1. Yatim Piatu, 2. Yatim, 3. Miskin. Jumlah santri ada 85 orang, 18 Santri laki-laki, dan 67 santri wanita. Sebagaimana Panti Asuhan dan Pondok pesantren yang lain untuk operasional kegiatan masih sangat tergantung dari para donatur. Disamping pendidikan formal, para santri juga dibekali dengan berbagai ketrampilan seperti: Menjahit, Memasang payet, Membuat Bros, Mambatik, Produk Herbal, pembuatan Snack. Meskipun Lahan mereka sempit, namun, semangat pengurus maupun para santri sangat antusias untuk mengembangkan bidang usaha/ketrampilan Boga berbasis pengolahan ikan. Meskipun tidak mempunyai kolam ikan namun kegiatan ini bisa diselenggarakan bekerja sama dengan Ponpes Wirausaha Sunan Kalijaga dalam penyediaan bahan baku ikan dengan cara membeli. Juga keberlanjutan kegiatan ini dapat dipertahankan. Pada era globalisasi dan era informasi saat ini kita tidak bisa hidup sendiri sehingga, perlu dan pentingnya kerja sama yang sinergi antar ponpes. Meningkatkan kemandirian dan produktifitas kewirausahaan untuk kesejahteraan warga ponpes dan sekitarnya. Dengan pemanfaatan teknologi mesin pengolahan abon ikan dan juga pengemasan serta pelatihan para santri sampai dengan pemasarannya, diharapkan dapat membantu pada kegiatan yang lebih optimal, yang dampaknya dapat menciptakan perkembangan perekonomian masyarakat luas.

Permasalahan Mitra ke 1

1. Wirausaha yang ada di Ponpes masih terbatas pada produk kue-kue basah sedang kue-kue basah itu tidak bisa tahan lama, hanya tahan 1 hari saja, selain itu peminatnya juga kurang.
2. Masih terbatasnya pemanfaatan hasil perikanan (ikan) yang hanya dijual dalam keadaan segar, sehingga nilai jual ikan itu rendah.
3. Belum adanya sentuhan teknologi peralatan dalam pengembangan produk pengolahan ikan seperti pembuatan Abon ikan, Nugget ikan, Bakso ikan, Peralatan yang digunakan dalam pengolahan masih sangat sederhana seperti wajan, dandang.
4. Minat konsumen yang semakin bervariasi dari segi rasa, kualitas, pengemasan. Untuk itu dibutuhkan keahlian untuk mengembangkan potensi ikan yang ada di pondok pesantren.
5. Kurangnya variasi pengolahan ikan untuk dijadikan sebagai produk unggulan seperti: Abon ikan, Nugget ikan, Bakso ikan.
6. Masih terbatasnya pemahaman tentang manajemen usaha, seperti : administrasi/pencatatan keluar masuknya uang hasil penjualan, menentukan harga jual (BEP)

Permasalahan Mitra ke 2

1. Selain sekolah dan kegiatan keagamaan, kegiatan untuk berwirausaha masih terbatas padapelatihan menjahit, memasang payet, membuat bros, membuat batik, hasil kerajinan tersebut masih belum dipasarkan secara luas.
2. Operasional ponpes memerlukan dana yang cukup besar, sedang *income* hanya dari donatur yang tidak bisa dipastikan/ rutin. sehingga seluruh warga ponpes didorong untuk segera dapat mandiri yaitu dengan berwirausaha,
3. Jumlah santri yang cukup banyak 85 orang itu merupakan potensi, namun potensi yang ada di ponpes ini masih perlu dikembangkan, agar setelah lulus dan keluar dari ponpes, santri dapat usaha mandiri.
4. Keterbatasan lahan di ponpes yang hanya 400 m², namun padat penghuninya.
5. Masih terbatasnya pemahaman tentang manajemen usaha, seperti : administrasi/pencatatan keluar masuknya uang hasil penjualan, menentukan harga jual (BEP) barang yang dihasilkan.

PEMBAHASAN

Pelaksanaan kegiatan pelatihan kewirausahaan ini dapat dikatakan berhasil dengan baik, dan sesuai dengan rencana. Keberhasilan pelatihan ini tidak semata-mata didasarkan pada hasil evaluasi pengetahuan (teori) dan praktek saja tetapi juga keberlanjutan dari pelatihan. Karena pelatihan ini ditujukan untuk membekali keterampilan yang diperlukan oleh santri pondok pesantren Sunan Kalijagamaka pelatihan memiliki peran dan fungsi sebagai salah satu bekal wirausaha untuk para santri di kemudian hari.

Disamping itu hasil pelatihan ini juga akan dikembangkan sebagai produk alternatif usaha mandiri ponpes. Selama ini Ponpes hanya menjual ikan dalam keadaan segar, sehingga nilai ekonomisnya lebih rendah bila dibandingkan dengan produk olahan seperti: Abon ikan, Nugget Ikan, Bakso Ikan dan Produk yang dibuat serta dijual di Ponpes masih terbatas pada kue-kue basah seperti: Pisang goreng, Tahu isi, Roti Kukus, sedangkan kue basah itu tidak bisa tahan lebih dari 1 hari dengan kata lain cepat basi, kurang peminatnya.

Pelaksanaan pelatihan pengolahan aneka produk ikan merupakan upaya dalam meningkatkan pengetahuan dan keterampilan pada santri ponpes Sunan Kalijaga. Khalayak sasaran kegiatan yang direncanakan 30 peserta. Dengan pelatihan ini para peserta atau santri pelatihan akan memiliki wawasan tentang wirausaha, aneka pengolahan ikan yang dapat dijual, dan sekaligus kemampuan pengemasan dan perhitungan harga jual. Dengan pelatihan aneka produk olahan ikan seperti abon, nugget, bakso ikan, para santri memiliki bekal keterampilan usaha. Harapannya pelatihan ini akan memberi modal pengetahuan, keterampilan dan dapat menciptakan perkembangan perekonomian bagi masyarakat luas.

Keterampilan dan pengetahuan diberikan sebagai berikut:

1. Kewirausahaan.

Memberikan pelatihan kewirausahaan kepada santri agar lebih mandiri dalam mengelola usaha pengolahan ikan serta dapat memiliki motivasi berwirausaha tinggi sebagai bekal usaha mandiri.

2. Ikan dan Sanitasi Pengolahannya.

Pemberian pengetahuan tentang ikan, dan penanganan sanitasi hygiene memiliki fungsi untuk menegaskan tentang pemilihan ikan dan penanganan ikan yang harus dilakukan oleh peserta pelatihan manakala akan mengolah aneka olahan ikan yang dilatihkan. Sebagai pemula peserta pelatihan harus memahami pemilihan ikan yang dikaitkan dengan tujuan pengolahan. Tidak semua ikan dapat digunakan untuk pengolahan tersebut. Mereka diminta membuat rancangan bahan, dan alasannya pemilihan bahan tersebut. Dengan cara ini peserta dapat mengecek kebenaran pemilihan ikan sesuai dengan resep. Dapat dinyatakan bahwa pengetahuan tersebut telah diterapkan saat peserta pelatihan memilih ikan untuk, abon, nugget, dendeng.

Demikian halnya peserta pelatihan diberi pengetahuan sanitasi dan hygiene, yang diterapkan saat pengolahan ikan. Mereka mampu menerapkan ketentuan sanitasi dan hygiene itu meliputi: sanitasi pribadi, lingkungan kerja, peralatan. Berdasarkan pengamatan peserta pelatihan antusias saat mendengarkan ceramah, dan telah mampu menerapkan ketentuan sanitasi hygiene pada saat praktek. Terutama bahwa saat menyiapkan ikan, mulai dari membersihkan sampai pemotongan. Harapannya pelatihan tersebut memberi dampak pada saat nanti mereka bekerja di bidang produksi ikan.

3. Aneka Produk Olahan Ikan.

Untuk lebih meningkatkan nilai jual ikan dan daya simpannya, ikan dapat diolah menjadi berbagai macam hasil olahan ikan, seperti Abon Ikan, *Nugget* Ikan, Bakso Ikan, Lele Kremes dan Lele Bakar.

Abon merupakan salah satu hasil awetan produk ikan yang melimpah. Pada umumnya abon memiliki komposisi gizi yang cukup baik dan dapat dikonsumsi sebagai makanan ringan atau sebagai lauk pauk. Abon sebagai salah satu bentuk produk olahan kering yang dikenal masyarakat luas karena harganya cukup terjangkau dan rasanya lezat, tahan lama. Abon Ikan, spesifikasi: rasa asin gurih, tapi ada pula yang berasa pedas, warna kuning kecoklatan, tekstur kering berserabut.

Nugget ikan merupakan hasil olahan ikan yang disajikan sebagai makanan ringan dan sebagai hidangan lauk pauk siap saji. Pengolahan ikan menjadi *nugget* mempunyai keuntungan lebih karena dalam nugget daging yang digunakan telah dipisahkan dari duri dan mempunyai

penampilan yang menarik karena dapat dibentuk dengan bentuk yang bervariasi, penggunaannya lebih praktis, mempunyai daya simpan yang lebih lama, dapat divariasikan dengan bahan sayuran. Nugget Ikan, Rasa Asin Gurih, Warna Kuning kecoklat, Tekstur Padat lunak.

Bakso ikan merupakan hasil olahan ikan yang disajikan dengan menggunakan kuah yang dilengkapi mie/soun, sawi hijau serta disertai sambal dan kecap. Bakso biasanya berbentuk bulat. Adapun ukuran bulatan bakso dari yang kecil, sedang, sampai yang sebesar bola tenis. Rasa Asin Gurih, Warna Putih, Tekstur Kenyal lunak.

Lele Kremes dan Bakar dibuat sebagaimana lele goreng biasa hanya ditambahkan bahan-bahan untuk pembuatan kremes. Dan lele bakar diberi bumbu kemudian dicencam, selanjutnya dibakar diatas api arang.

Keunggulan Produk olahan ikan dalam pelatihan ini adalah:

1. Menggunakan bahan berkualitas.
2. Tidak menggunakan MSG (Mono Sodium Glutamat)/ Vetsi.
3. Tidak menggunakan Borax
4. Menggunakan Prinsip K3
5. Menggunakan peralatan modern, terbuat dari bahan stainless steel

Para peserta pelatihan diberikan terlebih dahulu diberikan resep, bahan untuk membuat empat macam produk ikan: abon, nugget, bakso ikan dan dendeng. Selama pelatihan para peserta (santri) terlibat secara aktif dari awal sampai akhir. Mereka terlihat antusias, bersemangat dalam mengikuti kegiatan pelatihan. Hal ini sebagai motivasi dan penggugah semangat wirausaha bagi para santri di ponpes Sunan Kalijaga

4. Kemasan, Perhitungan Harga Jual.

Kemasan dapat diartikan sebagai wadah atau pembungkus yang berguna untuk mencegah dan mengurangi terjadinya kerusakan-kerusakan pada bahan makanan yang dikemas. Produk ikan yang dilatihkan merupakan produk yang harus dikemas secara baik dan memberi daya tarik produk. Dengan metode ceramah dan pelatihan para peserta menjadi faham dan dapat membuat rancangan kemasan yang sesuai. Pelatihan ini juga mampu memberi pengetahuan tentang perhitungan harga jual. Karena kegiatan ceramah ini diikuti dengan

pelatihan tentang kemasan dan perhitungan harga jual maka peserta pelatihan semakin faham dan rata-rata menyatakan bahwa mereka dapat mengikuti dan mempraktekkan secara benar.

Untuk mengetahui keberhasilan pelaksanaan pelatihan diadakan evaluasi selama proses pelatihan berlangsung, baik saat penyajian teori maupun pada saat praktek. Kriteria dilihat dari kebermanfaatan dan kepuasan materi pelatihan dengan kebutuhan mereka. Respon mereka sebagian besar menyatakan bahwa pelatihan memberi manfaat, memotivasi dan menimbulkan semangat untuk berwirausaha. Demikian halnya materi praktek yang dipilih oleh tim pengabdian, menurut peserta pelatihan sangat sesuai untuk dikembangkan sebagai salah satu produk unggulan ponpes.

Untuk mengetahui sejauh mana pendapat peserta terhadap pelaksanaan pelatihan, kepada peserta pelatihan diberikan angket dan hasilnya sebagaimana tersaji pada Tabel 1 berikut.

Tabel 1. Pendapat Peserta tentang pelatihan pengolahan ikan untuk wirausaha

No	Pernyataan	1	2	3	4
1	Kesesuaian dengan kebutuhan	0	0	13,5%	87,5%
2	Kerja sama	0	0	0	100%
3	Aspek pemberdayaan	0	0	13,5%	87,5%
4	Motivasi untuk berkembang	0	0	16,2%	83,8%
5	Perilaku pengabdian	0	0	11%	89%
6	Komunikasi dengan lokasi	0	0	8 %	92%
7	Waktu pelaksanaan	0	0	19%	81%
8	Keahlian pengabdian	0	0	0	100%
9	Mendorong kemandirian	0	0	19%	81%
10	Manfaat hasil pengabdian	0	0	0	100%

Berdasarkan tabel diatas maka diketahui dari 30 peserta pelatihan hampir semua menyatakan puas dengan apa yang telah disampaikan. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa peserta pelatihan puas dengan pelatihan yang diberikan, karena mampu memberi motivasi, mendorong kemandirian, dan bermanfaat. Disamping itu dari evaluasi ini tim pelatih mendapatkan masukan tentang keberlanjutan program.

Yaitu para santri dan pengasuh menginginkan latihan lanjutan berupa pengembangan produk olahan yang layak jual untuk kalangan masyarakat luas.

SIMPULAN

1. Mitra santri pondok pesantren wirausaha "Sunan Kalijaga" dan Ponpes AL-Mumtaz meningkat pengetahuan, wawasan, dan ketrampilan dalam pembuatan Abon Ikan, Nugget Ikan, Bakso Ikan, Lele Kremes dan Bakar, ikan tidak hanya dijual dalam keadaan segar sehingga dapat meningkatkan *income generating* warga ponpes.
2. Mitra santri pondok pesantren dapat memiliki pengetahuan dan pemahaman tentang kewirausahaan.
3. Mitra santri memiliki pengetahuan dan ketrampilan dalam hal kemasan, pelabelan, pengurusan IRT.

SARAN

1. Dapat lebih mengembangkan produk makanan berbahan ikan, sehingga menjadi produk yang lebih kreatif dan diminati konsumen.
2. Dapat mengembangkan pangsa pasar yang lebih luas.
3. Pengetahuan dan keterampilan yang sudah dimiliki oleh para santri di ponpes Sunan Kalijaga hendaknya dikembangkan dan dimanfaatkan sehingga dapat untuk menambah pendapatan dan sebagai bekal dimasa depan.

REFERENSI

Kotler. P dan Amstrong G. 2007. *Dasar-dasar Pemasaran JILID 1*. Jakarta: PT. Indeks

Lisdiyana Fahrudin. 1998. *Teknologi Tepat Guna Membuat Abon*. Yogyakarta: Penerbit Kanisius. Cetakan ke 8.

Tim Broad Based Education. 2002. *Pendidikan Berorientasi Kecakapan Hidup (Life Skill Education)* Buku I dan II. Jakarta: DepDikNas.

Wasty Soemanto. 1989. *Pendidikan Wiraswasta*. Jakarta: Bina Aksara. Cetakan Kedua.

<http://inforesep.com/resep-abon-ikan.htm>

TEMA:
PENGEMBANGAN INDUSTRI KREATIF
BIDANG BOGA BUSANA DAN RIAS

PEMANFAATAN PERCA KAIN ENDEK SEBAGAI INDUSTRI KREATIF UNTUK MENUNJANG PARIWISATA DI BALI

I Dewa Ayu Made Budhyani

Jurusan Pendidikan Kesejahteraan Keluarga
Universitas Pendidikan Ganesha

ABSTRAK

Kain endek sebagai warisan budaya Bali memiliki berbagai jenis motif hias dapat digunakan sebagai busana adat, pakain ke kantor dan berkembang sebagai *fashion*. Pembuatan busana endek ini menyisakan limbah berupa perca kain yang dapat dimanfaatkan sebagai industri kreatif. Perkembangan pariwisata di Bali memotivasi masyarakat untuk memanfaatkan perca kain endek sebagai industri kreatif melalui berbagai jenis produk kerajinan berupa *souvenir* untuk menunjang pariwisata di Bali. Adapun jenis produk yang dihasilkan dari perca kain endek seperti: gantungan kunci, dompet, tas, kipas, boneka, dan lain-lain.

Kata Kunci: Perca Kain, Industri Kreatif, Pariwisata

PENDAHULUAN

Pulau Bali terkenal dengan keindahan alam, budaya, adat istiadat dan kerajinanannya, sehingga banyak wisatawan domestik maupun luar negeri ingin mengunjungi Bali. Sektor pariwisata saat ini menjadi salah satu investasi penting yang ada di Bali. Menurut data resmi statistik Propinsi Bali terjadi peningkatan kunjungan wisatawan pada bulan Pebruari 2014 sebesar 14,03 persen dibandingkan dengan bulan pebruari 2013 (BPS Propinsi Bali, 2014). Hal ini menunjukkan bahwa wisatawan mengunjungi Bali ke depan diperkirakan semakin meningkat. Pertumbuhan di bidang pariwisata ditunjang dengan adanya industri kerajinan yang memiliki ciri khas dari daerah yang ada di Propinsi Bali. Industri yang berkembang untuk menunjang pariwisata seperti kerajinan kayu, lukisan khas Bali, kerajinan tenun dan sebagainya. Pada umumnya wisatawan yang berkunjung ke Bali tidak

hanya menikmati alam, budaya atau adat istiadatnya, namun tidak lupa mencari *souvenir* yang khas Bali sebagai oleh-oleh untuk teman atau kerabat.

Salah satu kerajinan yang sedang giat dikembangkan di Bali adalah kerajinan kain endek. Kain endek dibuat dengan sistem ikat yaitu dengan mengikat benang pakan maupun benang lungsin. Kain endek memiliki corak dan gaya yang begitu indah dan hampir di setiap kabupaten di Bali mengembangkan motif kain endek dengan kekhasan masing-masing. Keindahan kain endek terlihat dari motif hiasnya yang dipadukan dengan warna-warna yang serasi, sehingga kalau dipakai akan terlihat anggun. Saat ini para perajin endek sudah mulai melakukan inovasi dengan mengeksplorasi motif, warna, dan konstruksinya, sehingga menghasilkan kain yang nyaman dipakai dan indah dipandang. Motif-motif hias yang banyak dikembangkan seperti motif patra, bunga, wajik, dan sebagainya.

Kain tenun endek merupakan produk budaya yang awalnya jenis kain tersebut hanya digunakan para orang tua dan kalangan bangsawan, bahkan kain endek diyakini dapat memberi tuah serta ada juga yang mengisyaratkan nasihat, petunjuk, harapan, kesembuhan, dan lain sebagainya. Saat ini kain endek digunakan tidak hanya sebagai kain (kamen), tetapi kain endek sudah digunakan sebagai busana dan digunakan oleh berbagai kalangan masyarakat, bahkan ada juga digunakan sebagai seragam para pegawai dinas pemerintah daerah Bali dan juga dipergunakan pegawai swasta seperti pegawai bank, hotel dan travel maupun rumah sakit, serta produk *fashion*. Dengan memasyarakatnya kain endek dipakai sebagai busana, tentunya sisa-sisa bahan sayang untuk dibuang. Sisa-sisa bahan bisa dimanfaatkan untuk pembuatan *souvenir* sebagai ciri khas kerajinan Bali. Corak dari tenun endek yang indah diolah oleh orang yang kreatif akan menghasilkan benda atau barang kerajinan yang memiliki nilai jual. Usaha ini dapat dikembangkan untuk menciptakan industri kreatif sebagai penunjang pariwisata di Bali. Industri kreatif ini suatu kegiatan yang menciptakan pengetahuan, produk, dan jasa yang orisinal, berupa hasil karya sendiri.

Industri kreatif di Indonesia harus terus dikembangkan karena industri kreatif dapat memberikan kontribusi ekonomi yang signifikan

dan menciptakan iklim bisnis yang positif serta membangun citra serta identitas bangsa. Di sisi lain, industri kreatif berbasis pada sumber daya yang terbarukan, menciptakan inovasi dan kreativitas yang merupakan keunggulan kompetitif suatu bangsa serta memberikan dampak sosial yang positif. Seperti apakah industri kreatif yang bisa dikembangkan dari limbah(sisa-sisa perca) kain endek?

PEMBAHASAN

Kain Endek

Kain endek di Bali merupakan warisan nenek moyang orang Bali. Kain endek mempunyai ragam hias yang dibuat dengan teknik ikat dengan mengikat benang lungsin atau pakan untuk membentuk hiasan, juga disempurnakan dengan *nyantri* atau *coletan* (Suwati Kartiwa,1985). *Nyantri* adalah memberi tambahan warna dengan cara seperti orang melukis dengan kuas. Teknik ikat ada dua macam yaitu teknik ikat tunggal (benang pakan diikat dengan tujuan mendapatkan warna yang berbeda-beda untuk pembuatan ragam hias, sedangkan benang lungsin polos atau satu warna) dan teknik ikat ganda atau *doble ikat* (benang lungsin dan pakan kedua-duanya diikat, sedangkan menentukan ragam hias telah diperhitungkan pada saat *nyuntik* atau saat kedudukan benang lungsin mulai diatur dan kemudian diaturlah kedudukan benang pakannya hingga terbentuk ragam hias yang diinginkan).

Bahan untuk membuat kain endek pada umumnya dibuat dari benang sutera murni. Seiring dengan perkembangan IPTEKS, kain endek juga dibuat dari benang kapas atau campuran sutera dengan kapas sesuai dengan kualitas yang diinginkan. Kain endek banyak menggunakan variasi warna, seperti warna hijau, merah tua, warna campuran, biru, coklat tua, merah anggur, kuning atau putih. Penggunaan banyak variasi warna pada saat ini banyak digunakan bahan-bahan kimia selain zat warna alami dari umbuh-tumbuhan.

Ragam hias tenun endek terutama unsur-unsur flora, fauna, dan wayang, serta unsur-unsur yang bertemakan dari dogeng-dongeng suci atau mitologi. Kain endek ada juga yang dibuat dari benang emas dan perak pada bagian-bagian pinggirnya. Perkembangan tenun endek saat ini makin menjanjikan, baik dari segi bahan, motif, warna maupun

konstruksinya. Saat ini perajin tenun endek sudah menyesuaikan dengan kebutuhan pasar, dimana bahan lebih banyak diproduksi dari sutra dan katun. Motif dan warnanya dapat disesuaikan untuk pakaian formal, pakaian santai, dan pakaian upacara. Apalagi perajin telah mengenal teknik *air brush*, sangat dinamis dan akrab dengan lingkungan. Di bawah ini contoh beberapa kain endek dengan berbagai motif hias.



Gambar 1. Motif hias bunga
Sumber: <https://www.google.co.id>

Kain endek pada gambar 1, merupakan kain endek dengan motif hias bunga dengan bahan dasar biru tua. Gambar bunga tersebut diulang-ulang dengan warna-warna yang serasi, yaitu warna merah, kuning, hijau, biru, dan ungu. Motif hias endek ini cocok digunakan untuk busana baik untuk perempuan maupun laki-laki.



Gambar 2. Motif hias wajik
Sumber : <https://www.google.co.id>

Pada gambar 2, merupakan kain endek dengan motif hias wajik (geometris) dengan bahan dasar berwarna hitam. Motif hias wajik ini dapat divariasikan dengan motif-motif hias yang lain dengan perpaduan warna yang serasi sesuai dengan selera pasar.

Kain endek saat ini sudah banyak dikombinasikan dengan jenis-jenis kain khas Bali lainnya, hal ini menjadikannya lebih beragam. Kain endek dapat dikombinasikan dengan kain songket . Kain songket adalah kain yang dihias dengan motif menggunakan benang emas atau perak. Pemberian benang emas atau perak ini dapat juga dilakukan pada kain endek. Pada umumnya dijadikan sebagai hiasan pinggir. Kain ini kemudian dikenal sebagai kain endek songket, seperti gambar 3 di bawah ini.



Gambar 3. Kain endek kombinasi songket.

Sumber: www.kidnesia.com/Kain-Endek-Kain-Tenun-Khas-Bali)

Industri Kreatif

Dalam menghadapi tantangan kehidupan globalisasi, kreativitas dan kemandirian sangat diperlukan untuk berhadaptasi dengan berbagai tuntutan di masyarakat. Adanya kemajuan perkembangan teknologi dan informasi kita dituntut untuk lebih kreatif. Hal ini merupakan momentum yang sangat tepat mengingat telah terjadinya pergeseran yaitu pola kerja, produksi dan distribusi seiring berjalannya waktu akan menjadi pendorong untuk meningkatkan perekonomian.

Menurut Departemen Perdagangan Republik Indonesia pengertian industri kreatif didefinisikan sebagai industri yang berasal dari pemanfaatan kreativitas, keterampilan serta bakat individu untuk menciptakan kesejahteraan serta lapangan pekerjaan melalui penciptaan dan pemanfaatan daya kreasi dan daya cipta individu tersebut. Industri kreatif diartikan pula sebagai kumpulan aktivitas ekonomi yang terkait dengan penciptaan atau pengetahuan dan informasi (Wikipedia). Berdasarkan pengertian tersebut industri kreatif merupakan salah satu bentuk industri yang menciptakan, memanfaatkan dan memodifikasi sumber daya yang sifatnya inovatif dengan mengandalkan keahlian, bakat dan kreativitas sebagai kekayaan intelektual yang akan mendorong ekonomi kreatif.

Di Indonesia industri kreatif sudah banyak dilakukan oleh berbagai kalangan karena sangat menjanjikan untuk jangka waktu yang panjang. Meningkatnya kreativitas dan inovasi baru yang dikembangkan masyarakat Indonesia, ternyata mendorong kemunculan industri kreatif di berbagai penjuru nusantara, bahkan Pemerintah Indonesia sudah sering mensosialisasikan ekonomi kreatif guna mengurangi angka pengangguran yang cukup besar di negara kita.

Kementrian Perdagangan Republik Indonesia mengelompokan industri kreatif menjadi 14 kelompok bidang industri di antaranya: (1) periklanan, (2) arsitektur, (3) pasar seni dan barang antik, (4) kerajinan, (5) desain, (6) fesyen, (7) video, film dan fotografi, (8) permainan interaktif, (9) musik, (10) seni pertunjukan, (11) penerbitan dan percetakan, (12) layanan komputer dan piranti lunak (13) televisi dan radio, (14) riset dan pengembangan (Mauled: 2010). Pemanfaatan perca kain endek untuk dibuat berbagai produk inovasi termasuk dalam industri kerajinan.

Kerajinan perca kain merupakan salah satu kerajinan jahit menjahit. Perca kain adalah sisa proses penggunaan kain (Enen Wardana,2000). Kerajinan perca kain ini tergolong limbah dari guntingan yang berasal dari pembuatan pakaian, kerajinan atau produk tekstil lainnya. Caranya adalah memotong beraneka macam kain sisa sesuai dengan bentuk yang diinginkan, kemudian menggabungkan potongan-potongan tersebut dengan menjahit kembali. Sedangkan bahan yang digunakan sesuai dengan sisa perca kain, baik dari bahan yang bermotif hias atau bahan polos. Bahan bermotif hias seperti batik, kain endek dan sebagainya.

Ada beberapa bentuk guntingan yang biasa dibuat dalam mempersiapkan potongan-potongan kain dalam kerajinan ini. Hal ini dilakukan sebelum digabungkan dan dijahit kembali secara detail dan rapih.

a. Bentuk Segitiga

Potongan kain dipotong menjadi bentuk segitiga dengan beragam ukuran, potongan kain segitiga banyak dipakai untuk membuat berbagai kreasi dengan menggabungkan berbagai warna dan teknik aplikasi misalnya berbentuk bunga, binatang, pohon dan sebagainya.

b. Bentuk Persegi

Bentuk persegi ataupun bentuk persegi panjang merupakan bentuk yang paling sederhana. Bentuk persegi ini cocok digunakan untuk motif papan catur.

c. Bentuk Geometri lainnya

Selain bentuk persegi dan segitiga, masih banyak lagi bentuk geometri lainnya seperti segi lima, segi enam, dan lain lain. Semakin banyak sisinya maka semakin sulit untuk dipotong, contoh bentuk yang diaplikasikan untuk motif adalah segi delapan untuk motif sarang lebah.

d. Bentuk Karakter atau Tumbuhan

Biasanya bentuk ini dipakai sebagai pemanis, tapi banyak juga yang memakai bentuk ini untuk motif utama. Bentuknya yang lucu dan bervariasi membuat banyak orang menyukai bentuk yang satu ini.

Teknik jahit untuk kerajinan ini menggunakan teknik dengan mesin jahit atau tangan. Semakin kecil potongan kain atau bentuk potongan kain tidak beraturan, maka semakin rumit teknik menjahitnya. Untuk mempercantik dari hiasan tersebut dapat ditambahkan macam-macam tusuk hias seperti tusuk tikam jejak, festoon, tusuk rantai, dan sebagainya.

Cara Mengembangkan Perca Endek Sebagai Souvenir

Dengan adanya himbauan mencintai produk dalam negeri, maka endek dijadikan seragam untuk pegawai pemerintah maupun swasta di Bali. Perca kain endek yang memiliki motif-motif yang indah sayang untuk dibuang. Untuk itulah diperlukan sentuhan khusus dari tangan-tangan kreatif menciptakan produk yang dapat berfungsi bagi masyarakat. Bali yang dikenal sebagai tujuan wisata dunia, memiliki sangat banyak potensi kreatif. Potensi ini perlu dikembangkan untuk menciptakan kesejahteraan dan lapangan pekerjaan dengan menghasilkan dan mengeksplorasi daya kreasi dan daya cipta untuk menyokong industri pariwisata.

Memanfaatkan kain perca sebagai bahan baku utama pembuatan aneka kerajinan ternyata bisa menjadi salah satu peluang bisnis yang sangat menguntungkan. Dari kain sisa jahitan yang awalnya tidak

bernilai, bisa dikreasikan menjadi berbagai macam produk kerajinan yang memiliki fungsi dan harga jual cukup tinggi.

Kain perca endek bisa dimanfaatkan menjadi beberapa bentuk kerajinan yang fungsional dan bernilai jual, misalnya :tas, sandal, taplak meja, spreng, sarung bantal, dompet, kipas, gantungan kunci dan lain-lain. Hal yang perlu dipersiapkan untuk membuat souvenir dari perca kain endek adalah:

- a. Menentukan ide dan desain produk yang akan dibuat.
 - b. Memperluas pengetahuan untuk mengembangkan ide-ide dengan membaca buku-buku referensi, searching model-model baru dari internet atau observasi ke lapangan untuk mengetahui produk yang sedang digemari oleh masyarakat, agar tidak ketinggalan zaman.
 - c. Mempersiapkan bahan dan alat yang diperlukan
 - d. Menentukan harga jual produk yang dihasilkan
- Contoh kain perca endek yang dipakai sebagai souvenir.



Gambar 4: Gantungan kunci
Sumber: Dokumen pribadi



Gambar 5. Dompet tangan
Sumber: Dokumen pribadi



Gambar 6. Kipas
Sumber: Dokumen pribadi

SIMPULAN

Pemanfaatan perca kain endek sebagai bahan baku utama pembuatan *souvenir* bisa menjadi salah satu peluang bisnis yang sangat menguntungkan. Dari kain sisa jahitan yang awalnya menjadi limbah dapat digunakan sebagai produk industri kreatif. Berbagai jenis produk yang dihasilkan dari perca kain endek seperti: gantungan kunci, kipas, dompet tas, sarung bantal dan sebagainya. Produk-produk tersebut

dapat menunjang perekonomian masyarakat Bali sebagai tujuan wisata dunia.

REFERENSI

Anne Ahira. www.anneahira.com./kain-perca.htm

BPS Propinsi Bali. 2014. Berita Resmi Statistik.

Enen Wardana. 2000. Aneka Kerajinan Dari Kain Perca. Puspa Swara: Jakarta.

----- <https://www.google.co.id/Artikel+motif+tenun+endek+bali>

----- id.wikipedia.org/wiki/Industri_kreatif

----- www.kidnesia.com/Kain-Endek-Kain-Tenun-Khas-Bali

Riana Isti Muslikhah. 2014. Pengembangan Industri Fesyen Sebagai Industri kreatif Unggulan Untuk Mendorong Pembangunan Ekonomi Indonesia. Diakses dari [rianamuslikhah.blogspot.com/pengembang-industri-fesyen-sebagai.html](http://rianamuslikhah.blogspot.com/pengembang-industri-fesyen-sebagai-html). Tgl 30 Oktober 2014.

Suwati Kartiwa. 1985. Tenun Ikat. Djambatan: Jakarta

INDUSTRI PARIWISATA

UNTUK MEMPERKUAT EKONOMI KERAKYATAN

Minta Harsana dan Maria Triwidayati
Mahasiswa S3 Kajian Pariwisata UGM

ABSTRAK

Pariwisata merupakan sektor yang dapat diandalkan dalam meningkatkan ekonomi kerakyatan. Pariwisata merupakan suatu bidang yang bersifat padat karya, serta mampu menyerap tenaga kerja dalam jumlah yang besar. Selain itu pengembangan Pariwisata berkelanjutan dan pengembangan pariwisata berbasis masyarakat menjadikan rakyat sebagai sasaran akhir yaitu menciptakan kesejahteraan. Namun demikian dalam pengembangannya perlu dibarengi dengan peran serta masyarakat untuk secara aktif menjaga citra dan menjamin kenyamanan serta keamanan wisatawan. *Kesadaran kolektif tentang arti penting sektor pariwisata bagi ekonomi kerakyatan benar-benar diperlukan dalam membangun sebuah industri pariwisata.*

Kata Kunci : *Industri ,Pariwisata,Ekonomi Kerakyatan*

PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan suatu bidang yang banyak menyediakan lapangan kerja bagi masyarakat, dan bahkan sering disebut sebagai suatu bidang yang "padat karya" yaitu sektor atau bidang yang mampu menyerap tenaga kerja manusia dalam jumlah yang sangat banyak. Dikatakan juga bahwa pariwisata bisa digunakan untuk menanggulangi kemiskinan (Damanik dkk, 2005). Salah satu cara melihat peran pariwisata adalah dari program internasional dalam mengurangi kemiskinan dan harmonisasi sosial yang telah dimulai sejak hari pariwisata dunia tahun 2003, yang selanjutnya ditindaklanjuti dengan berbagai kegiatan antara lain jaringan *Sustainable Tourism-Eliminating Poverty* (STEP) yang mengkoordinasikan pilot project dan mobilisasi pendanaan. Peran pariwisata dalam mengurangi kemiskinan, sangat signifikan, meskipun kadangkala belum merata menjangkau seluruh

masyarakat. Pariwisata sebagai sektor produktif memiliki keunggulan dibandingkan dengan sektor lain, yaitu:

1. Memiliki potensi lebih besar untuk *link* dengan pengusaha lokal lainnya karena customer datang ke daerah tujuan wisata,
2. Intensif tenaga kerja dan penyerapan tenaga wanita relative tinggi,
3. Potensial pada negara-negara miskin dan wilayah yang tidak memiliki daya saing komoditi ekspor
4. Produk pariwisata dapat dikembangkan berdasarkan sumber daya alam dan budaya yang merupakan asset yang dimiliki masyarakat lokal. (<http://www.hildiktipari.org/>) .

Lebih lanjut perkembangan pariwisata dewasa ini yang mengarah kepada pariwisata berkelanjutan berdasar pada prinsip pengembangan yang berpijak kepada keseimbangan aspek pelesatarian/pengembangan serta berorientasi ke depan (jangka panjang).Penekanan kepada nilai manfaat yang besar bagi masyarakat setempat,pengelolaan sumber daya yang tidak merusaknamun berkelanjutan untuk jangka panjang baik secara sosial, budaya, ekonomi.Ada keselarasan yang sinergis antara kebutuhan wisatawan,lingkungan hidup dan masyarakat lokal. (Windu Nuryanti 1995:22).

Pengembangan pariwisata berkelanjutan menghendaki partisipasi semua pihak yang berperan di dalamnya dan juga kepemimpinan politik yang tegas dari pemerintah untuk memastikan cakupannya dalam skala yg lebih luas guna pembentukan konsensus. Untuk mencapainya tentu saja diperlukan usaha yg terus menerus, namun pada akhirnya akan membawa manfaat yg baik terhadap masyarakat. Di samping itu meningkatkan kesadaran mereka tentang sesuatu yg berkelanjutan dan mempromosikan praktek-praktek pariwisata berkelanjutan diantara mereka.

Disamping jumlah wisman yang makin meningkat, saat ini pun telah terjadi perubahan *consumers-behaviour pattern* atau pola konsumsi dari para wisatawan . Mereka tidak lagi terfokus hanya ingin santai dan menikmati *sun-sea and sand*, saat ini pola konsumsi mulai berubah ke jenis wisata yang lebih tinggi, yang meskipun tetap santai tetapi dengan selera yang lebih meningkat yakni menikmati produk atau

kreasi budaya (*culture*) dan peninggalan sejarah (*heritage*) serta *nature* atau eko-wisata dari suatu daerah atau negara.

PEMBAHASAN

PENGEMBANGAN PARIWISATA BERBASIS MASYARAKAT

Sebelum diluncurkan pengembangan pariwisata berkelanjutan (Sustainable tourism) di Indonesia, telah dikembangkan pula pengembangan pariwisata berbasis masyarakat (community-based tourism/CBT). Sub sektor pariwisata diharapkan dapat menggerakkan ekonomi rakyat, karena dianggap sektor yang paling siap dari segi fasilitas, sarana dan prasarana dibandingkan dengan sektor usaha lainnya. Harapan ini dikembangkan dalam suatu strategi pemberdayaan masyarakat melalui pengembangan pariwisata yang berbasis kerakyatan atau *community-based tourism development*. Program ini berawal pada bulan Juli 2000, Bank Dunia mulai memikirkan tentang cara menanggulangi masalah kemiskinan melalui sektor pariwisata dengan meluncurkan istilah . yang kemudian dikenal dengan “ community-based tourism ” (CBT). Selanjutnya diidentifikasi adanya tiga kegiatan pariwisata yang dapat mendukung konsep CBT yakni adventure travel , cultural travel dan ecotourism . Dibahas pula kaitannya dengan akomodasi yang dimiliki oleh masyarakat atau disebut *small family-owned hotels* yang biasanya berkaitan erat dengan tiga jenis kegiatan tersebut. Bank Dunia yakin bahwa peningkatan wisata adventure , ecology dan budaya akan mampu meningkatkan pendapatan masyarakat setempat dan sekitarnya sekaligus memelihara budaya, kesenian dan cara hidup masyarakat disekitarnya. Selain itu CBT akan melibatkan pula masyarakat dalam proses pembuatan keputusan, dan dalam perolehan bagian pendapatan terbesar secara langsung dari kehadiran para wisatawan.

Dengan demikian CBT akan dapat menciptakan kesempatan kerja, mengurangi kemiskinan dan membawa dampak positif terhadap pelestarian lingkungan dan budaya asli setempat yang pada akhirnya diharapkan akan mampu menumbuhkan jati diri dan rasa bangga dari penduduk setempat yang tumbuh akibat peningkatan kegiatan pariwisata. Jadi sesungguhnya CBT adalah konsep ekonomi kerakyatan di sektor riil, yang langsung dilaksanakan oleh masyarakat dan

hasilnyapun langsung dinikmati oleh mereka (Setyanto P. Santosa, 2002 dalam <http://kolom.pacific.net.id>)

Dikaitkan dengan pemberdayaan masyarakat, fungsi dan tujuan pengembangan itu sendiri adalah sebagai berikut:

1. mendorong pembangunan ekonomi daerah maupun nasional yang diwujudkan melalui penerimaan devisa langsung maupun tak langsung dari kegiatan pariwisata,
2. pengembangan wilayah dan daerah tertinggal melalui aktifitas kepariwisataan,
3. mendorong upaya pelestarian dan pengembangan sumberdaya alam dan budaya,
4. mendorong tumbuhnya rasa cinta tanah air dan budaya bangsa, serta
5. mendorong peningkatan kesejahteraan ekonomi masyarakat (Pemberdayaan masyarakat).

Penguatan dan peningkatan kapasitas, peran, dan inisiatif masyarakat sebagai salah satu *stakeholder* penting di luar unsur pemerintah dan swasta untuk dapat berpartisipasi dan berperan aktif dan strategis sebagai subyek maupun sebagai penerima manfaat dalam pengembangan kepariwisataan secara berkelanjutan. Sebagai subyek pengembangan masyarakat menjadi pelaku penting dan terlibat secara aktif dalam perencanaan dan pengembangan kegiatan kepariwisataan. Sebagai penerima manfaat masyarakat memperoleh nilai manfaat ekonomi signifikan dari pengembangan kegiatan kepariwisataan yang akan meningkatkan kualitas hidup dan kesejahteraan sosial masyarakat

Namun demikian, sektor pariwisata harus menyadari bahwa berbagai daya kreasi di sektor ekonomi rakyat akan menjadi daya tarik wisatawan asing karena berbagai produk yang dihasilkan oleh ekonomi rakyat ini sangat jelas memuat "*local contents*" "*uniquely Indonesia*" dan "*typically local*". Kita bisa lihat berbagai kerajinan songket, ukiran kayu, anyaman, produk yang terbuat dari biota laut, dan aneka jenis makanan dan minuman merupakan sesuatu yang layak dijual. Hal yang harus diperhatikan adalah berkaitan dengan mutu, ukuran, keamanan, kemasan, dan pola pemasaran.

Berkenaan dengan hal itu, Pariwisata mampu menjadi penggerak ekonomi kerakyatan yang berbasis pada usaha kecil menengah (UKM) sehingga tercipta pendapatan dan lapangan kerja bagi masyarakat

menengah ke bawah. Hidup matinya UKM di pusat-pusat kerajinan sangat bergantung pada industri pariwisata. 80% pelaku bisnis pariwisata adalah usaha kecil menengah (pernyataan Jero Wajik pada tanggal 1-6-2011)

Namun demikian Indonesia masih kalah jauh dengan Malaysia dan Thailand. Pemerintah Malaysia dan Thailand menganggap bahwa industri pariwisata adalah urat nadi ekonomi kerakyatan yang berbasis pada usaha kecil. Apabila terjadi penurunan jumlah wisatawan, akan berimbas langsung bagi para pengusaha kecil. Oleh karena itu dua negara tersebut sangat serius membangun industri pariwisata. Keseriusan pemerintah diimbangi dengan peran serta masyarakat di kedua negara tersebut yang sangat menyadari industri pariwisata telah menjadi urat nadi bagi kehidupan dan kelangsungan usaha mereka. Masyarakat secara aktif turut memberikan layanan, kenyamanan dan keamanan bagi wisatawan, terutama wisatawan Mancanegara.

Hal itu berbeda dengan di Indonesia, yang dari sisi pemerintah belum serius dalam mengembangkan kepariwisataannya, di tambah lagi belum ada kesadaran kolektif tentang arti penting industri pariwisata bagi ekonomi kerakyatan. Kesadaran rakyat tentang arti pentingnya jaminan keamanan dan kenyamanan bagi wisatawan masih sangat kurang. Hal itu tampak dari jaminan keamanan kepada turis asing atau wisman masih sangat sangat memprihatinkan. Para wisman kerap kali justru menjadi korban kejahatan. Padahal, jaminan keamanan kepada para wisman adalah *comparative advantage* dan *added value* dalam industri pariwisata. Beberapa waktu lalu misalnya, dua orang wisman asal Korea Selatan (Korsel) dan Inggris, yang sedang berbelanja di Mangga Dua dan Atrium Senen, Jakarta Pusat, telah menjadi korban aksi perampokan. Kasus di Bali lebih tragis lagi, turis wanita Jepang bukan saja menjadi korban pemerasan namun juga menjadi korban pelecehan seksual (<http://wisata.kompasiana.com/jalan-jalan/2011/06/26/industri-pariwisata-indonesia>). Selain itu juga belum meratanya kesadaran para pelaku usaha untuk menjaga keberlanjutan usaha seperti misalnya oknum pedagang lesehan yang seringkali mematok harga makanan jauh di atas harga standar untuk meraup keuntungan sebanyak-banyaknya. Sering pula terjadi tukang becak yang menaikkan harga jauh melebihi harga normalnya. Hal-hal seperti

tersebut di atas apabila dibiarkan akan merusak citra mereka sendiri dan sekaligus merusak citra pariwisata daerahnya.

Peran serta aktif masyarakat harus ditumbuhkan dengan jalan dilakukan pembinaan oleh instansi terkait yaitu Dinas Pariwisata. Secara rutin Dinas Pariwisata harus selalu mengumpulkan dan memberikan masukan-masukan kepada pelaku usaha pariwisata agar kesadaran mereka untuk menjaga citra pariwisata terus berkembang. Selain itu biasanya para pelaku usaha membentuk kelompok-kelompok seperti kelompok koperasi ataupun kelompok arisan yang tujuan utamanya adalah untuk menjalin silaturahmi antar teman seprofesi. Contohnya adalah Koperasi Pedagang Asongan Prambanan, Kelompok Tukang foto, Paguyuban tukang becak, paguyuban pedagang lesehan dan opedagang kaki lima, dan sebagainya. Mereka selalu mengadakan pertemuan rutin. Pada acara itulah biasanya dilakukan penyuluhan-penyuluhan yang tujuannya agar para pelaku usaha pariwisata tersebut memiliki kesadaran untuk memberikan yang terbaik bagi wisatawan. Selain itu mereka juga membuat komitmen bersama mengenai aturan-aturan dalam menjalankan usahanya, dan apabila ada yang melanggar, maka teman-teman lain akan menegur dan apabila sudah sulit disadarkan maka mereka memberikan hukuman moral berupa pengucilan dari komunitas tersebut.

SIMPULAN

Dari uraian di atas dapat disimpulkan bahwa Pariwisata merupakan sektor yang dapat diandalkan untuk meningkatkan ekonomi kerakyatan. Hal itu karena pariwisata merupakan suatu bidang yang bersifat padat karya, yaitu mampu menyerap tenaga kerja dalam jumlah yang besar. Selain itu pengembangan Pariwisata berkelanjutan dan pengembangan pariwisata berbasis masyarakat menjadikan rakyat sebagai sasaran akhir yaitu menciptakan kesejahteraan. Namun demikian dalam pengembangannya perlu dibarengi dengan peran serta masyarakat untuk secara aktif menjaga citra dan menjamin kenyamanan serta keamanan wisatawan. *Kesadaran kolektif tentang arti penting sektor pariwisata bagi ekonomi kerakyatan benar-benar diperlukan dalam membangun sebuah industri pariwisata.*

REFERENSI

- Anom, I Putu. 2010. *Pembangunan Kepariwisata Berkelanjutan (Sustainable Tourism Development)* dalam <http://balisustain.blogspot.com/2010/08/pembangunan-kepariwisataan.html>
- Damanik, Janianton. Kusworo, Hendrie Adji. Raharjana, Destha T. 2005. *Penanggulangan Kemiskinan Melalui Pariwisata*. Puspar UGM.
- Kusmayadi. *Tantangan dan Peluang Tenaga Kerja Pariwisata Luar Negeri*. Dalam http://www.hildiktipari.org/index.php?option=com_content&view=article&id=70:tantangan-dan-peluang-tenaga-kerja-pariwista-luar-negeri&catid=1:latest-news
- Nuryanti, Windu. 1995. *Perencanaan Pembangunan Regional dan Kawasan untuk Kepariwisata Alam*. Dalam Chafid Fandeli. Ed. *Dasar-dasar manajemen Kepariwisata alam*. Penerbit Liberty. Yogyakarta.
- Setyanto P. Santosa, 2002 . *Pengembangan Pariwisata Indonesia*. Dalam <http://kolom.pacific.net.id>
- Sutrisna, Kadek Fendy. 2011. ***Industri Pariwisata Indonesia***. dalam <http://wisata.kompasiana.com/jalan-jalan/2011/06/26/industri-pariwisata-indonesia>.
- Swarbrooke, J. 2004. *Sustainable Tourism Management*. CABI Publising. Oxon, UK.

STRATEGI USAHA PRODUK MASKER PENUTUP HIDUNG DAN MULUT DALAM PENGEMBANGAN INDUSTRI KREATIF

Sri Emy Yuli Suprihatin

Pendidikan Teknik Boga dan Busana

ABSTRAK

Pengembangan potensi industri kreatif dalam sektor ekonomi kreatif kedepannya akan tetap menjadi sebuah alternatif penting dalam meningkatkan kontribusi dibidang ekonomi. Usaha produk masker penutup hidung dan mulut memiliki potensi cukup besar dalam pengembangan industri kreatif, potensi ini didukung oleh kondisi udara kotor di kota-kota besar yang ada di Indonesia dapat mengganggu saluran pernafasan. Selain itu telah menjadi trend dengan munculnya masker bermotif yang unik dan menarik bagi remaja yang dibuat dengan tetap memperhatikan konstruksi anatomi manusia agar dipakai nyaman dan aman. Dalam penetapan strategi yang tepat pengembangan usaha masker hidung dan mulut dilakukan dengan analisis SWOT kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman.

Kata Kunci: Strategi Usaha, Masker Penutup Hidung dan Mulut

PENDAHULUAN

Tuntutan akan perekonomian yang lebih efisien menyebabkan kebutuhan akan inovasi semakin besar, sehingga dikembangkan konsep ekonomi kreatif untuk menjawab tuntutan tersebut. Ekonomi kreatif adalah konsep ekonomi yang mengandalkan kreativitas individu dalam mengoptimalkan daya saing yang dimiliki. Ekonomi kreatif pada prinsipnya adalah pengembangan sumber daya manusia yang bermutu tinggi dan didayagunakan sepenuhnya dalam pembangunan. Dalam teori produksi ada beberapa komponen input produksi yang diproses untuk menciptakan produktivitas seperti modal (capital), lahan (land), tenaga kerja (labor) dan teknologi (technology). Input ini yang harus didayagunakan dan dialokasikan dengan baik untuk mendorong penciptaan produktivitas. Wiko (Kamis, 8 Desember 2011). Salah satu industri kreatif yang potensial adalah produk masker unik dari sisi bahan

maupun kontruksinya. Hal ini sangat didukung oleh kondisi udara kotor di kota-kota besar yang ada di Indonesia dapat mengganggu saluran pernafasan. Hal ini menyebabkan banyak pengguna kendaraan sepeda motor memakai masker untuk mencegah terjadinya gangguan pernafasan. Saat ini telah menjadi trend dengan munculnya masker bermotif yang unik dan menarik. Penutup hidung dan mulut yang sering disebut masker ini dapat dijadikan peluang usaha yang menarik bagi para ibu rumah tangga.

Selain alasan untuk melindungi sistem pernafasan agar terhindar dari gangguan pernafasan, bagi sebagian besar anak muda menggunakan masker yang bermotif unik ini hanyalah sekedar untuk bergaya dan mengikuti trend saja. Jumlah pengguna sepeda motor yang meningkat dari tahun ke tahun merupakan peluang usaha yang menggiurkan. Pemberian motif atau pemilihan motif bahan baku menjadi daya tarik tersendiri bagi konsumen terhadap penutup hidung dan mulut atau masker ini. Motif masker ini sangat bermacam-macam, untuk anak-anak motifnya gambar lucu, untuk ibu-ibu atau wanita dewasa motif bunga-bunga dan untuk laki-laki biasanya polos atau tidak bermotif. Motif masker dapat diciptakan dengan mengikuti kemauan konsumen. Selain itu konstruksi masker penutup hidung dan mulut sendiri diciptakan sesuai konstruksi anatomi manusia, sehingga dipakai nyaman.

PEMBAHASAN

Rifki Amelia dalam tulisan Apa Itu Industri Kreatif? Menyampaikan pandangan tentang industri kreatif, menurut buku *Pengembangan Industri Kreatif Indonesia 2025*, definisi industri kreatif sering kali merujuk pada UK Department for Culture, Media, and Sport (DCMS) Task Force 1998, lembaga yang mengelola industri kreatif di Inggris. Departemen Perindustrian RI pun kemudian menggunakan definisi yang hampir serupa. Industri kreatif di Indonesia kemudian didefinisikan sebagai industri yang berasal dari pemanfaatan kreativitas, keterampilan, serta bakat individu untuk menciptakan kesejahteraan serta lapangan pekerjaan melalui penciptaan dan pemanfaatan daya kreasi dan daya cipta individu tersebut.

Dari definisi tersebut, pemerintah kemudian membagi industri kreatif ke dalam 14 subsektor, yakni:

1. Periklanan: jasa periklanan, termasuk produksi material iklan, kampanye relasi publik, dll.
2. Arsitektur: berkaitan dengan jasa desain bangunan, perencanaan biaya konstruksi, dll.
3. Pasar barang seni: perdagangan barang-barang asli, unik, dan langka lewat galeri, lelang, dll.
4. Kerajinan: berkaitan dengan kreasi produk dari tenaga pengrajin yang tidak diproduksi massal.
5. Desain: terkait dengan kreasi desain grafis, desain interior, desain produk, desain industri, dll.
6. Fashion: terkait dengan kreasi desain pakaian, desain alas kaki, dan aksesoris mode lainnya.
7. Video, film, dan fotografi: produksi video, film, dan jasa fotografi, termasuk proses distribusi.
8. Permainan interaktif: kreasi permainan komputer dan video yang bersifat hiburan, edukasi, dll.
9. Musik: kreasi/komposisi, pertunjukan, reproduksi, dan distribusi rekaman suara.
10. Seni pertunjukan: konten produksi pertunjukan, misal opera, musik teater, drama, tarian, dll.
11. Penerbitan dan percetakan: penulisan konten dan penerbitan buku, majalah, koran, jurnal, dll.
12. Layanan komputer dan piranti lunak: layanan komputer, olah data, piranti lunak, dll.
13. Televisi dan radio: kreasi konten acara, transmisi konten, *station relay*, dll.
14. Riset dan pengembangan: penemuan dan penerapan ilmu dan teknologi.

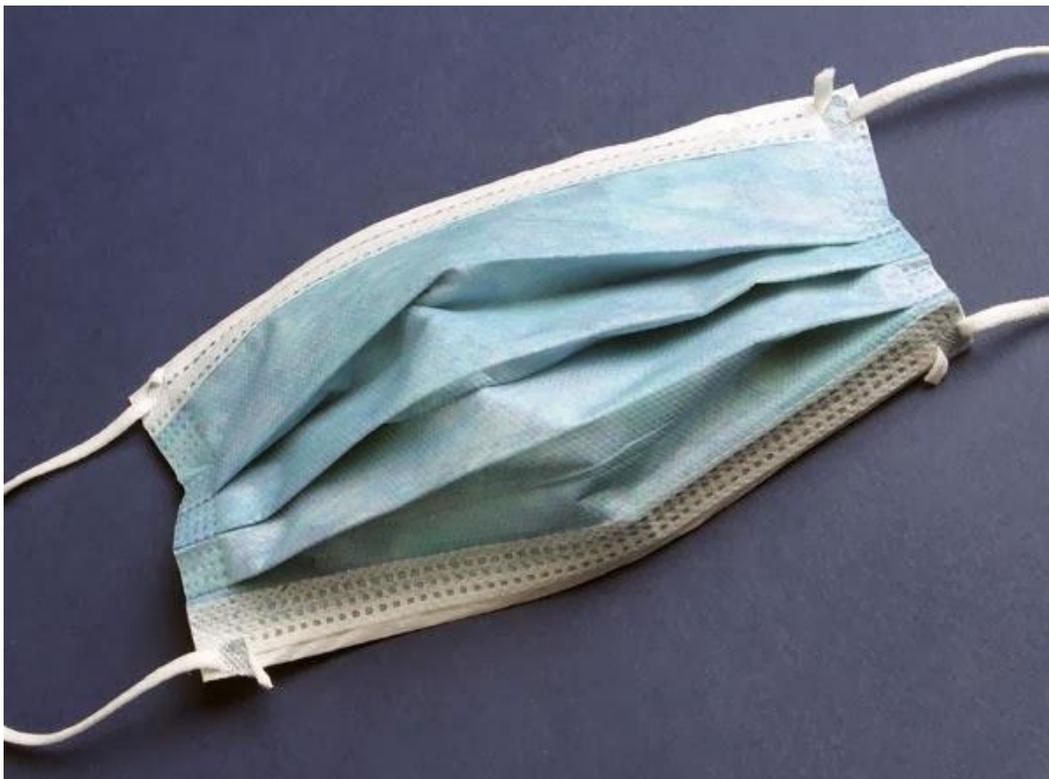
Dimana diantara 14 sub sektor industri kreatif yang dipetakan, sektor fesyen merupakan sektor yang paling dominan dalam segi kontribusinya pada pendapatan negara dan penyerapan tenaga kerja. Sektor fesyen saat ini telah memasuki fase yang sangat berkembang, dengan pemanfaatan teknologi tinggi sesuai dengan era teknologi

saat ini. Produk masker penutup hidung dan mulut sebagai salah satu bentuk *fashion merchandise* sangat potensial sebagai peluang usaha di industri kreatif, apalagi fenomena yang ada manusia membutuhkan udara dan oksigen yang bersih tanpa tercemar oleh gas-gas yang dapat membahayakan kesehatan. Seiring dengan perkembangan teknologi yang begitu pesat, rasanya sulit untuk sekarang ini kita bisa menghirup udara yang bersih. Apalagi untuk kita yang hidup atau tinggal di kota besar seperti. Menghirup udara yang bersih mungkin hanya bisa dinikmati pada pagi hari sebelum jam kerja atau sebelum kendaraan bermotor dihidupkan oleh para pemiliknya. Di Indonesia, jumlah kendaraan bermotor setiap tahunnya mengalami peningkatan. Peningkatan ini tentu saja akan menimbulkan dampak yang negatif bagi lingkungan, sebab kendaraan bermotor merupakan salah satu penyebab polusi atau pencemaran udara yang sangat membahayakan kesehatan. Selain masalah polusi udara, kesehatan kita pun terancam oleh penyakit yang mudah menular melalui udara seperti flu yang disertai batuk dan bersin-bersin. Walau penyakit ini masih dalam kategori penyakit ringan atau biasa, tapi kalau sampai menular dan berjangkit di tubuh kita tentu saja akan sangat mengganggu aktivitas kita. Dan penyakit yang berbahaya dan penularannya juga bisa terjadi melalui udara adalah penyakit TB Paru (TBC), maka masker penutup hidung dan mulut sangat diperlukan.

Jenis-Jenis Masker Penutup Hidung dan Mulut

a. *Masker biasa* atau yang dikenal dengan nama masker bedah (*surgical Mask*) yang dikenal masyarakat umum dengan tanda/ciri, biasanya memiliki bagian luar berwarna hijau muda dan bagian dalamnya berwarna putih serta memiliki tali/karet untuk memudahkan terpasang ke bagian belakang kepala atau telinga. Disebut masker bedah (*surgical mask*) karena biasanya dipergunakan oleh tenaga kesehatan ketika melakukan tindakan operasi dan efektif sebagai penghalang cairan dari mulut dan hidung sehingga tidak menkontaminasi sekeliling. Tetapi perlu diingat, masker ini tidak didesain untuk menyaring partikel dan mikroorganisme yang berukuran sangat kecil, termasuk virus influenza dan bakteri tuberkulosis. Oleh karena itu orang yang sehat tidak disarankan untuk

menggunakan masker jenis ini dan cukup hanya orang yang sakit saja. Namun masyarakat salah persepsi, orang sehat juga menggunakan masker ini. Seperti yang pernah disampaikan oleh dr. Dedi Suryatno, kepala Poliklinik DOTS RS. Hasan Sadikin Bandung, masker bedah efektif digunakan oleh pasien karena dapat menyaring percikan air liur atau dahak yang dikeluarkan oleh pasien. Beda halnya bila orang sehat yang memakai masker tersebut. Mikroorganisme yang berukuran sangat kecil dan melayang-layang di udara dapat terjebak di dalam pori-pori masker tersebut. Bila mikroorganisme tersebut berakumulasi, dapat terhirup dan pada akhirnya masuk ke dalam saluran pernafasan.



b. Masker respirator N95

Masker jenis ini merupakan alternatif bagi orang sehat untuk berinteraksi dengan orang sakit. Masker ini disebut N95 karena dapat menyaring hingga 95 % dari keseluruhan partikel yang berada di udara. Bentuknya biasanya setengah bulat dan berwarna putih,

terbuat dari bahan solid dan tidak mudah rusak. Pemakaiannya juga harus benar-benar rapat, sehingga tidak ada celah bagi udara luar masuk.

Masker ini biasanya dipergunakan oleh tenaga kesehatan di bagian infeksi dan menular. Masker ini biasanya dipergunakan juga dipergunakan oleh petugas peternakan ketika terjadi wabah flu burung. Hanya saja masker N95 ini memiliki kekurangan antara lain bagi yang tidak terbiasa menggunakan, mungkin akan merasa gerah dan sesak sehingga hanya bertahan beberapa jam saja memakainya. Dan untuk mendapatkan masker ini agak sulit dan relatif mahal harganya.



c. Masker Motor

Masker motor ini melindungi kita dari polusi udara dan tentunya masih banyak kegunaan lainnya, diantaranya adalah:

1. Masker dapat menyaring debu, debu di udara sangat kotor dan ketika debu itu masuk kedalam sistem pernafasan kita otomatis itu akan mengganggu kesehatan tubuh kita.
2. Masker dapat melindungi kita dari panas matahari, meskipun masker adalah alat pelindung dengan ukuran yang kecil namun masker ini bisa melindungi wajah kita dari efek buruk sinar matahari.

3. Masker dapat menyaring gas atau partikel-partikel beracun lain yang bertebaran di udara seperti karbon monoksida, nitrogen dioksida, hidrokarbon, timbal dan karbon dioksida. Semua zat tersebut sangat berbahaya misalnya CO (Karbon monoksida), meskipun gas ini tidak berwarna, tidak berbau namun gas ini bersifat racun. Jadi kalau terhirup oleh manusia makan akan mengganggu sistem kerja tubuh kita

Pembahasan ini lebih pada masker penutup hidung dan mulut bagi orang sehat (masker respirator N95). Dalam strategi pengemabangan usaha masker penutup hidung dan mulut perlu dilakukan analisis SWOT kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman. Berikut analisis SWOT dalam penetapan strategi yang tepat dalam pengembangan usaha masker hidung dan mulut, yaitu:

1. *Kekuatan atau kelebihan (Strenght)*: a) usaha masker hidung dan mulut bukan merupakan industri padat modal, industri ini merupakan industri kecil yang tidak memerlukan biaya besar, sehingga semua orang mampu memulai dan menjalankan usaha ini; b) bahan baku mudah diperoleh, dengan cara mengumpulkan limbah perca dari usaha konfeksi. Dimana limbah perca biasanya hanya dibakar dan bila dibakar akan mencemari lingkungan; c) usaha produksi masker hidung dan mulut ini merupakan industri kreatif yang mampu mengadaptasi teknologi sesuai perkembangan kreativitas saat ini yaitu konstruksi dapat dibuat sesuai anatomi tubuh manusia.

2. *Kelemahan (Weaklless)*

Kelemahan dari industri masker mulut dan hidung: a) dukungan pemerintah belum maksimal atas usaha ini, b) rendahnya daya beli masyarakat, c) kepedulian makan kesehatan belummaksimal, d) adanya produk bajakan yang dijual dengan harga murah.

3. *Peluang (Opportunities)*

Peluang dari industri masker hidung dan mulut: a) konsumen potensial remaja yang senang akan hal baru, b) kreativitas dalam memadupadankan motif bahan agar konsumen tidak jenuh.

4. *Tantangan (Threats)*

Tantangan usaha masker saat ini sedang menjamur oleh karena itu produk harus dijaga kualitasnya, tantangan supaya pasar dikuasai dengan media promosi yang menarik.

Strategi Pengembangan Usaha Masker Hidung Mulut

Setelah memetakan data kekuatan (*Strenght*), kelemahan (*Weakness*), peluang (*Opportunities*) dan ancaman atau tantangan (*Treaths*) pada analisis SWOT, maka diperoleh beberapa alternatif strategi sebagai berikut:

Strategi: a) pemerintah harus turut serta mendukung pengembangan usaha masker hidung dan mulut melalui UKM dan dukungan modal serta mendukung kerjasama pemerintah dengan membina hubungan baik dan mengadakan kerjasama dengan pemerintah daerah (baik dinas kopperindang, pariwisata, b) pemerintah juga turut serta mengawasi pembajakan produk dan mengambil tindakan tegas untuk melindungi duplikasi, c) setiap usaha dimungkinkan memiliki ciri khas atas kreativitas agar usaha dapat bertahan dan berkembang, d) mengembangkan strategi promosi agar produk dapat dikenal masyarakat luas melalui peningkatan citra dengan cara promosi yang memanfaatkan perkembangan IT, e) memperluas *link* kerjasama maupun bisnis dengan daerah lain (mencari pasar potensial), f) meningkatkan kualitas produk, lebih berkreasi dalam warna, pola dan corak serta motif produk, g) membantu dan mempermudah hak paten (HaKI), h) meningkatkan penyuluhan akan pentingnya menjaga kesehatan dengan menggunakan masker penutup hidung dan mulut. Berikut masker penutup hidung dan mulut yang akan dikembangkan.









SIMPULAN

Usaha masker penutup hidung dan mulut potensial dikembangkan dalam rangka menunjang pertumbuhan ekonomi kreatif melalui analisis SWOT. Limbah konfeksi menjadi sumber daya bahan baku yang dapat dikembangkan secara ekonomis daripada hanya dibakar yang akan merusak lingkungan. Disain masker penutup hidung dan mulut dapat dikreasikan secara menarik namun tetap memperhatikan anatomi manusia.

REFERENSI

Dias Satriya, dkk. 2011. Strategi Pengembangan Industri Kreatif untuk Meningkatkan Daya Saing Pelaku Ekonomi Lokal. Makalah. Jurnal Aplikasi Manajemen, Vol.9, No.1, Januari 2011 Fakuhas Ekonomi Uni versitas Brawijaya

Rifki Amelia. Jumat, 06/06/2014 15:00 WIB. Jadi, Apa Itu Industri Kreatif?

Moelyono, M, 2010. *Menggerakkan Ekonomi Kreatif Antara Tuntutan dan Kebutuha*. Jakarta Rajawali Press

WIKO SAPUTRA. Kamis, 08 Desember 2011. Ekonomi Kreatif dan
Pembangunan di Indonesia

INOVASI PENGOLAHAN IKAN MELALUI PELATIHAN DI PONDOK PESANTREN SUNAN KALIJAGA

**Sri Palupi
Yuriani**

Pendidikan Teknik Boga dan Busana FT UNY

ABSTRAK

Tujuan kegiatan pengabdian ini adalah: 1) meningkatkan pengetahuan, wawasan dan ketrampilan/*skill*, para santri di Ponpes dengan memberikan pelatihan produk berbasis pengolahan ikan seperti (Abon Ikan, Nugget Ikan, Bakso Ikan, Lele Kremes dan Bakar), 2) memberikan motivasi dan pelatihan wirausaha agar santri memperoleh bekal untuk penguatan usaha mandiri, 3) memberikan pelatihan desain kemasan dan pelabelan produk pengolahan ikan, dan memberikan pelatihan manajemen usaha seperti: perhitungan harga jual, pengurusan izin PIRT.

Metode yang digunakan adalah metode ceramah, metode praktek, diskusi dan tanya jawab. Rancangan kegiatannya meliputi kegiatan perencanaan yaitu perencanaan produksi dan manajemen. Perencanaan produksi mulai dari membuat jadwal kerja, menyiapkan jobsheet, menyiapkan bahan praktek, uji coba organoleptik, kemasan dan pelabelan. Pelaksanaan kegiatan pelatihan sesuai rencana, evaluasi kegiatan, pemantauan dan pelaporan.

Inovasi pengolahan ikan penting untuk dikuasai dan bermanfaat bagi para santri di Ponpes terutama dapat memberikan motivasi berwirausaha sebagai penguatan usaha mandiri, meningkatkan pengetahuan wawasan dan ketrampilan/*skill* pengolahan produk berbasis ikan, serta dapat mengeplementasikan /mengaplikasikan pengetahuan dan ketrampilan berwirausaha sesuai kebutuhan pasar. Permasalahan di Pondok Pesantren dapat diatasi yaitu dengan penerapan inovasi berbasis pengolahan ikan, sehingga ikan tidak dijual dalam keadaan masih segar tetapi sudah dilalukan proses pengolahan dengan demikian nilai jual ikan menjadi lebih tinggi.

Kata Kunci : Pondok Pesantren, Wirausaha, Pengolahan Ikan

PENDAHULUAN

Yayasan Pondok Pesantren Wirausaha Sunan Kalijaga adalah suatu lembaga pendidikan keagamaan, sosial dan kewirausahaan yang bersifat independen, tidak berada di bawah naungan organisasi apapun. Ponpes ini didirikan 13 Agustus 2009 (21 Sya'ban 1430 H) oleh Dr. H. Hidayat Nur Wahid, M.A. Bertempat di lokasi seluas 3 ha tepatnya di sebelah Timur Masjid Sunan Kalijaga, RT 03, Jomblangan, Banguntapan, Bantul, Yogyakarta. Pondok pesantren dikelilingi 4 kolam ikan masing2 ukuran 10 x 20 m², yang didalamnya sudah ada budidaya/memelihara ikan, seperti Gurami, Lele, Nila, Ikan Emas, ikan Patin.

Pondok pesantren dirancang sebagai tempat menimba ilmu agama, sebut saja kajian Al-Qur'an dan Hadits, pelajaran bahasa Arab, dan lain sebagainya, ditambah berfungsi memberikan bekal keterampilan bagi santri-santri untuk menekuni dunia usaha. Melalui kerjasama dengan berbagai instansi pemerintahan dan lembaga-lembaga pendidikan di seluruh Indonesia, pondok Pesantren Wirausaha Sunan Kalijaga bertujuan mempersiapkan anak didik yang benar dengan ilmu akhirat dan ilmu keduniaan disegala bidang, dengan mengadakan berbagai pelatihan seperti: Achievement Motivation Training (ATM), Business Motivation Training (BMT), Mengadakan pelatihan Agrobisnis, Pelatihan Pengobatan Islami, Pelatihan bidang tehnologi informatika, pelatihan pemeberdayaan perikanan/ tambak dengan baik, pengelolaan tanaman dan hasil pertanian beserta pemasarannya, pelatihan jurnalistik, dan beberapa pelatihan kewirausahaan yang diminati masyarakat.

Tujuan Ponpes ini, adalah; 1) Terbentuknya santri yang memiliki ilmu pengetahuan keagamaan dan kewirausahaan. 2) Meningkatkan kualitas dan kuantitas ilmu pengetahuan dan pengamalan agama Islam dalam kehidupan bermasyarakat. 3) Meningkatkan kesadaran budaya islami di kalangan masyarakat, sebagai benteng pertahanan dari pengaruh negatif budaya global. 4) Meningkatkan kesadaran masyarakat muslim akan pentingnya budaya produktif dan kemandirian

dalam upaya menghindari budaya konsumtif. 5) Meningkatkan kesadaran masyarakat muslim akan pentingnya budaya produktifisme dan kemandirian dalam upaya menghindari budaya konsumerisme. Untuk tujuan tersebut Yayasan Pondok Pesantren Wirausaha Sunan Kalijaga " Yogyakarta memiliki Visi: muslim yang beriman, bertakwa, berilmu, beramal, berakhlak mulia, berbudaya dan berjiwa wirausaha.

Fenomena pertama adalah keprihatinan terhadap keberadaan beberapa Pondok pesantren yang untuk meneruskan kegiatannya yang mulia yaitu memberikan pelajaran agama dan mencetak kader dakwah Islamiyah, namun dalam praktek pencarian dana mesti mempekerjakan santrinya mencari dunatur atau bahkan berkeliling dari bis ke bis membawa kotak amal yang bertuliskan sumbangan untuk pondok pesantren.

Fenomena kedua yang menjadi pemicu didirikannya Pondok Pesantren ini adalah banyak terdapat penjualan daging hewan-hewan yang disembelih kurang Islami. Banyak perlakuan penyembelihan terhadap yang akan dijual dagingnya kepada konsumen yang notabene mayoritas beragama Islam dengan perlakuan yang kurang agamis. Entah dikarenakan pengetahuan orang yang menyembelih tentang adab dan kesopanan cara penyembelihan hewan yang menjadikan kekhalalalan, sehingga menghilangkan keraguan bagi pihak penjual maupun pembeli akan kebolehan memakan dagingnya.

Fenomena ketiga, masih kurangnya para da'i yang menjadi "penda'i pemberi", bukan "penda'i penerima". Ditambah lagi banyaknya santri yang setelah lulus dari pondok pesantren yang kebingungan mencari kegiatan guna menghidupi diri ataupun keluarganya jika telah berkeluarga.

Dalam perjalanannya pondok pesantren wirausaha (PPW) Sunan Kalijaga menemui beberapa kendala. Misalnya, masih kurangnya partisipasi masyarakat atau pemerintah untuk memberikan sumbangan dalam bentuk materiil dan fenomena bahwa masyarakat atau pemerintah lebih condong untuk menyumbang kepada pondok-pondok pesantren yatim atau dhu'afa. Bagaimanapun PPW Sunan Kalijaga tetaplah seperti halnya pondok-pondok pesantren lainnya yang membutuhkan dana untuk proses belajar mengajar. Selain itu, masih ada kendala lainnya yaitu belum adanya legalitas dari departemen yang

bersangkutan, dikarenakan bentuk pondok pesantren wirausaha ini yang tidak seperti pondok-pondok pesantren pada umumnya.

Misalnya, keinginan beliau untuk bisa menampung segala kepentingan umat dalam pondok pesantren tersebut, karena saat ini fasilitas yang ada hanya bisa mendukung kebutuhan umat dari segi pangan saja. Partisipasi sekecil apapun dan dalam bentuk apapun akan sangat bermanfaat bagi kelangsungan pondok pesantren ini khususnya dan kemauan wirausaha masyarakat Indonesia umumnya. Usaha mengubah kemiskinan dan keterbelakangan menjadi tanggung jawab semua pihak, termasuk warga Pondok itu sendiri. Pihak yang lemah berkewajiban kerja keras dan cerdas agar dapat merubah kondisinya, adapun pihak yang memiliki keluasan dan kekayaan rizki dan ilmu, berkewajiban menunaikan zakat, infaq maupun sodakohnya atau menyampaikan ilmunya, agar dapat digunakan sebagai modal usaha bagi yang ekonomi lemah.

Potensi wisata Kabupaten Bantul tersebut berupa wisata pantai, desa wisata serta sentra industri gerabah, kulit dan sebagainya. Dengan banyaknya obyek wisata yang ada di wilayah Bantul tersebut menyebabkan adanya peluang pasar yang dapat dimanfaatkan untuk memasarkan berbagai macam produk olahan ikan hasil pelatihan, seperti Nugget ikan, Abon ikan, Bakso ikan.

Berdasarkan fenomena yang telah diuraikan di atas dan adanya dorongan yang mengarah pada kompetisi secara ekonomi sebagai tanggapan atas globalisasi maka perlu segera diwujudkan langkah-langkah nyata untuk memberi bekal kepada warga Pondok agar berjiwa mandiri yang mempunyai naluri *enterpreneurship* secara individu dan semangat *entreprenurship* secara kolektif, serta memperkaya kompetensi produksi yang dimiliki melalui kegiatan pemanfaatan pengolahan ikan sebagai bekal kewirausahaan. Diharapkan warga Pondok Pesantren Sunan Kalijaga di Kabupaten Bantul mampu berperan serta sebagai manusia yang mandiri, kreatif dan inovatif serta berperan sebagai pencipta lapangan pekerjaan.

Permasalahan yang dihadapi ponpes saat ini khususnya ponpes Sunan Kalijaga adalah sebagai berikut: (1) Wirausaha yang ada di Ponpes masih terbatas pada produk kue-kue. (2) Terbatasnya pemanfaatan hasil perikanan, ikan hanya dijual dalam keadaan segar.

(3) Belum adanya sentuhan teknologi dalam pengembangan produk pengolahan ikan. (4) Minat konsumen yang semakin bervariasi dari segi rasa, kualitas, pengemasan. (5) Kurangnya pengolahan hasil ikan untuk dijadikan sebagai produk unggulan. (6) Masih terbatasnya pemahaman tentang manajemen usaha. Untuk itu dibutuhkan keahlian untuk mengembangkan potensi yang ada di pondok pesantren.

PEMBAHASAN

1. Kajian tentang Ikan

Ikan adalah semua bahan makanan yang berasal dari hewan yang hidup dalam air. Ikan yang diambil dari laut disebut ikan laut, ikan yang diambil dari air tawar seperti rawa, sungai, kolam, dan jenis-jenis perairan lain yang berada di daratan yang disebut ikan darat dan ikan tambak yang memang hidup dalam tambak (empang air payau). Berdasarkan tempat hidup dan sifat-sifatnya hasil perikanan dapat dikelompokkan menjadi 2 antara lain :

1. Perairan laut dengan penangkapan atau dengan budidaya.
2. Perikanan darat atau hasil perikanan air tawar

Berdasarkan data dari FAO, terdapat tujuh macam sumber perikanan antara lain :

Ikan darat atau diodanisus, Ikan laut, *Crustacea*, *Molusca* dan lain-lain *avertebrata*,

Anjing laut dan berbagai mamalia perairan, Paus, Berbagai binatang air (panyu, kura-kura dan sebagainya), Tanaman air (rumput laut, ganggang laut)

a. Potensi ikan

Dilihat dari aspek gizi, ikan merupakan sumber protein hewani yang sangat potensial dengan kandungan sebesar 15%-24% yang tergantung jenis ikannya dan mempunyai daya cerna sebesar 95%.

b. Mutu Ikan

Ikan merupakan bahan pangan yang mudah sekali busuk. Tanpa penanganan yang baik dan segera setelah ikan ditangkap maka akan mengalami penurunan mutu yang drastis yang biasanya didahului dengan kekakuan kemudian terjadi proses dekomposisi menuju proses

pembusukan. Mutu ikan ditentukan oleh tingkat kesegaran ada dua cara pertimbangan penting yaitu:

- 1). Waktu yang berarti baru ditangkap, tidak disimpan dan tidak diawetkan.
- 2). Mutu yang berarti masih orisinil (asli) dan belum mengalami kemunduran mutu.

Berikut ini terdapat beberapa kriteria mutu ikan :

- (a) Kualitas penyimpanan, (b) penampakan bau, (c) palatabilitas (adanya *flavor*, tekstur dan penangkapan yang normal)

Dalam menguji mutu dan kesegaran ikan memerlukan beberapa metode, antara lain:

- 1). Metode Indrawi yang ditujukan pada faktor-faktor mutu seperti :
 - Rupa: mengamati perubahan yang terjadi pada insang, mata, lendir, permukaan badan, sayatan daging dan isi perut.
 - Bau atau flavor : akan berubah dan segera meningkatkan ke datar (*palin*), *arnis* (*fishy*), manis (*sweet*), asam (*sour*), berbau (*stale*), busuk dan akhirnya tahap menusuk.
- 2). Metode Kimia

Kesegaran ikan mengalami rigor mortis (ikan mengalami kekakuan karena adanya penggabungan aktin dan *myosin* menjadi *aktomyosin*). Akibatnya akan terbentuk selama proses penurunan mutu ikan (proses pembusukan ikan) setelah mati.

Setelah ikan mati akan mengalami *rigor mortis* (ikan mengalami kekakuan karena adanya penggabungan aktin dan *myosin* menjadi *aktomyosin*). Akibatnya akan terbentuk asam laktat sebagai hasil proses *glikolisis* dan persediaan ATP semakin menipis karena dipecah untuk pembentukan *aktomiosin*.

Pasca rigor, daging akan lunak kembali karena terjadi hidrolisis kreatinin fosfat dan ATP yang menghasilkan *keratin*, *fosfat*, ADP, *ribose* dan *ammonia*. Penurunan ini mengakibatkan pH daging ikan naik menjadi 6,2-6,6.

Sejalan dengan proses di atas terbentuk beberapa senyawa yang sesuai dengan kemunduran mutu ikan yaitu TMA (*Trimetil Amin*), asam laktat, senyawa-senyawa basa nitrogen, asam amino dan lain-lain yang sebagian besar terbentuk akibat aktivitas mikrobia.

- 3). Metode Fisik

Metode fisik merupakan metode yang paling mudah tetapi paling sulit untuk mendapatkan Indeks Standar Pengukuran Kesegarannya.

c. Perbedaan ikan segar dan ikan rusak

Tabel. 1. Berikut ini perbedaan antara ikan segar dengan ikan yang sudah rusak

No	Parameter	Ikan Segar	Ikan yang sudah rusak
1	Warna kulit	Terang, cerah dan tidak suram	Tidak cerah dan suram
2	Sisik	Mata masih melekat dan kuat	Sisik mudah dilepaskan
3	Mata	Jernih, tidak suram dan melotot	Suram, tenggelam kedalam mata
4	Daging	Segar, elastis, apabila ditekan dengan jari bekasnya kan kembali keposisi semula	Tidak segar, lemas dan tidak mudah kembali keposisi semula jika ditekan dengan jari
5	Bau	Tidak memberikan tanda tanda busuk atau berbau asing	Busuk dan asam
6	Lendir	Tidak banyak terdapat lendir pada permukaan badannya	Banyak terdapat lendir pada permukaan badannya
7	Dalam air	Ikan tenggelam	Ikan mengapung

d. Penanganan Kerusakan ikan

Ikan merupakan salah satu bahan pangan yang bersifat *perishable*. Ikan akan mudah mengalami kemunduran mutu segera

setelah ditangkap dengan cepat karena ikan mengalami *fase rigor mortis* yang jauh lebih cepat dibandingkan dengan ternak potong.

Tindakan pengawetan ikan bertujuan untuk memperlambat terjadinya proses pembusukan atau kerusakan pada ikan. Untuk mempertahankan keawetan ikan, maka proses *rigor mortis* harus diperlambat selam mungkin agar pertumbuhan bakteri dan reaksi *enzimatis* dapat dicegah. Salah satu penyebab kerusakan ikan adalah tingginya pH akhir daging ikan dari pH 6,4 menjadi 6,6 karena rendahnya cadangan *glikogen* dalam daging ikan.

e. Hasil olahan ikan

Untuk lebih meningkatkan nilai jual ikan dan daya simpannya, ikan dapat diolah menjadi berbagai macam hasil olahan ikan, seperti, Bakso, Abon dan Nugget.

Abon merupakan salah satu hasil awetan produk ikan yang melimpah. Pada umumnya abon memiliki komposisi gizi yang cukup baik dan dapat dikonsumsi sebagai makanan ringan atau sebagai lauk pauk.

Abon sebagai salah satu bentuk produk olahan kering yang dikenal masyarakat luas karena harganya cukup terjangkau dan rasanya lezat. Sosis merupakan makanan dengan rasa gurih. Proses pengolahan sosis juga sangat cepat dan tidak membutuhkan waktu yang lama. Saat ini ukuran panjang sosis dan garis tengahnya sangat bervariasi.

Nugget ikan merupakan hasil olahan ikan yang disajikan sebagai makanan ringan dan sebagai hidangan lauk pauk siap saji. Pengolahan ikan menjadi nugget mempunyai keuntungan lebih karena dalam nugget daging yang digunakan telah dipisahkan dari duri dan mempunyai penampilan yang menarik karena dapat dibentuk dengan bentuk yang bervariasi.

Bakso ikan adalah produk pengolahan yang berbahan dasar daging ikan yang dihaluskan ditambah bahan perekat yaitu tepung tapioka/kanji diberi bumbu dicetak dengan menggunakan genggaman tangan diambil dengan sendok lalu direbus sampai mengapung. Bentuk bulat, rasa gurih asin, tekstur kenyal, warna putih.

2. Kewirausahaan

Kewirausahaan berasal dari kata Wirausaha. Wirausaha berasal dari kata wira artinya berani, utama, mulia. Usaha berarti kegiatan bisnis komersial maupun non komersial. Jadi kewirausahaan diartikan secara harfiah sebagai hal-hal yang menyangkut keberanian seseorang untuk melakukan kegiatan bisnis maupun non bisnis secara mandiri.

a. Wirausaha

Kewirausahaan adalah semangat, perilaku dan kemampuan untuk memberikan tanggapan yang positif terhadap peluang memperoleh keuntungan untuk diri sendiri dan atau pelayanan yang lebih baik, serta menciptakan dan menyediakan produk yang lebih bermanfaat dan menerapkan cara kerja efisien, melalui keberanian mengambil resiko, kreativitas dan inovasi serta kemampuan manajemen.

Kompetensi kewirausahaan mensyaratkan tiga kompetensi dasar, yaitu (1) berjiwa wirausaha (bisnis), (2) mampu memanager, dan (3) memiliki kemampuan bidang yang diusahakan. Jiwa wirausaha dapat dibentuk melalui proses pembudayaan yang diintegrasikan dalam pembelajaran. Wirausahawan umumnya memiliki sifat yang sama, yaitu orang yang mempunyai tenaga, keinginan untuk terlibat dalam petualangan inovatif, kemauan untuk menerima tanggung jawab pribadi dalam mewujudkan suatu peristiwa dengan cara yang mereka pilih, dan keinginan untuk berprestasi yang sangat tinggi, sikap optimis dan kepercayaan terhadap masa depan.

Karakteristik wirausahawan adalah:

- 1) Keinginan untuk berprestasi
- 2) Keinginan untuk bertanggung jawab.
- 3) Preferensi kepada resiko-resiko menengah.
- 4) Persepsi pada kemungkinan berhasil.
- 5) Rangsangan oleh umpan balik.
- 6) Aktivitas enerjik.
- 7) Orientasi ke masa depan.
- 8) Keterampilan dalam pengorganisasian.
- 9) Sikap terhadap uang. Tim Broad Based Education. 2002.

b. Inovasi Pengolahan Ikan

Sebuah inovasi adalah "ide, praktek, atau objek yang dianggap baru oleh individu atau unit adopsi lain". Menurut Roger, proses keputusan inovasi terdiri dari 5 tahap, yaitu (a) tahap pengetahuan, (b) tahap bujukan, (c) tahap keputusan, (d) tahap implementasi, dan (e) tahap konfirmasi.

- a) Pengetahuan - orang menjadi sadar akan suatu inovasi dan memiliki beberapa ide tentang bagaimana fungsinya,
- b) Persuasi - orang membentuk sikap menguntungkan atau tidak menguntungkan terhadap inovasi,
- c) Keputusan - orang terlibat dalam kegiatan-kegiatan yang mengarah pada pilihan untuk mengadopsi atau menolak inovasi,
- d) Pelaksanaan - orang menempatkan suatu inovasi mulai digunakan,
- e) Konfirmasi - orang mengevaluasi hasil dari suatu inovasi-keputusan yang sudah dibuat. (Rogers, 1995)

Model Proses Keputusan Inovasi

a. Tahap Pengetahuan (Knowledge)

Proses keputusan inovasi dimulai dengan tahap pengetahuan yaitu tahap pada saat seseorang menyadari adanya suatu inovasi dan ingin tahu bagaimana fungsi inovasi tersebut. Pengertian menyadari dalam hal ini bukan memahami tetapi membuka diri untuk mengetahui inovasi. Seseorang menyadari atau membuka diri terhadap suatu inovasi tentu dilakukan secara aktif bukan secara pasif.

b. Tahap Bujukan (Persuasion)

Pada tahap persuasi dari proses keputusan inovasi, seseorang membentuk sikap menyenangkan atau tidak menyenangkan terhadap inovasi. Jika pada tahap pengetahuan proses kegiatan mental yang utama bidang kognitif, maka pada tahap persuasi yang berperan utama bidang afektif atau perasaan. Seseorang tidak dapat menyenangkan inovasi sebelum ia tahu lebih dulu tentang inovasi. Dalam tahap persiasi ini juga sangat penting peran kemampuan untuk mengantisipasi kemungkinan penerapan inovasi di masa datang. Namun perlu diketahui bahwa sebenarnya antara sikap dan aktivitas masih ada jarak. Orang

menyenangi inovasi belum tentu ia menerapkan inovasi. Ada jarak atau kesenjangan antara pengetahuan-sikap, dan penerapan (praktek).

c. Tahap Keputusan (*Decision*)

Tahap keputusan dari proses inovasi, berlangsung jika seseorang melakukan kegiatan yang mengarah untuk menetapkan menerima atau menolak inovasi. Menerima inovasi berarti sepenuhnya akan menerapkan inovasi. Menolak inovasi berarti tidak akan menerapkan inovasi. Sering terjadi seseorang akan menerima inovasi setelah ia mencoba lebih dahulu. Bahkan jika mungkin mencoba sebagian kecil lebih dahulu, baru kemudian dilanjutkan secara keseluruhan jika sudah terbukti berhasil sesuai dengan yang diharapkan. Tetapi tidak semua inovasi dapat dicoba dengan dipecah menjadi beberapa bagian. Inovasi yang dapat dicoba bagian demi bagian akan lebih cepat diterima. Dalam pelaksanaan difusi inovasi antara: pengetahuan, persuasi, dan keputusan inovasi sering berjalan bersamaan. Satu dengan yang lain saling berkaitan. Bahkan untuk jenis inovasi tertentu dan dalam kondisi tertentu dapat terjadi urutan: pengetahuan – keputusan inovasi – baru persuasi.

d. Tahap Implementasi (*Implementation*)

Tahap implementasi dari proses keputusan inovasi terjadi apabila seseorang menerapkan inovasi. Dalam tahap implementasi ini berlangsung keaktifan baik mental maupun perbuatan. Keputusan penerima gagasan atau ide baru dibuktikan dalam praktek. Pada umumnya implementasi tentu mengikuti hasil keputusan inovasi. Tetapi dapat juga terjadi karena sesuatu hal sudah memutuskan menerima inovasi tidak diikuti implementasi.

e. Tahap Konfirmasi (*Confirmation*)

Dalam tahap konfirmasi ini seseorang mencari penguatan terhadap keputusan yang telah diambilnya, dan ia dapat menarik kembali keputusannya jika memang diperoleh informasi yang bertentangan dengan informasi semula. Tahap konfirmasi ini sebenarnya berlangsung secara berkelanjutan sejak terjadi keputusan

menerima atau menolak inovasi yang berlangsung dalam waktu yang tak terbatas.

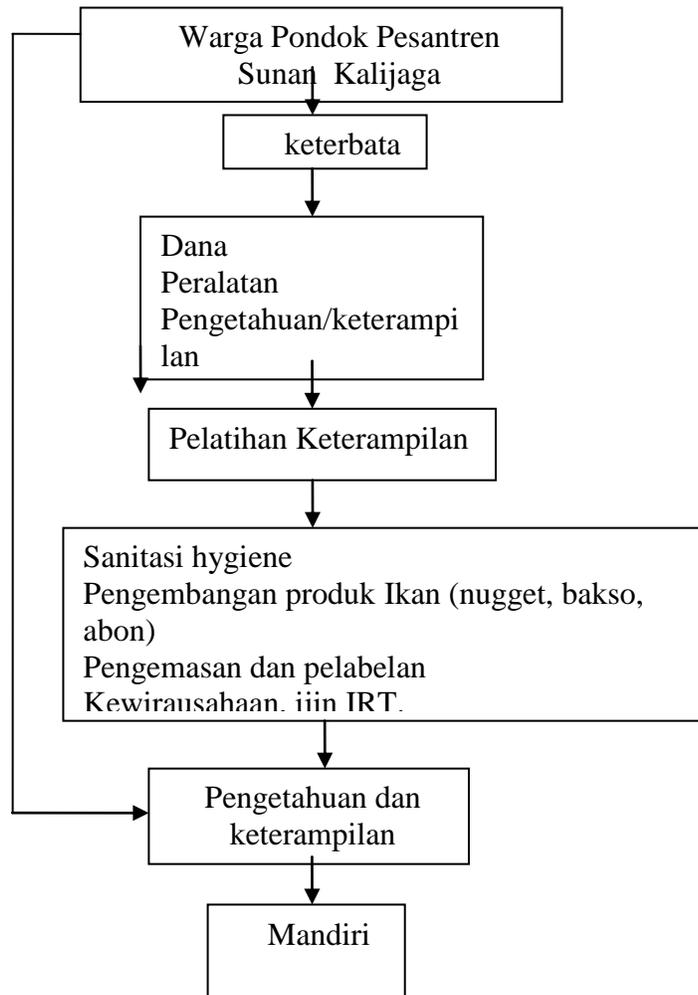
3. IMPLEMENTASI MELALUI AGEN PERUBAHAN (Dosen & Mahasiswa Boga)

Inovasi pengolahan ikan di ponpes dilakukan bertahap sesuai proses inovasi, mulai dari tahap awal yaitu tahap pengetahuan (perkenalan, mengutarakan tujuan kegiatan, pemberian motivasi, pemberian materi teori) lebih terfokus pada ranah kognitif. Tahap kedua yaitu tahap bujukan/persuasi yang lebih terfokus pada ranah afeksi/perasaan, peserta pelatihan diajak berpikir untuk menyadari pentingnya materi pelatihan. Tahap selanjutnya adalah tahap keputusan/*dicision* (peserta dapat mengambil keputusan bahwa pelatihan akan bermanfaat untuk diri para santri). Tahap implementasi adalah tahap peserta dapat mengetrapkan ilmu baik teori maupun praktek yang diperoleh. Tahap terakhir adalah konfirmasi, peserta memantapkan keputusan menerima inovasi/menolak. Untuk menghindari terjadinya dropout dalam penerimaan dan implementasi inovasi (*discontinuu*) peranan agen pembaharu sangat dominan. Tanpa ada monitoring dan penguatan orang akan mudah terpengaruh pada informasi negatif.

Namun hubungan interpersonal yang kuat biasanya lebih efektif dalam pembentukan dan perubahan sikap yang dipegang teguh. Saluran ini lebih dipercaya dan memiliki efektivitas yang lebih besar dalam menghadapi resistensi atau apatis pada bagian komunikasi tersebut.

Upaya yang berhasil untuk meredakan suatu inovasi tergantung pada karakteristi situasi. Untuk menghilangkan defisit kesadaran dari suatu inovasi, saluran media massa yang paling tepat. Untuk mengubah sikap yang berlaku tentang suatu inovasi, yang terbaik adalah untuk membujuk para pemimpin opini, dalam hal ini adalah para pembimbing santri/pengelola ponpes.

4. Kerangka Pemecahan Masalah



Realisasi pemecahan masalah dapat dilaksanakan melalui kegiatan:

1. Pengkajian tentang ikan sebagai potensi untuk dikembangkan
2. Praktek pengolahan berbagai produk ikan yaitu Bakso, Nugget, Abon.
3. Pelatihan penerapan sanitasi dan hygiene dalam pembuatan produk berbahan ikan.
4. Pelatihan mengenai pengemasan produk ikan sesuai dengan syatar pengemasan yang baik untuk pangan.
5. Pelatihan mengenai analisis harga jual dan BEP yang sederhana serta manajemen pemasaran produk ikan.

6. Pelatihan mengurus ijin IRT dari Depkes,
7. Bekerja sama dengan LPM UNY memberi bantuan berupa peralatan untuk kegiatan pelatihan seperti: *Food Processor, Siller, Spiner*.

a. Metode Pelatihan yang digunakan:

1. Ceramah

Metode ceramah digunakan untuk kegiatan pengenalan bahan ikan yang akan diolah dan memberikan teori berwirausaha serta pemberian motivasi. Dengan metode ini diharapkan peserta dapat meningkatkan motivasi dan apresiasi berwirausaha dengan pemanfaatan produk ikan sehingga menjadi produk yang lebih menarik dengan harga jual yang tinggi.

2. Praktek pembuatan produk makanan dari bahan ikan.

Peserta diminta melaksanakan praktek pembuatan produk makanan dari bahan ikan secara kelompok dengan pembimbingan, mulai dari perencanaan produksi, pemilihan bahan baku, pengenalan alat produksi, proses pengolahan, cara mengemas.

3. Rancangan Evaluasi

Untuk mengetahui tingkat keberhasilan dari pelatihan ini, maka disusunlah rancangan evaluasi sebagai berikut:

No.	Jenis evaluasi	Materi	Indikator keberhasilan	Pelaksanaan evaluasi
1.	Praktek	Pengolahan produk ikan	80% Peserta pelatihan dapat mengolah macam-macam produk berbahan dasar ikan	Akhir pelatihan
2.	Tes tertulis	Kewirausahaan	80% peserta dapat menentukan harga jual, BEP,	Akhir pelatihan

			serta Kemasan dan labelling macam-macam produk berbahan dasar ikan	
--	--	--	--	--

SIMPULAN

1. Inovasi berbasis pengolahan ikan yang meliputi pelatihan produksi, serta peralatan dengan teknologi dapat diterima dan diterapkan meskipun memerlukan waktu.
2. Permasalahan di Pondok Pesantren dapat diatasi yaitu dengan penerapan inovasi berbasis pengolahan ikan, sehingga ikan tidak dijual dalam keadaan masih segar tetapi sudah dilalukan proses pengolahan dengan demikian nilai jual ikan menjadi lebih tinggi.

REFERENSI

- Lisdiyana Fahrudin. 1998. *Teknologi Tepat Guna Membuat Abon*. Yogyakarta: Penerbit Kanisius. Cetakan ke 8.
- Rogers, EM (1995). *Difusi Inovasi* (4th ed.).New York: Free Press.
- Tim Broad Based Education. 2002. *Pendidikan berorientasi Kecakapan Hidup (Life Skill Education)* Buku I dan II., Jakarta : DepDikNas.
- Wasty Soemanto. 1989. *Pendidikan Wiraswasta*. Jakarta: Bina Aksara. Catatan Kedua.

**DIVERSIFIKASI OLAHAN LAUK SEBAGAI UPAYA
PENGEMBANGAN USAHA MANDIRI DAN PENINGKATAN
PENDAPATAN KELUARGA**

DI DAERAH URBAN

Sutriyati Purwanti, Prihastuti Ekawatiningsih, Fitri Rahmawati

Pendidikan Teknik Boga dan Busana FT UNY

ABSTRAK

Kegiatan bertujuan: 1) menumbuhkan dan membangkitkan motivasi berwirausaha bidang makanan khususnya lauk, 2) meningkatkan pengetahuan tentang bahan, jenis, karakteristik dan teknik olah pembuatan lauk, 3) meningkatkan ketrampilan dalam membuat diversifikasi olahan lauk dengan berbagai bahan dan teknik olah, 4) meningkatkan ketrampilan dalam menyajikan olahan lauk yang menarik dan hygiene sehingga layak jual dan 5) meningkatkan pengetahuan dalam menetapkan harga jual olahan lauk yang dibuat.

Kegiatan dilaksanakan pada bulan September- Oktober 2013 dengan melibatkan 25 orang ibu-ibu pengelola warung makan/rumah makan dan ibu-ibu rumah tangga di kampung Pringgondani Mrican Sleman. Metode yang digunakan adalah: ceramah, tanya jawab, demonstrasi, latihan/praktik.

Hasil pelaksanaan kegiatan adalah: 1) meningkatnya motivasi peserta untuk mengembangkan usaha warung/rumah makan yang dikelola sejalan dengan meningkatnya pengetahuan dan ketrampilan membuat diversifikasi olahan lauk, 2) meningkatnya pengetahuan dalam hal diversifikasi olahan lauk, dari evaluasi pemahaman peserta tentang materi teori yang terdiri dari lima soal rata-rata peserta dapat menjawab empat soal atau mencapai 80%. 3) meningkatnya ketrampilan dalam mengolah diversifikasi olahan lauk berupa: Nugget Tahu, Sate Tempe, Garang Asem Ikan, Ayam Katsu, Botok telur Asin, Rolade Ayam Tahu, Ayam Goreng Mentega, Pepes Lele Kelapa, hasil penilaian kemampuan praktik adalah sebanyak 21 orang (84%) berada pada kategori baik, 4 orang (16%) berada pada katagori cukup baik, 4) meningkatnya pengetahuan dan ketrampilan dalam menyajikan hasil diversifikasi olahan lauk, 20 orang (80%) katagori baik, 3 orang (12%) katagori cukup baik dan 2 orang (8%) katagori kurang baik, 5) meningkatnya pengetahuan peserta menghitung

Seminar Nasional 2014 "Prospek Pendidikan Vokasi dan Industri Kreatif Indonesia Menghadapi Masyarakat Ekonomi ASEAN"

Jurusan PTBB FT UNY, 9 Nopember 2014

harga jual, hasilnya 19 (76%) dapat menghitung harga jual dengan benar, 6 (24%) kurang benar. Saran yang dapat diberikan perlu adanya pendampingan agar pengetahuan & ketrampilan yang sudah dimiliki benar-benar diimplementasikan dan sajian olahan lauk yang dijual lebih bervariasi.

Kata Kunci: Diversifikasi; Olahan Lauk; Usaha Mandiri; Daerah Urban

***DISHES PROCESSED DIVERSIFICATION AS AN INDEPENDENT
BUSINESS DEVELOPMENT EFFORTS AND AN INCREASE
IN FAMILY INCOME IN URBAN AREA***

By:

Sutriyati Purwanti¹⁾, Prihastuti Ekawatiningsih²⁾, Fitri Rahmawati³⁾,
(Education Lecturer Culinary Technic and Fashion)

ABSTRACT

This activities aimed: 1) To improve and develop the entrepreneurial motivation in the field of food especially in the dishes, 2) To improve knowledge of the material, type, characteristic, and techniques of making a dishes, 3) To improve skills in making the diversification of side dishes with a variety of materials and techniques, 4) To improve skills in an interesting presenting and hygienic dishes that can be sold, 5) To improve knowledge to determine of dishes price that was made.

That activity was carried out on September-October, 2013, involving 25 mothers as a manager of their restaurant and housewife in the village of Pringgondani Sleman Mrican. The methods that used in these activities are: discourse, discussing, demonstration, and training or practice.

The result of this activities are: 1) To improve the knowledge of participants in the diversification of the dishes processed. By the given oral test to determine the participants' understanding of the theoretical materials consisting of 5 questions, the average of participants can answer four questions or reached 80%. 2) To improve skills of the participants of the dishes processed such as: Nugget Tahu, Sate Tempe, Garang Asem Ikan, Chicken Katsu, Botok Telur Asin, Chicken Rolade,

Seminar Nasional 2014 "Prospek Pendidikan Vokasi dan Industri Kreatif Indonesia Menghadapi Masyarakat Ekonomi ASEAN"

Jurusan PTBB FT UNY, 9 Nopember 2014

Butter Fried Chicken, and Lele Pepes Kelapa. The valuation result of participants practices trainee are 21 people (84%) in either category, 4 people (16%) in quite well category. 3) To improve knowledge and skills of the participants in the presenting or packaging diversification of the dishes processed, the result is there is 20 people (80%) in either category. 4) To improve the participants knowledge to determine the price of the dishes diversification, the result are 19 (76%) participants can calculate and determine the price appropriately and correctly, and 6 (24%) participants are less precise. An advice that can be given from the PDA is need for assistance after the activity, so that the knowledge were really implemented and the serving of dishes that can be sold more varied.

PENDAHULUAN

1. Analisis Situasi

Globalisasi dan perkembangan ekonomi yang begitu pesat menuntut semua orang untuk berusaha secara mandiri di berbagai bidang. Kemampuan berusaha ini perlu dipupuk untuk menopang perekonomian agar tidak mudah tergoyahkan. Usaha perbalauk ekonomi diawali dengan pemantapan perekonomian keluarga yang merupakan satuan terkecil dari unsur masyarakat. Dengan demikian besar harapannya, bila keluarga mempunyai tingkat ekonomi yang mantap dengan sendirinya akan berdampak pada sistem perekonomian masyarakat yang kuat pula. Terbentuknya perekonomian keluarga yang kuat didukung dengan adanya sumber daya keluarga yang memadai, terampil dan ulet, terutama sumber daya manusia yang terampil.

Peningkatan sumber daya manusia dalam keluarga dapat ditempuh dengan berbagai cara. Satu diantaranya dapat diupayakan dengan memberikan bekal pengetahuan dan keterampilan yang didasarkan pada kebutuhan masyarakat, potensi lokal dan kebutuhan pasar (*marketable*).

Sejalan dengan uraian di atas, jenis pengetahuan dan keterampilan yang dipandang tepat untuk memenuhi kebutuhan masyarakat adalah peningkatan pengetahuan dan keterampilan di bidang boga. Jenis ketrampilan tersebut diberikan atas dasar pertimbangan bahwa makan merupakan kebutuhan pokok manusia,

siapapun dan dimanapun orang akan membutuhkan makanan. Pemberian keterampilan di bidang boga diharapkan dapat dijadikan sebagai alternatif untuk memperoleh tambahan penghasilan bagi keluarga yang kurang/tidak mampu (miskin) atau berpenghasilan rendah sehingga dapat membantu peningkatan taraf hidup dan kesejahteraannya.

Berdasarkan studi lapangan salah satu tempat yang mempunyai karakteristik sama dengan maksud uraian di atas adalah warga masyarakat kurang/tidak mampu yang berada di wilayah Padukuhan Mrican, Catur Tunggal Depok, Sleman, Yogyakarta. Wilayah ini mempunyai posisi yang strategis untuk mengembangkan usaha mandiri karena berdekatan dengan sentra penjualan makanan yaitu Pasar Demangan, Kampus, Sekolah, Asrama, Kost, Apartemen dan pusat-pusat perbelanjaan yang ada di Yogyakarta. Namun ironisnya di tengah-tengah peluang pasar yang demikian menjanjilauk untuk membuka usaha di bidang makanan, masih banyak warga masyarakat yang hidup serba kekurangan, banyak pengangguran dan terbelakang. Hal ini menjadikan keprihatinan bagi semua pihak, namun mereka sangat jarang mendapatkan pembinaan pengetahuan dan keterampilan yang dapat dijadikan sebagai bekal untuk berwirausaha dan mengembangkan usaha khususnya di bidang makanan. Jenis keterampilan ini apabila dibina dan dikembangkan secara optimal akan mendatangkan keuntungan yang cukup menggembirakan.

Kenyataan di lapangan menunjukkan bahwa warga Padukuhan Mrican, Yogyakarta tepatnya di kampung Pringgondani sebagian besar warganya merupakan pendatang dari desa (urban), mereka mencoba mengadu nasib dengan hidup di kota. Sebagian besar tidak mempunyai pekerjaan tetap dan mengandalkan terpenuhinya kebutuhan hidup dengan menjadi buruh, menyewakan sebageian kecil rumahnya untuk kost atau usaha mandiri dalam berbagai bentuk. Salah satu usaha yang selama ini dijalankan dan dilakukan oleh ibu-ibu adalah dengan menyediakan kebutuhan makan untuk mahasiswa yang kost disekitarnya dengan membuka warung makan sederhana, menerima pesanan makanan untuk acara khusus seperti arisan, rapat maupun hajatan.

Dua tahun yang lalu tim dari Prodi Boga pernah memberikan tambahan pengetahuan dan ketrampilan tentang makanan kudapan dan sampai sekarang usaha makanan kudapan tersebut menunjukkan perkembangan yang bagus. Sementara itu berdasarkan survey/pengamatan usaha warung makan sederhana yang menyediakan makan dan dikelola oleh ibu-ibu kurang begitu berkembang. Kurang atau tidak berkembangnya usaha warung makan yang dikelola oleh ibu-ibu tersebut ternyata salah satu faktor penyebabnya adalah karena menu atau makanan yang disediakan memang tidak bervariasi dan juga kurang berkualitas.

Untuk itu dirasa perlu adanya tambahan pengetahuan dan ketrampilan sebagai pendukung mengembangkan usaha warungnya, dan bagi ibu-ibu yang tidak bekerja diharapkan dapat memanfaatkan waktu luangnya untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan wirausaha bidang makanan agar dapat hidup lebih baik. Sebagai sasaran utama kegiatan ini adalah ibu-ibu pemilik warung makan dan ibu-ibu yang tidak bekerja, yang rata-rata tingkat pendidikannya rendah dan bahkan belum tamat SD.

Pada dasarnya mereka mempunyai potensi yang cukup baik untuk dikembangkan, namun karena keterbatasan pengetahuan dan keterampilan yang dimiliki menyebabkan potensi itu tidak dapat berkembang secara optimal. Untuk itu, tim PPM dari Fakultas Teknik, LPM, UNY mencoba memberikan alternatif tambahan pengetahuan dan keterampilan untuk mengatasi permasalahan di atas dengan memberikan pelatihan "Diversifikasi Olahan Lauk Sebagai Upaya Pengembangan Usaha Mandiri Dan Peningkatan Pendapatan Keluarga di Daerah Urban" Dengan adanya kegiatan pelatihan ini diharapkan dapat membuka wawasan baru bagi penduduk atau warga urban yang ada di daerah Mrican agar mampu mengembangkan potensi dan memanfaatkan peluang yang ada di sekitarnya selanjutnya akan berdampak pada peningkatan pendapatan dan taraf ekonomi warga urban yang ada di wilayah Padukuhan Mrican, Yogyakarta. Kegiatan ini bertujuan untuk menyebarluaskan

pengetahuan dan keterampilan dalam mengolah dan menyajikan lauk yang baik, dari berbagai aspek yaitu: 1) Menumbuhkan dan membangkitkan motivasi berwirausaha bidang makanan khususnya lauk, 2) Meningkatkan pengetahuan tentang bahan, jenis, karakteristik dan teknik olah pembuatan lauk, 3) Meningkatkan ketrampilan dalam membuat diversifikasi olahan lauk dengan berbagai bahan dan teknik olah, 4) Meningkatkan ketrampilan dalam menyajikan olahan lauk yang menarik dan higiene sehingga layak jual dan 5) Meningkatkan pengetahuan dalam menetapkan harga jual olahan lauk yang dibuat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

- 1.** Khalayak Sasaran adalah 25 orang ibu-ibu pengelola warung makan dan ibu tidak bekerja dari wilayah kampung Pringgondani Mrican Yogyakarta. Kriteria pemilihan kelompok sasaran ini dengan mempertimbangkan ibu-ibu yang benar-benar membutuhkan keterampilan dan pendapatan keluarga masih rendah. Disamping itu, peserta bersedia mengikuti kegiatan sampai selesai dengan penuh antusias dan semangat tinggi.
- 2.** Metode Kegiatan yang digunakan adalah ceramah, tanya jawab, demonstrasi dan latihan baik kelompok maupun individu. Ceramah dan tanya jawab digunakan untuk menjelaskan materi berupa konsep, jenis dan karakteristik lauk, cara cara mengolah lauk dan teknik penyajian. Metode demonstrasi dipilih untuk menunjukkan suatu proses kerja sehingga dapat memberikan kemudahan bagi peserta pelatihan. Latihan atau praktik digunakan untuk materi kegiatan praktik. Pada metode ini peserta akan mempraktikkan secara optimal semua teknik-teknik dalam pembuatan dan cara penyajian lauk yang telah diberikan oleh Tim. Adanya kombinasi dari metode ini, diharapkan dapat meningkatkan pengetahuan dan keterampilan para peserta pelatihan secara optimal.
- 3.** Hasil Pelaksanaan Kegiatan
Kegiatan bisa dilaksanakan sesuai dengan waktu dan materi yang sudah direncanakan. Peserta mengikuti kegiatan pelatihan dengan baik dan bersemangat hal ini didasarkan antara lain dari hasil evaluasi kognitif dan praktik yang dicapai. Evaluasi dilakukan untuk mengetahui tingkat penguasaan materi pelatihan yang sudah disampaikan.

Evaluasi dan Hasil Kegiatan:

- a. Evaluasi Pengetahuan

Evaluasi pengetahuan dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui sejauhmana peserta pelatihan dapat menyerap materi pelatihan yang sudah diberlauh. Alat ukur yang digunakan untuk mengetahui kemampuan tersebut di atas berupa tes lisan (tanya jawab). Perangkat tes disusun berdasarkan indikator dari masing-masing materi pelatihan kognitif. Tes lisan terdiri lima butir soal. Indikator keberhasilan ditetapkan apabila peserta tes dapat menjawab lebih dari 75% pertanyaan yang disampaikan oleh tim pengabdian. Berdasarkan hasil penilaian dapat diketahui bahwa penguasaan materi kognitif dikategorikan berhasil baik. Peserta rata-rata dapat menjawab empat dari lima pertanyaan yang disampaikan atau mencapai 80 %.

b. Evaluasi Praktik

1). Evaluasi Pembuatan Produk

Untuk evaluasi praktik aspek yang dinilai meliputi: rasa, warna dan tekstur. Dari hasil penilaian kemampuan praktik peserta pelatihan dalam membuat lauk dikelompokkan dalam tiga katagori: baik, cukup baik dan kurang baik, Hasilnya sebanyak 21 orang (84%) berada pada kategori baik, 4 orang (16%) berada pada katagori cukup baik. Adapun rerata tingkat kemampuan keterampilan dalam pembuatan lauk berada pada kategori baik (73,12).

2). Evaluasi Penyajian/pengemasan produk

Untuk evaluasi penyajian/pengemasan aspek yang dinilai meliputi: kebersihan, kerapihan dan penampilan menarik. Hasil penilaian dari penyajian/pengemasan lauk adalah sebanyak 20 orang (80%) katagori baik, 3 orang (12%) katagori cukup baik dan 2 orang (8%) katagori kurang baik. Adapun rerata tingkat kemampuan peserta pelatihan dalam menyajikan/mengemas lauk berada pada kategori cukup baik (66.08)

3). Evaluasi cara menghitung/menetapkan harga jual

Untuk mengetahui sejauh mana peserta mampu menghitung/menetapkan harga jual, setelah peserta selesai membuat produk mereka diminta menghitung harga jualnya. Hasilnya adalah: 19 (76%) peserta dapat menghitung/menetapkan harga jual dengan benar/tepat dan 6 (24%) peserta kurang benar/tepat, Adapun rerata tingkat kemampuan peserta pelatihan dalam menghitung/menetapkan harga jual berada pada kategori cukup baik (63.52).

4. Pembahasan Hasil Pelaksanaan Kegiatan

a. Materi teori

Materi teori mencakup: 1) membangkitkan dan atau menumbuhkan kembali motivasi berwirausaha, 2) pengetahuan tentang diversifikasi olahan lauk, 3) teknik olah, 4) teknik penyajian dan pengemasan, serta perhitungan/penetapan harga jual.

Untuk materi wirausaha pada dasarnya merupakan upaya membangkitkan kembali dan menumbuhkan motivasi berwirausaha, karena sesungguhnya peserta pelatihan sebagian merupakan pelaku-pelaku usaha rumah makan/warung makan. Memang peserta dengan tema kegiatan diversifikasi olahan lauk ini tidak semua merupakan pelaku-pelaku usaha/wirausaha, ada dari ibu-ibu rumah tangga dengan harapan mereka termotivasi pula untuk berwirausaha bidang makanan khususnya olahan lauk.

Pengetahuan tentang diversifikasi olahan lauk dan juga teknik olahnya, menambah wawasan para peserta kegiatan yang selama ini masih terbatas. Dengan pelatihan deversifikasi olahan lauk ternyata mereka sangat tertarik. Teknik penyajian dan pengemasan, juga memberikan tambahan pengetahuan pada peserta kegiatan, dimana selama ini dalam hal penyajian dan pengemasan olahan lauk yang dihasilkan relatif masih sederhana dan terkesan seadanya. Dengan tambahan pengetahuan dalam hal pengemasan dan penyajian ini diharapkan mereka nantinya mampu menyajikan lauk dan mengemas olahan lauk yang dihasilkan dengan baik, benar dan menarik serta lebih memperhatikan kebersihan.

Materi tentang perhitungan/penetapan harga jual diberikan dengan tujuan agar dalam menjual hasil produknya nanti tidak semata-mata yang penting laku saja. Selama ini pengalaman dari sebagian besar peserta kegiatan ini dalam menetapkan harga jual masih sekedar produk laku dan dapat keuntungan/laba. Sebenarnya juga tidak salah tetapi keuntungan/laba yang diperoleh tersebut apakah juga sudah mempertimbangkan berbagai aspek misalnya: upah tenaga kerja, biaya penyusutan peralatan dan sebagainya. Harapannya dengan tambahan wawasan tentang perhitungan/penetapan harga jual ini mereka lebih baik dalam mengelola/*manage* keuangan hasil penjualan produk yang dibuatnya, sehingga usaha yang dikelolanya dapat berkembang.

b. Materi Praktik

Materi praktik mencakup pembuatan diversifikasi olahan lauk yang berupa: Nugget Tahu, Sate Tahu Tempe, Garang Asem Ikan, Ayam Katsu, Botok

telur Asin, Rolade Ayam Tahu, Ayam Goreng Mentega, Pepes Lele Kelapa. Bahan dasar/baku yang dipakai dalam diversifikasi olahan lauk ini menggunakan bahan-bahan makanan yang mudah didapat dan harganya relatif tidak mahal sehingga harga jual hasil olahannya terjangkau oleh pembeli/konsumen.

Dari delapan diversifikasi produk olahan lauk yang dibuat, semua produk dapat dibuat/dipraktikkan oleh peserta kegiatan dengan hasil baik sebagaimana hasil evaluasi dan penilaian. Produk-produk tersebut semuanya mempunyai potensi untuk dikembangkan antara lain karena proses pembuatannya relatif tidak terlalu sulit, bahan baku dan penunjang yang juga mudah didapatkan serta peralatan yang sederhana dan tidak memerlukan peralatan khusus.

Hasil kegiatan berupa pelatihan pembuatan diversifikasi olahan lauk ini akan dapat menambah variasi hidangan yang ada di rumah makan/warung makan yang selama ini sudah menjual/menyediakan berbagai olahan lauk, sehingga konsumen punya pilihan sajian olahan lauk yang lain.

SIMPULAN DAN SARAN

1. Simpulan

Dari pelaksanaan kegiatan hasilnya adalah:

- a) Meningkatnya motivasi peserta untuk mengembangkan usaha warung/rumah makan yang dikelola sejalan dengan meningkatnya pengetahuan dan ketrampilan dalam membuat diversifikasi olahan lauk
- b) Meningkatnya pengetahuan peserta dalam hal diversifikasi olahan lauk. Berdasarkan hasil penilaian diketahui bahwa penguasaan materi dikategorikan baik. Peserta kegiatan rata-rata dapat menjawab empat dari lima pertanyaan yang disampaikan atau mencapai 80 %.
- c) Meningkatnya ketrampilan peserta dalam membuat/mengolah diversifikasi olahan lauk. Dari penilaian praktik rerata tingkat kemampuan keterampilan dalam pembuatan lauk berada pada kategori baik.
- d) Meningkatnya pengetahuan dan ketrampilan peserta dalam menyajikan/mengemas hasil diversifikasi olahan lauk berupa: Nugget Tahu, Sate Tahu Tempe, Garang Asem Ikan, Ayam Katsu, Botok telur Asin, Rolade Ayam Tahu, Ayam Goreng Mentega, Pepes Lele Kelapa.

Rerata tingkat ketrampilan peserta dalam menyajikan/mengemas lauk berada pada kategori cukup baik.

- e) Meningkatnya pengetahuan dan ketrampilan peserta dalam menetapkan/menghitung harga jual hasil diversifikasi olahan lauk. Rerata tingkat kemampuan peserta pelatihan dalam menghitung/menetapkan harga jual berada pada kategori cukup baik.

5. Saran

- a) Perlu adanya pendampingan setelah kegiatan pelatihan berakhir agar pengetahuan & ketrampilan yang sudah dimiliki benar-benar diimplementasikan.
- b) Peserta pelatihan perlu senantiasa mengembangkan olahan lauk yang dijual, sehingga lebih bervariasi dan bisa tetap diterima konsumen (konsumen tidak bosan).

REFERENSI

- Davis, Bernard and Sally Stone, 1994, *Food and Beverage Management*, Second Edition, Butterworth, Oxford.
- Justin G. Longenecker, Carlos W. Moore, J. William Petty. *Kewirausahaan, Manajemen Usaha Kecil*. Salemba Empat. Jakarta.
- Marwanti. 2000. *Pengetahuan Masakan Indonesia*. Adicita Karya Nusa: Yogyakarta.
- Nugraheni, Prihati Sih (2006). *Diversifikasi dan Inovasi Perlaukan*. Makalah disampaikan dalam Seminar Karya Teknologi Universitas Negeri Yogyakarta, 22 Maret. Perlaukan Direktorat Jenderal Perlaukan Tangkap.
- Umi Sukamti Nirbito (2000). *Manajemen Perusahaan Kecil dan Kewirausahaan*. Proyek Pengembangan Guru Sekolah Menengah, Direktur Jenderal Pendidlauk Tinggi. Departemen Pendidlauk Nasional.

UPAYA PENINGKATAN DIVERSIFIKASI PENGOLAHAN MAKANAN DAN PELUANG USAHA LABU KUNING DALAM ERA INDUSTRI KREATIF

Titin Hera Widi Handayani

Pendidikan Teknik Boga dan Busana FT UNY

ABSTRAK

Beraneka ragam bahan pangan lokal Indonesia mempunyai potensi gizi dan komponen bioaktif yang baik, namun belum termanfaatkan secara optimum. Salah satu penyebabnya adalah keterbatasan pengetahuan masyarakat akan manfaat komoditas pangan tersebut. Labu kuning adalah salah satu komoditas pertanian yang banyak mengandung β - karoten atau provitamin A yang sangat bermanfaat bagi kesehatan. Labu kuning dapat dikonsumsi baik dalam keadaan mentah dengan dibuat juice, maupun setelah dimasak menjadi berbagai macam masakan. Selain itu, labu kuning juga dapat diolah menjadi produk awetan kering berupa tepung labu kuning dan *puree* labu kuning, sehingga dapat tahan disimpan dalam waktu yang lama dan dapat secara praktis digunakan sebagai bahan pembuatan berbagai produk makanan seperti kue, roti, cake, dan cookies. Diharapkan potensi usaha labu kuning ini dapat digiatkan dengan menggali potensi olahan yang ada sebagai agroindustri berbasis produk olahan bahan lokal. Hal ini dapat mendukung program pemerintah dalam upaya menggalakkan industri kreatif di Indonesia.

Kata Kunci: Labu Kuning, Peluang Usaha

PENDAHULUAN

Labu kuning atau yang dikenal sebagai waluh merupakan salah satu komoditas pertanian yang saat ini mulai mendapatkan perhatian karena potensi gizinya yang tinggi. Labu kuning merupakan bahan pangan yang kaya karbohidrat. Di samping itu, labu kuning juga kaya karotenoid, yaitu suatu kelompok senyawa yang berwarna kuning-jingga, yang pada saat ini diketahui mempunyai sifat fungsional sebagai

antioksidan. Betakaroten merupakan salah satu jenis karotenoid, disamping mempunyai aktivitas biologis sebagai provitamin -A, juga dapat berperan sebagai antioksidan yang efektif. Antioksidan merupakan senyawa-senyawa yang dapat menghambat terjadinya proses oksidasi, sehingga dapat mencegah terjadinya penyakit-penyakit degeneratif, misalnya penuaan dini, kanker, diabetes, dan katarak (Henny, 2003:3).

Selama ini, pembuatan makanan cenderung lebih banyak menggunakan tepung terigu sebagai bahan dasar. Padahal, Indonesia bukan negara yang menghasilkan gandum untuk bahan dasar tepung terigu, sehingga untuk memenuhi kebutuhan tepung terigu harus diimpor dari negara lain. Apabila tepung terigu tersebut dapat diganti dengan tepung labu kuning, maka dapat menurunkan kebutuhan terhadap impor gandum.

Labu kuning dapat dikonsumsi baik dalam keadaan mentah dengan dibuat juice, maupun setelah dimasak menjadi berbagai macam masakan. Selain itu, labu kuning juga dapat diolah menjadi produk awetan kering berupa tepung labu kuning, sehingga dapat tahan disimpan dalam waktu yang lama dan dapat secara praktis digunakan sebagai bahan pembuatan berbagai produk makanan seperti kue, roti, cake, dan cookies.

Kue, roti manis, cake dan cookies merupakan jenis produk yang sering ditampilkan di toko roti, cake shop, maupun catering. Hal ini karena produk tersebut sudah dikenal oleh masyarakat luas sebagai makanan selingan. Roti manis merupakan salah satu produk beragi atau kelompok *bread* (roti) yang cukup mengandung lemak dan berasa manis. Cake merupakan produk yang berasa manis serta kaya akan lemak dan gula yang diperoleh dari hasil pembakaran. Cookies atau kue kering yaitu cake dalam bentuk kecil dengan rasa manis atau asin yang diselesaikan dengan dibakar.

PEMBAHASAN

A. Labu Kuning

Beraneka ragam bahan pangan lokal Indonesia yang mempunyai potensi gizi dan komponen bioaktif yang baik, namun belum termanfaatkan secara optimum. Salah satu penyebabnya adalah

keterbatasan pengetahuan masyarakat akan manfaat komoditas pangan tersebut. Labu kuning adalah salah satu komoditas pertanian yang banyak mengandung β - karoten atau provitamin A yang sangat bermanfaat bagi kesehatan. Labu merupakan buah yang dihasilkan oleh sejumlah anggota suku labu-labuan (*Cucurbitaceae*), terutama yang berukuran cukup besar dan berbentuk bulat atau memanjang. Buah labu kuning dapat digunakan sebagai sayur, sup, atau desert. Masyarakat umumnya memanfaatkan labu yang masih muda sebagai sayuran (lodeh, asem-asem, brongkos). Olahan tradisional yang paling dikenal dari labu kuning ialah kolak. Disamping itu, labu kuning juga mengandung zat gizi seperti protein, karbohidrat, beberapa mineral seperti kalsium, fosfor, besi serta beberapa vitamin B dan C. Kandungan gizinya yang cukup lengkap dan harganya yang relatif murah, maka labu kuning ini merupakan sumber gizi yang sangat potensial untuk dikembangkan sebagai alternatif pangan masyarakat (F. Hero K. Purba, 2013).

Labu kuning tergolong dalam bahan pangan minor, karena pemanfaatannya sebagai bahan pangan masih sangat minim. Tingkat konsumsi labu kuning di Indonesia masih sangat rendah kurang dari 5 Kg per kapita per tahun. Pemanfaatan labu kuning selama ini terbatas dalam ruang lingkup olahan tradisional, misalnya sebagai sayuran (lodeh, sayur bening), bahan dasar kolak dan aneka kue (dawet, lepet, jenang, dodol). Bagi masyarakat Manado labu kuning digunakan dalam pembuatan Bubur Manado dan di Sulawesi Selatan, labu kuning digunakan dalam sayur bayam. Pemanfaatan labu kuning labu kuning merupakan bahan pangan yang mengandung kalori, karbohidrat, protein, lemak, mineral (kalsium, pospor, besi, natrium, kalium, tembaga dan seng), β -karoten, tiamin, niacin, serat, dan vitamin C. Kandungan gizi yang sering diunggulkan dari labu kuning adalah kandungan β -karoten yang merupakan pro vitamin A (sumber vitamin A), di dalam tubuh akan dirubah menjadi vitamin A yang berfungsi melindungi mata (dari serangan katarak) dan kulit, kekebalan tubuh dan reproduksi. Karena itu labu kuning dikenal sebagai "raja betakarotan". Daging buahnya juga mengandung antioksidan yang bermanfaat sebagai anti kanker. Labu kuning juga dapat digunakan untuk pengobatan radang, jantung, diabetes, disentri, ginjal, demam dan diare

(F. Hero K. Purba, 2013). Berikut kandungan gizi buah labu kuning per 100 gr:

Tabel 1. Komposisi Zat Gizi Labu Kuning per 100 gram bahan

Komponen	Jumlah
Kalori (kal)	29
Protein (g)	1,1
Lemak (g)	0,3
Karbohidrat (g)	6,6
Kalsium (mg)	45
Fosfor (mg)	64
Besi (mg)	1,4
Vitamin A (SI)	180
Vitamin B1 (mg)	0,08
Vitamin C (mg)	52
Air (g)	91,2
b.d.d (%)	77

Sumber : Departemen Kesehatan RI., (1996).

B. Pemanfaatan Labu Kuning sebagai Produk Olahan

Labu kuning dapat dimanfaatkan selain dalam kondisi mentah juga dapat diolah menjadi tepung dan *puree*.

1. Tepung Labu Kuning

Pengolahan produk setengah jadi merupakan salah satu cara pengawetan hasil panen, terutama untuk komoditas pangan yang berkadar air tinggi, seperti umbi-umbian dan buah-buahan. Keuntungan lain dari pengolahan produk setengah jadi, sebagai bahan baku yang fleksibel untuk industri pengolahan lanjutan, aman dalam distribusi, serta hemat ruang dan biaya penyimpanan. Teknologi pembuatan tepung merupakan salah satu proses alternatif produk setengah jadi yang dianjurkan karena lebih tahan disimpan, mudah dicampur (dibuat komposit), dibentuk, diperkaya zat gizi, dan lebih cepat dimasak sesuai tuntutan kehidupan modern yang serba praktis. Dari segi proses, pembuatan tepung hanya membutuhkan air relatif sedikit dan ramah lingkungan dibandingkan dengan pembuatan pati (<http://www.suaramedia.com>, 2010).

Dalam rangka meningkatkan pemanfaatan buah labu kuning perlu adanya penganeekaragaman produk sehingga mendorong pemanfaatan labu kuning yang lebih luas. Guna pemanfaatan lebih praktis, labu kuning perlu diolah menjadi tepung. Apabila sudah diproduksi sebagai bentuk tepung, maka dapat dipergunakan sebagai jajan basah dan kering maupun makanan bayi dan manula.

Tepung labu kuning adalah tepung dengan butiran halus, lolos ayakan 60 mesh, berwarna putih kekuningan, berbau khas labu kuning dengan kadar air \pm 13 %. Kondisi fisik tepung labu kuning ini sangat dipengaruhi oleh kondisi bahan dasar dan suhu pengeringan yang digunakan. Semakin tua buah labu kuning semakin tinggi kadungan gulanya. Oleh karena kandungan gula yang tinggi ini, apabila suhu yang digunakan pada proses terlalu tinggi, tepung yang dihasilkan akan bergumpal (Jawa : *kempel*) dan berbau karamel.

Labu kuning merupakan tumbuhan yang kaya betakaroten dapat menjadi bahan biofortifikasi pada produk pangan olahan. Fortifikasi dapat dilakukan dengan menggunakan labu kuning segar yang ditambahkan pada pembuatan roti, es krim dan produk pangan lain yang disukai anak-anak. Fortifikasi juga dapat dilakukan dengan terlebih dahulu mengolah labu kuning menjadi tepung yang selanjutnya diaplikasikan pada pengolahan pangan. Tepung labu kuning yang dihasilkan mengandung karbohidrat 78,77%; protein 3,74%; lemak 1,34%; serat kasar 2,90%; betakaroten 7,29 mg/100 g. Dengan kandungan gizi yang dimilikinya, terutama betakaroten (provitamin A) nya yang tinggi, tepung labu kuning baik digunakan untuk bahan fortifikasi pangan terutama makanan anak-anak sehingga dapat meningkatkan nilai gizinya (F. Hero K. Purba, 2013).

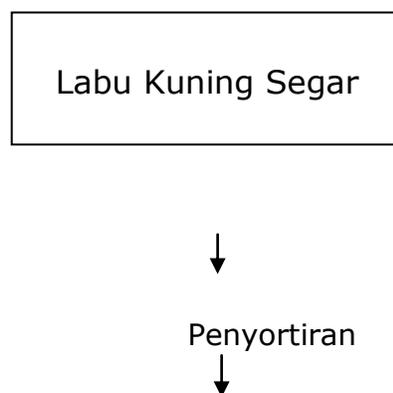
Kualitas tepung labu kuning ditentukan oleh komponen penyusunnya yang akan menentukan sifat fungsional adonan maupun produk tepung yang dihasilkan serta suspensinya dalam air. Komponen tersebut antara lain adalah protein, karbohidrat, lemak dan enzim. Protein tepung labu kuning mengandung protein jenis *gluten* yang cukup tinggi sehingga mampu membentuk jaringan tiga dimensi yang *kohesif* dan *elastis*. Sifat ini akan sangat berfungsi pada pengembangan volume roti dan produk makanan lain yang memerlukan pengembangan volume (Henny, 2003).

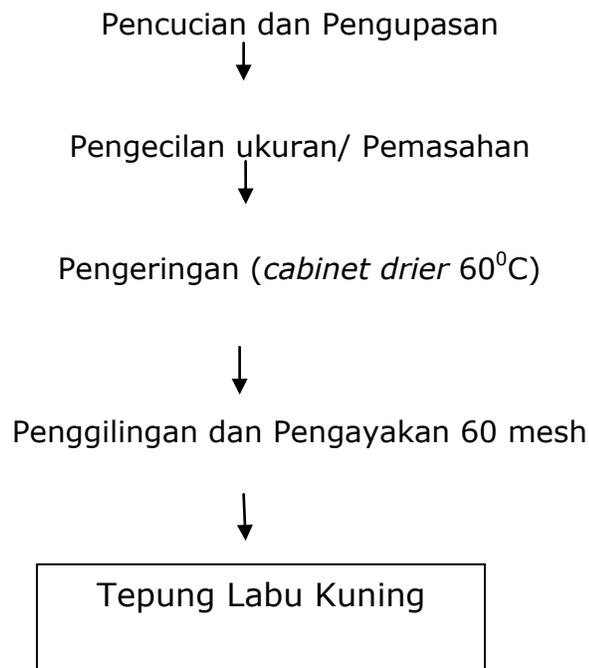
Karbohidrat tepung labu kuning juga cukup tinggi. Karbohidrat ini sangat berperan dalam pembuatan adonan pati. Granula pati akan melekat pada protein selama pembentukan adonan. Kelekatan antara granula pati dan protein akan menimbulkan kontinuitas struktur adonan. Adonan pati tersebut akan mampu menahan air walaupun air yang tersedia terbatas dan hanya terjadi gelatinisasi sebagian. Granula cukup fleksibel untuk memanjangkan gluten. Selain itu meskipun kandungan lemak labu kuning tidak terlalu tinggi namun bersama dengan gluten akan mampu membentuk adonan.

Adapun enzim yang terkandung dalam tepung labu kuning adalah *amilase*, *protease*, *lipase*, dan *oksidase*. Enzim amilase akan menghidrolisis pati menjadi *maltosa* dan *dekstrin* sedangkan enzim *protease* berperan dalam pemecahan protein sehingga akan mempengaruhi elastisitas gluten. Penambahan ragi dalam tepung labu kuning akan menghasilkan *maltase* dan *sukrose* yang akan menghidrolisis maltosa dan sukrosa menjadi monosakarida seperti *glukosa* dan *fruktosa*, yang selanjutnya dipecah lagi menjadi alkohol dan CO₂ yang berfungsi dalam pengembangan volume roti.

Tepung labu kuning mempunyai kualitas tepung yang baik karena mempunyai sifat gelatinisasi yang baik sehingga dengan demikian dapat membentuk adonan dengan konsistensi, viskositas, kekenyalan maupun elastisitas yang baik, sehingga roti yang dihasilkan akan berkualitas baik pula (Henny, 2003).

Diagram alir proses pembuatan tepung labu kuning dapat dilihat pada Gambar 1.





Gambar 1. Diagram Alir Proses Pembuatan Tepung Labu Kuning

Daya simpan tepung labu kuning relatif lama. Namun demikian karena tepung labu kuning merupakan tepung yang sangat higroskopis (mudah menyerap air / uap air), maka penyimpanannya harus dilakukan sedemikian rupa yaitu dengan mengusahakan agar udara dan sinar tidak dapat menembus wadah. Adapun jenis pengemas yang sering digunakan untuk mengemas tepung labu kuning adalah plastik yang dilapisi *aluminium foil*. Bila penyimpanannya dilakukan pada tempat yang kering, maka tepung labu kuning ini dapat tahan penyimpanan selama dua bulan.

Tepung labu kuning dapat dimanfaatkan sebagai substitusi penggunaan tepung dalam pembuatan cake, roti kering, kudapan, ataupun lauk pauk. Selain itu, tepung labu kuning juga dapat

dimanfaatkan sebagai formula dalam makanan bayi karena kandungan pro-vitamin A-nya yang tinggi. Pembuatan tepung labu kuning sangatlah sederhana, dengan memanfaatkan peralatan yang ada di rumah bisa dibuat tepung labu kuning sehingga memiliki nilai ekonomis yang lebih tinggi.

2. *Puree* Labu Kuning

Labu kuning umumnya dikonsumsi orang sebagai sup, kolak, atau dimasak sebagai sayur. Rasa manisnya ternyata juga dapat dibuat *puree* untuk anak. Manfaatnya yaitu dapat menurunkan demam, mengobati diare, menjaga kesehatan mata, dan meningkatkan sistem kekebalan tubuh anak (2013). *Puree* adalah variasi dari bubur dimana bahan utamanya adalah buah atau sayuran yang diproses dengan blender hingga lembut. Untuk buah dan sayuran tertentu, bahan utama dikukus terlebih dahulu hingga lunak dan matang sebelum diblender. Demikian juga untuk pembuatan *puree* labu kuning.

Puree labu kuning dibuat dengan cara mencuci, mengukus, mengupas, dan melumatkan labu kuning sehingga diperoleh suatu massa labu kuning yang halus, lembut, dan berair. Penggunaan *puree* labu kuning dalam pembuatan kue, roti, cake, dan cookies dipandang lebih menguntungkan karena kehilangan zat gizinya tidak sebanyak proses penepungan.

Diagram alir proses pembuatan *puree* labu kuning dapat dilihat pada Gambar 2.



Gambar 2. Diagram Alir Proses Pembuatan *Puree* Labu Kuning

C. Peluang Usaha Produk Olahan Labu Kuning

Makanan adalah kebutuhan pokok manusia yang paling utama karena semua manusia pasti butuh makan untuk memberikan nutrisi dan energi pada tubuhnya. Dan berbisnis makanan/ kuliner boleh dibilang salah satu jenis usaha yang tidak akan pernah “mati” karena akan selalu dicari oleh banyak orang untuk memenuhi kebutuhan tubuh mereka. Kalau kita melihat pasar Indonesia, tentu ada banyak sekali peluang usaha makanan yang bisa dilakukan oleh calon pebisnis yang menyukai usaha kuliner. Masyarakat Indonesia sangat terkenal konsumtif dibanding negara-negara lain, termasuk dalam hal makanan. Indonesia terkenal dengan jenis makanannya yang beragam dari berbagai daerah, mulai dari makanan utama hingga makanan ringan.

Harganya pun beragam mulai dari yang murah, sampai yang mahal. Hal ini dapat dibidik para wirausaha untuk meraih peluang usaha baru.

Peluang usaha adalah kesempatan/ waktu yang tepat yang seharusnya diambil/ dimanfaatkan bagi seorang wirausahawan untuk mendapat keuntungan. Untuk menangkap peluang usaha perlu kerja keras dan pengorbanan. Tanpa kerja keras dan keberanian mengambil resiko maka peluang itu hanya akan sebagai peluang yang terus menerus melayang tanpa menghasilkan apa pun. Kunci keberhasilan menangkap peluang usaha akan diidentifikasi oleh pengalaman dan pendekatan terhadap faktor manusia, sedang kunci keberhasilan lainnya ditentukan oleh teknologi, komunikasi dan informasi (Zainal Hakim, 2013).

Wirausahawan kuliner dapat memanfaatkan peluang usaha dengan diversifikasi pengolahan labu kuning tersebut, selain meningkatkan ketahanan pangan dengan mengoptimalkan potensi pangan lokal. Hal ini dapat mengurangi ketergantungan penggunaan tepung terigu yang selama ini terjadi di Indonesia.

SIMPULAN

Labu kuning merupakan tumbuhan yang kaya betakaroten dapat menjadi bahan biofortifikasi pada produk pangan olahan. Pemanfaatan labu kuning bisa berupa buah yang masih mentah, *puree* dan tepung. Tepung labu kuning dapat dimanfaatkan sebagai substitusi penggunaan tepung dalam pembuatan roti, cake, roti kering, kudapan, ataupun lauk pauk. Selain itu, tepung labu kuning juga dapat dimanfaatkan sebagai formula dalam makanan bayi karena kandungan pro-vitamin A-nya yang tinggi. Untuk harga jualnya akan meningkat, misalnya aneka cemilan dari labu kuning seperti keripik dan stick dapat mencapai harga Rp 15.000-Rp 30.000 jauh lebih tinggi dari harga buah labu kuning tanpa pengolahan. Hal ini meningkatkan nilai ekonomis dari labu kuning serta dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat, terutama bagi para produsen pengolahan labu kuning. Diharapkan potensi usaha labu kuning ini dapat digiatkan dengan menggali potensi olahan yang ada sebagai agroindustri berbasis produk olahan bahan lokal dalam era industri kreatif.

REFERENSI

- Anonim, 1990. *Daftar Komposisi Bahan Makanan*. Direktorat Gizi Departemen Kesehatan RI. Indonesia: Bhratara.
- Buckle, K.A., Edwards, R.A., Fleet, G.H., dan Wootton, M., 1987. *Ilmu Pangan*. Terj. Hari Purnomo dan Adiono. Jakarta : UI Press
- F.G. Winarno, 1997. *Kimia Pangan dan Gizi*. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama
- Gamman, P.M, dan K.B. Sherrington, 1992. *Ilmu Pangan Pengantar Ilmu Pangan Nutrisi dan Mikrobiologi*. Gadjah Mada University Press. Yogyakarta.
- Henny, K.H. 2003. *Tepung Labu Kuning Pembuatan dan Pemanfaatannya*. Yogyakarta. Kanisius.
- Hero Purba, 3013, *Potensi Pemanfaatan Agribisnis Pengolahan Labu Kuning Sebagai Peluang Usaha*, http://heropurba.blogspot.com/2013/04/potensi_pemanfaatan-agribisnis.html
- Wiriano. 1981. *Pembuatan Roti*. Balai Besar Penelitian dan Pengembangan Teknologi Pertanian Bogor. Bogor.
- <http://gizibayi.blogspot.com/2013/10/makanan-bayi-puree-labu-kuning.html>
- <http://www.suaramedia.com>
- <http://www.zainalhakim.web.id/pengertian-peluang-usaha.html>
- <https://www.maxmanroe.com/peluang-usaha-makanan-yang-ada-di-sekitar-kita.html>