

Potensi Distro Batik *Kasundaan* Sebagai Industri Kreatif di Jawa Barat

Liunir Zulbahri

Dosen Prodi Tata Busana PKK FPTK UPI

Abstrak

Industri Kreatif adalah industri yang unsur utamanya adalah kreativitas, keahlian dan talenta yang berpotensi meningkatkan kesejahteraan melalui penawaran kreasi intelektual. Industri kreatif terdiri dari penyediaan produk kreatif langsung kepada pelanggan dan pendukung penciptaan nilai kreatif pada sektor lain yang secara tidak langsung berhubungan dengan pelanggan. Beberapa daerah memiliki kekhasan dari industri kreatif, di Jawa Barat khususnya di Bandung dikenal dengan industri kreatif design dan fashion.

Salah satu produk industri kreatif yang digemari oleh masyarakat khususnya generasi muda saat ini adalah produk pakaian jadi dengan desain unik dan kuantitas produksi yang terbatas, lebih dikenal dengan istilah produk *fashion distribution outlet (distro)*. *Distro* batik *Kasundaan* selain mampu menghadirkan keberagaman produk *fashion distribution outlet*, juga berperan dalam pelestarian nilai-nilai kearifan lokal. Potensi budaya dan produk tekstil tradisional yang *trend* dan pangsa pasar yang luas, serta sumber daya pendukung industri kreatif yang tersedia dengan baik, memungkinkan Jawa Barat menjadi pusat pengembangan distro sebagai Industri Kreatif.

Pendahuluan

Visi Kota Bandung sebagai kota jasa yang bermartabat dan mitra terdepan ibu kota Indonesia 2010 menarik minat investor dalam negeri dan asing. Sebagian besar investasi yang masuk, adalah sektor sekunder dan tersier yang berhubungan dengan jasa dan perdagangan. Walaupun mengerakan pertumbuhan ekonomi 5-6% per tahun, investasi di Kota Bandung masih bertumpu pada industri konvensional yang memandang manusia sebagai salah satu faktor produksi dengan upah yang kompetitif. Bandung masih dijadikan kepanjangan tangan perusahaan skala besar.

Salah satu produk industri kreatif yang digemari oleh masyarakat khususnya generasi muda saat ini adalah produk pakaian jadi dengan desain unik dan kuantitas produksi yang terbatas, lebih dikenal dengan istilah produk *fashion distribution outlet (distro)*. Maraknya produk *distro* ini mampu mendominasi pasar remaja di kota Bandung sekaligus bersaing dengan produk butik, *factory outlet*, dan produk perusahaan pakaian luar negeri. Untuk menghindari kejenuhan pasar pada produk-produk *distro*, dalam proses kreasi perancangannya dibutuhkan pencarian alternatif nilai estetis baru yang didasarkan pada kebutuhan dan ketertarikan pasar terhadap produk *fashion*. Salah satu kemungkinan estetis yang memiliki potensi untuk dikembangkan adalah kekayaan batik kasundaan.

Batik sendiri, baik sebagai teknik membuat motif maupun sebagai ragam hias, telah membuktikan dirinya selalu mampu mengikuti perubahan waktu. Meskipun ada masa pasang dan juga ada kalanya surut, batik tidak pernah benar-benar hilang dari kehidupan masyarakat Indonesia. Batik bukan sekadar warisan budaya lagi. Kini batik menjelma sebagai salah satu kekuatan yang menggerakkan perekonomian rakyat. Tren batik pun penting untuk dipertahankan karena banyak menyerap tenaga kerja dan menyumbang devisa negara.

Berdasarkan data Departemen Perindustrian, tahun 2007 terdapat 48.300 unit industri

kecil dan menengah di bidang batik yang menyerap 792.300 tenaga kerja. Saat itu nilai produksi batik mencapai Rp 2,9 triliun. Dari jumlah itu, ada devisa Rp 1,1 triliun dari ekspor batik. Tahun 2008 (angka prognosa), jumlah unit usaha meningkat menjadi 50.715 yang melibatkan 831.915 tenaga kerja dengan nilai produksi Rp 3,045 triliun.

Banyak industri batik di Jawa Barat memasarkan produknya di kota Bandung dengan pertimbangan sebagai kota trend mode di Jawa Barat. Oleh karena itu perhatian perlu diberikan kepada para perajin batik, sebagai penggerak pembangunan industri yang berbasis pada kreativitas dan talentanya atau dengan kata lain pengembangan sumber daya manusia yang kreatif melalui industri kreatif *distro* bidang tekstil perlu untuk terus dikembangkan.

Pembahasan

Industri kreatif terdiri dari penyediaan produk kreatif langsung kepada pelanggan dan pendukung penciptaan nilai kreatif pada sektor lain yang secara tidak langsung berhubungan dengan pelanggan. (Togar, 2007). Istilah “industri kreatif” pertama kali digunakan oleh Partai Buruh Australia pada tahun 1997. Australia memandang industri kreatif (3,3% dari PDB) sebagai masukan terhadap bisnis yang lebih luas seperti kesehatan, pendidikan, pemerintahan, dan bisnis jasa. Hong Kong menekankan industri kreatif (2% dari PDB) pada kekuatan seperti iklan, desain, publikasi, film dan televisi, serta hiburan permainan. Singapura menekankan pada kekuatan seni, budaya, dan konten audiovisual. Negara kecil ini melakukan investasi pada teknologi komunikasi dan informasi serta memosisikan diri sebagai acuan di dunia atau paling tidak di Asia. Negara-negara tersebut berlomba mengembangkan industri kreatif, bukan hanya sebagai sumber pendapatan tetapi juga citra negara. Kebijakan pada umumnya ditujukan untuk memberdayakan manusia menjadi kreatif, produksi berbasis pada identitas budaya, dan pemberdayaan sosial untuk konsumsi produk kreatif.

Pengembangan industri kreatif mendorong Jawa Barat menciptakan sumber daya manusia yang mampu bersaing dengan kualitas yang dapat diandalkan. Saat ini kehadiran *Distro (Distribution Outlet)* untuk produk pakaian menjadi bisnis yang cukup berkembang khususnya di kota-kota besar seperti Bandung, Yogyakarta, Surabaya, Denpasar. Terdapat jenis *distro*, yang skalanya sangat kecil, mirip dengan pedagang kaki-lima, hingga *distro* yang berskala besar, mempunyai tim disainer sendiri, rumah produksi sendiri sekaligus toko yang terletak di daerah yang strategis. Konsep *Distribution Outlet fashion* tersebut merupakan jenis usaha ritel yang menyediakan berbagai pakaian *casual*, jaket, rok, pakaian-pakaian berbahan dasar jeans serta beraneka asesoris dan lebih mengkhususkan segmen mereka pada kebutuhan anak-anak muda dan mahasiswa. *Distro* dirancang dengan penataan yang lebih artistik baik bangunan maupun ruangnya sebagai salah satu nilai jual dari *distro* itu sendiri.

Menurut Sakri Widhianto, Dirjen Industri Kecil dan Menengah (IKM) Departemen Perindustrian, usaha *distro* yang dimulai di Bandung pada tahun 1997, yang pada saat itu baru terdapat 6 unit *distro*, tahun 2002 jumlahnya telah meningkat menjadi 300 unit. Pertumbuhan *distro* pada tahun 2009, diharapkan di atas 10 persen. Rata-rata di tiap kota kini terdapat 50 *distro*. (*Business News*, 28 Februari 2008)

Salah satu sumber kekayaan budaya di Jawa Barat di dunia tekstil adalah seni batik yang tersebar di beberapa daerah di Jawa Barat. Dari masa ke masa, dalam kurun waktu satu abad terakhir, seni batik selalu berkembang dalam keragaman yang artistik. Dalam perkembangannya terdapat perubahan yang sangat berharga untuk dihayati dan dikaji. Seni batik menjadi sangat penting dalam kehidupan, karena kain batik telah terjalin erat ke dalam lingkaran budaya hidup masyarakat. Batik sendiri dalam buku “batik : the art and craft karya Ila Keller (1966:14) ” *the*

world “batik” as such, is derived from “ambatik”, meaning a cloth of “little dot” means “tik”, which once again resembles the javanes word tritik or taritic”. Tritik atau taritik berarti gabungan dari titik-titik atau titik yang diulang-ulang. Dalam bidang seni rupa gabungan titik yang mempunyai arah akan membentuk sebuah garis. Garis-garis dan titik inilah yang akan membentuk sebuah garis. Chandra Irawan Soekamto (1984:10-12) juga menegaskan bahwa batik berasal dari jawa. Kata batik berasal dari kata ”tik”, yang artinya ”titik”. Batik berarti bertitik. Batik bermakna pula sebagai bentuk atau motif dilukiskan atau dicetak menggunakan lilin panas yang berfungsi menolak cat yang diterakan di atas kain . Motif yang baik sering dibuat dengan menggunakan *cating* yang mana alat tersebut digunakan untuk menerakan lilin panas. Oleh karena itu batik berarti suatu corak lukisan atau gambar di atas kain yang dibuat dengan menggunakan lilin dengan menggunakan canting atau alat lain yang diproses dengan pewarnaan.

Warna batik dalam batik *Kasundaan* memiliki nuansa yang kaya, ungkapan warna yang umumnya menjadi ciri khas batik *Kasundaan* memantulkan keindahan alam Priangan serta kesenian dan kebudayaannya. (Yusuf Efendi, 2000). Pelukisan bianglala seputar alam, dengan pemandangan warna yang sulit dilukiskan karena penuh aneka warna yang gemerlapan. Cahayanya seputar alam: warna – warna kuning keemasan, *paul* atau ungu, *hejo* atau hijau, *beureum* atau merah, *koneng* atau kuning kejinggaan. Digambarkan kemudian, pada waktu warna-warna itu hadir memenuhi ruang langit, lengkung *taya aling—aling* atau terhampar luas tanpa ada yang menghalanginya. Secara ilmiah apabila yang menjadi dasar susunan warna alam Priangan, maka hampir tidak terdapat warna yang kegelapan, suram atau kumal dalam warna batik *Kasundaan*. Warna *kayas* atau merah ros atau merah muda, *gandaria* atau violet muda atau ungu muda, warna *paul* atau biru dan warna *hejo paul* atau kebiruan lebih sering disebut-sebut dalam kawih atau pantun. Hal itu menandakan kesukaan masyarakat Sunda akan nada-nada warna itu (nuansa lembut). Selain nada warna yang terang dan lembut, masyarakat Sunda menyenangi pula berbagai ragam hias untuk mengimbangi kemeriahan susunan warnanya. Kata-kata yang digaris bawahi ialah istilah-istilah yang mengandung pengertian ragam hias. sebagian kata-kata ragam hias itu menjadi nama dari ragam hias batik tulis yang dibanggakan oleh masyarakat pemakainya, seperti dodot, giringsing kawung, para, garuda mungkur., dan kembang bodas.



Batik *Kasundaan* <http://www.sundaonline>

Beberapa usaha batik *Kasundaan* tersebar di beberapa daerah di Jawa Barat yang masing-masing memiliki ciri khasnya. Sekarang ini mulai bangkit kembali dari keterpurukannya pada masa krisis ekonomi tahun 1997 yang lalu. Kini batik *trusmi* dari Cirebon, batik tasikan dari Tasikmalaya, batik *garutan* dari Garut, serta batik *ciamisan* dari Ciamis mulai bangkit kembali sebagai usaha yang cukup potensial dalam industri tekstil.

Batik *Trusmi* Cirebon

Bisnis kerajinan batik di desa *Trusmi* Cirebon tampaknya semakin berkembang. Di sepanjang jalan utamanya tampak banyak bangunan "showroom" (mereka menyebutnya

demikian) batik yang besar dan megah. Pada umumnya didesain sekeliling "showroom" ber dinding transparan dari kaca tebal dengan pintu masuk berukuran tinggi dan lebar yang mengesankan sifat terbuka sekaligus eksklusif. Motif batik yang dimiliki oleh perajin batik Cirebonan, berdasarkan data yang dimiliki disperindag, setidaknya telah mencapai 410 motif dan 100 diantaranya telah dipatenkan. Jumlah motif batik yang dimiliki Cirebon itu mengindikasikan kekayaan intelektual masyarakat Cirebon. Potensi usaha batik Cirebonan, menurut Achsanudin Adi (<http://www.pikiranrakyat>) mengatakan bahwa potensi batik sebenarnya cukup besar. Motif batik Cirebon, memiliki daya pikat tersendiri dibandingkan motif batik di daerah Pekalongan, Solo, dan Yogyakarta.

Kawasan Trusmi ditetapkan oleh pemerintah Kabupaten Cirebon sebagai salah satu daerah wisata belanja, dengan batik sebagai komoditas andalan. Ciri khas batik ini adalah motif wadisan atau batu kapur dengan turunan motif mega mendung yang berbentuk lapisan awan. Motif mega mendung menjadi motif yang paling populer. Motif tersebut berupa beberapa rangkaian gumpalan mega (*awan = bhs.Ind*) yang saling menjalin dan pada beberapa bagian saling menumpuk. Kesan gumpalan awan terletak pada bagian badan objeknya yang berbentuk cembung-cembung sedangkan kedua ujungnya dibuat lancip. Jadi secara sepintas lebih mirip sejenis tumbuhan terutama jika dikaitkan dengan bentuk "batang-batang" pohon yang menghubungkan rangkaian demi rangkaian. Ciri utama dari motif di atas adalah teknik gradasinya yang terdiri dari 5 - 7 tingkatan warna membentuk sebuah volume tiga dimensional sehingga menghapuskan kesan datar. Semakin banyak jumlah tingkatan warnanya jadi semakin sulit dan proses pengerjaannya pun semakin lama karena mesti "tutup-buka" malamnya sesuai dengan jumlah gradasi warna yang diinginkan. Pada umumnya bentuk gradasi tersebut rata-rata terbuat dari 5 nada warna. Untuk mengerjakan bentuk gradasi tersebut memerlukan beberapa jenis canting, misalnya untuk gradasi menggunakan canting "Tembok Cilik", menutup bidang besar dengan "Tembok Besar", membuat garis putih (*out line*) yang membedakan warna gradasi paling muda dengan yang paling gelap diperlukan sebuah garis putih yang dibuat dengan canting "Solo-an" , sedangkan untuk membuat detail seperti noktah-noktah atau barik dengan canting "Sen-senan". Oleh karena itu pembuatan batik memerlukan daya kreativitas yang tinggi dari perajinnya, sehingga potensi ini patut untuk untuk dikembangkan dan dihargai dalam industri kreatif di Jawa Barat.

Batik *Garutan*

Batik *garutan* sangat mudah ditemui disepanjang jalan Papandayan sebagai pusat penjualan batik. Kelebihan "batik Garutan" adalah masih memakai sistem tradisional, yaitu masih memakai pengetelan secara alami dengan menggunakan air merang dan minyak kacang. Batik *Garutan* juga memiliki motif tersendiri. Motif limar, misalnya. Dari limar saja bisa dikembangkan menjadi beragam motif. Sedangkan pemilihan warna cenderung cerah. Dari sekurang-kurangnya 40 motif batik tulis *garutan*, terdapat empat motif yang sangat terkenal berkualitas tinggi terdiri motif rereng, beulah kupat, kumeuli serta motif burung merak yang tengah mengepakkan keindahan sayapnya, juga diharapkan bisa menjadi salah satu seragam pegawai di kawasan Priangan, sedangkan di kawasan Pantura bisa dengan batik Cirebon.

Corak-corak lainnya yang bisa dipilih antara lain merak *ngibing* yang menggambarkan sepasang burung merak sedang menari. Kemudian ada corak bulu *hayam* yang memperlihatkan ekor ayam yang panjang dan dilengkung setengah lingkaran. Selain itu, ada juga lereng adumanis, lereng *suuk*, lereng calung, lereng daun, *cupat manggu*, bilik, dan lainnya. Batik tradisional Garut atau lebih dikenal dengan sebutan batik "Garutan" perlu dipertahankan

keberadaannya. Pertimbangannya bukan sekadar dari sisi bisnis akan tetapi kerajinan tersebut merupakan aset kerajinan tradisional Sunda yang kian langka akibat terdesak oleh ekonomi kapitalis.

Batik *Tasikan*

Daerah Tasikmalaya menyimpan berbagai corak batik tulis tradisional, yang dikenal dengan batik *tasikan*. Batik tulis khas Tasikmalaya ini, biasanya dengan warna dasar merah, kuning, ungu, biru, hijau, dan soga. Sedangkan, motifnya lebih banyak natural, payung, kartu, kipas, sida mukti, bianyu, cala culu, dan teratai. Batik khas Tasikmalaya ini, lebih mirip dengan Pekalongan, namun, batik Tasikmalaya lebih variatif. Menurut Disperindag Tasikmalaya 20 motif batik *tasikan* sudah dipatenkan sebagai hak kekayaan intelektual.

Batik *Ciamisan*

Di daerah paling timur Jawa Barat, saat itu tak kurang dari 1.200 perajin menekuni batik tulis motif *ciamisan*. Bahkan pada era itu, mereka yang akan membeli harus rela menunggu paling cepat seminggu, barulah mendapatkan pesannya. Para pemesan batik khas daerah Ciamis ini, tidak datang dari daerah sekitar Jawa Barat atau Jakarta, tapi dari Surabaya, Semarang, Samarinda, Banjarmasin, hingga Makassar. Batik dari daerah Ciamis ini memiliki khas atau motif tersendiri untuk batik yaitu dinamakan *sarian*. Batik ciamisan memiliki dasar putih. Warna dominan pada *ciamisan* adalah perpaduan warna coklat soga dan hitam. *Ciamisan* juga memiliki dua motif *rereng*, yakni *rereng eneng* dan *rereng seno*. Motif *rereng eneng* kini diaplikasikan untuk baju, sedangkan *rereng seno* untuk kain bawahan. Tanaman daun rente dan daun kelapa, adalah dua jenis tanaman yang dijadikan gambar ciri khas *ciamisan*. Tanaman rente yang biasa tumbuh di kolam-kolam penduduk Ciamis dan dijadikan pakan ikan, diangkat pada kain mori dan dituangkan jadi gambar untuk batiknya. Demikian pula keakraban perajin batik dengan pohon kelapa yang banyak tumbuh di daerah itu, menjadi ilham untuk motif *ciamisan*.

Secara keseluruhan motif *ciamisan* tampil sebagai kain yang kalem, hal ini sesuai dengan jiwa masyarakat Ciamis yang tenang dan tidak bergejolak. Tiga warna yang dominan dalam batik Ciamisan, memberikan arti yang sederhana. Hal itu, menunjukkan bahwa warga Ciamis ini, dalam keseharian sederhana dan ramah tidak berbelit-belit. Dengan kesederhanaan, orang Ciamis tetap ingin mempesona, demikian kira-kira filosofinya. Warna putih menggambarkan hati bersih, sedangkan hitam dan cokelat adalah ketegasan. Batik Ciamisan ini, banyak juga mengiblat ke batik Yogya yaitu dari pemilihan warna juga banyak putih dan hitam. Dengan memiliki kekhasan seperti itu, batik *ciamisan* punya pangsa pasar yang tinggi atau luas.

Semua potensi batik *Kasundaan* dapat dikembangkan menjadi industri kreatif di Jawa Barat karena industri kreatif adalah industri masa depan yang bertumpu pada daya kreasi manusia. Jawa Barat yang secara historis dan de facto telah banyak melakukan kegiatan ekonomi yang termasuk dalam Industri Kreatif. Distro Batik *Kasundaan* sangat memungkinkan untuk dikembangkan menjadi trend dalam industri kreatif, karena pangsa pasarnya cukup luas dan mempunyai ciri yang khas yang unik. Warna dan motif batik *Kasundaan* memantulkan keindahan alam Priangan serta kesenian dan kebudayaannya.

Peluang usaha pengembangan *distro* batik *Kasundaan* yang berlokasi di kota-kota di Jawa Barat seperti Bandung, Cirebon, Tasik, Ciamis ataupun Garut, sebagai alternatif keragaman produk *fashion*, diprediksi akan memiliki prospek yang baik dengan pertimbangan sebagai berikut :

1. Aneka kebutuhan *fashion* yang selalu melekat pada manusia yang akan terus ada dan berkembang.
2. Batik tengah berada di puncak *trend fashion* di Tanah Air. Di mana-mana orang "mendadak batik". Batik yang dulu identik dengan acara resmi dan digunakan orangtua, kini mengalami revolusi. Saat ini anak muda banyak yang menggemari batik
3. Booming batik didorong oleh kebijakan pemerintah daerah dan instansi swasta yang mewajibkan pegawainya mengenakan batik sehari dalam sepekan
4. Gairah pasar trend busana batik membuat transaksi batik bergairah, secara nasional nilai produksi batik terus meningkat, terutama sejak tahun 2004.
5. Pangsa pasar di kota-kota di Jawa Barat yang cukup luas khususnya dari kalangan mahasiswa dan pelajar. Hal ini dikarenakan kota-kota tersebut sebagai kota yang memiliki sejumlah perguruan tinggi.

Distro batik Kasundaan sebagai faktor pendukung keberhasilan industri kreatif bidang tekstil di Jawa Barat tentu harus senantiasa memperhatikan dan memantapkan penentu daya saing dan indikator daya saing. Penentu daya saing yang harus dimantapkan adalah adanya; (1) iklim industri kreatif yang kondusif: regulasi (kebijakan) yang mendukung, regulator yang visioner, dan penerimaan masyarakat, (2) daya dukung permodalan, (3) daya dukung pendidikan dan pelatihan pekerja kreatif, (4) daya dukung riset teknologi dan pasar industri kreatif, (5) daya perlindungan terhadap pekerja kreatif, (6) daya Cipta Produk Kreatif, (7) daya distribusi dan pemasaran produk kreatif, (8) daya permintaan, serta (9) kemampuan industri pendukung dan terkait. Sedangkan indikator dari keunggulan bersaing dalam industri tekstil yang harus dicapai adalah mutu dan kecepatan, keanekaragaman dan nilai ekonomis

Penutup

Industri kreatif adalah industri masa depan yang bertumpu pada daya kreasi manusia. Jawa Barat terutama Kota Bandung secara historis dan de facto telah banyak melakukan kegiatan ekonomi yang termasuk dalam Industri Kreatif. Salah satu potensi yang dimiliki Jawa Barat yang sampai saat ini memiliki pangsa pasar yang cukup luas adalah potensi batik *Kasundaan*. Faktor penentu keberhasilan industri kreatif bertumpu pada penciptaan iklim yang kondusif, kemampuan penciptaan nilai kreatif, dan peningkatan permintaan. Alternatif ragam produk *fashion* dengan pengembangan estetis baru dengan basis pengembangan kekayaan seni tradisional batik *Kasundaan* selain mampu menghadirkan keberagaman produk *fashion distribution outlet*, juga berperan dalam pelestarian nilai-nilai kearifan lokal ditengah maraknya pengaruh budaya asing dan teknologi informasi yang telah membaaur dengan kehidupan sebagian besar masyarakat di negeri ini.

Daftar Rujukan

Businesss News. (28 Februari 2008). *Pemerintah Fasilitasi Industri Distro Kerjasama Dengan API*.

Chandra Irawn Soekamto. (1984). *Pola Batik*. Jakarta Pusat : CV. Akadoma.

<http://www.garut.go.id>. *Batik Garutan berpeluang Tembus Segmen Pasar Asia Afrika*. Di download tgl 30 Juni 2009.

<http://www.sundaonline>. *Batik Sunda : a Heritage Beauty From the East*. Di down load tgl 10 Juli 2009.

<http://www.pikiranrakyat> *Potensi Industri Kreatif di Bandung*. Oleh Dr.Togar M Simatupang. **Terbitan 07 Maret 2007**.

Keller, Ila. (1966). *Batik : The Art and Craft*. New York an Art Horizons Book : Reinhold Publishing Corporation.

Yusuf Affendi. (2000). *Seni Kriya Batik dalam Tradisi Baru Menghadapi Arus Budaya Global*. *Jurnal Seni Rupa dan Desain* .Volume 1,1, Agustus 2000 .Penerbit : Pusat Penelitian dan Pengembangan Masyarakat (P3M) Sekolah Tinggi Seni Rupa dan Desain Indonesia (STISI)