

FILE 2 :

ARTIKEL UNTUK PROSIDING PROGRAM UNGGULAN PRODI TATA BUSANA 2009

PERTUMBUHAN BISNIS DISTRO SEBAGAI PERSPEKTIF PENDIDIKAN NONFORMAL GENERASI MUDA BANDUNG DAN SEKITARNYA

Oleh :
Supandi

PENDAHULUAN

Distro adalah istilah populer untuk sebuah usaha penjualan pernak-pernik keperluan remaja, misal baju kaus *T-shirt*, topi, celana, kemeja, tas, dompet, *scarf*, bandana serta aksesoris kalung, bros, gelang dan sebagainya.

Desain produk distro berbentuk khas, dibuat oleh remaja untuk remaja yang perlu berpenampilan sesuai selera remaja, dalam istilah remaja berpenampilan *gaul*. Sesungguhnya dalam proses produksi bisnis distro muncul kreativitas remaja yang mampu mengalahkan desain produk bermerk dan produknya disenangi oleh para remaja, terbukti dari sejak munculnya bisnis distro di Bandung, maka Bandung banyak dikunjungi wisatawan domestik, menjadikan Bandung sebagai kota tujuan wisata belanja dengan beberapa sentra bisnis distro di Bandung Utara dan bisnis distro telah menjadi jendela suatu pertumbuhan industri kreatif remaja.

Industri kreatif merupakan pilar utama dalam mengembangkan sektor ekonomi kreatif yang memberikan dampak positif bagi kehidupan masyarakat. Di Jepang pertumbuhan industri kreatif melalui upaya simultan para industriawan untuk mencari desain produk yang mutakhir, misal melahirkan desain produk elektronik sampai robot oleh Sony & Co.

Di Indonesia belum ada gambaran jelas mengenai industri kreatif ini, karena selama ini timbul akibat desakan kebutuhan ekonomi dan kebutuhan berekspresi masyarakat yang ditunjang oleh kemampuan memproduksi inovatif dan sambutan pasar yang menerima produk industri kreatif ini yang dipasarkan di berbagai distro yang terus bermunculan. Istilah distro sendiri tumbuh dengan sendirinya, dikenal sementara orang sebagai singkatan dari *distribution outlet* atau *distribution store* dengan terjemahan bebas, sebagai gerai penjualan barang khusus remaja.

BISNIS DISTRO

Kata distro sendiri sebelumnya dikenal di dunia maya komputer, misal Distro SLS (*Soft Landing System*) era tahun 1980an, Distro SlackWare era tahun 1990an atau Distro RedHat era tahun 2000an digunakan sebatas komunitas tertentu .

Distro dalam dunia maya ini dijadikan sebagai alat komunikasi tersebar dalam bentuk CDROM atau disket, menggunakan suatu kernel misal Linux yang dilengkapi dengan Perangkat Lunak Bebas (PLB), yaitu perangkat yang dapat digunakan untuk keperluan apapun, bebas untuk digunakan, dimodifikasi dan diedarkan. Dewasa ini bagi yang memahani Linux, maka para sistim administrasi di berbagai instansi atau individu telah mengembangkan ratusan distro ini, seperti Debian, DeDe, DeAl, Mandrake, RedHat, SuSe, dan sebagainya dengan diberi nama menurut selera masing-masing.

Distro sebagai *distribution outlet* berbeda dengan distro sebagai sarana komunikasi virtual tersebut, pertumbuhan bisnis distro sebagai gerai penjualan kebutuhan remaja, sejalan dengan pertumbuhan bisnis *Factory Outlet* yang menjual barang bermerk dengan harga yang lebih murah, dikenal sebagai barang sisa ekspor. Hal ini akibat dari resesi ekonomi yang dikenal dengan nama krisis moneter yang berlanjut dengan krisis multi dimensi sejak tahun 1998. Pada saat itu perdagangan internasional melemah dan berbagai order barang berlabel internasional yang proses produksinya di Indonesia tidak dapat dikirim dan dijual sebagai mana seharusnya, karena perusahaan pemesan mengalami krisis manajemen bahkan banyak yang gulung tikar. Akibatnya di gudang pabrik produsen menumpuk barang dengan kualitas bagus tapi tidak dapat di ekspor. Para pengusaha mencoba menjual barang tersebut ke pasar domestik dengan menggunting merk aslinya. Ternyata kebijakan ini disambut konsumen, maka tumbuh *factory outlet* di berbagai sudut kota Bandung yang diikuti oleh berdirinya distro di kota kota lain seperti Yogyakarta, Denpasar, Jakarta, Surabaya dan kota besar lainnya. Distro ini tampilannya berbeda, yaitu lebih eksklusif, sering lebih murah dan yang pasti desain produk yang dijual lebih sesuai dengan selera remaja. Khususnya di Bandung bisnis distro memiliki warna tersendiri yang ditunjang reputasi sebelumnya, yaitu Bandung sebagai kiblat mode Indonesia dan juga memiliki potensi wisata kuliner.

Meningkatnya potensi Bandung sebagai kota tujuan wisata sejalan membaiknya sarana transportasi seperti jalan tol dan rute penerbangan membuat akses ke kota Bandung menjadi lebih mudah, sehingga wisatawan tidak hanya datang dari berbagai kota di Indonesia, bahkan tidak jarang dari negeri jiran Malaysia, Brunei dan sebagainya. Menurut catatan Wikipedia Encyclopedia pada tahun 2007 bisnis distro di Indonesia ada sekitar 700 dan hampir setengahnya ada di Bandung, angka ini terus tumbuh pada tahun 2008-2009 bertambah sekitar 100. Distro di Bandung umumnya memproduksi barangnya sendiri, sedang kota lain diantaranya ada yang membawa produk dari Bandung untuk dipasarkan di kotanya.

Produk distro di Bandung umumnya merupakan usaha kecil dan menengah (UKM), berdasarkan catatan Departemen Perindustrian RI dalam Studi Industri Kreatif Indonesia, UKM termasuk diantaranya bisnis distro ini telah memberikan kontribusi ekonomi sebesar 6,34% dari pendapatan nasional berdasarkan perhitungan Pendapat Domestik Bruto, sesuai tabel berikut ini.

PROFIL STATISTIK EKONOMI INDUSTRI KREATIF

PRODUK DOMESTIK BRUTO (PDB)	Satuan	Tahun					Rata rata
		2002	2003	2004	2005	2006	
a. Nilai Tambah Bruto	Miliar Rp.	102,26	100,22	104,43	107,46	104,76	104,478
b. Pertumbuhan Nilai Tambah Bruto	Persen	-	- 1,25%	0,17 %	4,63%	2,67%	1,74%
c. Persentase Nilai terhadap total PDB	Persen	6,74%	6,75%	6,54%	6,15%	5,69%	6,34%

Catatan :

1. Peringkat untuk indikator ekonomi berbasis PDB ketenaga kerjaan dan jumlah perusahaan dari BPS
2. Peringkat untuk indikator ekonomi berbasis ekspor adalah terhadap komoditi yang diumumkan BPS

Sumber : Studi Industri Kreatif Indonesia, Departemen Perdagangan RI

Dari data table antara tahun 2002 sampai 2006 nampak adanya fluktuasi yang dapat disebabkan berbagai faktor, tetapi hendaknya fluktuasi ini dapat diupayakan supaya mejadi trend meningkat, atau stabil, walaupun ada penurunan tidak mencapai angka yang signifikan. Upaya ini dapat dijalankan tidak hanya dengan kebijakan pemerintah di sektor ekonomi saja, seperti kebijakan perpajakan, suku bunga kredit, atau subsidi yang kesemuanya akan berdampak pada sektor lain, tetapi dapat melalui pembinaan pelaku perusahaan atau produksi melalui pendidikan formal, informal atau nonformal, sesuai dengan yang diamanatkan Undang-undang Sisdiknas, sehingga kreatifitas dan motivasi dapat terus tumbuh secara manajemen sehat dan bisnis distro dapat profitable.

PERSPEKTIF PENDIDIKAN NON FORMAL

Pembentukan jati diri, tidak hanya dampak dari pendidikan formal atau informal, tetapi dapat juga melalui pendidikan non formal, salah satunya karena pengaruh lingkungan. Pada lingkungan masyarakat yang kreatif dapat membentuk individu yang kreatif juga, kreativitas sebagai potensi dapat menjelma sebagai kemampuan individu yang menjadi dasar tindakannya dalam melaksanakan perannya di lingkungan keluarga, masyarakat sekitar dan lebih jauh dalam masyarakat bangsa dan negara. Tanpa kreativitas akan sulit melakukan tindakan-tindakan yang unggul dalam melakukan perannya.

Kreativitas merupakan potensi diri manusia yang dapat menjelma sebagai kemampuan bertindak, kemampuan memberikan makna dan meningkat mutu jati dirinya. Secara mikro, kreativitas diwujudkan dalam produk atas karya kreatif individu dan secara makro kreativitas dimanifestasikan dalam kebudayaan dan peradaban (Supriadi, D.,1989:9) atau definisi industry kreatif menurut UK DCMS Task Force (1998) : *Creative industries as those industries which have their origin in individual creativity, skill and talent and which have a potential for wealth and job creation the generation and exploitation of intellectual property and content* atau industry kreatif berasal dari pemanfaatan kreativitas, keterampilan serta bakat individu untuk menciptakan kesejahteraan serta lapangan pekerjaan dengan menghasilkan dan mengeksploitasi daya kreasi dan daya cipta individu.

Definisi kreativitas tersebut menjadi rujukan dari adanya gagasan bentuk industri kreatif sebagai salah satu alternatif bentuk industri yang ingin dikembangkan. Pada dasarnya kreatifitas dan industri kreatif dapat tumbuh dengan sendirinya di lingkungan masyarakat atau generasi yang sudah terdidik. Dengan perkataan lain, situasi kondusif inilah yang terlebih dahulu harus diwujudkan baik melalui pendidikan formal, informal maupun non formal yang pada akhirnya industri kreatif akan muncul sebagai sikap budaya dan bukan karena paksaan atau indoktrinasi.

Meskipun demikian karena timbulnya suatu kreatifitas harus memiliki dukungan berupa keterampilan dan bakat serta ditunjang pula oleh pengetahuan dan keahlian, maka yang paling berperan adalah pendidikan non formal untuk menimbulkan kesadaran perlunya kreativitas. Setelah ada kesadaran perlunya kreativitas, maka produk kreativitas akan bernilai jika produk ditunjang skill, talenta dan pengetahuan yang diperlukan.