

Respon Kreatif Perajin Pandan dengan Prinsip Desain Berkelanjutan dan Pelestarian Sumber Daya Alam di Pangandaran Jawa Barat

Husen Hendriyana, I Nyoman Darma Putra, Yan yan Sunarya dan Tyas Rinestu
FSRD Institut Seni Budaya Indonesia Bandung, Jl. Buah Batu No 212 Bandung, 40265
Pusat Unggulan Pariwisata Universitas Udayana, Bali
FSRD Institut Teknologi Bandung
Institut Seni Indonesia Yogyakarta
husenkriyadesain@gmail.com

ABSTRACT

*Pangandaran in West Java is an area of sandy beaches and rocky hills stretching for 91 km of which half, 44.85 km, is overgrown with pandanus plants (*pandanus tectorius*). The potential for natural wealth has inspired the growth of new jobs from the majority of Pangandaran's residents, farmers of rice, coconut, coconut sugar, and fishermen. This article aims to examine the response of individuals and community groups to creative culture to make creative products based on pandanus material. The description focuses on the psychological response of individuals and/or groups to environmental resources, psychological responses to environmental resources in forming inter-group relationships, and describes the craftsman group's understanding of design knowledge and skills that pay attention to the preservation of environmental resources. This research uses a design thinking method, with a Participation Action Research (PAR) approach, eco-design, eco-friendly product, environmental design through the synergy of stakeholders. The results of the study indicate the emergence of a new creative awareness for the Pangandaran community to make pandan-based craft products that are not only of economic value but can support community programs to reduce plastic waste. Through various pandan-based processed products such as eco-friendly shopping bags, their creative processes and works are also slowly raising new awareness to protect pandanus resources so that they can provide raw materials in a sustainable manner.*

Keywords: *pandanus tectorius; Pandan craftsmen Pangandaran West Java; eco-friendly products, plastic waste*

ABSTRAK

Pangandaran Jawa Barat adalah daerah pantai pasir dan bukit berbatu membentang sepanjang 91 km yang separuhnya, 44,85 km, ditumbuhi tanaman pandan (*pandanus tectorius*). Potensi kekayaan alam itu menginspirasi tumbuhnya pekerjaan baru dari mayoritas penduduk Pangandaran petani padi, kelapa, gula kelapa, serta nelayan. Artikel ini bertujuan untuk mengkaji respons individu dan kelompok masyarakat terhadap budaya kreatif untuk membuat produk kreatif berbasis material pandan. Uraian difokuskan pada respon psikologis individu dan atau kelompok terhadap sumber daya lingkungan, respons psikologis terhadap sumber daya lingkungan dalam membentuk hubungan antar-kelompok, dan menggambarkan pemahaman kelompok perajin terhadap pengetahuan dan keterampilan desain yang memperhatikan kelestarian sumber daya lingkungan. Penelitian ini menggunakan metode *design thinking*, dengan pendekatan *Participation Action Research* (PAR), *eco-design*, *eco-friendly product*, *environmental design* melalui sinergisitas unsur-unsur pengampu kepentingan. Hasil penelitian menunjukkan timbulnya kesadaran kreatif baru bagi masyarakat Pangandaraan untuk membuat produk kriya berbasis pandan yang tidak saja bernilai ekonomi tetapi dapat mendukung program masyarakat mengurangi sampah plastik. Lewat berbagai produk olahan

berbasis pandan seperti *eco-friendly shopping bag* (tas belanja ramah lingkungan), proses dan karya kreatif mereka pelan-pelan juga menimbulkan kesadaran baru untuk menjaga sumber daya pandan agar bisa menyediakan bahan baku secara berkelanjutan.

Kata Kunci: pandanus tectorius; perajin pandan Pangandaraan Jawa Barat; produk ramah lingkungan, sampah plastik

PENDAHULUAN

Alam tidak saja memberikan tempat bagi manusia untuk menetap tetapi juga menyediakan sumber daya yang bisa diolah untuk memenuhi kebutuhan hidup atau melakoni mata pencaharian. Masyarakat yang menetap di daerah pesisir dikaruniai laut yang luas sehingga terangsang untuk menjadi nelayan atau petani garam. Bagi mereka yang tinggal di dataran tinggi, alam menyediakan sawah ladang untuk pertanian. Dengan kata lain, sumber daya alam yang secara evolutif membentuk mata pencaharian bagi penduduk setempat (Septiana, 2018; Supriadi 2016). Masyarakat Pangandaran yang hidup di daerah pertanian dan pesisir juga secara tradisi menekuni mata pencaharian sebagai petani dan nelayan. Pangandaran adalah daerah pesisir sepanjang 91 km yang separuhnya, yaitu 44,85 km, ditumbuhi tanaman pandan (*pandanus tectorius*). Sumber daya alam berupa pandan ini juga menjadi pijakan mata pencaharian masyarakat lokal untuk membuat berbagai benda berbasis pandan (Hendriyana, Putra, Yan Suanrya, 2020; Djuniwati dan Marlianti, 2019). Mata pencaharian merupakan salah satu unsur kebudayaan dan di sini tampak bahwa kebudayaan berkaitan erat dengan alam, demikian juga sebaliknya.

Merujuk pada konsep budaya Honigman yang dikembangkan oleh pakar Koentjaraningrat (2019) bahwa unsur

kebudayaan terdiri dari ide (*idea*), tindakan (*action*), dan wujud/bentuk karya (*artifact*). Proses budaya kreatif seni kriya dan desain tidak terlepas dari *idea* yang berhubungan dengan dinamika kelompok masyarakat baik bersifat personal atau pun komunal yang membentuk respon-respon tertentu sehingga mewujudkan tindakan yang berujung pada artifak, produk, atau karya yang dihasilkan dari daya cipta masyarakatnya. Sesederhana atau sekomplik apa pun produk kriya manusia tentulah merupakan hasil dari perwujudan gagasan melalui proses tindakan.

Ide dan konsep suatu karya itu bersifat *intangible* sehingga diperlukan renungan analisis yang tajam dan mendalam. Banyak jenis penelitian-penelitian yang memang berfokus mengkaji ide dan konsep melalui objek penelitiannya artifak/wujud karya budaya masyarakatnya, demikian pula ada penelitian yang menghasilkan wujud dan bentuk karya yang ditelitinya. Jenis penelitian yang pertama biasa disebut riset kajian (*post-factum* atau *practice-based research*), sedangkan jenis yang kedua disebut riset penciptaan (*pre-factum* atau *practice-led research*) (Hendriyana, 2021). Sedangkan topik penelitian yang dituliskan pada artikel ini, ide dan konsepnya belum ada, demikian juga dengan artifak atau wujud karyanya, belum ada sebelumnya, sehingga penelitian ini meminjam keilmuan lain yang bersinggungan yaitu melalui

pendekatan respon psikologis, untuk mengetahui latar belakang terbentuknya konsep dan ide yang mendasarinya, sekaligus untuk mengetahui apa dan bagaimana proses dan wujud tindakannya dalam bentuk karyanya.

Objek penelitian ini mencakup (1) kelompok petani dan perajin Pandan yang terwadahi dalam komunitas Kampung Pandan di Pangandaran; (2) Sumber daya alam (*pandanus tectorius*), (3) Pangandaran sebagai destinasi wisata nasional maupun internasional, yang terkenal di provinsi Jawa Barat. Studi kasusnya, petani dan perajin pandan di komunitas kampung Pandan Kabupaten Pangandaran. Dengan permasalahan: (a) Rusaknya lahan tanaman pandan di Kawasan hutan harim laut, karena ulah manusia yang tidak bertanggung jawab; (b) minimnya perhatian masyarakat dan pemerintah setempat terkait dengan pemanfaatan potensi *Pandanus tectorius*; (c) Minimnya pengetahuan dan keterampilan para perajin khususnya berkaitan dengan kreativitas desain, manajemen desain, manajemen produksi, serta aplikasi teknologi tepat guna sebagai dasar sistem pengolahan pandan untuk kebutuhan bahan baku produk Kriya; (d) Minimnya pengetahuan dan keterampilan para perajin Kriya-pandan khususnya berkaitan dengan pertanian sebagai dasar pokok perwujudan *sustainable design*, yakni tersedianya bahan baku yang berkesinambungan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji respons individu dan kelompok masyarakat terhadap budaya kreatif untuk membuat produk kreatif berbasis material pandan.

Uraian difokuskan pada respon psikologis individu dan atau kelompok terhadap sumber daya lingkungan, respons psikologis terhadap sumber daya lingkungan dalam membentuk hubungan antar-kelompok, dan menggambarkan pemahaman kelompok perajin terhadap pengetahuan dan keterampilan desain yang memperhatikan kelestarian sumber daya lingkungan. Sejalan dengan itu, fokus kajian dalam penelitian adalah membahas (a) pemahaman tentang bagaimana dinamika kelompok membentuk respons individu dan kolektif terhadap suatu produk dan lingkungan, (b) mengkaji cara-cara bahwa respons psikologis terhadap lingkungan dapat membentuk hubungan antar kelompok, dan (c) menggambarkan cara-cara di mana pemahaman mendalam tentang peran proses kelompok dapat berpotensi menginformasikan komunikasi ilmu desain dan lingkungan, desain yang memperhatikan kesehatan lingkungan atau yang biasa disebut *eco-design*, *eco-friendly product*, *environmental design*.

METODE

Penelitian kriya dan desain (*craft and design*) ini menggunakan metode *design thinking* dengan pendekatan *Participatory Action Research* (PAR) (Swann, 2002), *eco-design*, *environmental and sustainable design*, serta *system Hexa Helix*, yaitu enam unsur pengampu kepentingan yaitu *Academic*, *Business*, *Government*, *Media Massa*, *Community*, and *Tourists* (ABGMCT). Penelitian partisipatif berfokus pada gagasan partisipasi dan melihat keterlibatan manusia sebagai manusia yang

berkontribusi bersama untuk menciptakan realitas kegiatan melalui partisipasi mereka dalam bentuk pengalaman, imajinasi, intuisi, ide, dan aktivitas sehari-hari. Model penelitian ini melibatkan mitra peneliti dengan mengacu pada partisipasi masyarakat dalam keterlibatan proses penelitian; memerlukan keterlibatan aktif langsung dari kelompok petani dan perajin Pandan.

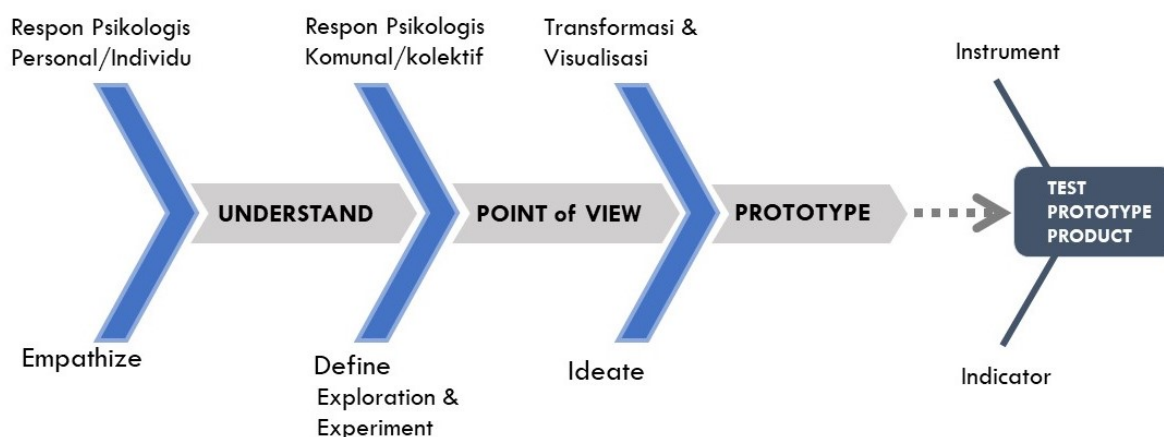
Populasi dari penelitian ini meliputi tanaman *pandanus-tectorius*, petani dan perajin pandan di empat belas desa di antara 44,85 km dari 91 km wilayah pesisir Pangandaran (Gambar 1). Objek penelitian adalah produk *eco-design* aplikasi *natural material* bahan *Pandanus tectorius*. Instrumen analisis penelitian menggunakan beberapa unsur yang relevan, yang ada singgungannya dengan keilmuan lain seperti prinsip-prinsip seni, desain, manajemen, ekonomi, sosial-budaya, psikologi, dan lingkungan. Pada tahapan *practice-led research*, model *Design Thinking* diaplikasikan untuk mempertimbangkan konsepsi yang relevan. Metode ini membantu memaparkan interpretasi seni dan kerajinan dari tiga perspektif, yaitu pada ranah praktik, epistemologis, dan ontologis (Zhan & Walker, 2019). Seperti halnya mempertimbangkan elemen konsep kognitif yang dicapai *eco-design* (Macdonald & She, 2015), and *attitude to Design* (Cheah & Phau, 2011), (Cerri et al., 2018), (Prakash et al., 2019), (Nguyen et al., 2017). Kuesioner diedarkan secara langsung atau melalui media online kepada 100 responden untuk mendapatkan pandangan masyarakat terhadap sampah plastik dari sampah rumah tangga untuk mengetahui minat masyarakat dalam membuat produk ramah lingkungan

yang dapat mengurangi sampah plastik.

Model penelitian ini mencakup empat aspek pengetahuan yang diperoleh, yaitu (1) *Experiential learning*; (2) *Practical experience*; (3) *Presentation knowledge*; dan (4) *Proportional knowledge* (Reason, 2009: 419) melalui pendekatan teori (a) Teori budaya dalam konteks bidang seni, kriya dan desain; (b) psikologi dan ekspresi kolektif masyarakat; (c) *eco-design, eco-friendly product, environmental design* dan *sustainable design*. Pada tahap tindakan (*action*) dilakukan analisis melalui pertimbangan beberapa elemen, seperti: ide, konsep, dan bentuk; pengguna, kegunaan, dan solusi; nilai kebaruan, inovasi, estetika, signifikansi, dan kebermaknaan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sesuai fokus kajian dalam konteks penelitian terapan model campuran (*Practice-led Research* dan *ractice-based Research*) ini, dapat disampaikan bahwa: (a) pemahaman tentang dinamika kreativitas masyarakat baik secara individu maupun kolektif terhadap suatu produk dan lingkungan, tergugah dan termotivasi karena adanya kesadaran empati kelompok masyarakat berdasarkan tingkat pengetahuan dan perspektifnya; (b) menemukan bentuk respon psikologis yang berpengaruh pada kreativitas kelompok masyarakat perajin dalam membentuk hubungan antar individu dan kelompok; (c) menggambarkan cara-cara di mana pemahaman mendalam tentang peran kelompok perajin dapat berpotensi untuk memiliki pengetahuan dan keterampilan ilmu desain yang memperhatikan lingkungan.



Gambar 1. Bagan Fish Bone Proses Kreatif
(Diadaptasi oleh Husen Hendriyana, 2021)

Gambaran proses kreatif tersebut secara sederhana dapat digambarkan seperti pada gambar 1.

Penjelasan Gambar 1 yang merupakan skema tulang ikan dilakukan dengan melihat poin-poin di bawah dari tahap awal sampai tahap akhir yaitu *empathize* sampai *test prototype product*. Tiap tahapan menunjukkan gambaran respon dan tindakan yang berkaitan dan berjenjang dengan tahap berikutnya.

1. *Emphatize* adalah proses memahami dan mengamati yang merupakan tahap kegiatan awal yang bertujuan untuk mendapatkan pemahaman empatik, khususnya dari respon individu dan kelompok perajin, dalam memahami nilai yang ada di balik objek-objek yang terkait seperti (1) potensi sumber daya alam (tanaman pandan), (2) produk seni kriya, (3) pengetahuan dan keterampilan perajin, serta (4) objek wisata. Permasalahan yang teridentifikasi ada pada potensi sumber daya alam (tanaman pandan), produk seni kriya, pengetahuan dan keterampilan

perajin, serta objek wisata yang ada di Pangandaran menjadi suatu respon positif pertama yang kemudian menjadi ide kreatif untuk perancangan produk kriya berbahan alam. Respon positif kedua, (5) banyaknya sampah kantong plastik sekali pakai yang dihasilkan dari bekas pembungkus belanjaan rumah tangga.

Mengidentifikasi ke-lima hal tersebut, peneliti utama secara individu menyampaikan gagasannya kepada individu perajin (mitra riset), dan individu lainnya sehingga dapat dimengerti oleh sebagian kecil kelompok masyarakat.

Kedua respon psikologis ini, dengan asumsi mempengaruhi kesadaran kelompok masyarakat yang kemudian dapat dijadikan ide dalam membuat produk kantong belanja berbahan pandan yang memiliki nilai tambah untuk dapat meminimalisir banyaknya sampah kantong plastik sekali pakai yang berlebihan.



Gambar 2. Gambaran konsep dasar produk

2. *Define, Point of view* merupakan tahap ini memperdalam hasil tahapan sebelumnya, yakni dengan melakukan observasi dan analisis mendalam terkait dengan peluang dibuatnya kantong belanja ramah lingkungan (*eco-friendly Shopping Bag*) berbahan pandan. Dari hasil observasi dan analisisnya didapatkan bahwa kedua respon tersebut di atas, membentuk respon keberpihakan (*attitude design*) yang kemudian dapat dikuatkan sebagai bahan menguatkan ide dan konsep dasar pembuatan produk kriya ini (Gambar 2).

Pada tahap ini peneliti menyampaikan dasar-dasar yang bisa menguatkan

ide dan sikap keberpihakan kriyawan/desainer dalam berkarya, tahap ini berkaitan dengan proses-proses:

- a. *Design framework* yaitu proses merangkum dan merumuskan kesimpulan hasil analisis awal melalui analisis SWOT dan melakukan beberapa eksplorasi dan eksperimen sesuai yang ada pada instrumen analisis awal tersebut.
- b. Menganalisis kebutuhan perajin dan pengguna, solusi dan inovasi yang disampaikan sebagai dasar konsep karya;
- c. *Problem statement* dan gambaran pokok, yang menjadi fokus Garapan, yaitu proses mendapatkan

dasar-dasar penguatan konsep yang dilakukan melalui proses studi literatur dan tipologi terhadap objek-objek sejenis yang ada sebelumnya, wawancara konsultasi kepada pakar. Unsur pertimbangan pada tahap ini berorientasi pada enam pokok yaitu *utility* (kegunaan), *significance* (makna), *aesthetic* (estetika), *user* (pengguna), *solution* (solusi), dan *innovation* (inovasi) (Hendriyana, 2018).

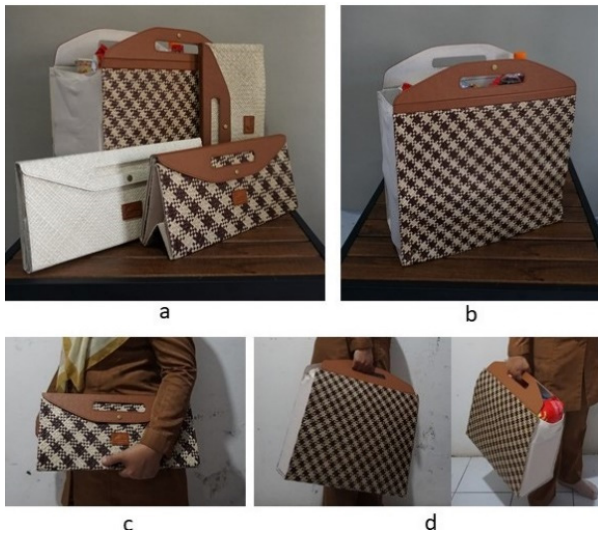
3. *Ideate* adalah tahapan proses kreativitas pengembangan dengan berbagai alternatif dan peluang nilai, bentuk dan fungsinya. Tujuan pada tahap ini untuk mengeksplorasi 'ruang solusi' yang luas. Pada tahap ini melebar kembali karena untuk mendapatkan satu keputusan dari berbagai pilihan bentuk desain, imajinasi, dan konsep alternatif. Tindakan pada tahap ini dilakukan melalui *brainstorming*, *mind mapping* yang detail, dan *reliable* sehingga menghasilkan:

- a. Konsep desain yang dapat mendasari semua implementasi desain.
- b. Pemberkasan transformasi dan atau morfologi desain, yakni dari image abstrak ke image kongkrit. Deskripsi transformasi visual dari ide dan konsep menuju pada proses implementasi bentuk dengan beberapa kemungkinan pekerjaan, seperti dengan menggambar sketsa *style life* atau dengan proses digital hingga menghasilkan beberapa

desain alternatif.

- c. Keputusan desain yakni rasionalisasi berkait dengan kelayakan teknis maupun non teknis dari konsep visual desain yang terpilih.
4. *Prototype* adalah tahap pembuatan model atau miniatur. Pada tahap ini peneliti mengerjakan proses studi spasial dengan implementasi dalam bentuk model 3D dan gambar kerja yang kemudian dapat dikomunikasikan atau dipresentasikan kepada klien, atau masyarakat sehingga konsep produk ini mudah dipahami.
5. *Test* adalah tahap untuk mendapatkan umpan balik (*feedback*) dari klien, apresiator, konsultan, *reviewer*, dan masyarakat. Test dilakukan melalui presentasi, kuesioner, angket di pelaksanaan pameran produk hasil riset. Pada tahap ini diharapkan peneliti dapat meredefinisikan secara tuntas dari temuan yang harus direvisi sesuai fokus pada persoalan yang berhubungan dengan *utility*, *significance*, *aesthetic*, *user*, *solution* dan *innovation*. Tahap lebih detailnya dilakukan melalui uji kelayakan material bahan pandan dan teknik pengerjaan serta uji kualitas hasil secara utuh.

Kualitas bahan pandan memiliki nilai lebih dibandingkan dengan tali/tambang dari bahan eceng gondok dan atau pelepah pisang. Pandan memiliki kekuatan presto hingga 140°C kondisi masih kuat dan liat. Tambang (*rope*) bahan pandan memiliki kekuatan dan efektivitas pengolahan bahan baku



Gambar 3. Shopping bag
(*Pandanus Tectorius Eko-Friendly Product*)
(Sumber Foto: Hendriyana, 2019)

Keterangan gambar: a. posisi tampilan, b. barang berisi tas, bagian kosong c. bag, dibawa lipat dari rumah, bagian d. bag membawa barang

dibandingkan dengan produk tali/tambang berbahan eceng gondok dan pelepah pisang. Untuk mendapatkan pelepah pisang kering diperlukan waktu 9-10 hari jemur terik matahari langsung, sedangkan pandan cukup 1-2 hari jemur terik matahari langsung.

Umpan Balik

Dari hasil kuesioner dengan responden 100 orang didapatkan *feedback* berikut yang dirumuskan sesuai dengan pertanyaan yang diajukan. Atas pertanyaan, bagaimana perhatian responden atas kebersihan lingkungan khususnya sampah plastik rumah tangga, jawabannya: 83% responden sangat memperhatikan kebersihan lingkungan, khususnya dengan sampah plastik rumah tangga; 94% responden sangat perhatian terhadap kantong plastik sekali pakai dari pusat-pusat perbelanjaan. Persentase ini menunjukkan kesadaran masyarakat terutama dalam memperhatikan

sampah kantong plastik.

Atas pertanyaan apakah responden terbiasa memisahkan sampah plastik dan bukan-plastik dalam sampah rumah tangga, jawabannya: 37% responden terbiasa memisahkan sampah plastik dan sampah bukan plastik, 53% responden kadang-kadang, 6% sering, dan 4% selalu. Angka ini menunjukkan masih rendahnya jumlah orang yang selalu memisahkan sampah plastik dan bukan plastik. Artinya, kesadaran tinggi, tidak selalu diikuti langkah yang sejalan dalam usaha mengurangi sampah plastik.

Setiap rumah berpeluang menghasilkan sampah dapur rumah tangga setiap hari. Atas pertanyaan berapa banyak sampah plastik tiap hari dihasilkan dari rumah responden, jawabannya: 57% responden, sepertiga jumlah sampahnya terdiri dari sampah plastik; 35% setengahnya terdiri dari sampah plastik. Jawaban atas pertanyaan ini menunjukkan jumlah sampah plastik yang berupa sampah rumah tangga cukup tinggi, artinya pemakaian tas plastik masih perlu ditekan lebih keras.

Berbelanja ke pusat perbelanjaan merupakan hal yang rutin. Atas pertanyaan berapa kali responden berbelanja ke pusat perbelanjaan, jawabannya: 39% responden selama sebulan, 1 kali pergi ke pusat perbelanjaan; 35% dua kali dalam satu bulan. Berkaitan dengan aktivitas berbelanja ke pusat perbelanjaan, ditanyakan apakah responden membawa kantong sendiri saat berbelanja kebutuhan rumah tangga, jawabannya: 52% responden jarang-jarang membawa kantong sendiri ketika belanja ke pusat perbelanjaan; 42% responden selalu bawa sendiri dari masing-masing rumahnya. Jawaban ini sejalan

dengan jawaban sebelumnya bahwa separo lebih masyarakat masih enggan membawa tas sendiri, mereka lebih senang menggunakan kantong plastik saat berbelanja, akibatnya sampah plastik tidak akan menurun.

Atas pertanyaan bagaimana responden mengenal produk ramah lingkungan, jawabannya adalah: 96% responden mengenali produk ramah lingkungan dari sisi bahannya; 36% responden memperhatikan produk ramah lingkungan dari segi sampahnya (bekas); 35% responden menyoroti produk dari sisi keawetannya; 29% dari sisi kekuatannya. Jawaban ini menunjukkan bahwa responden memiliki pengetahuan yang baik tentang produk ramah lingkungan. Hal ini juga searah dengan jawaban pertanyaan berikutnya.

Atas pertanyaan apakah responden tertarik pada produk ramah lingkungan, jawabannya: 96% responden tertarik pada produk ramah lingkungan. Atas pertanyaan apakah tas belanja merupakan produk ramah lingkungan, jawabannya: 90% responden memahami, dan menyukai produk tas belanja ini sebagai produk yang ramah lingkungan. Atas pertanyaan apakah tas produk ramah lingkungan dapat mengurangi tas plastik sekali pakai, jawabannya: 82% responden percaya dan yakin dengan beredarnya produk kantong belanja ini dapat mencegah lajunya sampah kantong plastik sekali pakai yang berlebih. Jawaban ini menunjukkan bahwa responden paham dan percaya bahwa tas ramah lingkungan dapat mengurangi sampah plastik.

Jawaban-jawaban ini dan yang diuraikan di atas merupakan umpan balik yang baik dari masyarakat bahwa tas belanja ramah

lingkungan diperlukan untuk mengganti tas plastik.

Respon Psikologis dan Kesadaran Ekologis

Memperhatikan bagan pada (gambar 1, 2 dan 3) serta uraian yang telah dipaparkan dapat ditegaskan bahwa respon kreatif perajin pandan dalam mendukung pengurangan sampah plastik, mendapatkan nilai tambah, dan pelestarian sumber daya alam, semua itu menguatkan konsep dan persepsi visual pada proses kreatif penciptaan produk bahan alam hasil dari penelitian ini.

Pengetahuan lingkungan adalah salah satu faktor penting yang dapat mendorong seseorang untuk melakukan perilaku sadar lingkungan. Keinginan untuk melakukan aksi lingkungan akan semakin tinggi ketika konsumen memiliki kekhawatiran tentang lingkungan (Hassan et al., 2015).

Lingkungan dan unsur pengaruh dari siklus hidup suatu produk kebutuhan rumah tangga dapat dibagi dua kelompok besar, yaitu kehidupan pra-produksi dan pasca-produksi. Pasca-produksi maksudnya, siklus hidup dalam tahap pemanfaatan produk jadi seperti kantong plastik sekali pakai, dan plastik kemasan dengan berbagai dampaknya; sedangkan Pra-produksi perhatiannya fokuskan pada potensi kekayaan alam daerah setempat, yaitu tanaman *pandanus-tectorius* yang melimpah. Pandan berpotensi dijadikan bahan produk ramah lingkungan, seperti *shopping bag* sebagai upaya meminimalisir pemakaian kantong plastik sekali pakai, dampak dari pusat-pusat perbelanjaan.

Dengan demikian, ekosistem harus diperlakukan untuk melindungi tanaman

pandan dan lingkungannya. Lingkungan harus dilihat sebagai bagian dari proses pembangunan dan tidak boleh digunakan secara bebas dan ceroboh, sehingga perlunya pengelolaan secara profesional dan disiplin. Kesetaraan ekonomi dan pemerataan keterampilan pengrajin dan mempertahankan sumber daya alam menjadi tanggung jawab bersama antara pemerintah, akademisi, dan bisnis. Dengan demikian, kelestarian lingkungan dan mempersiapkan generasi mendatang adalah hasil dari pembangunan jangka panjang (Colombo et al., 2017; Ljungberg, 2007; Smith & Iversen, 2018; Shapira et al., 2017; Di Salvo dkk., 2017).

Sikap dan tindakan ini berdampak pada siklus hidup. Banyak institusi berbadan hukum menerapkan konsep *End of Life* (EOL) dan pola daur ulang produk, yang semuanya membutuhkan tanggungjawab bersama dalam mengimplementasikan dan mewujudkan keberlanjutan siklus hidup (Ramani dkk., 2010; Paulraj, 2009). Bagaimana implementasi Antisipasi Kebijakan Kantong Plastik Berbayar, persaingan usaha, budaya sosial dan edukasi tentang sampah plastik sekali pakai di beberapa kota di Indonesia adalah sebuah respon psikologis dan kontribusinya terhadap kesadaran masyarakat akan lingkungan dan produk ramah lingkungan.

Dinamika Psikologis dan Dinamika Ekonomi

Mencermati fenomena aktivitas yang terjadi di lapangan, didapatkan adanya dinamika psikologis individu dan komunitas yang berpengaruh terhadap dinamika sosial dan ekonomi.

Peneliti bersama dengan mitra yang terlibat dalam proses penelitian ini di lapangan, sejak tahun 2017 telah memperhatikan potensi *pandan* yang ada di kawasan pantai di wilayah Pesisir Kabupaten Pangandaran. Selama dua tahun, peneliti banyak memperhatikan *pandan* yang dipanen dan ditebang oleh para tengkulak dari luar daerah kabupaten Pangandaran. Hampir rata-rata 2–3 kali dalam satu minggu daun *pandan* basah diangkut oleh para tengkulak ke luar daerah. Setelah melalui penyelidikan dan tinjauan ke lapangan di beberapa sentra-sentra pengolahan bahan baku *pandan*, didapatkan bahwa *pandan* basah dari Pangandaran dibawa ke sentra perajin Karanganyar, Kabupaten Kebumen, Jawa Tengah; sentra kerajinan tambang di Majalengka, dan Saguling Kolot Kabupaten Ciamis, serta di sentra kerajinan Rajapolah, Kabupaten Tasikmalaya.

Masyarakat lokal daerah setempat khususnya masyarakat yang berada di wilayah pesisiran Kabupaten Pangandaran tidak banyak terlibat dalam pemanfaatan daun *pandan* laut tersebut. Dengan demikian, dari aspek ekonomi maupun pekerjaan yang dapat membantu kebutuhan sehari-hari sebagai mata pencaharian tambahan, masyarakat pesisir Kabupaten Pangandaran tidak mendapatkan penghasilan tambahan itu.

Dengan adanya empati team peneliti, serta dibantu beberapa komunitas pemuda di desa-desa yang berada disekitar kawasan *pandan*, masyarakat mulai terbuka wawasannya untuk memiliki *skill* dalam proses pengolahan *pandan* basah hingga dikeringkan. Tahun 2019, masyarakat setempat tidak lagi menjual *pandan* basah

melainkan menjual pandan yang sudah di olah dan dikeringkan sebagai bahan baku anyaman dan bahan baku tambang.

Berdasarkan data yang dihimpun di lapangan, rata-rata setiap perajin mampu menghasilkan olahan bahan baku kering siap jual, kurang lebih 30 – 50 kg per minggu. Data 2020, di Desa Kertamukti terdapat 16 perajin rumahan dengan kapasitas penghasilan tambahan sekitar Rp3.500.000,00/bulan. Perajin mampu mendapatkan daun pandan kering layak jual, yakni daun pandan yang sudah disuak dan direbus, serta dijemur. Perajin rumahan mampu menghasilkan 50kg pandan kering/minggu dengan harga jual Rp17.500,00/kg.

Dinamika psikologi yang dapat ditegaskan dalam konteks ini, yaitu dari mulai rasa sayang dan terharu terhadap potensi pandan yang hanya diambil dan diangkut ke luar daerah Kabupaten Pangandaran, hingga pada proses berlatih masyarakat untuk memiliki pengetahuan dan keterampilan dalam pengolahan bahan baku Pandan kering yang layak jual. Dinamika psikologi ini mendasari ide dan motivasi untuk bertindak kreatif serta untuk bisa mendapatkan penghasilan tambahan yang lebih dari sebelumnya.

SIMPULAN

Analisis di atas membahas hubungan antara tiga unsur yang berkaitan di masyarakat Pangandaraan Jawa Barat, yaitu tanggapan masyarakat terhadap pentingnya mengurangi sampah plastik dari sampah rumah tangga; pandangan masyarakat terhadap pentingnya

sumber daya alam berupa pandan untuk diproduksi menjadi produk kriya ramah lingkungan antara lain untuk mengurangi pemakaian kantong plastik sekali pakai; dan pengolahan sumber daya alam secara kreatif untuk memberikan manfaat ekonomi dan melestarikan lingkungan sumber daya alam.

Dari analisis silang antara ketiga poin sikap terhadap sampah plastik, sikap terhadap pemanfaatan kreatif sumber daya alam pandan, dan pemanfaatan pandan untuk manfaat ekonomi berkelanjutan tersebut dapat disimpulkan bahwa masyarakat Pangandaran memberikan respon positif terhadap usaha pengurangan penggunaan kantong plastik yang berarti juga pengurangan sampah plastik. Sikap itu ditunjukkan lewat respon positif untuk membuat produk olahan pandan yang selain bermanfaat untuk mengurangi penggunaan kantong plastik, juga memberi mereka nilai tambah. Mereka mulai memproduksi produk berbasis pandan lebih dari sekadar membuat tambang-pandan, tetapi berbagai produk kriya yang memberikan nilai tambah ekonomi. Daripada menjual pandan basah ke luar daerah, masyarakat Pangandaraan berfikir dan bertindak untuk membuat produk olahan kreatif. Kesadaran akan nilai tambah produk kriya kreatif pandan menumbuhkan kesadaran baru untuk menjaga sumber daya pandan sehingga dapat menyediakan bahan baku kriya secara berkelanjutan.

Ke depan, respons positif perajin pandan Pangandaraan untuk memproduksi kriya berbasis desain perlu dipantau secara berkelanjutan dan diberikan pembinaan sehingga bisa dipastikan awal baru ini

tidak berhenti di tengah jalan. Sebaliknya, bisa menjadi matapencaharian baru yang berkelanjutan dan berkembang lewat produk kerajinan berbasis pandan yang bervariasi untuk mendukung kerajinan kecil rumah tangga dan Pangandaran sebagai daya tarik wisata. Kreativitas tanpa batas diharapkan dapat tumbuh dari gagasan, tindakan, dan produk ciptaan masyarakat Pangandaran sendiri.

UCAPAN TERIMA KASIH

Para penulis mengucapkan terima kasih kepada Sistem Informasi Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat (Simlitabmas) dan Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) Institut Seni budaya Indonesia (ISBI) Bandung. Artikel ini merupakan salah satu output dari riset terapan yang didanai oleh Kementerian Riset dan Teknologi/Badan Riset dan Inovasi Nasional Republik Indonesia (Ristekdikti/Ristekbrin) 2019-2021.

DAFTAR PUSTAKA

- Cerri, J., Testa, F., & Rizzi, F. (2018). The more I care, the less I will listen to you: How information, environmental concern and ethical production influence consumers' attitudes and the purchasing of sustainable products. *Journal of Cleaner Production*, 175, 343–353. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2017.12.054>
- Cheah, I., & Phau, I. (2011). Attitudes towards environmentally friendly products: The influence of ecoliteracy, interpersonal influence and value orientation. *Marketing Intelligence & Planning*, 29(5), 452–472. <https://doi.org/10.1108/02634501111153674>
- Colombo, S., Cautela, C., & Rampino, L. (2017). New Design Thinking Tools for the Next Generation of Designer-Entrepreneurs. *Design Journal*, 20(sup1), S566–S580. <https://doi.org/10.1080/14606925.2017.1353004>
- Di Salvo, A., Barbero, S., Gaiardo, A., & Rivella, G. (2017). GreenTeam. A new educative approach to sustainable design. *Design Journal*, 20(sup1), S1807–S1816. <https://doi.org/10.1080/14606925.2017.1352700>
- Djuniwanti, D., & Marlianti, M. (2019). Pemilihan Serat Pandanus Di Pantai Pangandaran Untuk Industri Tekstil. *Prosiding ISBI Bandung*, 1(1).
- Hassan, M. H., Hosseinpour, M., Nezakarti, H., & Jofreh, M. (2015). Highlighting influential factor to inculcate green behaviour. *Journal of Applied Sciences*, 15(3), 405–410. <https://doi.org/10.3923/jas.2015.405.410>
- Hendriyana, H. (2018). *Metodologi Penelitian Penciptaan Karya*, Bandung: Penerbit Sunan Ambu Press.
- Hendriyana, H., Putra, I. N. D., & Yan Sunarya, Y. (2020). Industri Kreatif Unggulan Produk Kriya Pandan Mendukung Kawasan Ekowisata Pangandaran, Jawa Barat. *Jurnal Panggung*. Vol. 30. N0, 2. <http://dx.doi.org/10.26742/panggung.v30i2.1202>
- Koetjacingrat, (2019). *Pengantar Ilmu Antropologi*, Jakarta, Penerbit: Rineka Cipta.
- Ljungberg, L. Y. (2007). Materials selection and design for development of sustainable products. *Materials and Design*. <https://doi.org/10.1016/j.matdes.2005.09.006>
- Macdonald, E. F., & She, J. (2015). Seven cognitive concepts for successful eco-design. *Journal of Cleaner Production*, 92, 23–36. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2014.12.096>
- Nguyen, T. N., Lobo, A., & Greenland, S. (2017). *Marketing Intelligence*

- & Planning The influence of cultural values on green purchase behaviour The influence of cultural values on green purchase behaviour. *Marketing Intelligence & Planning Food Journal Iss Environmental Quality: An International Journal*, 35(4), 377–396. <http://dx.doi.org/10.1108/MIP-08-2016-0131%5Cnhttp://dx.doi.org/10.1108/BFJ-06-2016-0295%5Cnhttp://dx.doi.org/10.1108/>
- Paulraj, A. (2009). Environmental Motivations: a Classification Scheme and its Impact on Environmental Strategies and Practices. *Business Strategy and the Environment*, 18(April 2008), 453–468. <https://doi.org/10.1002/bse.612>
- Prakash, G., Choudhary, S., Kumar, A., Garza-reyes, J. A., Abdul, S., Khan, R., & Kumar, T. (2019). Do altruistic and egoistic values in fl uence consumers ' attitudes and purchase intentions towards eco-friendly packaged products ? An empirical investigation. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 50(May), 163–169. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2019.05.011>
- Ramani, K., Ramanujan, D., Bernstein, W. Z., Zhao, F., Sutherland, J., Handwerker, C., Choi, J. K., Kim, H., & Thurston, D. (2010). Integrated sustainable life cycle design: A Review. *Journal of Mechanical Design, Transactions of the ASME*, 132(9), 0910041–09100415. <https://doi.org/10.1115/1.4002308>
- Septiana, S. (2018). Sistem Sosial-Budaya Pantai: Mata Pencaharian Nelayan dan Pengolah Ikan di Kelurahan Panggung Kecamatan Tegal Timur Kota Tegal. *Sabda: Jurnal Kajian Kebudayaan*, 13(1), 83–92.
- Shapira, H., Ketchie, A., & Nehe, M. (2017). The integration of Design Thinking and Strategic Sustainable Development. *Journal of Cleaner Production*, 140, 277–287. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2015.10.092>
- Smith, R.C., & Iversen, O.S. (2018). Participatory design for sustainable social change. *Design Studies*, 0142(694X), 9–36. <https://doi.org/10.1016/j.destud.2018.05.005>
- Sofyan, A.N., K. Sofianto, M. Sutirman & D. Suganda. (2018). 'Kerajinan Payung Geulis Sebagai Kearifan Lokal Tasikmalaya'. *Panggung*, 28 (4), 388–402.
- Sudana, I. W., Mohamad, I. (2021). 'Konsep Pengembangan Seni Kerajinan Eceng Gondok Gorontalo', *Panggung*, Vol 31, No 2, 93–110. <http://dx.doi.org/10.26742/panggung.v31i2.1577>
- Supriadi, B. (2016). Pengembangan Ekowisata Pantai Sebagai Diversifikasi Mata Pencaharian. *Jurnal Pariwisata Pesona*, 1(1).
- Swann, C. (2002). Action Research and the Practice of Design. *Design Issues*, 18(1), 49–61. <https://doi.org/10.1162/07479360252756287>
- Zhan, X., & Walker, S. (2019). Craft as Leverage for Sustainable Design Transformation: A Theoretical Foundation. *Design Journal*, 22(4), 483–503. <https://doi.org/10.1080/14606925.2019.1613040>