

# “Ekonomi Kreatif Digital Berbasis Limbah Tekstil: Transformasi Komunitas Kain Perca Jogja”

Sri Setiawati<sup>1</sup>, Ahmad Muhammad Thantawi<sup>2</sup>, Kusmayanti<sup>3</sup>, Dwi Budi Prasetyo<sup>4</sup>, Amanda Lestari Putri Lubis<sup>5</sup>

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Manajemen Bisnis Indonesia  
Jl. Komjen Pol. M. Jasin (Akses UI) No. 89, Kelapa Dua Cimanggis, Depok 16951  
Telp. 021 – 87716339, 87716556, Fax. 021 – 87721016  
[sri.setiawati@stiembu.ac.id](mailto:sri.setiawati@stiembu.ac.id)

## Abstrak

Abstrak ini membahas masalah limbah tekstil yang semakin meningkat seiring pertumbuhan industri fesyen dan konveksi di Indonesia. Sisa produksi kain perca seringkali tidak dikelola dengan baik dan mencemari lingkungan. Di sisi lain, ekonomi kreatif digital memberikan peluang baru untuk mengelola limbah tekstil dengan menggunakan teknologi digital, inovasi, dan kreativitas. Studi kasus Komunitas Kain Perca Jogja dan Rumah Kreatif Tukik digunakan untuk menganalisis transformasi ekonomi kreatif digital berbasis limbah tekstil, dengan melakukan pengembangan desain produk dan fotografi produk sebagai strategi persiapan memasuki pasar global. Metode yang digunakan adalah pendekatan deskriptif kualitatif yang melibatkan penelitian literatur dan analisis dokumen. Kajian menunjukkan bahwa pemanfaatan kain perca melalui prinsip ekonomi sirkular, pemberdayaan komunitas, dan transformasi digital yang didukung oleh desain produk berorientasi ekspor serta fotografi produk yang sesuai dengan standar pemasaran digital tingkat global yang mampu meningkatkan nilai tambah produk kain perca, dapat menghasilkan nilai tambah ekonomi, meningkatkan kesejahteraan anggota komunitas, dan mengurangi jumlah limbah tekstil. Digitalisasi sangat penting untuk memperluas pasar UMKM kreatif dan meningkatkan keberlanjutan usaha berbasis komunitas. Diharapkan bahwa penelitian ini akan memberikan referensi akademik dan praktis untuk mengembangkan ekonomi kreatif berkelanjutan di Indonesia.

Kata kunci : Ekonomi kreatif digital, limbah tekstil, kain perca, pemberdayaan masyarakat, ekonomi sirkular

## Abstract

*This article addresses the growing problem of textile waste along with the expansion of Indonesia's fashion and clothing industry. Patchwork textile waste is often poorly managed and pollutes the environment. Namun, digital creative economy menawarkan cara baru untuk mengelola sampah tekstil melalui inovasi, kreativitas, dan penggunaan teknologi digital. Tujuan dari this case study is to analyze the transformation of a digital creative economy based on textile waste by conducting a literature review and analysis of documents. The results show that using patchwork through digital transformation, community empowerment, and circular economy principles generates economic added value, enhances community welfare, and lowers the amount of textile waste. Increasing market access for innovative MSMEs and bolstering the viability of community-based businesses are two major benefits of digitalization.*

*Keywords:* Patchwork, textile waste, digital creative economy, circular economy, and community empowerment

## 1. PENDAHULUAN

Industri tekstil dan produk tekstil (TPT) adalah salah satu bagian penting dari ekonomi Indonesia. Namun, peningkatan

sektor ini berdampak langsung pada volume limbah tekstil yang lebih besar. Lebih dari 423 ribu ton limbah tekstil Indonesia setiap tahun, sebagian besar berasal dari sisa produksi dan limbah pasca-konsumsi,

menurut data Kementerian Perindustrian. Limbah tekstil, terutama yang terbuat dari bahan sintetis, sulit diuraikan dan dapat mencemari tanah, air, dan udara.

Ekonomi kreatif menawarkan solusi untuk masalah pengelolaan limbah melalui inovasi, kreativitas, dan peningkatan nilai. Praktik ekonomi kreatif yang berkembang di berbagai wilayah, termasuk Yogyakarta, termasuk penggunaan kain perca sebagai bahan untuk produk kriya, fesyen yang didaur ulang, dan kerajinan yang ramah lingkungan. Kota Yogyakarta terkenal memiliki ekosistem kreatif yang kuat yang didukung oleh komunitas seni, usaha kecil dan menengah (UMKM), serta lembaga pendidikan.

Transformasi digital sangat penting untuk meningkatkan ekonomi kreatif seiring dengan kemajuan teknologi. Dengan digitalisasi, komunitas kreatif dan UMKM dapat memperluas pasar, meningkatkan efisiensi, dan membangun identitas merek yang berbasis keberlanjutan. Rumah Kreatif Tukik dan Komunitas Kain Perca Jogja adalah contoh nyata dari transformasi ekonomi kreatif digital berbasis limbah tekstil yang berfokus pada pemberdayaan sosial dan keberlanjutan lingkungan.

Transformasi komunitas kain perca Jogja menuju pasar ekspor tidak hanya bergantung pada aspek produksi, tetapi juga pada kualitas desain produk dan strategi komunikasi visual, khususnya fotografi produk digital. Dalam konteks perdagangan internasional berbasis platform digital, desain dan foto produk berperan sebagai representasi utama kualitas, identitas merek, serta nilai keberlanjutan yang ditawarkan kepada konsumen global.

Meskipun potensi produk kain perca cukup besar, banyak komunitas pengrajin masih menghadapi kendala dalam hal standarisasi desain, pemahaman selera pasar ekspor, serta keterbatasan kemampuan fotografi produk yang sesuai dengan standar pemasaran digital internasional. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran desain dan fotografi

produk limbah kain perca dalam mendukung transformasi komunitas kain perca Yogyakarta menuju ekonomi kreatif digital berbasis ekspor.

## 2. TINJAUAN PUSTAKA

### 2.1 Ekonomi Sirkular

Ekonomi sirkular mengutamakan prinsip penggunaan kembali sumber daya melalui pengurangan, penggunaan kembali, pengolahan, dan pemulihan. Sebuah penelitian yang dilakukan oleh Ellen MacArthur Foundation pada tahun 2019 menunjukkan bahwa prinsip desain out of waste dapat mengurangi beban limbah industri tekstil hingga 45%. Dalam kasus kain perca, ekonomi sirkular memungkinkan limbah untuk diubah menjadi bahan yang memiliki nilai tambahan.

### 2.2 Pemberdayaan Komunitas

Peningkatan kapasitas masyarakat untuk meningkatkan kualitas hidup dikenal sebagai pemberdayaan komunitas. Dalam tahun 2018, Kamil menekankan betapa pentingnya mendapatkan akses ke informasi, keterampilan, jejaring sosial, dan dukungan kelembagaan. Rumah Kreatif Tukik dan Komunitas Kain Perca Jogja adalah dua contoh penerapan teori ini.

### 2.3 Ekonomi Kreatif

UNCTAD (2020) menyatakan bahwa ekonomi kreatif bergantung pada regeneratif kreativitas, bakat, dan keterampilan individu. Karena memadukan inovasi desain, budaya lokal, dan teknologi sederhana, kriya adalah salah satu subsektor yang paling responsif terhadap perubahan sosial.

### 2.4 Desain Produk untuk Pasar Ekspor

Desain produk memiliki peran strategis dalam meningkatkan daya saing produk di pasar internasional karena menjadi faktor utama yang memengaruhi persepsi kualitas dan nilai produk di mata konsumen global.

Menurut Kotler dan Keller (2016), desain produk tidak hanya mencakup aspek visual, tetapi juga fungsi, daya tahan, kemudahan penggunaan, serta konsistensi kualitas yang secara keseluruhan membentuk pengalaman konsumen. Penerapan desain minimalis dan berkelanjutan juga dinilai lebih mudah diterima oleh konsumen global yang semakin peduli terhadap isu lingkungan dan etika produksi (UNEP, 2020). Dengan demikian, desain produk limbah kain perca yang mengintegrasikan fungsi, estetika, dan nilai keberlanjutan berpotensi meningkatkan daya saing produk di pasar ekspor.

### 2.5 Fotografi Produk dalam Pemasaran Digital Global

Fotografi produk merupakan elemen kunci dalam pemasaran digital karena berfungsi sebagai sumber informasi visual utama bagi konsumen, terutama dalam konteks transaksi daring lintas negara. Menurut Kotler, Kartajaya, dan Setiawan (2017), visualisasi produk memiliki pengaruh signifikan terhadap persepsi kualitas dan kepercayaan konsumen dalam proses pengambilan keputusan pembelian. Dalam pemasaran digital global, foto produk sering kali menjadi satu-satunya representasi fisik produk yang dapat diakses oleh konsumen.

## 3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, yang memanfaatkan data non-numerik untuk memberikan gambaran dan pemahaman mendalam tentang fenomena. Metode ini dipilih karena studi ini berfokus pada transformasi ekonomi kreatif digital berbasis limbah tekstil, khususnya dalam konteks komunitas.

Data untuk penelitian ini diperoleh melalui studi pustaka, dokumen komunitas, laporan pemerintah, dan publikasi ilmiah tentang ekonomi kreatif dan limbah tekstil. Data

dianalisis melalui reduksi, kategorisasi tematik, dan interpretasi berbasis teori.

Proses analisis data terdiri dari beberapa tahap. Tahap pertama adalah reduksi data, yang merupakan proses pemilahan dan penyederhanaan data untuk mengumpulkan informasi yang paling relevan dengan tujuan penelitian. Tahap kedua adalah kategorisasi tematik, yang menggabungkan data yang telah direduksi ke dalam kategori-kategori utama, seperti transformasi digital, ekonomi sirkular, pemberdayaan komunitas, desain Produk untuk pasar ekspor dan fotografi produk dalam pemasaran digital global. Proses terakhir, interpretasi berbasis teori, mengaitkan hasil penelitian dengan kerangka teori yang digunakan. Ini dilakukan untuk mendapatkan pemahaman yang sistematis dan komprehensif tentang fenomena yang dikaji.

## 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

### 4.1 Fenomena Limbah Tekstil di Indonesia

Dengan pertumbuhan industri fesyen cepat, atau fast fashion, volume limbah tekstil meningkat secara signifikan. Tingkat daur ulang yang rendah dan keterbatasan infrastruktur memperparah masalah lingkungan.

### 4.2 Transformasi Ekonomi Kreatif Digital

Produk berbasis kain perca dipasarkan oleh Komunitas Kain Perca Jogja melalui pasar dan media sosial. Digitalisasi memperluas pasar dan membuat produk ramah lingkungan lebih terlihat.

### 4.3 Dampak Ekonomi dan Sosial

Dengan transformasi ini, ada peningkatan pendapatan bagi anggota komunitas, lebih banyak lapangan kerja, dan pemberdayaan perempuan dan kelompok rentan.

### 4.3 Dampak penerapan desain produk yang terstruktur

Dengan penerapan desain produk yang terstruktur mampu meningkatkan nilai tambah limbah kain perca secara signifikan. Produk

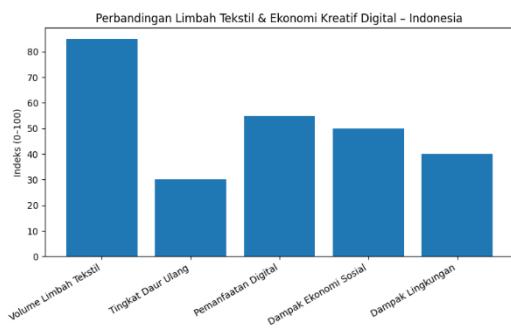
yang dirancang dengan konsep *eco-friendly*, konsistensi warna, serta standar kualitas yang jelas lebih mudah diterima oleh pasar ekspor. Selain itu, desain yang mengangkat identitas lokal Yogyakarta menjadi keunggulan kompetitif dalam membangun diferensiasi produk di pasar global.

#### 4.4 Dampak penerapan fotografi produk

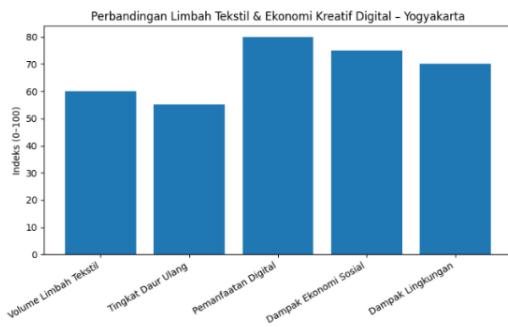
Fotografi produk terbukti berperan penting dalam memperkuat citra profesional dan meningkatkan daya tarik produk kain perca di platform digital. Foto produk dengan pencahayaan yang baik, latar belakang netral, serta pengambilan detail tekstur dan jahitan mampu meningkatkan kepercayaan calon pembeli internasional. Penggunaan *lifestyle photography* juga membantu konsumen memahami fungsi dan nilai estetika produk dalam konteks penggunaan sehari-hari..

#### 4.5 Dampak Lingkungan

Pemanfaatan kain perca mengurangi volume limbah tekstil dan meningkatkan kesadaran tentang gaya hidup berkelanjutan.



**Gambar 1. Grafik Perbandingan Limbah Tekstil & Ekonomi Kreatif Digital di seluruh Indonesia**



**Gambar 2. Grafik Perbandingan Limbah Tekstil & Ekonomi Kreatif Digital di Yogyakarta**

#### 5. KESIMPULAN

Sebagai kesimpulan dari penelitian dan diskusi yang dilakukan tentang ekonomi kreatif digital berbasis limbah tekstil di komunitas Kain Perca Jogja, hasilnya adalah sebagai berikut:

1. Metode ekonomi kreatif untuk memanfaatkan kain perca sebagai limbah tekstil dapat meningkatkan nilai ekonomi sekaligus mengurangi jumlah limbah yang dapat mencemari lingkungan.
2. Transformasi digital melalui pemanfaatan media sosial dan platform pemasaran online sangat membantu memperluas jangkauan pasar, meningkatkan visibilitas produk ramah lingkungan, dan meningkatkan persaingan antara UMKM kreatif berbasis komunitas.
3. Penelitian telah menunjukkan bahwa penerapan prinsip ekonomi sirkular dan pemberdayaan komunitas memiliki efek positif secara ekonomi dan sosial, terutama dalam hal peningkatan pendapatan, penciptaan lapangan kerja, dan pemberdayaan perempuan dan kelompok rentan.
4. Penelitian ini menunjukkan bahwa desain dan fotografi produk memiliki peran strategis dalam pengembangan ekonomi kreatif digital berbasis limbah tekstil. Melalui pendekatan desain yang berorientasi ekspor dan fotografi produk yang profesional, limbah kain perca dapat ditransformasikan menjadi produk bernilai tambah tinggi dan berdaya saing global. Transformasi komunitas kain perca Jogja menunjukkan bahwa ekonomi kreatif digital tidak hanya berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi, tetapi juga pada

- keberlanjutan lingkungan dan pelestarian identitas lokal.
5. Hasil penelitian tetap konseptual dan kontekstual karena pendekatan kualitatif deskriptif yang digunakan tidak dapat mengukur dampak ekonomi secara kuantitatif.
  6. Hasil penelitian dapat digunakan untuk mengembangkan model ekonomi inovatif dan berkelanjutan berbasis komunitas yang dapat diterapkan di daerah lain dengan karakteristik yang sama.

## 6. SARAN

Berdasarkan keterbatasan penelitian, hal-hal berikut disarankan untuk penelitian tambahan:

1. Untuk mengukur dampak ekonomi, sosial, dan lingkungan dari pemanfaatan ekonomi kreatif digital dari limbah tekstil, penelitian lanjutan disarankan untuk menggunakan pendekatan kuantitatif atau metode campuran.
2. Untuk membandingkan dan menggeneralisasikan model ekonomi kreatif berbasis limbah tekstil, penelitian lebih lanjut dapat melibatkan lebih banyak komunitas atau wilayah.
3. Untuk mendapatkan hasil yang berkelanjutan di bidang desain produk dan fotografi produk yang memiliki kualitas global, pendampingan yang sudah dilakukan harus ditingkatkan agar sesuai dengan standar ekspor, kolaborasi dengan akademisi, pemerintah, dan *platform* digital internasional perlu dibangun dan diperkuat untuk memperluas akses pasar dan meningkatkan daya saing produk kain perca Indonesia di pasar global.
4. Untuk mendukung keberlanjutan bisnis kreatif berbasis komunitas, studi mendalam tentang strategi

transformasi digital harus dilakukan, yang mencakup analisis efektivitas platform digital dan perilaku konsumen.

## UCAPAN TERIMAKASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada semua orang yang telah membantu dan mendukung penelitian ini. Khususnya, mereka mengucapkan terima kasih kepada Komunitas Kain Perca Jogja dan Rumah Kreatif Tukik karena memberi mereka informasi yang jelas dan inspirasi untuk praktik yang baik. Selain itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada berbagai lembaga dan pihak terkait yang telah memberikan bantuan akademik dan moral untuk penyusunan artikel ini.

## DAFTAR PUSTAKA

- [1] Badan Ekonomi Kreatif. 2022. *Laporan Tahunan Ekonomi Kreatif Indonesia*. Jakarta: BEKRAF.
- [2] Badan Pusat Statistik. 2022. *Statistik Industri Pengolahan*. Jakarta: BPS.
- [3] Ellen MacArthur Foundation. 2019. *Textiles and the Circular Economy*. London.
- [4] Kamil, M. 2018. *Model Pemberdayaan Komunitas*. Bandung: Alfabeta.
- [5] Kementerian Perindustrian Republik Indonesia. 2023. *Statistik Industri Tekstil dan Produk Tekstil*. Jakarta.
- [6] Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. 2017. *Marketing 4.0: Moving from Traditional to Digital*. Hoboken, NJ: John Wiley & Sons, Inc.
- [7] Kotler, P., & Keller, K. L. 2016. *Marketing Management (15th ed.)*. Harlow: Pearson Education Limited.
- [8] Nielsen. 2021. *The Rise of Sustainable Consumers in Southeast Asia*.
- [9] UNCTAD. 2020. *Creative Economy Outlook*. Geneva.
- [10] UNDP. 2019. *Capacity Development for Sustainable Development*.
- [11] UNEP. (2020). *Sustainability and Circular Design in Textile Industries*. United Nations Environment Programme.