

Buku 1:  
**Dasar Pengadaan & Pengelolaan  
Jasa Desain di Indonesia**

ADGI | ADPII | AIDIA | HDII | HDMI | IFC



**P R O  
Y E K  
D E S  
A I N**

Judul Buku :

## Dasar Pengadaan dan Pengelolaan Jasa Desain di Indonesia

Pengarah

**Triawan Munaf**  
**Ricky Joseph Pesik**  
**Dr. Ir. Abdur Rohim Boy Berawi, M.Sc**

Penanggung Jawab

**Dr. Ir. Wawan Rusiawan, MM**

Penanggung Jawab Teknis

**Dian Permanasari, MDEC**

Koordinator Pelaksana

**Atikah Nur Pajriyah Raharja, SE**

Pelaksana Teknis

**Mahfud Ainun Najib, STP**  
**Mahfurizqi Iman, S.Si**  
**Muhammad Sukma, SE**  
**Rizka Dyah Utami, SE**  
**Rizky Deco Praha, SE**

---

Pertama kali diproduksi oleh:

**Badan Ekonomi Kreatif**  
**Deputi Riset, Edukasi,**  
**dan Pengembangan**

Diproduksi kembali oleh:

**Kementerian Pariwisata**  
**dan Ekonomi Kreatif**  
**Deputi Bidang**  
**Kebijakan Strategis**

**Gedung Sapta Pesona**

**Jl. Medan Merdeka Barat No. 17**  
**Jakarta Pusat 10110**  
**Telp. (021) 3838899**  
**Fax. (021) 3810401**

Penyusun :

**Adi Nugroho**, S.Ds, AIDIA  
**Anthony Novianus Suryono**, S.Ds, AIDIA  
**Arif Priyono Susilo Ahmad**, S.Sn, M.Sn, AIDIA  
**Ato Hertianto Djajasasmita**, Dipl.Des, ADGI  
**Damang Chassianda Sarumpaet**, S.Sn., MSM., ADPII  
**Eka Sofyan Rizal**, S.Sn, AIDIA  
**Hastjarjo Boedi Wibowo**, S.Sn, M.Sn, AIDIA  
**Inda Ariesta**, S.Sn, M.Sn, AIDIA  
**Noel Febry Ardian**, S.Sn. M.Sn, HDMI  
**Quartanti D. Djojowijoto**, SE, Dipl. Styliste en Décoration  
D'Intérieur, HDII  
**R.A. Diah Resita I. Kuntjoro-Jakti**, S.Sn, M.Sn, AIDIA  
**R. Mochamad Reffrajaya Hariadi**, S.Sn, HDII  
**Rege Indrastudianto**, S.Sn, ADGI  
**Sari Wulandari**, S.Sn, M.Sn, ADGI  
**Yannes Martinus Pasaribu**, Dr., M.Sn, ADPII

Editor:

**Yannes Martinus Pasaribu**, Dr., M.Sn, ADPII

Desain Buku:

**Anthony Novianus Suryono**, S.Ds, AIDIA  
**Arif Priyono Susilo Ahmad**, S.Sn, M.Sn, AIDIA  
**Eka Sofyan Rizal**, S.Sn, AIDIA  
**Inda Ariesta**, S.Sn, M.Sn, AIDIA  
**R.A. Diah Resita I. Kuntjoro-Jakti**, S.Sn, M.Sn, AIDIA

---

Cetakan pertama:

**Tahun 2019, 144 halaman, 19x26 cm**

Cetakan kedua:

**Tahun 2020, 142 halaman, 19x26 cm**

ISBN: 978-602-5989-09-4





Buku 1:  
**Dasar Pengadaan & Pengelolaan  
Jasa Desain di Indonesia**

Disusun oleh:  
**ADGI | ADPII | AIDIA | HDII | HDMi | IFC**

Terbitan:  
**2020**

Penerbit:

**Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif  
Deputi Bidang Kebijakan Strategis**

**Gedung Sapta Pesona**

**Jalan Medan Merdeka Barat No. 17**

**Jakarta Pusat 10110**

**Telp. (021) 3838899 Faks. (021) 3810401**

UNDANG-UNDANG REPUBLIK INDONESIA  
NOMOR 28 TAHUN 2014 TENTANG HAK CIPTA  
Pasal 72

Ketentuan Pidana

Sangsi Pelanggaran

**1.**

Barang siapa dengan sengaja dan tanpa hak mengumumkan atau memperbanyak suatu Ciptaan atau memberikan izin untuk itu, dipidana dengan pidana penjara paling singkat 1 (satu) bulan dan/atau denda paling sedikit Rp1.000.000,00 (satu juta rupiah), atau pidana penjara paling lama 7 (tujuh) tahun dan/atau denda paling banyak Rp. 5.000.000.000,00 (lima miliar rupiah).

**2.**

Barang siapa dengan sengaja menyerahkan, menyiarkan, memamerkan, mengedarkan, atau menjual kepada umum suatu Ciptaan atau barang hasil pelanggaran Hak Cipta atau Hak Terkait sebagaimana dimaksud pada ayat (1), dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun dan/atau denda paling banyak Rp.500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah).

Dilarang keras mengutip, menjiplak, atau memfotokopi baik sebagian atau seluruh isi buku ini serta memperjualbelikannya tanpa mendapat izin tertulis dari Editor dan Tim Penyusun.

# Daftar Isi

Daftar Isi	3	<b>5. Mengenai Pekerjaan Spekulatif</b>	<b>81</b>
Sambutan	4	Pandangan Profesional Desain	83
Ucapan Terima Kasih	6	Alasan Tidak Mendukung <i>Pitching</i> Gratis	86
<b>1. Pengertian Desain</b>	<b>7</b>	<b>6. Cara Desainer Menentukan Biaya</b>	<b>91</b>
Desain dan Desainer	9	Strategi Harga Layanan Jasa Desain	93
Bidang-Bidang Profesi Desain	10	Cara Menghitung Biaya Pengerjaan Suatu Proyek Desain	100
Kemampuan Desainer	20	Termin Pembayaran	102
<b>2. Proses Desain</b>	<b>25</b>	Kontrak Kerja	103
Desain sebagai Pola Pikir	26	Rencana Anggaran Biaya (RAB)	104
Tahapan Proses Desain	27	<b>7. Memilih Desainer yang Tepat</b>	<b>107</b>
<b>3. Asosiasi Profesi Desain Di Indonesia</b>	<b>35</b>	<b>8. Aspek Hukum &amp; Etika Profesi</b>	<b>111</b>
Keberadaan Asosiasi Profesi Desain	37	Mengenai Hak Kekayaan Intelektual	113
ADGI	44	Hak Cipta	114
ADPII	46	Hak Kekayaan Industri	119
AIDIA	48	Aspek Legal dalam Penggunaan Perangkat Lunak	122
HDII	50	Penggunaan Gambar Stok ( <i>Stock Image</i> )	124
HDMI	52	Penggunaan <i>Font</i> untuk Kebutuhan Komersial	125
Peta Okupasi Profesi Desain	54	Rekomendasi <i>Font</i> Lokal	130
<b>4. Jenis Pengadaan Jasa Desain</b>	<b>57</b>	Kode Etik Profesi	131
Proyek/Pengadaan Jasa Desain oleh Pemerintah	59	Tujuan Kode Etik Profesi	134
Tahapan Proyek Pemerintah	62	<b>9. Penutup</b>	<b>135</b>
Tender & Seleksi Jasa Konsultansi		Ulasan Penutup dari Asosiasi	138
Proyek Pemerintah	65	Jenis-Jenis Dokumen dan Lampiran	140
Pengadaan Langsung	70	Daftar Pustaka	142
Penunjukan Langsung	70		
Proyek/Pengadaan Jasa Desain oleh Swasta	72		
<i>Pitching</i>	73		
Bidding	76		
Sayembara	78		



## Sambutan

### **Deputi Bidang Kebijakan Strategis Kemenparekraf/Baparekraf Republik Indonesia**

Assalamu'alaikum Warahmatullahi  
Wabarakatuh.  
Salam sejahtera bagi kita semua.

Pengembangan di bidang ekonomi kreatif sudah dilakukan pemerintah Indonesia sejak dibentuknya Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif pada masa Presiden Susilo Bambang Yudhoyono, kemudian berlanjut pada masa Presiden Joko Widodo dengan Badan Ekonomi Kreatif (Bekraf) dan kembali menjadi Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf/Baparekraf). Berbagai program inisiatif maupun fasilitasi untuk membangun ekosistem ekonomi kreatif secara berkelanjutan terus dilakukan.

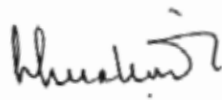
Di bidang desain, Kemenparekraf/Baparekraf melalui Deputi Bidang Kebijakan Strategis membantu menerbitkan dan memproduksi kembali buku Dasar Pengadaan dan Pengelolaan Jasa Desain di Indonesia, yang sejak pertama diluncurkan telah disambut baik dan mendapatkan apresiasi dari pelaku dan pemangku kepentingan jasa desain di tanah air. Buku ini merupakan hasil kolaborasi dari enam asosiasi profesi yaitu Asosiasi Desainer Grafis

Indonesia (ADGI), Aliansi Desainer Produk Industri Indonesia (ADPII), AIDIA – Asosiasi profesional desain komunikasi visual Indonesia, Himpunan Desainer Interior Indonesia (HDII), Himpunan Desainer Mebel Indonesia (HDMI), dan Indonesian Fashion Chamber (IFC). Buku yang proses penyusunan dan peluncurannya dilakukan pada masa Bekraf ini menjadi salah satu medium dalam membangun ekosistem industri desain yang sehat.

Desain sebagai karya intelektual saat ini masih belum mendapatkan posisi yang layak sehingga seringkali para desainer dan karyanya tidak memperoleh apresiasi yang sewajarnya. Buku Dasar Pengadaan dan Pengelolaan Jasa Desain di Indonesia ini diharapkan dapat memberikan pemahaman tentang jasa/industri desain kepada para pemangku kepentingan, terutama pemerintah selaku pembuat kebijakan, klien sebagai pemberi tugas, desainer sebagai pelaksana tugas, maupun dunia pendidikan desain dan masyarakat.

Saya selaku Deputi Bidang Kebijakan Strategis Kemenparekraf/Baparekraf mengucapkan terima kasih kepada ADGI, ADPII, AIDIA, HDII, HDMI yang telah berkontribusi penuh sehingga buku hasil kolaborasi ini terwujud. Semoga buku ini dapat menjadi titik tolak dalam membangun industri desain yang bermartabat.

Wassalamu 'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.  
Salam Kreatif



**R. Kurleni Ukar, M.Sc.**  
Deputi Bidang Kebijakan Strategis

## Ucapan Terima Kasih

Tim Penyusun buku Dasar Pengadaan dan Pengelolaan Jasa Desain yang merupakan gabungan dari Asosiasi Desainer Grafis Indonesia (ADGI), Aliansi Desainer Produk Industri Indonesia (ADPII), AIDIA – Asosiasi profesional desain komunikasi visual Indonesia, Himpunan Desainer Interior Indonesia (HDII), Himpunan Desainer Mebel Indonesia (HDMI), dan Indonesian Fashion Chamber (IFC) mengucapkan terima kasih kepada:

1. Pihak-pihak di Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif yang memungkinkan buku ini diterbitkan kembali dan dicetak ulang:
  - Deputi Bidang Kebijakan Strategis
  - Direktur Kajian Strategis
  - Koordinator Kajian Strategis 2
2. Pihak-pihak semasa Badan Ekonomi Kreatif (Bekraf) yang telah bertindak sebagai fasilitator dalam semua tahap penyusunan buku ini:
  - Kepala BEKRAF.
  - Wakil Kepala BEKRAF.
  - Deputi Riset, Edukasi, dan Pengembangan
  - Direktur Riset dan Pengembangan
  - Kasubdit Metodologi dan Analisis Riset.
3. Para ketua asosiasi profesi desainer: ADGI, ADPII, AIDIA, HDII, HDMI, dan IFC yang telah mengirimkan para anggota terbaiknya sebagai tim penyusun.
4. Para pihak yang telah membantu sebagai narasumber dan *endorser* dalam penyusunan buku ini:
  - Kementerian Koordinator Perekonomian Republik Indonesia.
  - Kementerian Keuangan Republik Indonesia.
  - Kementerian Perindustrian Republik Indonesia.
  - Kementerian Perdagangan Republik Indonesia.
  - Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia.
  - Kementerian BUMN Republik Indonesia.
  - Lembaga Kebijakan Pengadaan Barang Jasa Pemerintah (LKPP).
  - BAPPENAS.
  - KADIN Indonesia.
  - INKINDO.
5. Seluruh anggota tim penyusun dengan segenap dedikasinya dalam mewujudkan buku ini.

Semoga hasil kolaborasi ini dapat membawa kehidupan berprofesi desainer Indonesia menuju kemartabatan dalam kontribusi membangun ekosistem ekonomi kreatif Indonesia.

Jakarta, Oktober 2020

**Hastjarjo Boedi Wibowo**  
Koordinator Penyusunan Buku

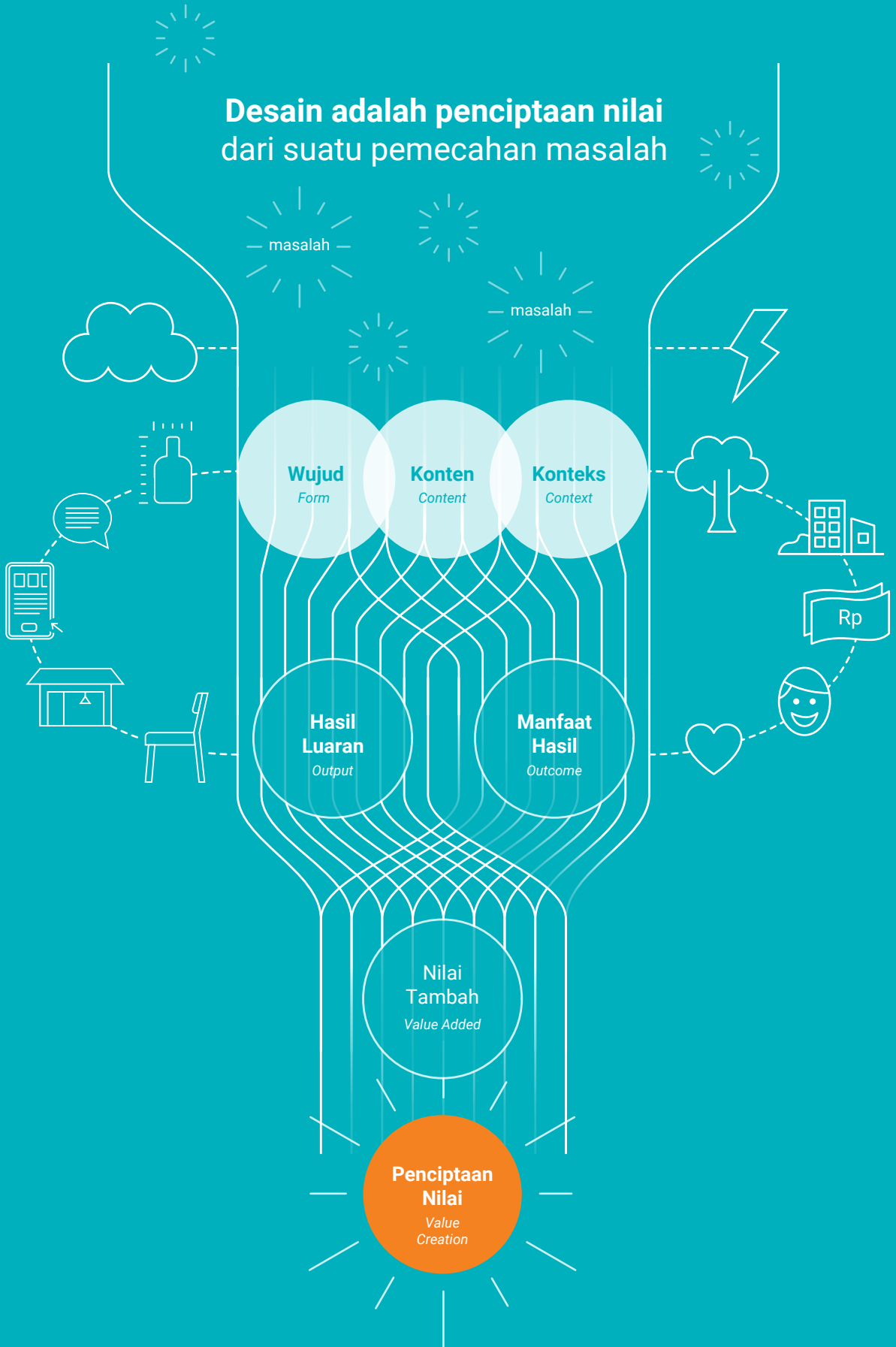


BAB 1

# Pengertian Desain



# Desain adalah penciptaan nilai dari suatu pemecahan masalah



## Desain dan Desainer

Desain adalah penciptaan nilai dari suatu pemecahan masalah.

Setiap orang memecahkan masalah dengan cara merancang tindakannya berdasar pada pertimbangan tujuan dan efek yang diinginkan. Ketika menghadapi permasalahan yang kompleks, orang akan menghubungi desainer karena dianggap memiliki kelebihan dalam mengolah permasalahan itu secara sadar dan intuitif sehingga dapat membentuk solusi yang lebih tertata dan bermakna. Dalam proses desain, desainer dan klien harus mempertimbangkan kebutuhan pengguna (*user/consumer*) dan pihak berkepentingan lainnya (*stakeholder*).

Desainer mengembangkan metode pemecahan masalah melalui optimalisasi fungsi yang ditampilkan dalam pengolahan bentuk (*form*); rekayasa tingkat pemahaman (*content*); dan/atau pertimbangan hubungan (*context*) antara hasil luaran (*output*) dan capaian (*outcome*) dengan penciptaan nilai yang memperhatikan keselamatan, keamanan, kesehatan, kenyamanan, serta keindahan bagi manusia dan lingkungannya.

Desainer menggabungkan berbagai irisan pemikiran dan metode untuk menghasilkan solusi yang bernilai. Kualitas desain sangat bergantung pada kemampuan desainer dalam menerjemahkan kebutuhan dan mengkomunikasikan gagasannya kepada seluruh pihak yang berkepentingan.

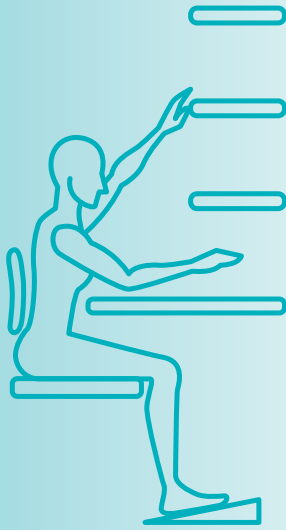
Teknologi pintar saat ini mendisrupsi semua sektor sehingga gagasan apa pun terasa lebih mudah untuk diwujudkan. Kemampuan kreatif dan kolaboratif dalam menyelesaikan kompleksitas permasalahan sosial-budaya manusia menjadi keunggulan desainer yang profesional. Kemampuan tersebut tidak dapat dikerjakan oleh kecerdasan buatan dan mesin tercanggih saat ini. Dunia desain yang selalu berorientasi pada penciptaan inovasi dalam memecahkan berbagai permasalahan manusia, menjadikan profesi desain memiliki potensi untuk berkembang melampaui kemajuan teknologi tersebut.

## Bidang-Bidang Profesi Desain

Peran desainer dapat menjadi ujung tombak aneka industri barang dan jasa dalam upaya industri tersebut meningkatkan nilai target konsumennya.

Sebuah kursi bukan hanya dapat berfungsi sebagai sarana duduk, melainkan dapat merepresentasikan sosok penggunanya. Sebuah mobil bukan sekadar alat transportasi, melainkan dapat berkembang merepresentasikan kelas sosial dan gaya hidup pemiliknya. Sebuah logo bukan lagi sekadar visual pembeda dari sebuah perusahaan, melainkan dapat menjadi identitas pembentuk jati diri perusahaan. Ruang kantor bukan lagi sekadar tempat bekerja, melainkan dapat menjadi sebuah identitas perusahaan, penciptaan pengalaman pengguna, dan peningkatan produktivitas kerja.

Secara garis besar gambaran mengenai bidang-bidang profesi lingkup desain adalah sebagai berikut:



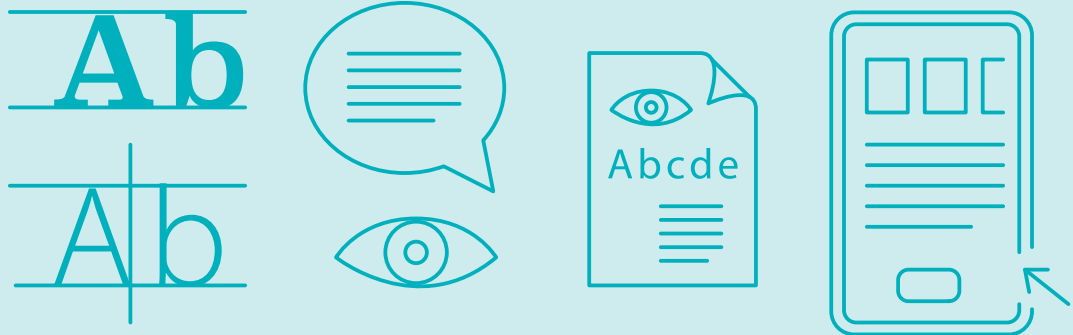
- **Bidang Desain Grafis atau Komunikasi Visual**

Istilah Desain Grafis dan Desain Komunikasi Visual masih digunakan secara bergantian untuk menamakan suatu kegiatan desain yang menyinergikan kemampuan imajinasi, artistik, dan teknologi dalam mengkomunikasikan ide melalui elemen visual yang diselaraskan dengan suara dan gerak, baik pada media dua dimensi yang dicetak atau pada layar elektronik dan multimedia, maupun pada media non-dua dimensi. Desainer melakukan eksperimentasi dan eksplorasi untuk mencapai fungsi informasi, persuasi, dan identitas dari suatu komunikasi.

Desainer dapat berkolaborasi dengan fotografer, ilustrator, animator, programmer, dan pihak produksi lainnya dalam mewujudkan desain akhir agar ide-ide komunikasi yang kompleks menjadi lebih menarik, mudah dipahami dan dialami oleh penggunanya.

Dalam bidang publikasi, desainer sering bekerja secara multidisiplin dengan orang-orang dari bidang penulisan (*copywriting*), periklanan, promosi, pemasaran, hubungan masyarakat, media, dan lainnya. Perkembangan berikutnya peran desainer dalam perancangan identitas merek juga membuka peluang pengaplikasian desain di bidang *branding* yang menekankan pentingnya peran konsumen.

Bagi desainer yang memperdalam kepakarannya dalam bidang non-dua dimensi, mereka bekerja sama dengan para profesional dari bidang keilmuan arsitektur, desain produk industri, dan desain interior untuk



menciptakan lingkungan buatan yang interaktif, misalnya pada pameran, museum, interior bangunan publik, dan ruang ritel.

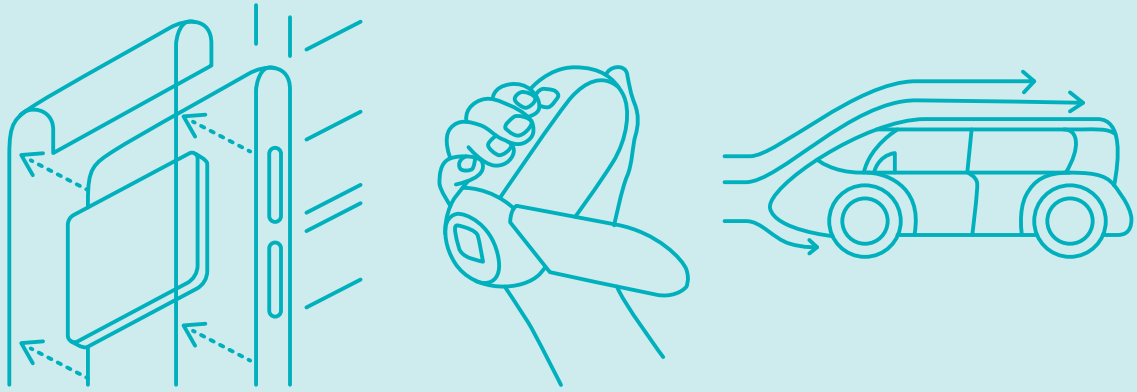
Pertumbuhan teknologi digital interaktif kini menjadi salah satu kekuatan desainer bidang grafis atau komunikasi visual. Dalam perancangan *game* misalnya, desainer dapat memengaruhi tampilan permainan, memvisualisasikan tokoh dan karakter serta lanskap yang menghidupkan permainan, memilih suara, musik dan efek khusus untuk menciptakan *gamification* dan pengalaman pengguna yang menyenangkan. Sebagai perancang media interaktif, desainer dapat mengembangkan grafis *web* multimedia, animasi untuk perangkat elektronik dan desain antarmuka aplikasi untuk *smartphone* dan *tablet*, hingga pengembangan desain antarmuka untuk *e-learning*.

Agar tetap kompetitif, seorang desainer harus tetap memperbarui keilmuan dan praktiknya, baik mereka yang bekerja sebagai profesional di dunia usaha maupun di dunia pendidikan. Saat ini terdapat dua asosiasi profesional di bidang ini, yaitu ADGI (Asosiasi Desainer Grafis Indonesia) dan AIDIA - Asosiasi profesional desain komunikasi visual Indonesia yang terus bersinergi melakukan pengembangan tersebut. Kedua asosiasi ini juga saling berkoordinasi untuk melakukan berbagai aktivitas peningkatan profesionalisme anggota hingga program sertifikasi. Sertifikasi dapat menjadi ukuran tingkat kompetensi dan keunggulan kompetitif para praktisi bidang ini agar dapat melakukan kerja sama dengan masyarakat secara lebih terjamin.

- **Bidang Desain Produk Industri**

Hampir semua barang yang digunakan manusia dalam kehidupan sehari-hari; mulai dari sepatu, peralatan makan hingga elektronik, dan mobil dirancang oleh desainer produk industri. Desainer produk industri menggunakan kemampuan inovasi dan pengetahuan teknisnya untuk meningkatkan cara kerja dan tampilan visual produk yang menarik perhatian dengan biaya lebih rendah. Di samping melakukan modifikasi bentuk, desainer produk industri juga dapat terlibat dalam pengembangan produk yang sepenuhnya baru. Untuk itu, ia harus mampu mengkomunikasikan desain dengan kolega dan kliennya, serta bekerja sama dengan para *engineer*, pembuat model, divisi penjualan dan pemasaran, serta berbagai profesi lainnya. Ia menggunakan gambar, model tiga dimensi, dan desain komputer untuk mengekspresikan ide-ide kreatifnya. Untuk itu, desainer harus memahami teknologi, metode dan material, sistem produksi, dan dapat memenuhi tenggat waktu serta bekerja dalam anggaran yang ditetapkan.





Dalam proses kerjanya, desainer produk industri harus mempertimbangkan beberapa faktor strategis berikut: siapa pembeli produk dan bagaimana mereka menggunakannya; bagaimana cara membuat produk mudah dan aman digunakan serta secara visual menarik; bahan apa yang digunakan agar produk menjadi dapat diandalkan; bagaimana cara membuat produk hemat biaya dan ramah lingkungan. Lalu, yang terpenting, desainer produk industri harus cerdas dalam menjelaskan ide kepada orang-orang dengan berbagai tingkat pengetahuan teknis.

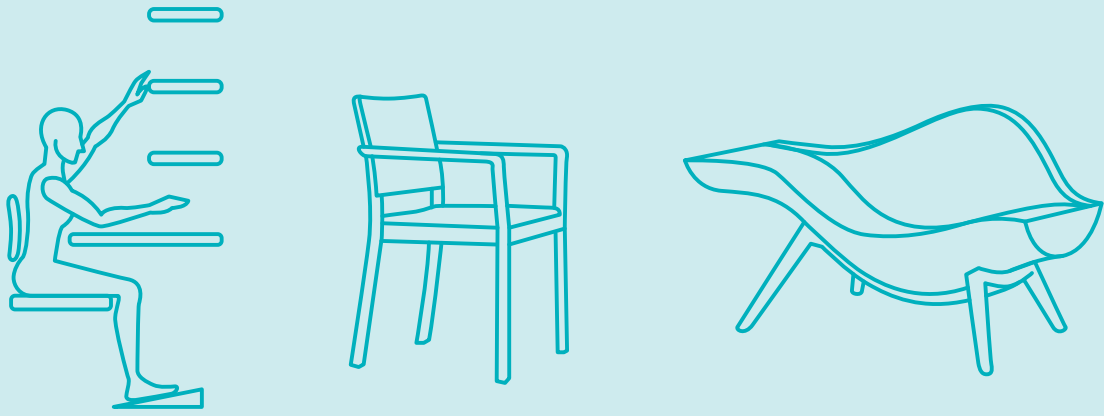
Desainer produk industri harus kreatif dalam pengolahan bentuk dan warna, memahami berbagai bahan dan metode produksi, memiliki pengetahuan dan kemampuan teknis, praktis, dan ilmiah, serta memiliki ketajaman dalam membaca cara konsumen memilih dan menggunakan produk. Kemampuan, keterampilan, dan pengalaman desainer yang tinggi tersebut sangat dibutuhkan untuk menghadapi persaingan pada industri manufaktur yang semakin kuat. Aliansi Desainer Produk Industri Indonesia (ADPII) berkepentingan untuk menjaga mutu dan sekaligus meningkatkan keterampilan dan pengetahuan terbaru anggotanya, untuk menghadapi berbagai tantangan yang ditimbulkan oleh masalah lingkungan dan materi serta disrupsi teknologi baru.

## Bidang Desain Mebel

Secara umum, lebih dari 70% hidup manusia dihabiskan dengan duduk. Atas dasar itu maka desain sarana duduk menjadi hal yang sangat lekat dengan peradaban manusia. Saat ini, desain mebel berkembang jauh lebih kompleks daripada sekadar sarana duduk.

Desain mebel berkembang menjadi bidang keilmuan yang luas dengan struktur yang rumit karena berkaitan dengan dinamika perilaku manusia, dimensi, desain, fungsi, dan hal lainnya. Manusia semakin sadar tentang lingkungan tempat mereka berada dan makin menginginkan setiap hal sesuai dengan kebutuhan dan selera mereka yang semakin spesifik. Desain mebel sudah menjadi sebuah fenomena budaya yang menyatu dengan sistem perancangan ruang, yang bertindak sebagai latar untuk merepresentasikan gaya hidup dan pernyataan identitas penggunanya.

Desainer mebel yang merancang produk untuk klien perseorangan dan industri, harus memiliki kompetensi dalam menyeimbangkan inovasi, estetika, daya tarik, dan fungsi. Ia harus mampu membuat desain untuk produk mebel yang diproduksi dalam skala massal atau yang dengan buatan tangan. Ia harus mempertimbangkan fungsi, tampilan, dan batasan bahan dari desain yang dibuatnya.



Untuk itu, desainer harus memiliki kemampuan bekerja multi disiplin dengan divisi produksi dan penjualan untuk mendapatkan solusi desain terbaik bagi klien dan pasar yang dituju. Desainer juga harus mampu menyiapkan cetak biru yang memuat spesifikasi teknis, baik untuk pengembangan purwarupa, produksi skala terbatas, maupun untuk manufaktur, seperti dimensi, jenis material, hingga metode, dan persyaratan produksinya.

Himpunan Desainer Mebel Indonesia (HDMI) didirikan sebagai wadah profesional agar para desainer mebel di Indonesia dapat berbagi informasi, gagasan dalam hal-hal yang berkaitan dengan pasar, estetika, budaya, sejarah, prosedur, material, teknologi, dan tren yang terkait dengan desain mebel. Dengan demikian, desainer mebel memiliki ketajaman visi dalam menciptakan inovasi pada pengembangan produk dengan berpegangan pada aspek ergonomi sebagai unsur penting di dalamnya.

- **Bidang Desain Interior**

Desainer interior mengoptimalkan fungsi ruang menjadi efektif dan efisien. Desainer interior memiliki tanggung jawab profesi untuk meningkatkan sisi fungsional, keselamatan, keamanan, kenyamanan, kesehatan, dan keindahan (estetis) dalam satu paket aktivitas profesinya. Jasa perencana interior bisa diaplikasikan pada ruang-ruang berikut: museum/ruang pameran, gedung konser, teater/opera, sinema, istana negara, residensial (rumah tinggal, apartemen, SOHO), kapal laut, pesawat terbang pribadi, gerbong kereta, bus pribadi, bus eksklusif, karavan, auditorium, balai sidang, gedung lembaga tinggi negara, hotel, *club house*, *spa/salon*, restoran/kafe, fasilitas hiburan dan rekreasi (diskotek, *pub*, karaoke), pelayanan kesehatan (rumah sakit, klinik, laboratorium), pusat rehabilitasi, fasilitas keagamaan, perkantoran, bank, bandara, pusat perbelanjaan, sarana olah raga, asrama, perpustakaan, dan lainnya.

Peran desainer interior harus dilibatkan dari awal sejak penentuan besaran dan hubungan antar-ruang terkait dengan pengguna dan aktivitasnya. Karena itu, profesi desainer interior kerap berurusan dengan berbagai bidang profesi lainnya, mulai dari teknik sipil, teknik elektro, teknik fisika, hingga arsitektur.

Ia juga harus mampu untuk menyelesaikan aneka permasalahan ruang, bahkan dapat juga bersifat perubahan konstruksi bangunan apabila dibutuhkan. Belum lagi tuntutan-tuntutan spesifik dari pihak klien yang acap kali berkaitan dengan aspek rasional (limitasi biaya dan waktu) serta emosional (permasalahan selera).



Desainer harus memiliki standar keahlian, pengetahuan, dan perilaku yang dapat menjamin keberhasilan proyek, mulai dari konsep, perencanaan awal, pengembangan desain, dokumen kerja, serta pengawasan berkala saat pelaksanaan.

Himpunan Desainer Interior Indonesia (HDII) menghimpun semua pemangku kepentingan desain interior di Indonesia. Melalui HDII para desainer Interior di Indonesia dapat berbagi informasi dan gagasan dalam hal-hal yang dapat memperbarui wawasan keprofesian kepada seluruh anggotanya. Di samping itu, HDII juga memberikan layanan advokasi pada setiap anggotanya dalam menghadapi kompleksitas dunia profesinya yang banyak berurusan dengan berbagai disiplin ilmu dan keprofesian lainnya. HDII berupaya membangun kelompok profesional dalam bidang desain interior yang kompetitif dan mampu menyinergikan setiap jenjang kompetensi dan kepakaran dari semua anggotanya demi kebermanfaatannya bersama.

## Kemampuan Desainer

Berdasarkan pemahaman definisi dan ruang lingkup desain tersebut maka terdapat beberapa kemampuan yang perlu dimiliki oleh seorang desainer sebagai berikut:



### Kemampuan analisis

Desainer harus dapat melihat kerja kreatif mereka dari sudut pandang pengguna, mengelaborasi manfaat desain yang akan dirasakan oleh pengguna, mempertimbangkan efisiensi dan efektivitas desain dalam membangkitkan keinginan pendayagunaan produk atau jasa yang ditawarkan sesuai dengan harapan kliennya.



### Kemampuan estetis

Desainer harus dapat membuat solusi estetis yang secara artistik mampu menarik perhatian serta memotivasi klien dan konsumennya sesuai dengan tujuan desainnya, menggunakan daya imajinasinya untuk membentuk suatu kebaruan nilai yang berlandaskan norma dan etika yang berlaku.



### **Kemampuan kolaboratif**

Desainer harus mampu berkomunikasi dengan klien, tim kerja, dan praktisi dari bidang profesi lainnya untuk memastikan proses dan arah desain sesuai dengan tujuannya secara tepat dan efektif. Desainer harus mampu bekerja sama dengan para profesional dari berbagai keilmuan dan praktik yang dibutuhkan untuk memperkuat dan melengkapi hasil akhir desain yang lebih bermakna dan bermanfaat untuk publiknya.



### **Keahlian teknologi informasi dan komunikasi**

Sebagian besar desainer menggunakan perangkat lunak khusus untuk mengerjakan desain mereka. Untuk itu, desainer harus selalu memperbarui wawasan diri terhadap aneka perkembangan teknologi perangkat lunak yang ada, mengingat cepatnya perkembangan teknologi. Hal tersebut di samping dapat mempermudah dan mempercepat kerja, juga acap kali menjadi tuntutan target luaran yang diinginkan oleh pihak klien dan konsumennya.



### **Kesadaran terhadap hukum**

Dalam melaksanakan aktivitas keprofesiannya, desainer selalu melakukan proses kerja dan menggunakan bentuk kerja sama yang diikat secara hukum. Mulai dari proses penciptaan karya, persiapan tender, penyusunan kontrak kerja yang berkaitan dengan hak dan kewajiban, standar mutu, limitasi waktu dan biaya, hingga penggunaan perangkat lunak. Oleh sebab itu, desainer harus dapat menyikapi secara benar permasalahan hukum yang berkaitan dengan pekerjaannya.



### **Kesadaran terhadap hakikat manusia**

Saat mengimplementasikan segala perkembangan bidang ekonomi, politik, sosial, serta budaya dalam kemasan sains dan teknologi menjadi sebuah artefak budaya, desainer haruslah menjadikan manusia sebagai subjek, bukan objek. Oleh sebab itu, desainer sebagai aktor yang memanusiakan seluruh perkembangan sains dan teknologi, sangat berkepentingan mengeksplorasi berbagai hal yang berkaitan dengan manusia dari seluruh aspek fisik dan psikisnya sebagai bagian yang tidak terlepas dalam proses desain.





### **Keandalan daya inovasi**

Desainer harus dapat memikirkan berbagai pendekatan baru untuk mengkomunikasikan ide kepada klien serta pengguna yang semakin menuntut kebaruan. Desainer dinilai berhasil jika mampu mengembangkan desain yang menyampaikan terobosan baru dalam memenuhi kebutuhan, keinginan, dan dapat memberi inspirasi kepada klien serta penggunanya.

...

Kemampuan desainer tersebut sangat dibutuhkan karena desainer harus dapat mengerjakan proyek dengan klien yang berasal dari berbagai status, dengan berbagai karakter, aneka proyek yang memiliki lingkup dan spesifikasi berbeda, mengelola beberapa proyek dalam waktu bersamaan, menghadapi proyek dengan tingkat kerumitan berbeda dan situasi kondisi keragaman proyek lainnya. Hal yang menjadi kunci penyelesaian proyek adalah keterampilan desainer dalam manajemen proyek, mulai dari sisi waktu, mutu, dan anggaran sehingga proyeknya menjadi tepat dari sisi waktu, sasaran, dan kegunaan.

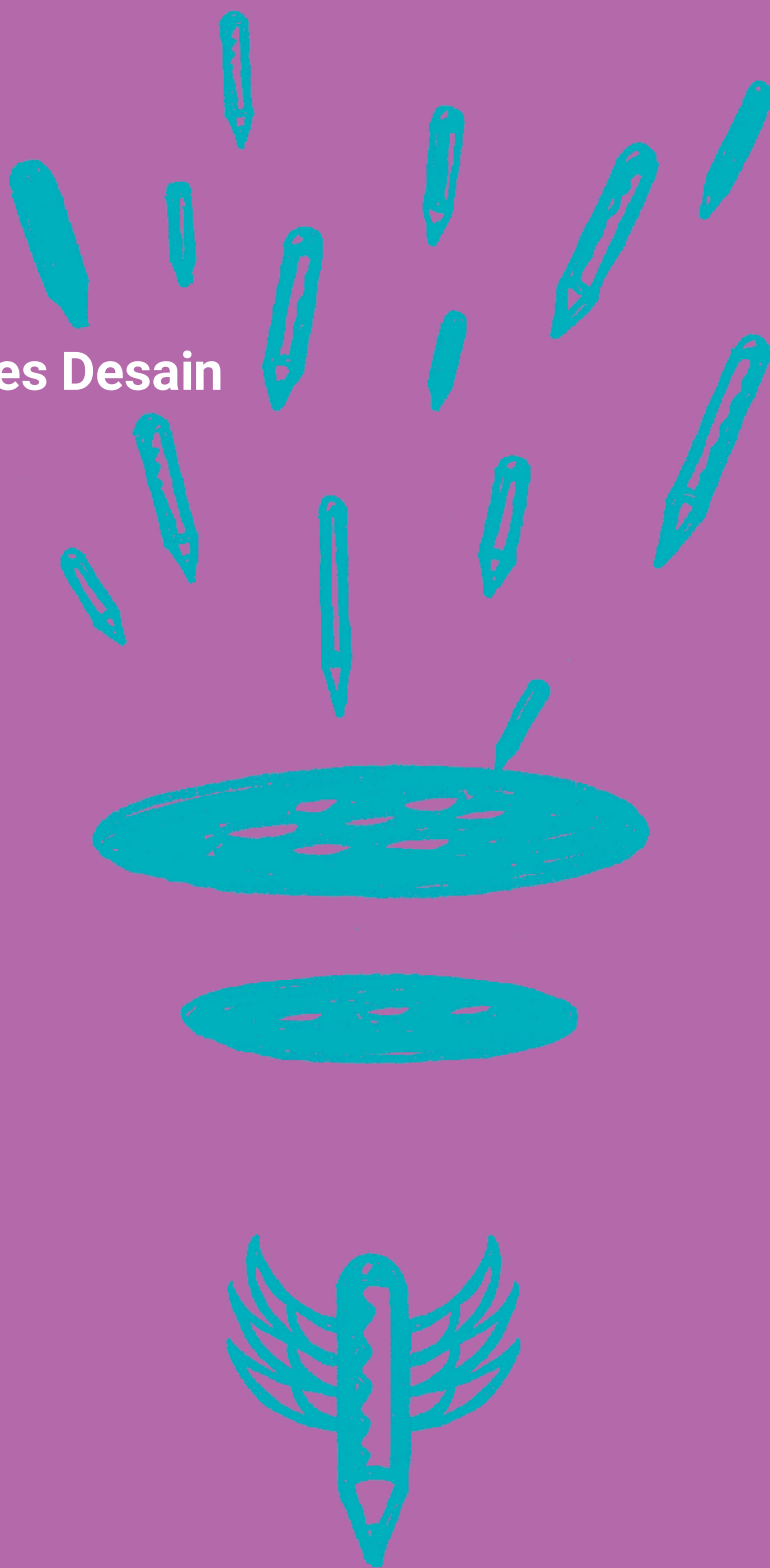
**Pada umumnya dalam pelaksanaan proyek desain masih sering terjadi miskonsepsi terhadap pengertian dan proses desain, baik dari sudut pandang klien sebagai pengguna jasa maupun dari desainer sebagai penyedia jasa.**

Klien sering kali menilai pekerjaan desain semata-mata dari hasil luarannya, berupa representasi dari tampilan visual, dimensi, fungsi, material, biaya serta harga, dan hal-hal lain yang bersifat fisik kebendaan. Soalnya, hal itulah yang paling mudah dilihat dan dirasakan secara subjektif dari sudut pandang klien. Sementara di sisi lain, desainer juga masih memiliki kecenderungan untuk berorientasi pada hasil luaran desain—bukan pada prosesnya—sehingga merasa harus mempertahankan hasil desain yang dibuatnya dan memaksakan untuk dijadikan sebagai solusi oleh kliennya.

Miskonsepsi tersebut dapat dihindari dengan memperdalam pemahaman desainer tentang nilai dari proses desain yang matang dan meningkatkan kemampuan desainer dalam mengkomunikasikan nilai proses ini kepada kliennya. Dengan memahami prinsip dari proses desain, harapannya pihak klien dapat menyampaikan secara jelas tentang latar belakang, motivasi, kebutuhan, keinginan, batasan-batasan yang dimiliki, serta harapan yang ingin dicapai dari pekerjaan desain yang diselenggarakannya. Pemahaman terhadap nilai proses desain ini diharapkan mendorong klien memberikan apresiasi lebih tinggi terhadap pekerjaan desainer.

BAB 2

# Proses Desain



## Desain Sebagai Pola Pikir

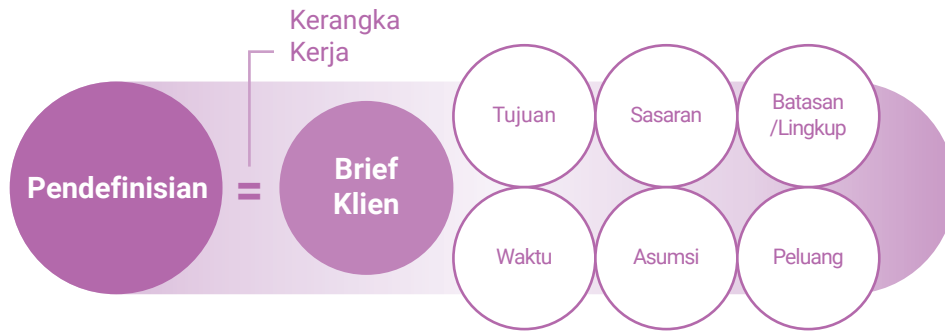
Proses desain adalah sebuah rangkaian pekerjaan yang di dalamnya terdapat tahapan-tahapan (yang tidak selalu harus berurutan) yang memiliki keterkaitan satu sama lain. Walaupun setiap desainer memiliki deskripsi sendiri atas proses desainnya, namun secara umum pada setiap pekerjaan di bidang desain apapun, tahapan-tahapan tersebut memiliki kesamaan, serta tidak dipengaruhi oleh skala besaran pekerjaan. Perbedaan utama dari proses desain pada masing-masing bidang profesi desain terletak pada kompleksitas bidang garapannya.

Pola pikir desain (*Design Thinking*) merupakan metode berpikir yang secara dinamis mendorong ragam pendekatan dan tindakan yang didasari keinginan untuk menciptakan inovasi sebagai solusi. Pendekatan dan tindakan yang dimaksud dapat berupa campuran berpikir imajinatif dan kritis, divergen-konvergen, dan berlandaskan percobaan-percobaan berbagai kemungkinan (*trial-error*). Metodologi ini sangat penting dalam mengatasi permasalahan yang kompleks, belum terdefinisikan atau tidak diketahui inti permasalahannya.



## Tahapan Proses Desain

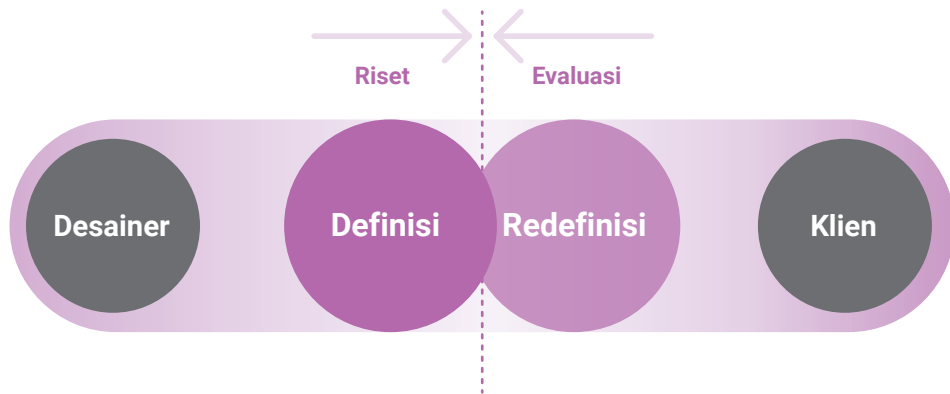
Secara umum ada lima tahapan dalam proses desain yang harus dipahami, dilalui, serta dikelola dengan baik dalam setiap pekerjaan desain, tidak hanya oleh desainer sebagai penyedia jasa desain, namun juga oleh klien sebagai pembeli jasa desain. Oleh sebab itu, selain menguasai proses penciptaan yang bermakna (*creativity*), desainer juga perlu menguasai pengelolaan terhadap tahapan proses desain (*design management*) tersebut agar menghasilkan proses yang komprehensif dan memudahkan desainer untuk mengkomunikasikan nilai proses desainnya kepada klien. Tahapan yang dimaksud secara ringkas dapat dijelaskan sebagai berikut.



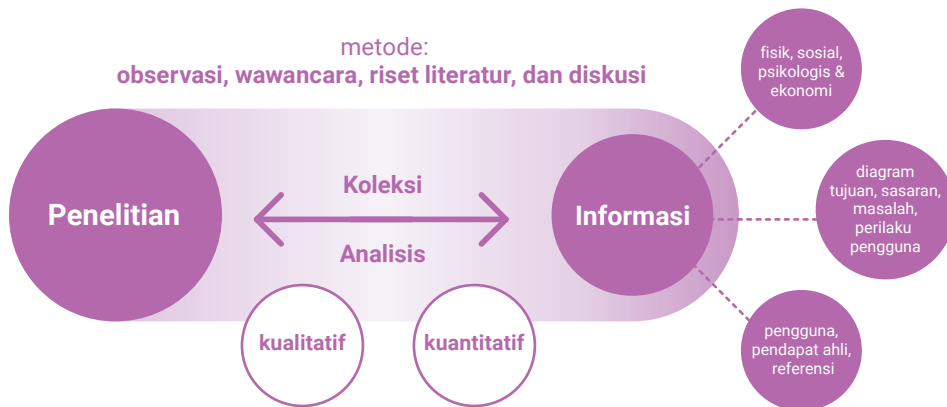
## 1. Tahapan Pendefinisian (*Define*)

Pendefinisian dapat dijadikan langkah awal bagi seorang atau tim desainer untuk memahami fondasi dari kegiatan desain yang akan dilakukan; dalam suatu proyek hal ini disebut sebagai penjelasan klien (*client brief*). Pada tahapan ini dilakukan identifikasi dan definisi yang jelas tentang tujuan, sasaran, batasan dan ruang lingkup, batasan waktu, asumsi-asumsi, peluang-peluang inovasi, dan hal-hal lain yang menyangkut pekerjaan desain. Penjelasan ini harus disepakati dan ditetapkan bersama-sama dengan klien. Tahapan ini penting untuk dilalui karena akan memberikan kerangka kerja yang jelas untuk pelaksanaan sebuah pekerjaan desain.

Kerangka kerja tersebut tidak dimaksudkan untuk membatasi proses kreatif desainer atau tim desain yang terlibat dalam pekerjaan desain, namun justru ditujukan agar pelaksanaan pekerjaannya lebih efektif dan efisien karena dapat menjadi fondasi untuk berkembangnya gagasan-gagasan yang sangat berhubungan dengan akar permasalahannya. Kerangka kerja ini juga berfungsi membangun akuntabilitas pekerjaan yang harus dipertanggungjawabkan kepada klien. Demikian pula bagi klien, kerangka kerja tersebut dapat memudahkan klien untuk mengerti, memahami, serta mengawasi keseluruhan pekerjaan desain, sejak pekerjaan dimulai sampai pada hasil akhir.



Dalam siklus proses desain, tahapan pendefinisian ini dapat dilakukan berulang kali, terutama ketika mendapat hasil riset atau evaluasi dari permasalahan yang memengaruhi perubahan tujuan desainnya, serta apabila terdapat gagasan atau percobaan baru yang mungkin memerlukan pendefinisian ulang kegiatan desainnya. Keterlibatan klien pada setiap tahapan pendefinisian sangat diperlukan karena pada akhirnya luaran pekerjaan desain akan menjadi solusi spesifik dan unik dari permasalahan desain yang dihadapi klien.



## 2. Tahapan Penelitian (*Research*)

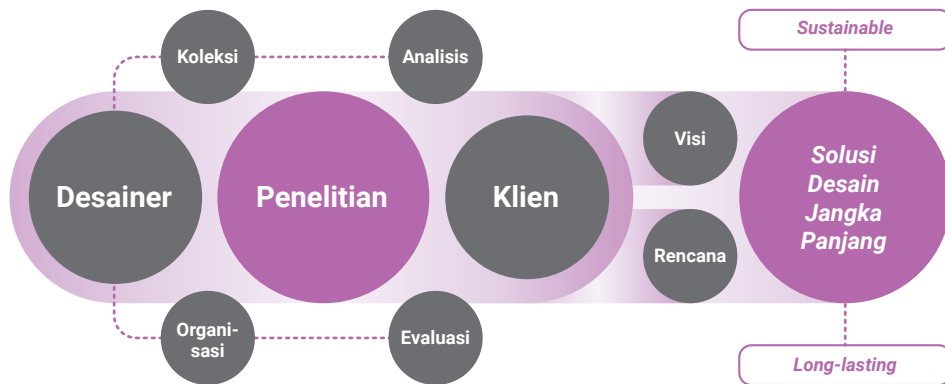
Tahapan penelitian berisi kegiatan pengumpulan dan penganalisisan informasi terkait fakta tentang permasalahan yang akan dipecahkan.

Penelitian yang dimaksud antara lain dilakukan dengan cara berikut ini:

- penggalan informasi mengenai aspek fisik, sosial, psikologis, dan ekonomi klien dan calon pengguna yang harus dipertimbangkan untuk lebih memahami keseluruhan masalah;
- persepsi mengenai aspek-aspek terkait langsung dengan permasalahan desain seperti aspek pengguna, pendapat ahli yang dapat menawarkan wawasan berbeda terkait dengan masalah, atau referensi yang memiliki kemiripan dengan permasalahan desain yang dihadapi; dan
- diagram visual/infografis mengenai tujuan, sasaran, pernyataan masalah, dan dinamika perilaku pengguna (Ini biasanya membantu desainer untuk memvisualisasikan dan mengatur informasi secara kontekstual dan relevan).

Pengumpulan data dan informasi dilakukan dengan menggunakan beragam metode, seperti observasi, wawancara, riset literatur, dan diskusi kelompok terpusat (*focus group discussion*), baik riset secara kualitatif maupun secara kuantitatif.

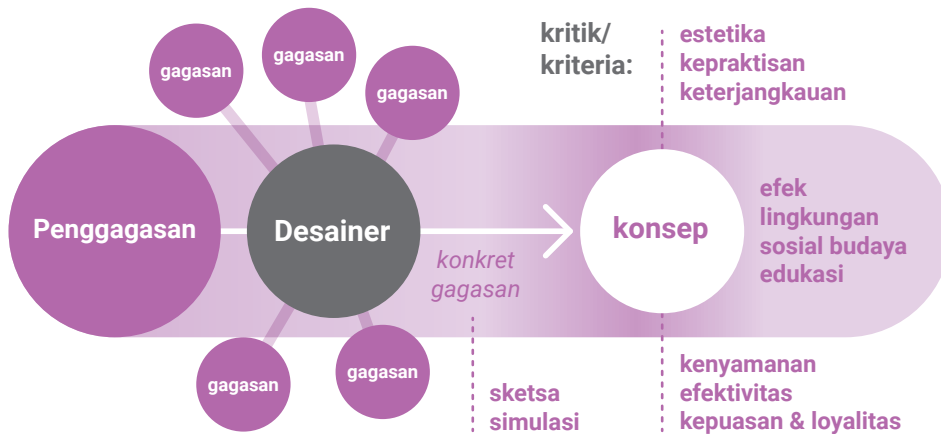




Pada tahapan riset ini, desainer harus memiliki kepekaan terhadap fakta-fakta terkait permasalahan yang muncul, baik yang memiliki keterkaitan langsung maupun tidak langsung, dan kemudian dihubungkan dengan kebutuhan klien. Di sisi lain, klien harus dapat secara terbuka menyediakan informasi yang relevan sesuai dengan kebutuhan, terutama yang bersifat visi dan rencana strategisnya ke depan.

Tujuan utama riset adalah agar terbentuk pemahaman masalah yang lebih komprehensif dari berbagai sektor kehidupan manusia, terutama tentang faktor keberlanjutan lingkungan dan sosial, kemajuan zaman dan keterpakaian solusi pada masa depan. Oleh sebab itu, peran riset sangat besar dalam rangka mendapatkan solusi desain yang bersifat berkelanjutan (*sustainable*) dan berjangka panjang (*long-lasting*).

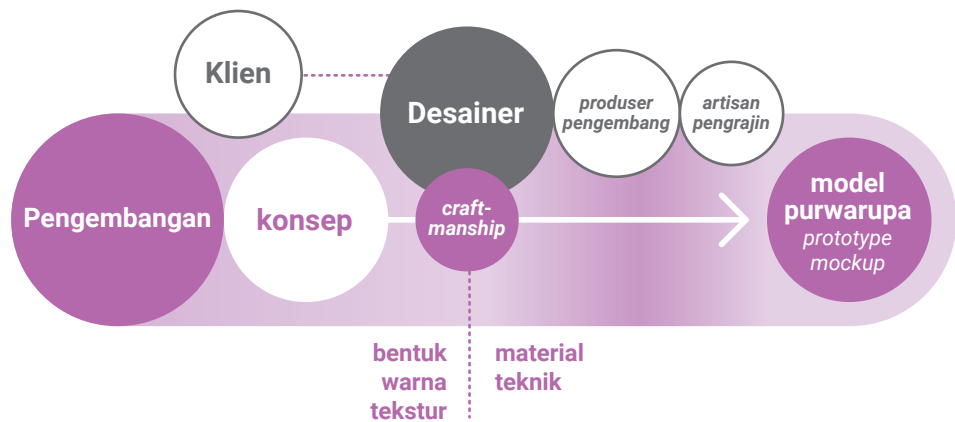
Data dan informasi tersebut kemudian diperiksa, dikonfirmasi, dianalisis, diorganisasikan, dan dirumuskan sehingga dapat menjadi landasan pemahaman desainer tentang inti/jati diri permasalahannya. Oleh sebab itu, desainer juga sebaiknya dapat mengembangkan kemampuannya dalam mengoleksi data, menganalisis, mengorganisasi, dan mengevaluasi informasi.



### 3. Tahapan Penggagasan (*Ideation*)

Pada tahapan penggagasan, desainer melakukan kegiatan eksplorasi berbagai kemungkinan kebaruan dengan mengutamakan imajinasinya. Penggagasan dapat dikembangkan melalui forum diskusi berupa *brainstorming* yang menumbuhkan gagasannya, pembuatan sketsa-sketsa untuk mengkonkretkan gagasan, dan simulasi-simulasi lainnya untuk memunculkan alternatif kemungkinan solusi terhadap permasalahan desain. Pada tahapan ini, klien dapat dilibatkan dalam prosesnya, sekaligus dapat dijadikan cara untuk mengedukasi klien tentang proses desain.

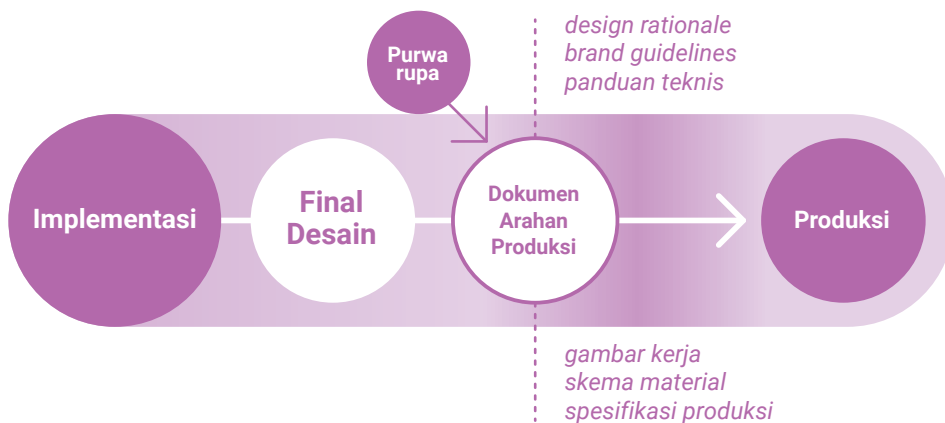
Hasil tahapan ini kemudian dikritik untuk mendapat rekomendasi pilihan terbaik berupa konsep desain yang kemudian dapat dijadikan acuan pada tahapan pengembangan visual/artefak desain (*design brief*). Faktor yang dapat digunakan sebagai kriteria penilaian pemilihan konsep terbaik, antara lain mengenai kualitas luaran berupa daya tarik/estetika objek, kepraktisan penggunaan, keterjangkauan produksi, kenyamanan penggunaan, serta kualitas capaian berupa efektivitas promosi reputasi dan citra klien, kepuasan pemangku kepentingan, loyalitas pengguna, efek positif terhadap lingkungan, budaya dan sosial, serta muatan edukatif dan inspiratif lainnya.



#### 4. Tahapan Pengembangan (*Development*)

Pada tahapan pengembangan, konsep mulai dikembangkan secara konkret dengan menimbang kualitas tampilan bentuk, warna, tekstur, material, dan teknik perwujudan terhadap kriteria luar dan capaian konsep. Berbagai kemungkinan *model/mock-up* mencapai tampilan purwarupa yang optimal (*prototyping*) dikembangkan berdasarkan konsep. Desainer membuat beberapa alternatif tampilan yang didiskusikan dengan klien untuk mencapai keyakinan atas satu model desain yang nantinya akan diimplementasikan atau direproduksi.

Dalam tahapan ini, desainer dituntut untuk memiliki kepekaan menciptakan wujud (*craftmanship*) dan kepekaan mengevaluasi serta memperbaiki tampilan didasari objektivitas dari konsep. Desainer dapat melakukan pengembangan secara mandiri atau berkolaborasi dengan berbagai produser, artisan, perajin, pengembang, untuk mendapatkan kualitas tampilan yang optimal.



## 5. Tahapan Implementasi (*Implementation*)

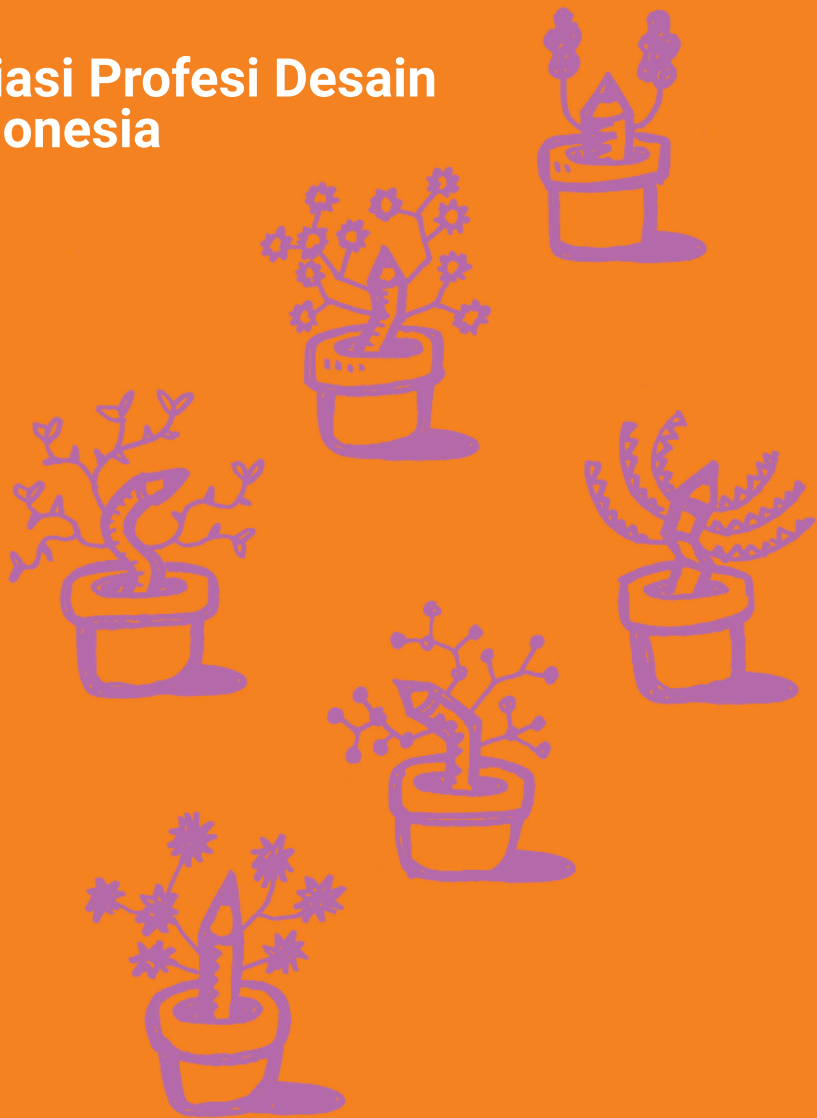
Setelah hasil pengembangan dipresentasikan dan disetujui klien maka proses selanjutnya adalah menyiapkan karya desain akhir untuk siap diimplementasikan atau diproduksi. Hasil desain akhir biasanya dilengkapi dokumen arahan produksi atau penjelasan desain, misalnya berupa *design rationale*, *brand guidelines*, panduan teknis, gambar kerja, skema material, dan arahan produksi. Tidak jarang pula pada tahapan ini, karya desain akhir juga diwujudkan dalam bentuk model/*mock-up* dan purwarupa dalam jumlah terbatas sebagai contoh atau arahan produksi.

Penting untuk dipahami bahwa dokumen tersebut harus disiapkan secara cermat dan teliti, menjelaskan proses dan hasil dari tahapan-tahapan yang telah dilakukan dari awal sampai dengan hasil akhir dari keseluruhan kegiatan pekerjaan desain agar dapat dipahami dengan baik oleh klien, dan jika dokumen-dokumen tersebut diintisarkan, akan dapat dipublikasikan untuk peningkatan pemahaman desain pada masyarakat.

Untuk mendorong inovasi serta mendapatkan solusi terbaik atas permasalahan desain, perlu dilakukan pengujian-pengujian dan evaluasi pada setiap tahapan, baik terhadap prosesnya maupun terhadap luarannya. **Kelima tahapan tersebut dapat dilakukan secara berulang-ulang, bahkan pula dapat dilakukan secara simultan, sampai hasil akhir pekerjaan desain dianggap telah memenuhi kriteria-kriteria yang telah ditetapkan.** Perlu koordinasi, komunikasi, dan kerja sama yang baik antara desainer dan klien agar pekerjaan desain dapat terlaksana sesuai dengan kerangka kerja yang disepakati serta mendapatkan hasil terbaik.

BAB 3

# Asosiasi Profesi Desain di Indonesia



Legalitas asosiasi profesi:  
Permenkumham  
No. 3 / 2016



### Tujuan Utama

- Memberikan Edukasi
- Advokasi (Pendampingan)
- Mengenai Cara Berpikir, Proses, Ilmu & Praktik Penyediaan Jasa Desain
- Mengatur & Mempublikasikan Etika dalam Berprofesi
- Mengangkat Harkat Martabat Desainer

### Fungsi

- Memberikan Perlindungan
- Merumuskan, Menyusun, Membuat & Memengaruhi Regulasi serta Kebijakan
- Mengimplementasikan Kebijakan menjadi Kegiatan Internal, Eksternal & Kerjasama Antar Profesi Desainer maupun Non Desainer

## Keberadaan Asosiasi Profesi Desain

Asosiasi profesi desain di Indonesia muncul sebagai tanggung jawab para pelaku dan praktisi desain untuk mengembangkan makna dan manfaat profesi bagi masyarakat. Tujuan utama asosiasi profesi adalah mengangkat harkat martabat profesi desainer dan menjadikan desain sebagai kegiatan yang bermanfaat untuk peningkatan kualitas masyarakat.

Secara garis besar, asosiasi profesi desain di Indonesia, memiliki tiga fungsi utama yaitu

1. memberikan perlindungan terhadap profesi desainer,
2. merumuskan, menyusun, membuat dan mempengaruhi regulasi serta kebijakan terkait dengan profesi desainer, dan
3. mengimplementasikan kebijakan menjadi kegiatan internal, eksternal serta kerjasama antar profesi desainer maupun non-desainer.

Dalam kerangka pikir jangka panjang, asosiasi profesi desain saat ini sedang berproses untuk membentuk sinergi dan aliansi. Aliansi desain tersebut diharapkan menjadi mitra sejajar bagi pemerintah, swasta dan industri terkait dengan tujuan besar memperjuangkan terbitnya undang-undang mengenai desain.

Legalitas mengenai asosiasi profesi sebagai perkumpulan bersifat nirlaba diatur dalam Permenkumham No. 3/2016, dengan payung hukum yang beragam mengenai bentuk badan hukum antara lain seperti UU No. 17/2013 tentang Organisasi Kemasyarakatan, UU No. 28/2004 mengenai Yayasan, UU No. 12/2012 mengenai Koperasi, dan UU No. 40/2007 mengenai Perseroan Terbatas.

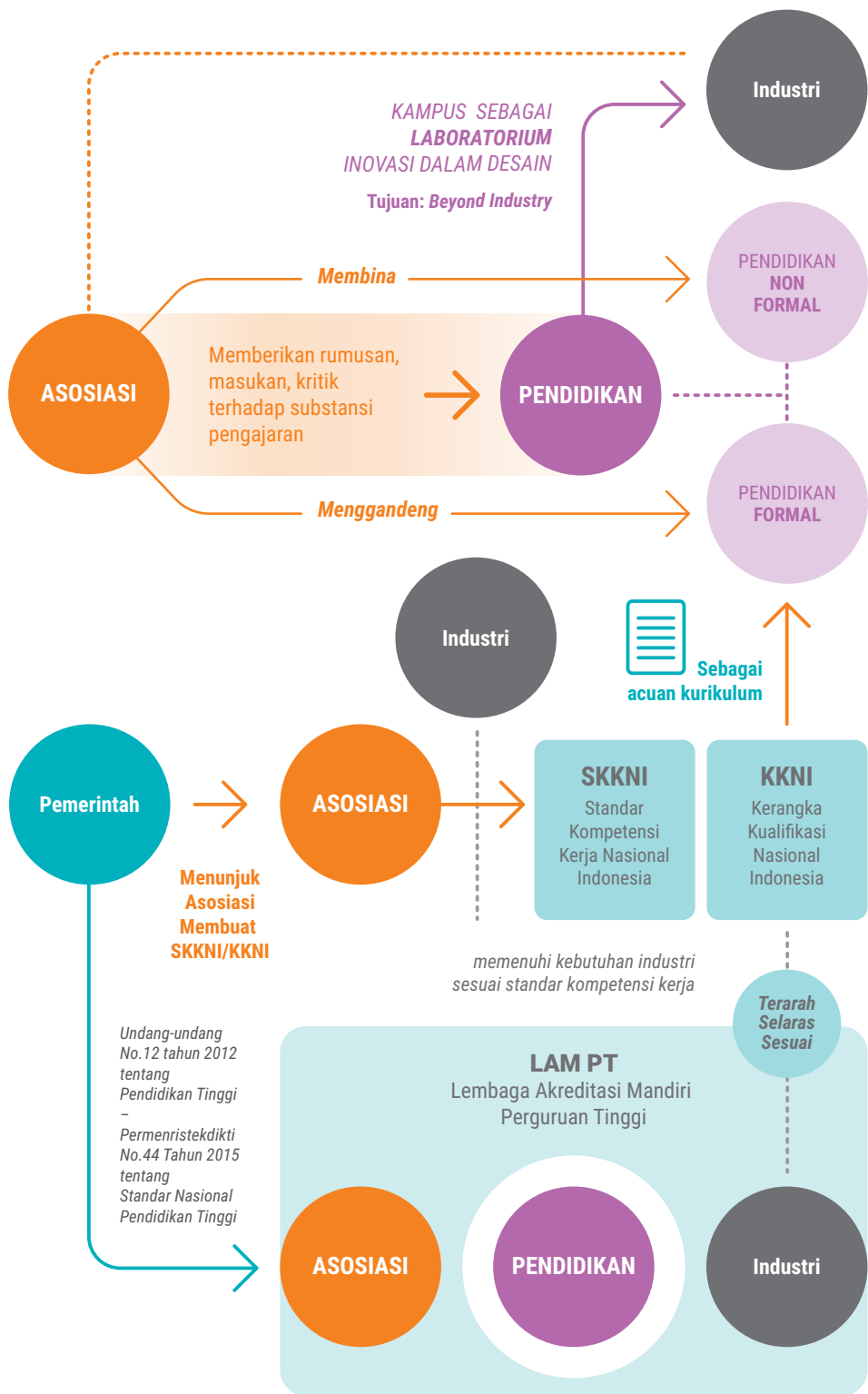
## 1. Hubungan Asosiasi dengan Pendidikan

Keberadaan sekolah dan pendidikan formal desain –terutama pendidikan tinggi desain– di Indonesia, dipengaruhi perkembangan teknologi dan industri desain di masyarakat. Pada konteks penyusunan kurikulum pendidikan formal sekolah desain, asosiasi profesi berwenang untuk menjadi mitra kolaboratif dan *peer group* bagi institusi pendidikan desain dalam memberikan rumusan, masukan dan kritik mengenai substansi kurikulum dan pengajaran. Asosiasi profesi juga berkoordinasi dengan lembaga pendidikan formal untuk menghadirkan dosen tamu praktisi dan program kerja praktek mahasiswa di industri. Hasil akhir yang diharapkan adalah sekolah desain dapat berperan sebagai laboratorium eksplorasi dan inovasi ilmu desain, sehingga kurikulum dapat diposisikan melampaui (*beyond*) industri yang mempersiapkan para calon profesional dan para ahli keilmuan bidang desain.

Saat ini pemerintah membuka pendekatan baru dalam memberikan penilaian atau akreditasi kepada pendidikan tinggi berupa pembentukan Lembaga Akreditasi Mandiri Perguruan Tinggi (LAM-PT). Di dalamnya akan berisi sinergi triadik antara kampus, industri, dan asosiasi profesi yang dapat membentuk keselarasan antara arah pengembangan pendidikan dengan dinamika kebutuhan industri dan standar kompetensi kerja yang ditentukan oleh asosiasi profesi. Hal ini diatur di dalam Undang-undang No. 12 tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi dan Permenristekdikti No. 44 Tahun 2015 tentang Standar Nasional Pendidikan Tinggi.

Asosiasi profesi juga berhubungan dengan pendidikan nonformal, misalnya dalam pembinaan tempat kursus, serta menggandeng pendidikan informal (seperti situs pribadi dan kanal video di internet) yang mengajarkan ilmu desain secara mandiri, supaya selaras dengan standar sertifikasi profesi.







## 2. Hubungan Asosiasi dengan Pemerintah

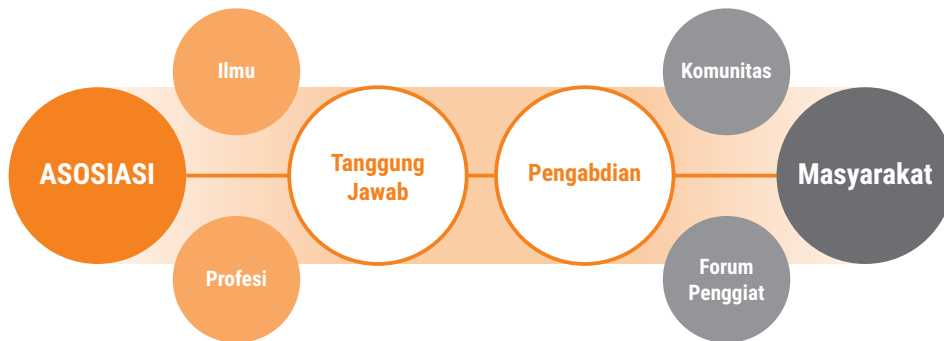
Asosiasi profesi desain berkedudukan sebagai mitra seajar pemerintah. Profesi desain merupakan salah satu jenis profesi yang diakui, baik oleh Pemerintah Indonesia maupun oleh lembaga internasional. Persatuan Bangsa-Bangsa (PBB) melalui lembaga International Labour Organization (ILO) mengeluarkan International Standard Classification on Occupations (ISCO) dan International Standard Industrial Classification of All Economic Activities (ISIC) yang di dalamnya tercantum profesi bidang desain.

Pemerintah Indonesia dalam hal ini meratifikasi klasifikasi tersebut dan memasukkannya ke dalam Klasifikasi Baku Lapangan Usaha Indonesia (KBLI) walaupun ada beberapa klasifikasi yang belum sesuai, seperti definisi untuk desainer grafis, interior, dan produk, KBLI terbaru tahun 2015 merupakan upaya pemerintah mengakui profesi desain sebagai profesi yang memiliki peran terhadap perekonomian negara. Asosiasi profesi desain terus mengupayakan perbaikan klasifikasi tersebut sebagai pembuktian peran asosiasi dalam mengkritisi dan memengaruhi kebijakan nasional.

Keterlibatan asosiasi profesi desain sebagai mitra kolaboratif untuk program pemerintah sudah berlangsung sejak lama. Beberapa contoh mutakhir antara lain sebagai berikut:

- a. penyusunan *Buku Dasar Pengadaan dan Pengelolaan Jasa Desain* yang berisi panduan pengadaan dan pengelolaan proyek jasa desain di Indonesia, baik sektor swasta maupun pemerintah, yang diinisiasi oleh AIDIA dan BEKRAF berkolaborasi dengan ADGI, ADPII, HDII dan HDMI;
- b. keterlibatan ADGI dalam pendampingan perancangan identitas *Asian Games 2018* bersama BEKRAF;
- c. penyelenggaraan *Indonesia Good Design Selection* (IGDS) oleh Kementerian Perindustrian, dan *Good Design Indonesia* (GDI) oleh Kementerian Perdagangan sebagai upaya seleksi dan kurasi produk desain Indonesia untuk memasuki pasar internasional yang menerapkan proses kolaboratif Kementerian dengan asosiasi profesi desain;
- d. penyelenggaraan IKKON sebagai program yang menempatkan seseorang atau sekelompok pelaku kreatif pada suatu wilayah di Indonesia yang bertujuan untuk mendorong dan membantu pengembangan potensi ekonomi kreatif lokal. Diharapkan para peserta program IKKON dan masyarakat lokal dapat saling belajar, berbagi, berinteraksi, bereksplorasi, dan berkolaborasi, sehingga masing-masing pihak yang terlibat dapat saling memperoleh manfaat secara etis (*Ethical Benefit Sharing*) berkelanjutan, serta ORBIT sebagai wahana bagi para desainer muda Indonesia bertalenta untuk tumbuh berkembang secara maksimal melalui program pengembangan kapasitas secara berkelanjutan, sehingga dapat berkontribusi kepada bangsa dan negara melalui profesinya. Kedua program tersebut yang diselenggarakan oleh BEKRAF dengan pengawalan asosiasi profesi desainer;
- e. penyusunan Standar Kompetensi Kerja Nasional Indonesia (SKKNI) bidang Desain Grafis/Desain Komunikasi Visual tahun 2016, dilakukan oleh ADGI dan AIDIA dengan Kementerian Kominfo dan Kementerian Ketenagakerjaan;
- f. AIDIA yang telah memiliki akta pendirian Lembaga Sertifikasi Profesi (LSP) pada bulan April 2018, di bawah koordinasi Badan Nasional Sertifikasi Profesi (BNSP), akan melakukan proses sertifikasi profesi dengan menerbitkan Sertifikat Keahlian (SKA) bagi desainer grafis/ komunikasi visual;
- g. HDII berkolaborasi dengan pemerintah untuk perancangan interior rumah susun sederhana sewa (rusunawa) dalam program penyediaan rumah vertikal bagi rakyat;
- h. penyusunan dan penerbitan Sertifikat Keahlian (SKA), sebagai bagian dari sertifikasi profesi desainer interior untuk proyek jasa konstruksi oleh HDII dan Lembaga Pengembangan Jasa Konstruksi (LPJK);
- i. HDMI berkolaborasi dengan Kementerian Perindustrian dalam program pelatihan kompetensi terkait desain untuk sektor industri mebel;
- j. kolaborasi HDMI dengan Bekraf terkait riset dan pengembangan dalam kegiatan *Future Craft*, yaitu *workshop* pengembangan desain baru untuk bidang mebel dan perangkat dekorasi rumah, untuk meningkatkan potensi produk ekspor; dan
- k. perumusan bakuan standar kompetensi (SKKNI) dalam lini profesi Desain Interior oleh HDII dengan KEMNAKER serta perumusan modul SIBIMA bidang Desain Interior untuk PUPR.

Selain itu, masih banyak program dicetuskan dan dirintis, terutama di bidang peningkatan kapasitas dan usulan regulasi serta kebijakan yang memengaruhi ekonomi kreatif sehingga berdaya saing dan berdaya guna.



### 3. Hubungan Asosiasi dengan Masyarakat

Asosiasi profesi desain melibatkan diri secara aktif dengan komunitas dan forum penggiat desain dan masyarakat secara umum. Keberadaan asosiasi tidak dapat lepas dari peran masyarakat Indonesia yang memberi sumbangsih terhadap keberadaan ilmu dan profesi desain. Pengembangan ilmu desain dalam koridor berpikir desain sebagai proses pemecahan masalah (*problem solving process*), telah dan akan berkontribusi lebih besar dalam memecahkan permasalahan dan kebutuhan khas yang ada di masyarakat Indonesia.

Setiap asosiasi, sesuai dengan bidang keilmuan dan kompetensinya, memiliki divisi atau program yang berhubungan langsung dengan tanggung jawab sosial (*social responsibility*) ataupun pengabdian masyarakat (*community services*). Kegiatan umumnya berbentuk konsultasi desain, edukasi mengenai desain yang baik dalam bentuk seminar, pameran dan publikasi hasil riset desain oleh profesional, penerbitan jurnal profesi, serta pendampingan dan pelatihan.



#### 4. Hubungan Asosiasi dengan Dunia Usaha

Dunia usaha merupakan kolaborator aktif bagi asosiasi profesi desain. Tidak hanya usaha dalam arti klien yang membutuhkan jasa desain, namun juga usaha sesama profesi desainer, usaha vendor alat dan jasa pendukung desain, *in-house design*, dan *freelancer*. Ekosistem bisnis dan pelaku usaha serta industri yang membutuhkan sekaligus mendukung jasa desain dapat dipelajari lebih detail pada buku *Rencana Pengembangan Desain Nasional 2015-2019* terbitan (waktu itu) Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif.

Perlu dipahami oleh mitra dunia usaha, asosiasi profesi akan mengatur beberapa hal yang berkaitan dengan pengadaan dan pengelolaan proyek desain. Standardisasi kompetensi dengan penerbitan Sertifikat Keahlian (SKA), standardisasi nominal pagu *fee* termasuk di dalamnya pengaturan *pitching fee*, etika, dan advokasi hukum terhadap praktik berprofesi, hingga isu tentang Kekayaan Intelektual adalah faktor-faktor yang menjadi katalis pertumbuhan ekonomi yang saling menguntungkan bagi dunia usaha dan profesi Desainer.

...

**Asosiasi profesi desain di Indonesia muncul sesuai dengan bidang profesi, industri, dan keilmuan masing-masing. Di antara asosiasi profesi tersebut dapat ditampilkan sebagai berikut.**



# Asosiasi Desain Grafis Indonesia

## 1. Tentang ADGI

Ilmu desain grafis masuk ke Indonesia melalui disiplin seni reklame karena pada awalnya aplikasi desain grafis banyak digunakan dalam periklanan. Dengan berkembangnya kebutuhan komunikasi visual, dimulai 1973, ITB dan ASRI (ISI Yogyakarta) berinisiatif memisahkannya dalam ilmu mandiri yaitu Desain Grafis yang kemudian saat ini menggunakan istilah Desain Komunikasi Visual (DKV).

Pada Juni 1980 diselenggarakan pameran desain grafis untuk kali pertama di Indonesia, yang kemudian meningkatkan kesadaran untuk menyatukan kekuatan maka dibentuklah IPGI (Ikatan Perancang Grafis Indonesia) pada September 1980. Seiring berkembangnya kebutuhan dan peran desain grafis, pada tahun 1994 IPGI mengadakan kongres nasional pertamanya yang menghasilkan kesepakatan mengubah namanya menjadi ADGI (Asosiasi Desainer Grafis Indonesia) sebagai salah satu usaha untuk lebih nyata dalam memajukan profesi desainer grafis.

## 2. Tujuan ADGI

Tujuan dibentuknya ADGI adalah menjadi asosiasi desainer grafis yang bereputasi dan memiliki kredibilitas dalam melindungi, melayani, dan memajukan karier dan usaha para anggotanya.

- a. **Melindungi:** untuk mendukung desainer grafis dalam proses

berkarya secara profesional, ADGI berkomitmen untuk melindungi setiap hak dan kewajiban anggotanya dalam berprofesi.

- b. **Melayani:** dengan mempromosikan potensi-potensi sumber daya insani profesional di bidang desain grafis melalui salah satu program unit bisnis "Adgi Hub" yang bertujuan menjadi penghubung kerja sama antara anggota ADGI dan badan pemerintah. Dengan cara ini, ADGI dapat menghadirkan jaringan industri yang bermanfaat bagi anggotanya. Mekanisme ini bersifat berhubungan langsung antara anggota ADGI dan jaringan ADGI lainnya.
- c. **Memajukan:** Meningkatkan rasa persatuan desainer grafis Indonesia dengan cara menjadi wadah atau forum komunikasi dan sosialisasi antardesainer grafis profesional, antar-asosiasi atau organisasi profesi lain yang terkait atau pun tidak, baik dalam tingkat nasional, regional, maupun internasional, termasuk dengan lembaga atau instansi lainnya. Selain itu, sebagai wadah pembinaan dan advokasi dalam pengembangan keprofesian anggota.

## 3. Fungsi ADGI:

- menghimpun desainer grafis Indonesia dalam suatu wadah yang dapat memajukan profesinya;

- melayani dan memahami para desainer grafis dalam memajukan karyanya;
- mewadahi desain grafis profesional untuk belajar tentang tren, riset dan bisnis;
- memperkuat jalinan kekerabatan antar anggota dan industri kreatif yang lebih luas;
- mendiseminasikan pengetahuan industri terkini guna memajukan karier dan usaha para anggota serta meningkatkan kualitas industri desain grafis Indonesia;
- meningkatkan standar kompetensi keahlian desain grafis anggota;
- memberikan perlindungan dan memperkuat posisi tawar bagi para anggota dalam menghadapi permasalahan di industri, seperti perlindungan kekayaan intelektual, peniadaan *free-pitching*, kode etik, pengadaan sertifikasi profesi, dan peningkatan kualitas penghargaan karya secara finansial;
- memberdayakan cabang-cabang ADGI di seluruh Indonesia dengan mendorong penciptaan dan pengimplementasian program-program hilir; dan
- menciptakan industri desain grafis Indonesia yang sehat dan membentuk identitas visual Indonesia yang kuat, baik di dalam maupun luar negeri.

#### 4. Program ADGI

##### a. ADGI Hub

Ini adalah program unggulan yang menjembatani desainer grafis

profesional dengan industri swasta serta pemerintahan. Beberapa proyek ADGI Hub, antara lain logo dan identitas visual kemerdekaan RI ke-71, ke-72, dan ke-73. Logo dan identitas visual Bekraf, desain kemasan 35 produk indikasi geografis Indonesia bekerja sama dengan Bekraf, identitas visual untuk Indonesia dalam Frankfurt Book Fair 2015 bekerja sama dengan Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan dan juga beberapa proyek untuk perusahaan multinasional.

##### b. ADGI Classroom

Dalam hal pendidikan, ADGI berperan sebagai pusat rujukan profesi desain grafis bagi anggotanya, mahasiswa, dan masyarakat. ADGI sebagai pihak yang terjun langsung di industri, menjadi jendela bagi calon desainer grafis untuk mempelajari dunia industri.

##### c. ADGI Talks

Program pendidikan yang rutin dilakukan setiap bulannya untuk publik seperti *talk show*, seminar, dan juga *workshop* yang tersebar di setiap cabang ADGI.

#### 4. Sekretariat ADGI

##### Alamat:

One Pacific Place 11th Floor  
Jln. Jend. Sudirman Kav 52-53 Jakarta

**Situs web:** [www.ADGI.or.id](http://www.ADGI.or.id)

**Telepon:** +6221 719 7445

**Email:** [kabar.ADGI@gmail.com](mailto:kabar.ADGI@gmail.com)

**Facebook:** @ADGIpusat

**Instagram:** @kabar.ADGI



## Aliansi Desainer Produk Industri Indonesia

### 1. Tentang ADPII

ADPII merupakan wadah profesional desain produk industri sejak 1976 dan resmi dideklarasikan dalam bentuk badan hukum perkumpulan pada 2014. ADPII mengusung cita-cita bersama yaitu mewujudkan kemandirian bangsa melalui Desain Produk Indonesia. Visi ADPII adalah menjadi tuan rumah di negara sendiri, menuju desain produk industri Indonesia yang mendunia.

ADPII menaungi para profesional desainer produk industri dari berbagai bidang mulai dari skala kecil menengah seperti *craft, furniture, jewelry*, tas dan sepatu, hingga industri manufaktur seperti industri transportasi, karoseri, dan perlengkapan militer. Mulai dari membuat produk untuk ritel hingga bidang jasa konsultasi desain.

ADPII memperjuangkan tegaknya kemapanan profesi Desain Produk Indonesia. ADPII menghimpun dan mewadahi anggotanya untuk berkarya serta aktif dalam mengembangkan dan memajukan profesi, menjadi mitra dan wakil pemerintah dalam memberikan rekomendasi kebijakan serta menjamin nilai keprofesian desain produk.

### 2. Tujuan ADPII

1. membina dan mengembangkan profesi intelektual desainer produk industri untuk menunjang pembangunan nasional;
2. menjadi organisasi nasional yang memiliki kesetaraan dan pengakuan

3. profesional di forum internasional;
3. mendorong kepedulian dan tanggap profesional terhadap permasalahan berbangsa dan bernegara dengan mengoptimalkan kecakapan profesional secara terpadu;
4. menjadi mitra dunia pendidikan dalam kaitan pengembangan profesi desainer produk industri;
5. menjadi mitra pemerintah dan dunia industri serta perdagangan; dan
6. berkontribusi meningkatkan kualitas kehidupan masyarakat.

### 3. Program ADPII

#### a. Keanggotaan

- membina, memperkuat, dan menumbuhkembangkan rasa kesatuan persatuan seluruh anggota dalam memperjuangkan nilai-nilai profesi melalui penguatan organisasi, serta komunikasi intra-aliani;
- menyelenggarakan pertemuan-pertemuan, baik kasual maupun formal untuk memperkuat jejaring anggota intraprofesi dan antar-keminatan di bawah naungan ADPII; dan
- melakukan kongres serta rapat-rapat kerja menyusun kode etik profesi bagi para anggotanya, serta membentuk Dewan Kehormatan dan Kode Etik.

#### b. Pendidikan, keprofesian, dan keahlian

- meningkatkan profesionalisme melalui program pendidikan profesi terkait kualifikasi dan kompetensi keahlian;



- menyusun standar kecakapan profesi anggota sebagai pengakuan capaiannya melalui sistem evaluasi dan penilaian, baik umum maupun spesialisasi, serta memperjuangkan standar yang diakui oleh pemerintah dan industri; dan
- bermitra dengan pendidikan dalam meningkatkan kualitas, wawasan, dan kapasitas serta jejaring anggota afiliasi perguruan tinggi.

**c. Hubungan masyarakat dan kemitraan**

- bermitra dengan pemerintah, dunia usaha, industri, serta masyarakat luas melalui kerja sama kemitraan;
- memberi informasi mengenai profesi serta perannya pada peningkatan kualitas hidup, daya saing usaha, serta perekonomian;
- berkomunikasi aktif dengan asosiasi dan komunitas internasional, serta organisasi lainnya yang dapat meningkatkan profesionalisme.

**d. Promosi dan kegiatan**

mempromosikan pentingnya desain produk, capaian dan potensi sumber daya profesi, serta peranannya dalam pertumbuhan ekonomi.

**e. Tanggung jawab sosial**

melaksanakan program pemberdayaan masyarakat dengan menunjuk dan menempatkan anggotanya untuk melakukan pendampingan desain produk sesuai dengan kebutuhan.

**f. Penelitian dan pengembangan**

menerbitkan Jurnal Desain Indonesia untuk mempublikasikan

hasil penelitian, eksperimen, serta pengalaman profesi melalui karya tulis ilmiah akademik dan artikel populer.

**g. Hukum dan peraturan**

ADPII bermitra dengan Kementerian melalui Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual untuk meningkatkan wawasan pentingnya penghargaan HKI—khususnya Hak Cipta dan Hak Desain Industri.

ADPII senantiasa memberikan masukan kepada Pemerintah melalui instansi terkait tentang berbagai hal yang menyangkut kebijakan dan peraturan di bidang Desain Produk Industri, antara lain

1. Kementerian Perindustrian dalam meningkatkan kapasitas daya saing industri baik industri kecil, menengah, maupun besar, melalui riset dan pengembangan desain produk yang baik;
2. Kementerian Perdagangan dalam meningkatkan daya saing melalui pengembangan desain produk berorientasi pasar;
3. bersama Bekraf dalam mendorong serta menumbuhkembangkan peran desain produk terhadap pertumbuhan ekonomi kreatif di masyarakat.

**4. Sekretariat ADPII**

**Alamat:**

Jln. Flores No. 3, Bandung 40115

**Telepon/Fax:**+6222 4200 499

**Situs web:** www.adpii.org

**Email:** hello.adpii@gmail.com



# Asosiasi profesional Desain Komunikasi Visual Indonesia

## 1. Tentang AIDIA

AIDIA adalah brand dari Asosiasi profesional desain komunikasi visual Indonesia. AIDIA merupakan transformasi dari FDGI (Forum Desain Grafis Indonesia) yang sejak 2003 aktif berupaya mengembangkan makna dan manfaat profesi dan studi desain grafis di masyarakat. Perubahan FDGI menjadi AIDIA dideklarasikan (dengan nama legal Perkumpulan Desainer Komunikasi Visual Indonesia) pada tanggal 18 Maret 2015 di Bandung oleh 96 orang deklarator perwakilan desainer komunikasi visual dari 14 kota di Indonesia, yaitu Padang Panjang, Padang, Palembang, Tangerang Selatan, Jakarta, Bandung, Cirebon, Semarang, Surakarta, Yogyakarta, Surabaya, Malang, Denpasar dan Makassar. Saat ini keanggotaan AIDIA telah berkembang ke Banjarmasin, Purwokerto, Gresik, Medan, dan Mataram.

Revitalisasi format perkumpulan ini bertujuan memperkuat komitmen dan legalitas kelembagaan agar dapat memberikan manfaat yang lebih luas untuk pemberdayaan pendidikan, industri, dan profesi di bidang desain komunikasi visual.

## 2. Tujuan AIDIA

Tujuan AIDIA didirikan, yaitu

- menjadi wadah organisasi keprofesian desain komunikasi visual di Indonesia yang mempunyai wewenang melakukan pendidikan keprofesian

dan sertifikasi profesi dengan merujuk pada ketentuan nasional dan referensi global;

- menjadi wadah dalam pengembangan pola pikir dan penciptaan desain dalam pendidikan dan industri terkait desain komunikasi visual;
- menjadi wadah komunikasi, sosialisasi dan kolaborasi antar desainer komunikasi visual, antar asosiasi-asosiasi atau organisasi profesi lain yang terkait maupun tidak, baik dalam tingkat nasional, regional maupun internasional, maupun dengan lembaga atau instansi lainnya;
- menjadi wadah pembinaan dan advokasi dalam pengembangan keprofesian anggota asosiasi;
- menjadi mitra Pemerintah Republik Indonesia dalam pengembangan industri, profesi, dan pendidikan terkait desain komunikasi visual; dan
- memberikan kontribusi melalui bidang keahliannya terhadap peningkatan kualitas hidup masyarakat.

## 3. Program AIDIA

### a. Bidang Pendidikan dan Pelatihan

Program diklat berupa kongres, konferensi, workshop, seminar, program pemerataan pengetahuan dan teknologi antardaerah (magang untuk mahasiswa, program magang dan pertukaran dosen) untuk anggota dan umum, dengan kriteria program yang membuka diri, kolaborasi, meruntuhkan sekat konvensional,

mengkritisi diri sendiri, dengan skala minimum untuk tingkat nasional.

**b. Bidang Tanggung Jawab Sosial Profesi**

Program pemberdayaan masyarakat untuk memahami makna dan manfaat desain. Program bidang ini terutama membentuk sekolah/ akademi komunitas, membina dan memperkuat komunitas terkait Desain Komunikasi Visual.

**c. Bidang Sertifikasi Profesi**

Program pengembangan kompetensi profesional bidang Desain Komunikasi Visual, terutama untuk pembentukan Lembaga Sertifikasi Profesi (LSP), pelatihan asesor dan perangkat LSP, penyempurnaan dan pembuatan SKKNI, KKNi, dan Peta Okupasi, serta pembentukan lembaga pelatihan kompetensi.

**d. Bidang Kerja Sama dan Komunikasi**

Program pembentukan jejaring kerja sama untuk membentuk komunitas utuh yang dapat mendekati solusi yang bersifat luas dan terintegrasi. Program bidang ini berupa kerja sama antar-asosiasi desain (ADGI, HDII, ADPII, HDMI, IFC), dengan pemerintah (Bekraf, Kominfo, Kemenaker, BNSP), dengan komunitas publik, dan dengan universitas, institut, dan sekolah terkait Desain Komunikasi Visual.

**e. Bidang Inisiatif dan Aktivasi Kegiatan**

Program eksperimental, *workshop* kolaborasi disiplin ilmu, gerakan publik, ekshibisi, sub-komunitas yang sifatnya progresif dan redonstruktif agar dapat selalu memperbarui pemahaman studi dan profesi desainer komunikasi visual.

**f. Bidang Litbang dan Penerbitan**

Program pemetaan dan *stakeholder* survei bidang terkait desain komunikasi visual, dari sektor pendidikan, industri dan profesi, serta program penerbitan hasil penelitian, jurnal profesi nasional, pengembangan buku ajar Desain Komunikasi Visual dan literatur asosiasi.

**g. Bidang Keanggotaan dan Pengembangan Cabang**

Program penguatan komitmen anggota dan pelayanan manfaat organisasi untuk anggota.

**4. Sekretariat AIDIA**

**Alamat:**

Jln. Waru 22, Griya Waru Indah,  
Kav 120, Pasarebo Jakarta 13760

**Telepon:** +6221 8778 3024

**Situs web:** [www.aidia.or.id](http://www.aidia.or.id)

**Email:** [info@aidia.or.id](mailto:info@aidia.or.id)

**Instagram:** @aidianasional

**Facebook:** @aidiaindonesia

# HDII

## Himpunan Desainer Interior Indonesia

### 1. Tentang HDII

Desainer Interior adalah seorang profesional dengan latar belakang pendidikan yang menunjang, mampu memecahkan masalah dan memberikan solusi yang berhubungan dengan fungsi dan kualitas pada sebuah interior hunian. Dengan pengetahuan dan keahliannya, seorang desainer Interior harus mampu menghasilkan konklusi ruang yang berdampak meningkatnya kualitas hidup dengan mempertimbangkan segi-segi keamanan, kesehatan, keselamatan, kenyamanan, dan keindahan. Untuk mewadahi profesi desainer interior di Indonesia pada tanggal 17 Januari 1983 didirikanlah Himpunan Desainer Interior Indonesia (HDII) di Jakarta.

Saat ini HDII memiliki 12 cabang: DKI Jakarta, Jawa Barat, DI Yogyakarta, Semarang, Solo, Jawa Timur, Bali, Sulawesi Selatan, Sumatera Barat, Sumatera Utara, Pekanbaru (Riau), Aceh dan rencana dibuka cabang-cabang baru di Jambi, Sulawesi Utara, Kalimantan Timur, Kalimantan Selatan mengikuti perkembangan industri desain interior yang menyebar di seluruh Indonesia. Capaian HDII hingga saat ini adalah sebagai berikut.

- HDII adalah Deklarator dan anggota LPJKN (Lembaga Pengembangan Jasa Konstruksi Nasional) yang dibentuk berdasarkan Undang-Undang Jasa Konstruksi (UUJK) No. 18 Tahun 1999 yang sudah direvisi menjadi UUJK No.2 tahun 2017.
- HDII menjadi anggota penuh APSDA (*Asia Pacific Space Designers Association*) pada tingkat regional di tahun 1989 dan menjadi anggota penuh IFI (*Interaction Federation of Interior Designers/Architect*) pada tingkat internasional tahun 1985.
- HDII memperoleh akreditasi dari LPJKN tahun 2004, dan berwenang melaksanakan serta menerbitkan Sertifikat Keahlian (SKA) dengan kualifikasi Desainer Interior Ahli Muda, Desainer Interior Ahli Madya, dan Desainer Interior Ahli Utama.
- HDII menjadi fasilitator forum Pendidikan Tinggi Program Studi Desain Interior Indonesia sejak tahun 2004. Bakuan kompetensi Desainer Interior yang dirancang HDII setelah melalui konvensi nasional ditetapkan sebagai Bakuan Kompetensi Nasional oleh LPJKN tahun 2005.
- Dalam menjalankan profesinya Desainer Interior diatur dan dilindungi oleh UU No.18 Tahun 1999 tentang Jasa Konstruksi, PP No. 28 Tahun. 2000 tentang Usaha dan Peran Masyarakat Jasa Konstruksi, PP No.29 Tahun 2000 tentang Penyelenggaraan Jasa Konstruksi, dan PP No.30 Tahun 2000 tentang Penyelenggaraan Pembinaan Jasa Konstruksi. Di samping itu, HDII juga memiliki Pedoman Hubungan Kerja dengan Pemberi Tugas, Pedoman Imbalan Jasa, Pedoman Sertifikasi, Pedoman Sayembara, dan lain-lain yang menjadi acuan dalam berprofesi.

- Untuk mengikuti perkembangan dunia konstruksi, HDII selalu terlibat langsung dalam program-program LPJKN menyangkut pembahasan kebijakan-kebijakan.

## 2. Tujuan HDII

HDII didirikan bertujuan meningkatkan dan mengembangkan nilai profesi desainer interior guna kemajuan dunia pembangunan serta demi pengabdian kepada bangsa dan Negara Kesatuan Republik Indonesia. Usaha Perhimpunan adalah

- a. menyebarluaskan apresiasi profesi Desain Interior serta memelihara kerja sama yang serasi antara masyarakat pengguna jasa Desain Interior dan desainer Interior sebagai penyedia jasa;
- b. menjaga rasa tanggung jawab para desainer Interior dalam menjalankan profesinya;
- c. mengadakan kerja sama dengan lembaga pendidikan, penelitian, kebudayaan dan lembaga lain yang terkait; dan
- d. mengadakan usaha lain yang sah sepanjang tidak bertentangan dengan asas, tujuan dan fungsi Perhimpunan.

## 3. Program HDII

### a. Industri desain

HDII bersama LPJKN melakukan sertifikasi kompetensi dan kemampuan profesi atas keahlian seseorang di bidang jasa desain interior. Sertifikasi

sebagai tanda bukti kategori desainer yang bersangkutan berkompeten sebagai Desainer Muda, Desainer Madya, atau Desainer Utama. Selain itu, HDII juga menjalankan program:

- membuat kode etik profesi bagi para anggota HDII sebagai desainer yang memahami profesionalisme kerja desain; dan
- membangun dan menjaga jejaring dengan pemangku kepentingan untuk peningkatan kualitas dan bersinergi dalam kepentingan desain interior pada umumnya.

### b. Pemerintah

- mendukung dan terlibat langsung dalam program-program pemerintah, yaitu Bekraf, Kementerian Perdagangan, Kementerian Perindustrian dan Kementerian Ketenagakerjaan.

### c. Publik

- bekerja sama dengan pemangku kepentingan menyelenggarakan seminar, workshop, pengabdian masyarakat berupa klinik desain/ konsultasi kepada publik melalui *event-event* pameran, dan lain-lain.

## 4. Sekretariat HDII

### Alamat:

Gd. Jakarta Design Center, Lt.7  
Jln. Jend. Gatot Subroto 53, Slipi  
Petamburan Jakarta 10260

**Telepon:** +6221 5304 636

**Situs web:** [www.hdii.or.id](http://www.hdii.or.id)

**Email:** [pusathdii@gmail.com](mailto:pusathdii@gmail.com)

**Facebook:** Hdiipusat atau Hdii Pusat

**Instagram:** @hdii\_pusat



# Himpunan Desainer Mebel Indonesia

## 1. Tentang HDMI

HDMI dibentuk dan didirikan secara sukarela oleh sekumpulan profesional dalam bidang desain mebel, bertujuan melindungi dan mengembangkan profesi Desain Mebel dengan berperan aktif serta berkontribusi dalam pembangunan. HDMI didirikan tanggal 28 Oktober 2010 di Jakarta oleh para desainer dan akademisi serta penggiat desain mebel dari Jakarta, Solo, Surabaya, Jepara, Cirebon, dan Yogyakarta.

HDMI didirikan untuk menjawab besarnya kebutuhan akan tenaga desainer produk di bidang mebel atau *furniture* guna mendukung perkembangan industri mebel nasional, baik dalam skala lokal maupun internasional. Organisasi ini menjadi wadah bagi eksistensi profesi desainer produk, khususnya desainer produk mebel.

Secara umum, HDMI telah berkontribusi melalui berbagai kegiatan yang bersifat pengembangan profesionalisme dan etika profesi, edukasi dan pengembangan kompetensi, serta pameran dan informasi.

## 2. Tujuan HDMI

- Wadah untuk berperan serta dalam pembangunan nasional dan menjadi mitra kerja pemerintah dalam menyusun serta mengembangkan standar kompetensi kerja.

- Wadah kegiatan sesuai dengan kepentingan anggota dan menjadi mitra lembaga pelatihan kerja dalam menerapkan dan pengembangan program pelatihan kerja sesuai dengan standar kompetensi kerja.
- Wadah pembinaan dan pengembangan anggota dan menjadi sumber dan mitra Lembaga Sertifikasi Profesi (LSP) dalam pelaksanaan proses sertifikasi kompetensi.

## 3. Program HDMI

HDMI memahami mebel dalam arti yang luas, yaitu segala benda yang diperlukan untuk mempermudah aktivitas manusia. Definisi ini juga mencakup benda atau alat untuk mempermudah kerja manusia. Penempatan produk mebel juga mencakup "*indoor*" dan "*outdoor*". Definisi ini ditujukan agar dapat mengadaptasi perkembangan desain yang begitu pesat sehingga pemaknaan arti mebel tidak membatasi lingkup kegiatan desain dan profesi para desainer mebel saat ini. Upaya HDMI dalam mengembangkan profesi desainer mebel direalisasikan dalam bentuk program kegiatan sebagai berikut.

### a. *Professional sharing*

Peningkatan kemampuan profesional dan pengembangan potensi desainer mebel melalui kegiatan berbagi pengalaman dengan para desainer yang berkompeten di bidangnya.

Berkolaborasi dengan berbagai pihak seperti pengusaha dan akademisi dalam mengembangkan kompetensi, seperti masalah etika profesi, kemampuan berbisnis, produksi, serta wirausaha di bidang desain produk mebel. Berperan aktif dalam upaya pengembangan perekonomian bangsa melalui desain.

#### **b. Education**

HDMI aktif berkontribusi dalam berbagai kegiatan nasional dan internasional, di bidang edukasi. Hal ini merupakan upaya berkelanjutan dalam meningkatkan kompetensi SDM desainer produk mebel agar memiliki kemampuan dan prestasi yang setara dengan desainer dari negara lain yang sudah lebih maju.

#### **c. Design appreciation**

Memberikan apresiasi kepada masyarakat dan insan desain mebel atas peran serta dalam upaya pengembangan profesi desainer mebel, termasuk juga dukungan dalam kegiatan kompetisi desain. Hal ini sebagai penghormatan dan upaya memotivasi para desainer untuk saling berperan dalam pengembangan profesi desainer mebel.

#### **d. Designers hub**

Berperan sebagai sentral dan penghubung dari berbagai aktivitas desain. Hal ini dicapai melalui interaksi dan upaya menjadi hub antara desainer, pemerintah, akademisi, pengusaha dan lembaga lain terkait profesi desainer mebel, baik dalam maupun

luar negeri. Berperan aktif dalam upaya pengembangan peran desain bagi perekonomian bangsa.

#### **e. Networking**

Eksistensi profesi dengan membangun jejaring antara segenap insan desain mebel di dalam maupun luar negeri. Melalui jejaring ini, bersama-sama ditingkatkan kerja sama dan koordinasi dalam berbagai aktivitas, serta saling tukar informasi memberi masukan bagi upaya peningkatkan eksistensi profesi Desainer Mebel.

#### **f. Design dan policy**

Desain produk mebel merupakan profesi yang masih tergolong baru. Maka dari itu, HDMI berupaya mendorong berbagai pihak dan lembaga terkait untuk mewujudkan kebijakan desain yang dapat menaungi profesi ini. Salah satunya adalah dukungan untuk menggunakan KI (Kekayaan Intelektual) sebagai strategi pengembangan bisnis.

KI menjadi salah satu upaya dalam meningkatkan peran desain di masyarakat melalui penciptaan karya-karya inovatif sehingga dapat meningkatkan nilai jual, dan berdampak pada peningkatan perekonomian bangsa.

### **4. Sekretariat HDMI**

#### **Alamat:**

Jln. Kayu Putih IV, Blok C No. 2  
Jakarta Pusat 13210

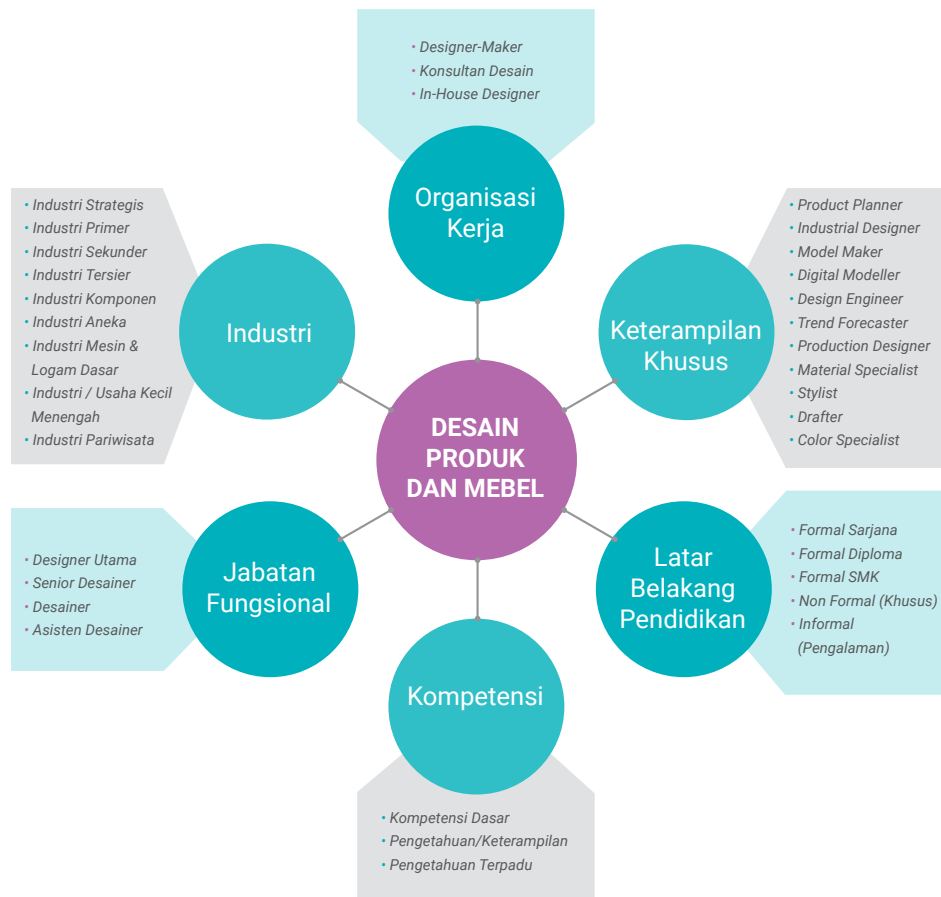
**Telepon/Fax:** +6221 4721 658

**Email:** hdmi.pusat@gmail.com

## Peta Okupasi Profesi Desain di Indonesia

Profesi desainer memiliki jabatan/okupasi profesi berdasarkan jenis pekerjaan, kompetensi, tempat kerja, pengalaman, dan sebagainya. Dalam peta okupasi/profesi ini juga dijelaskan kerangka okupasi yang bersifat spesialisasi.

### 1. Peta Okupasi Profesi Desain Produk Industri





## 2. Peta Okupasi Profesi Desain Interior

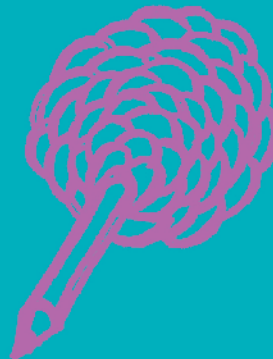
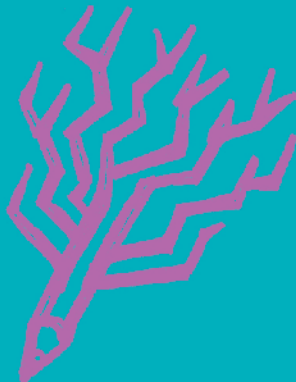
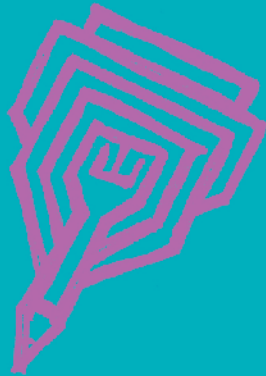
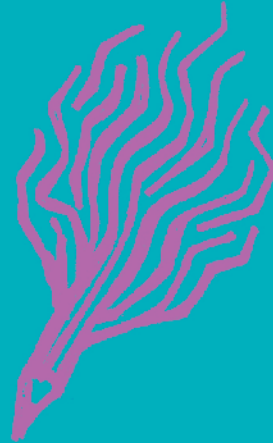
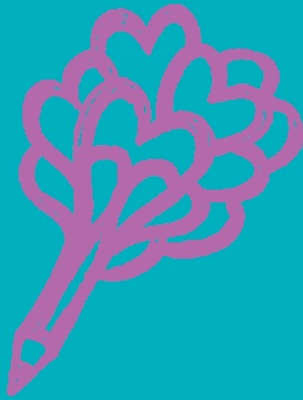


## 2. Peta Okupasi Profesi Desain Grafis / Desain Komunikasi Visual



**BAB 4**

**Jenis Pengadaan  
Jasa Desain**



Perpres no.16  
Tahun 2018

## Pengadaan Jasa Desain

Proyek  
Pemerintah

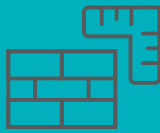
Proyek  
Swasta

1



Pengadaan  
Barang

2



Pekerjaan  
Konstruksi

1



Inisiatif

2



Pemilihan

3



Jasa Konsultasi  
(disediakan Penyedia)

4



Jasa  
Lainnya

<sup>1</sup>Pitching

<sup>2</sup>Bidding

<sup>3</sup>Sayembara

## Proyek/Pengadaan Jasa Desain oleh Pemerintah

Bekerja sama dengan pemerintah sudah pasti harus mengikuti peraturan perundang-undangan yang berlaku di Indonesia. Pada saat buku ini ditulis, pengadaan dan pengelolaan proyek jasa desain yang dilakukan oleh pemerintah diatur melalui Peraturan Presiden No.16 tahun 2018 tentang Pengadaan Barang/Jasa Pemerintah. Dalam perpres tersebut menjelaskan kategori kegiatan yang dapat diadakan oleh pemerintah, yaitu 1) pengadaan barang; 2) pekerjaan konstruksi; 3) jasa konsultasi; dan 4) jasa lainnya.

Jasa konsultasi adalah “jasa layanan profesional yang membutuhkan keahlian tertentu di berbagai bidang keilmuan yang mengutamakan adanya olah pikir”. Sementara yang disebut dengan jasa lainnya adalah “jasa non-konsultasi atau jasa yang membutuhkan peralatan, metodologi khusus, dan/atau keterampilan dalam suatu sistem tata kelola yang telah dikenal luas di dunia usaha untuk menyelesaikan suatu pekerjaan”. Dengan demikian, jasa desain masuk ke dalam kategori jasa konsultasi dan tidak termasuk pada jasa lainnya. Jasa konsultasi pada proyek pemerintah disediakan oleh Penyedia.

Sebutan Penyedia secara definisi dijabarkan lebih lanjut sebagai “Pelaku Usaha yang adalah setiap orang perorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum negara Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian menyelenggarakan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi” dan “menyediakan barang/jasa dalam bentuk kontrak”. Berdasarkan hal itu maka desainer, baik secara perseorangan maupun badan usaha (biro/studio desain) adalah Penyedia yang menyediakan Jasa Konsultasi dalam bidang Desain.



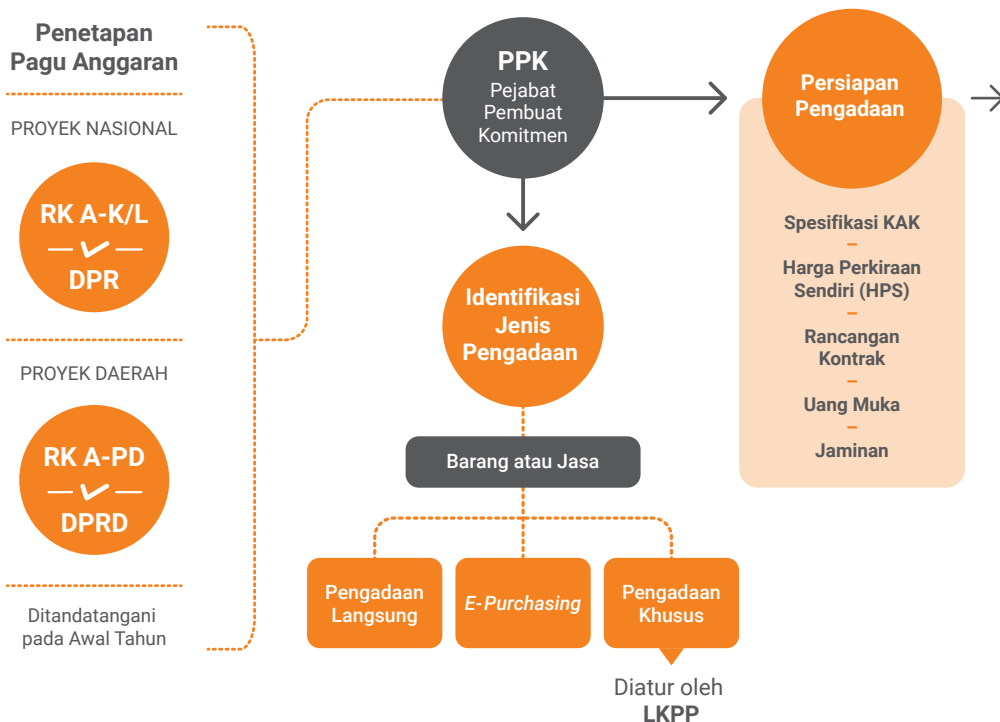
Namun secara realitas, lingkup proyek desain itu selain mengenai jasa konsultansi, juga terdapat pekerjaan produksi/konstruksi terkait dengan desain (*design and build*), serta pengadaan barang terkait dengan proyek desain. Contoh mengenai hal ini adalah sebagai berikut:

**1. Dalam bidang Desain Grafis/ Komunikasi Visual**, pada sebuah proyek perancangan identitas (logo dan turunannya) untuk lembaga atau kegiatan pemerintah (misal: Asian Games), maka tahapan perancangan identitas tersebut mulai dari gagasan desain hingga produk akhir FAW (*Final Artwork*) dan gambar skematik, termasuk ke dalam jasa konsultansi. Ketika memasuki penerapan/aplikasi identitas di media dua dimensional seperti munculnya GSM (*Graphic Standard Manual*) bagi media promosi cetak atau digital, maupun aplikasi fisik tiga dimensional seperti aplikasi *wayfinding system* dan *environmental graphic design* (sistem penunjuk arah dan identitas visual pada lingkungan), maka akan terkait dengan pengadaan barang atau pekerjaan konstruksi.



**2. Dalam bidang Desain Interior dan Desain Produk (termasuk di dalamnya Desain Mebel),** tahapan proyek perancangan interior, produk atau mebel yang berwujud gagasan dengan produk akhir gambar skematik hingga DED (*Detailed Engineering Design*) disebut sebagai proyek jasa konsultansi. Ketika gambar DED tadi diwujudkan menjadi bentuk fisik 3 dimensional, dalam desain interior berarti ada pekerjaan konstruksi. Dalam desain produk dan mebel, tahapan perwujudan gambar skematik menjadi produk fisik 3 dimensional akan terkait dengan proyek pengadaan barang.

**3. Dalam jasa konsultansi desain** pada proyek pemerintah, proses pemilihan secara umum dilakukan dengan cara seleksi. Namun, perlu diperhatikan jika memasuki proyek pemerintah, jasa desain harus dipastikan lagi mata anggarannya. Sebagai contoh dalam beberapa proyek pemerintah terkait desain *web*, mata anggarannya berupa pengadaan barang. Walaupun hal ini sebetulnya keliru, jika terjadi hal demikian, pengadaannya tidak lagi sebagai jasa konsultansi. Akan tetapi, pengadaan barang melalui penunjukan langsung atau pengadaan langsung.



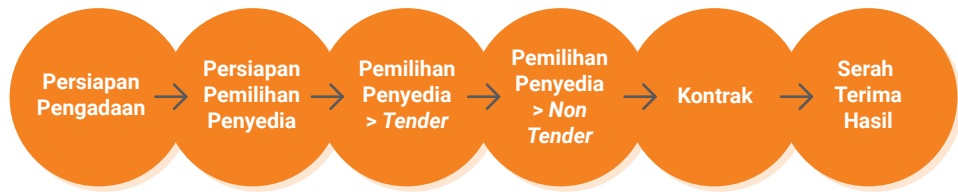
## Tahapan Proyek Pemerintah

Secara umum tahapan dari pengadaan jasa desain pada proyek pemerintah adalah:

1. persiapan pengadaan barang/jasa;
2. persiapan pemilihan penyedia;
3. pelaksanaan pemilihan penyedia melalui tender/seleksi;
4. pelaksanaan pemilihan penyedia selain tender/seleksi;
5. pelaksanaan kontrak; dan
6. serah terima hasil pekerjaan.

Persiapan pengadaan di pemerintah pusat atau proyek nasional dapat dilaksanakan setelah Rencana Kegiatan dan Anggaran Kementerian/Lembaga (RKA-K/L) disetujui oleh DPR. Untuk proyek pengadaan di daerah disebut sebagai Rencana Kegiatan dan Anggaran Perangkat Daerah (RKA-PD) yang perlu persetujuan DPRD. Untuk Pengadaan Barang/Jasa yang kontraknya harus ditandatangani pada awal





tahun, persiapan pengadaan dan/ atau pemilihan Penyedia dapat dilaksanakan setelah penetapan Pagu Anggaran Kementerian/ Lembaga atau persetujuan RKA-PD sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

Persiapan Pengadaan dilakukan oleh Pejabat Pembuat Komitmen (PPK) meliputi

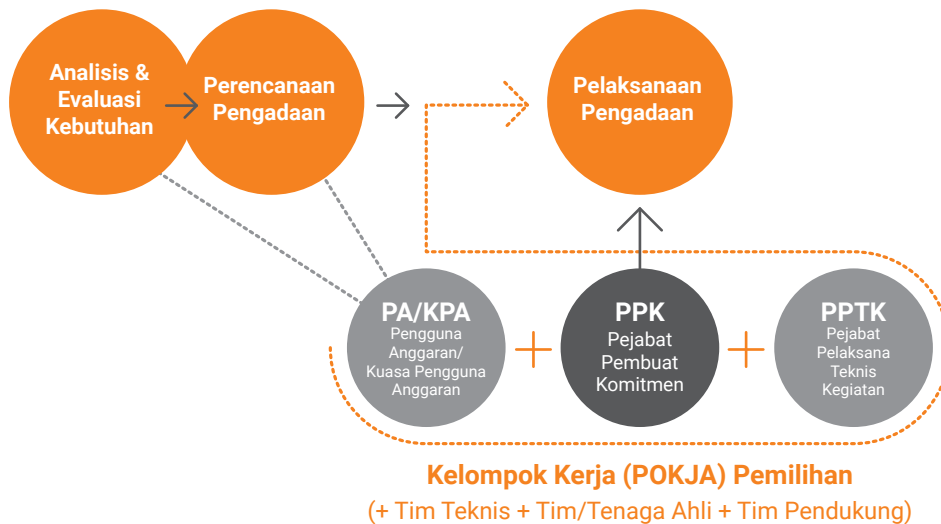
1. penetapan spesifikasi teknis/ Kerangka Acuan Kerja (KAK);
2. penetapan harga perkiraan sendiri (HPS);
3. penetapan rancangan kontrak; di dalamnya terdapat kontrak lumpsum, kontrak waktu penugasan, kontrak payung dan kontrak tahun jamak;
4. penetapan uang muka, jaminan uang muka, jaminan pelaksanaan;
5. jaminan pemeliharaan, sertifikat, garansi, dan/atau penyesuaian harga.

Di samping itu, PPK melakukan identifikasi apakah barang/jasa yang akan diadakan, termasuk dalam kategori barang/jasa yang akan diadakan melalui pengadaan langsung, *e-purchasing*, atau termasuk pengadaan khusus.

Jenis pengadaan yang termasuk pengadaan khusus, yaitu

1. pengadaan barang/jasa dalam rangka penanganan keadaan darurat;
2. pengadaan barang/jasa di luar negeri;
3. pengadaan barang/jasa yang masuk dalam pengecualian;
4. penelitian; dan
5. tender/seleksi internasional dan dana pinjaman luar negeri atau hibah luar negeri.

Pedoman pelaksanaan pengadaan barang/jasa yang termasuk dalam pengadaan khusus diatur dengan peraturan tersendiri yang dikeluarkan oleh Lembaga Kebijakan Pengadaan Barang/Jasa Pemerintah (LKPP).



Dalam proyek pemerintah, proses pengadaan barang/jasa dilakukan oleh beberapa orang dengan jabatan tertentu yang disebut sebagai Pokja (Kelompok Kerja) Pemilihan. Pokja tersebut berisikan Pejabat Pembuat Komitmen (PPK) yang dapat dibantu oleh Pejabat Pelaksana Teknis Kegiatan (PPTK) dan Pengguna Anggaran/Kuasa Pengguna Anggaran (PA/KPA). Sebelum pelaksanaan pengadaan, dilakukan proses Analisis dan Evaluasi Kebutuhan, serta Perencanaan Pengadaan. Pelaksanaan Pengadaan Barang/Jasa merupakan kegiatan lanjutan atas perencanaan pengadaan yang telah dilaksanakan oleh PA/KPA.

Dalam melaksanakan Pengadaan Barang/Jasa melalui Penyedia, PA/ KPA/ PPK/Pokja Pemilihan dapat dibantu oleh Tim Teknis, Tim/Tenaga Ahli, atau Tim Pendukung.

Rinciannya adalah sebagai berikut:

- Tim Teknis dibentuk dari unsur Kementerian/Lembaga/Pemerintah Daerah untuk membantu, memberikan masukan, dan melaksanakan tugas tertentu terhadap sebagian atau seluruh tahapan Pengadaan Barang/ Jasa.
- Tim/Tenaga Ahli dapat berbentuk tim atau perseorangan dalam rangka memberi masukan dan penjelasan/ pendampingan/ pengawasan terhadap sebagian atau seluruh pelaksanaan Pengadaan Barang/Jasa.
- Tim Pendukung dapat dibentuk dalam rangka membantu untuk urusan yang bersifat administrasi/ keuangan kepada PA/KPA/ PPK/Pokja Pemilihan. PPTK dalam pelaksanaan Pengadaan Barang/Jasa ditunjuk sesuai dengan peraturan perundang-perundangan.

## **Tender & Seleksi Jasa Konsultansi Proyek Pemerintah**

Tender (dalam bahasa proyek pemerintah) adalah pengajuan penawaran untuk melaksanakan pekerjaan sebelum tahap kerja sama berlangsung. Proses Tender dalam proyek pemerintah diselenggarakan sebagai metode untuk mendapatkan beberapa Penyedia Barang/ Pekerjaan Konstruksi/Jasa Lainnya. Adapun Proses Seleksi dilakukan sebagai metode pemilihan untuk mendapatkan Penyedia Jasa Konsultansi.

Seleksi jasa konsultansi desain diadakan untuk paket pengadaan jasa konsultansi dengan nilai pagu anggaran paling sedikit di atas Rp 10.000.000.000,00 (sepuluh miliar rupiah). Nilai pagu anggaran tersebut sudah termasuk di dalamnya Jasa Konsultansi, Pengadaan Barang dan Pengawasan.



Secara garis besar, proses seleksi jasa konsultansi pada proyek pemerintah dilakukan dengan berikut.

## 1. Proses Kualifikasi Tender

Di dalam proses ini terdapat beberapa hal berikut.

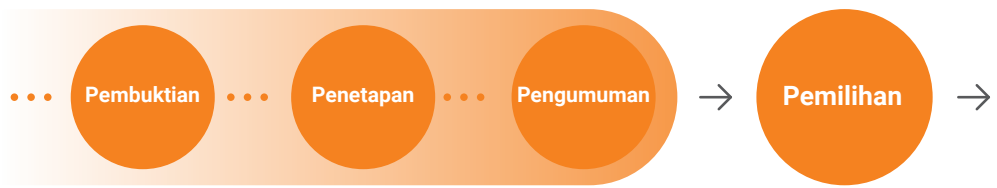
### a. Undangan prakualifikasi

Dilakukan dengan mengumumkan di situs SPSE (Sistem Pengadaan Secara Elektronik) dan dapat ditambahkan dalam situs *web* Kementerian/Lembaga/ Pemerintah Daerah, papan pengumuman resmi untuk masyarakat, surat kabar, dan/ atau media lainnya. Informasi undangan prakualifikasi yang diunggah di SPSE berisikan: nama dan alamat Pokja Pemilihan, uraian singkat pekerjaan, nilai HPS (Harga Pasar Sendiri) dan nilai Pagu Anggaran, persyaratan kualifikasi, jadwal pengunduhan dokumen kualifikasi, dan jadwal penyampaian dokumen kualifikasi.

### b. Prakualifikasi

Pelaku Usaha yang berminat mengikuti proses Prakualifikasi melakukan pendaftaran sebagai Peserta kualifikasi di SPSE, kemudian mengunduh dokumen kualifikasi. Selanjutnya, setelah terdaftar sebagai peserta, pelaku usaha memasukkan dokumen kualifikasi melalui formulir isian elektronik kualifikasi yang tersedia pada SPSE sesuai dengan jadwal yang ditetapkan.

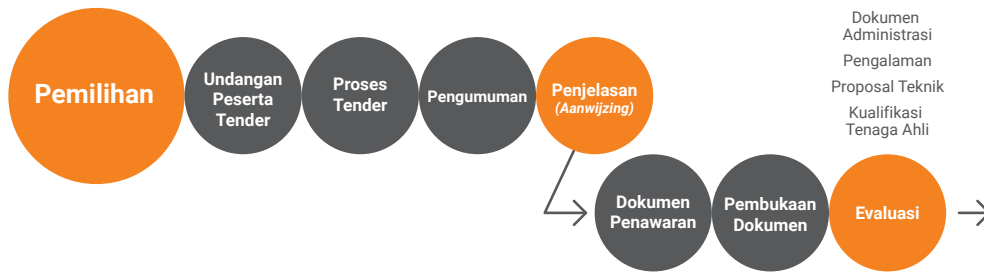
Ada beberapa dokumen yang harus disiapkan, di antaranya pernyataan pakta integritas tidak akan melakukan praktik KKN (Korupsi, Kolusi, dan Nepotisme), tidak sedang pailit dan masuk daftar hitam, data kualifikasi dalam dokumen penawaran, dan lain-lain.



Setelahnya lembaga terkait akan melakukan evaluasi dokumen prakualifikasi, pembuktian, penetapan dan pengumuman hasil kualifikasi untuk peserta yang berbentuk konsorsium/kerja sama operasi/ kemitraan/bentuk kerja sama lain, penyampaian kualifikasi pada formulir elektronik isian kualifikasi dilakukan oleh badan usaha yang ditunjuk mewakili konsorsium/kerja sama operasi/ kemitraan/bentuk kerja sama lain. Anggota konsorsium/kerja sama operasi/kemitraan/bentuk kerja sama lain menyampaikan file formulir isian kualifikasi melalui fasilitas lain yang tersedia pada SPSE.

Evaluasi kualifikasi dapat dilaksanakan bersamaan dengan evaluasi dokumen penawaran (administrasi, teknis, dan harga). Pembuktian pasca-kualifikasi dilakukan terhadap calon pemenang dan calon pemenang cadangan.

Dalam hal calon pemenang tidak lulus pembuktian kualifikasi maka dilanjutkan dengan pembuktian kualifikasi terhadap peserta dengan peringkat selanjutnya (apabila ada). Apabila tidak ada peserta yang lulus evaluasi kualifikasi dan pembuktian kualifikasi, maka Tender dinyatakan gagal.



## 2. Proses Pemilihan Tender

Proses ini meliputi hal-hal sebagai berikut.

### a. Undangan pemilihan

Pokja Pemilihan mengundang semua peserta tender yang telah lulus prakualifikasi atau peserta seleksi yang masuk dalam Daftar Pendek untuk mengikuti proses Tender/Seleksi. Undangan mencantumkan hari, tanggal, dan waktu pendaftaran dan pengunduhan Dokumen Tender/Seleksi.

### b. Pengumuman

Pokja Pemilihan mengumumkan melalui aplikasi SPSE dan dapat ditambahkan dalam situs *web* Kementerian/Lembaga/ Pemerintah Daerah, papan pengumuman resmi untuk masyarakat, surat kabar, dan/atau media lainnya

### c. Pendaftaran

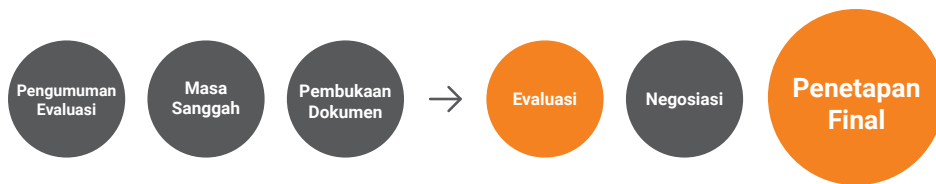
Semua Pelaku Usaha yang diundang atau yang berminat untuk mengikuti Tender/ Seleksi

melakukan pendaftaran dan mengunduh Dokumen Pemilihan melalui aplikasi SPSE.

### d. Pemberian penjelasan (Aanwijzing)

Pokja Pemilihan melaksanakan pemberian penjelasan pemilihan penyedia melalui aplikasi SPSE sesuai dengan jadwal yang telah ditetapkan. Pemberian penjelasan merupakan media/forum tanya jawab antara Peserta Tender/Seleksi dan Pokja Pemilihan mengenai ruang lingkup paket pengadaan serta syarat dan ketentuan yang tercantum di dalam Dokumen Pemilihan.

Tujuan pemberian penjelasan adalah untuk memperjelas ruang lingkup paket pengadaan serta syarat dan ketentuan yang tercantum dalam Dokumen Pemilihan sehingga terdapat kesamaan pemahaman antara Pokja Pemilihan dan Peserta, sekaligus untuk mendapatkan masukan kemungkinan adanya koreksi atas Dokumen Pemilihan.



**e. Penyampaian dokumen penawaran**

**f. Pembukaan dokumen penawaran administrasi dan teknis**

- g. Evaluasi administrasi dan teknis**  
Evaluasi administrasi dilakukan terhadap kelengkapan dan pemenuhan dokumen penawaran administrasi sesuai dengan ketentuan dan syarat-syarat yang telah ditetapkan dalam Dokumen Pemilihan.

Dalam evaluasi teknis, Pokja Pemilihan menilai penawaran teknis berdasarkan KAK dan kriteria evaluasi yang telah ditetapkan dalam Dokumen Seleksi dilengkapi dengan bukti pendukung, meliputi:  
1) pengalaman mengerjakan pekerjaan sejenis, pengalaman alat dan manajerial serta pengalaman bekerja di lokasi pekerjaan; 2) proposal teknis berisikan pendekatan teknis dan metodologis, rencana kerja, serta organisasi dan rencana penggunaan tenaga ahli;

3) kualifikasi tenaga ahli yang dinilai dari pendidikan, pengalaman profesional, sertifikasi profesi, penguasaan bahasa tertentu yang disesuaikan dengan KAK dan kondisi lapangan, penguasaan situasi dan kondisi di lokasi pekerjaan.

**h. Pengumuman hasil evaluasi administrasi dan teknis**

**i. Masa sanggah**

**j. Pembukaan dokumen penawaran biaya untuk peringkat teknis**

**k. Evaluasi administrasi dan teknis**

**l. Evaluasi dan negosiasi teknis dan biaya**

**m. Penetapan dan pengumuman pemenang**

Untuk detail mengenai evaluasi teknis dan biaya, jenis kontrak, evaluasi HPS dan cara negosiasi teknis dan biaya, silakan merujuk pada Peraturan Lembaga LKPP Nomor 9 Tahun 2018.

## Pengadaan Langsung

Pengadaan langsung untuk jasa konsultasi desain diberi ruang oleh Perpres No. 16/2018 jika memiliki nilai proyek paling banyak Rp 100.000.000,00 (seratus juta rupiah). Sementara itu, pengadaan langsung untuk proyek pengadaan barang/jasa lainnya dilakukan untuk proyek dengan nilai di atas Rp 50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan nilai paling banyak Rp 200.000.000,00 (dua ratus juta rupiah). Adapun untuk jasa konstruksi, pengadaan langsung untuk proyek pemerintah dengan nilai kontrak paling banyak Rp 200.000.000,00 (dua ratus juta rupiah).

## Penunjukan Langsung

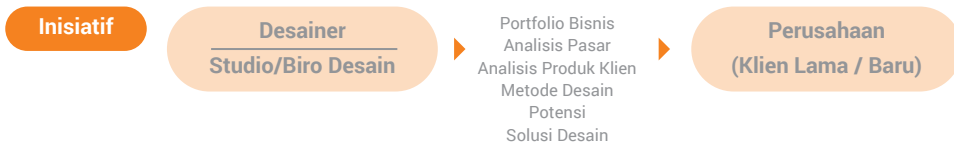
Penunjukan langsung dalam proyek konsultasi pemerintah hanya dapat dilakukan dalam hal tertentu. Keadaan tertentu ini diatur secara spesifik dalam Peraturan Lembaga LKPP Nomor 9 Tahun 2018, yaitu keadaan dalam hal berikut.

1. Jasa Konsultasi hanya dapat dilakukan oleh 1 (satu) Pelaku Usaha yang mampu.
2. Jasa Konsultasi hanya dapat dilakukan oleh 1 (satu) pemegang hak cipta yang telah terdaftar atau pihak yang telah mendapat izin pemegang hak cipta.
3. Jasa Konsultasi di bidang hukum meliputi konsultan hukum/advokasi atau pengadaan arbiter yang tidak direncanakan sebelumnya, untuk menghadapi gugatan dan/atau tuntutan hukum dari pihak tertentu, yang sifat pelaksanaan pekerjaan dan/atau pembelaannya harus segera dan tidak dapat ditunda.



Dalam proyek pemerintahan juga berlaku **Permintaan Berulang** (repeat order) untuk Penyedia Jasa Konsultansi yang sama diberikan batasan paling banyak dua kali. Permintaan berulang (*repeat order*) dapat dilakukan dengan syarat Penyedia bersangkutan mempunyai kinerja baik berdasarkan penilaian PPK. Permintaan berulang (*repeat order*) dapat digunakan:

1. untuk pekerjaan yang berkaitan dan ruang lingkupnya sama dengan pekerjaan sebelumnya, contohnya pekerjaan audit;
2. desain berulang, contohnya pekerjaan pembuatan desain gedung sekolah, gedung rumah sakit, gedung kantor, dan lain-lain.



## Proyek/Pengadaan Jasa Desain oleh Swasta

Dalam proyek pengadaan jasa desain oleh swasta, umumnya ada dua cara pengadaan, yaitu 1) inisiatif; dan 2) pemilihan.

### A. Proyek Inisiatif

Dalam proyek inisiatif, desainer atau studio/biro desain akan menghubungi perusahaan (klien lama atau baru) dengan mengirimkan dan/atau mempresentasikan informasi yang menjelaskan lingkup dan pengalaman portofolio bisnisnya (*credential*), juga diperkaya dokumen lainnya, misalnya analisis pasar dan produk dari klien; kekurangan dan potensi baru dari produk klien; metode desain baru; dan solusi desain baru sebagai inisiatif proyek desain.

Proyek inisiatif dilakukan karena dilandasi pertimbangan bahwa desain sangat berkaitan dengan prinsip inovasi dan potensi lokal (masyarakat dan lingkungan) sehingga pengadaan proyeknya bukan hanya dilandasi kebutuhan untuk mengikuti tren, pasar, dan nilai global.

Perubahan masyarakat dan lingkungan memengaruhi perubahan pasar dan tren. Sebagai sebuah artefak, sering kali desain yang sudah dihasilkan akan menjadi usang (*obsolete*) sehingga perlu dilakukan inovasi dengan memperhatikan arah perubahan dan kebaruan nilai-nilai yang berlaku di publik. Hal-hal ini terkadang lepas dari pengamatan klien ketika mereka berinisiatif untuk mengadakan proyek desain.

Metode	Jenis	Kelengkapan	Syarat	Pelaksanaan
Pelelangan	Terbuka	Estimasi	Briefing & Diskusi	Undangan Briefing
Pemilihan Langsung	Tertutup	Kompetensi (Portfolio & SKA)	Tertutup / Eksklusif	Persiapan
Penunjukan Langsung		Pengajuan Desain Awal	Sesuai Kualifikasi	Presentasi
			Kriteria Pemenang	Persetujuan
			Presentasi	Pengumuman
			Apresiasi Biaya	Pembayaran

## B. Pemilihan.

Proyek klien swasta yang dilakukan melalui proses Pemilihan, biasanya melalui cara berikut ini.

### 1. Pitching

*Pitching* dalam proyek swasta secara umum mengacu pada proses kegiatan yang dilakukan oleh pemberi jasa (klien) untuk mendapatkan penawaran harga atau quotation dari penyedia jasa (desainer perseorangan atau biro/studio/institusi desain), dengan ataupun tanpa kompetisi.

*Pitching* dalam proyek swasta dapat dilaksanakan melalui metode:

- pelelangan (kompetisi);
- pemilihan langsung; atau
- penunjukan langsung/undangan.

Untuk perusahaan yang merupakan Badan Usaha Milik Negara dan perusahaan swasta yang terdaftar di bursa saham, pelaksanaan *pitching* umumnya mengadopsi sistem yang digunakan oleh pemerintah dan diumumkan di situs *web* perusahaan masing-masing, dengan pertimbangan berlakunya sifat transparansi dan akuntabilitas publik.

Beberapa hal mengenai yang perlu diketahui tentang *pitching*.

**a. Jenis *pitching***

- Umum/terbuka: diumumkan di media massa, kemudian diadakan seleksi jumlah dan kapabilitas/kualifikasi, dapat dilanjutkan secara tertutup.
- Selektif/tertutup: informasi peserta disaring berdasar kapabilitas dan kualifikasi.

**b. Kelengkapan *pitching***

- Pengajuan estimasi anggaran, proses dan waktu penyelesaian (*timeline*).
- Pengajuan kompetensi: portofolio, • sertifikasi (SKA).
- Pengajuan pekerjaan inisiatif desain awal.
- Pengajuan lengkap (ketiga hal di atas).

**c. Syarat *pitching***

- *Briefing*/arahan langsung dan diskusi.
- *Pitching* bersifat tertutup/eksklusif (tiga peserta atau lebih), informasi daftar peserta *pitching* diketahui oleh semua peserta.
- Peserta *pitching* sesuai dengan kualifikasinya (kategori, status, besaran perusahaan).
- Kriteria penentuan pemenang *pitching* jelas.
- Presentasi ke penentu keputusan.
- Apresiasi biaya *pitching* (*pitching fee*) yang menutupi biaya pekerjaan awal dan penggunaan waktu kerja.
- Surat persetujuan HKI, orisinalitas, dan kerahasiaan/*non-disclosure*.

**d. Pelaksanaan *pitching***

- Undangan dikirim dan dikonfirmasi.
- *Briefing*/arahan langsung dan diskusi. Apabila setelah *briefing* ada progress informasi, maka harus diketahui seluruh peserta.
- Diberi waktu yang cukup untuk

menyiapkan kelengkapan *pitching* (untuk *pitching* lengkap umumnya tiga minggu bergantung pada kompleksitas, terutama untuk persiapan pekerjaan inisiatif desain awal/konsep).

- Presentasi kepada penentu keputusan, dengan dialog terbuka.
- Penandatanganan persetujuan HKI, orisinalitas dan kerahasiaan/*non-disclosure*.
- Pengumuman pemenang *pitching*.
- Pembayaran biaya *pitching*/*pitching fee*.

**e. Keputusan pemenang *pitching***

Pemenang *pitching* disampaikan secara tertutup atau terbuka mengikuti dengan jenis *pitching* yang digunakan di awal. *Pitching* dapat berlanjut dengan menerapkan sistem *short list* atau daftar tiga hingga lima besar peserta final untuk berkompetisi lagi, atau langsung berupa penetapan satu pemenang *pitching*.

## Kebijakan asosiasi mengenai *pitching*

Asosiasi profesi desain menolak *free-pitching* atau *pitching* yang mengharuskan peserta membuat simulasi desain yang kemudian dikompertisikan dan dilakukan secara gratis. *Pitching* harus diapresiasi dengan adanya *pitching fee* yang menutupi biaya operasional pekerjaan awal dan penggunaan waktu kerja. HKI pada proses *pitching* melekat di pihak desainer peserta *pitching*.

Peserta pemenang *pitching* harus mengelola status persetujuan HKI lebih lanjut. Mengenai tata cara *pitching* yang lebih detail dan spesifik ke pekerjaan desain tertentu, silakan ikuti aturan yang ditetapkan oleh asosiasi profesi masing-masing.

## <sup>2</sup>Bidding

Metode	Jenis
Desainer / Studio memberikan penawaran sesuai TOR Proyek	<b>Request for Quotation</b> (US\$2500 - US\$100.000) lewat Undangan Tidak Resmi
<b>Seleksi oleh Klien</b>	<b>Invitation to Bid</b> (>US\$100.000) lewat Undangan Resmi
Kontrak Dibuat	<b>Request for Proposal</b> (>US\$100.000) lewat Media Massa

## 2. Bidding

*Bidding* dalam proyek desain swasta biasanya dilakukan dengan meminta beberapa studio/biro desain yang sudah diseleksi dan ditentukan oleh klien, untuk memasukkan penawaran harga (*quotation*) sesuai dengan TOR (*Term of References*) proyek yang diminta. Kemudian proses pemilihan dilakukan oleh perusahaan (klien) dengan menunjuk langsung satu *bidder* sebagai pemenang. Setelah ada pemenang, kontrak akan dibuat termasuk di dalamnya penjelasan mengenai hal apa saja yang harus dibuat (*deliverables*), *timeline*, HKI, dan pembiayaan serta sistem pembayaran.

*Bidding* dapat dilakukan apabila nilai untuk pengadaan barang atau jasa mengacu pada anggaran (*budget*) dan ketentuan dari manajemen, serta pengadaan barang atau jasa yang diinginkan oleh perusahaan disediakan oleh berbagai *vendor*.

Dalam beberapa proyek swasta yang terkait dengan badan atau lembaga dunia seperti PBB dan lembaga turunannya yang bekerja di Indonesia, proses pengadaan barang/jasa disebut sebagai proses procurement. Lembaga ini menganut konsep *competitive bidding*, yang mengacu pada tiga jenis berikut ini.

### a. **Request for Quotation (RFQ)**

Proyek yang dimulai dengan undangan tidak resmi kepada penyedia barang/jasa/tenaga kerja, dengan nilai proyek US\$2.500 hingga US\$100.000. Dalam RFQ, pemenang biasanya terpilih karena harga yang diajukan paling rendah di antara kompetitor

**b. Invitation to Bid (ITB)**

Proyek yang masuk pada kategori ITB adalah proyek dengan definisi yang jelas, dimulai dengan undangan resmi kepada penyedia barang/jasa/tenaga kerja.

Nilai proyek pada sistem ITB adalah berkisar pada US\$100.000 ke atas. Ketika seluruh kriteria teknis terpenuhi, pemenang lelang adalah yang menawarkan harga terendah di antara kompetitor

**c. Request for Proposal (RFP)**

Metode RFP adalah *procurement* yang dimulai dengan permintaan formal yang dipublikasikan (biasanya di media massa) untuk memasukkan proposal penawaran dari penyedia. Proyek yang memakai metode RFP berkisar pada nilai proyek US\$100.000 ke atas. Dalam RFP, harga terendah bukan menjadi faktor penentu bagi pemenang lelang. Kriteria spesifik yang terkait dengan proyek pengadaan, seperti pemenuhan standar kualitas dan pengalaman menjadi faktor yang lebih berpengaruh ketimbang harga ajuan proyek.

### 3 Sayembara

#### Metode

Brief dibuat oleh Klien dengan pendampingan Desainer dari Asosiasi Profesi

#### Dipilih Juri Berkompeten

Pemenang Terpilih

#### Jenis

**Terbuka** Peserta Umum (Desainer & Non-Desainer)  
**Tidak Direkomendasi Asosiasi Profesi**

**Terbatas** Peserta Desainer dengan klasifikasi tertentu (Domisili, Kompetensi, Keahlian/SKA, Pengalaman)

**Tertutup** Peserta Desainer dengan proses seleksi (Peserta mendapatkan kompensasi dana operasional untuk konsep desain awal)

## 3. Sayembara

Sayembara adalah sebuah kompetisi untuk mendapatkan desain atau desainer yang terbaik. Pengertian terbaik disesuaikan dengan kriteria yang diinformasikan oleh pihak penyelenggaranya. Sayembara memilih desain terbaik diseleksi berdasarkan usulan konsep desain yang dikerjakan dengan mengacu pada sebuah *brief* atau *term of references* (TOR) yang diinformasikan. *Brief* dihasilkan oleh pihak yang membutuhkan jasa desain, dengan melibatkan perwakilan desainer dari asosiasi profesi. Penyelenggara (yang diwakilkan oleh juri yang berkompeten) dapat mengadakan proses seleksi secara terbuka, terbatas, atau tertutup (undangan).

Sayembara dapat dilakukan dengan cara berikut.

- a. **Terbuka**, artinya dapat diikuti oleh semua desainer yang berminat. Sayembara yang terbuka dengan peserta umum (ada desainer dan non-desainer) tidak pernah direkomendasikan oleh asosiasi profesi.
- b. **Terbatas**, artinya proses sayembara hanya boleh diikuti oleh desainer dengan klasifikasi tertentu. Tertentu dapat ditentukan berdasarkan lokasi domisili, dapat berdasarkan kompetensi dan keahlian (misalnya hanya untuk desainer yang memiliki keahlian tertentu atau dibuktikan dengan jenjang SKA), atau dapat juga berdasarkan pengalaman pekerjaan tertentu.



**c. Tertutup**, artinya kegiatan sayembara hanya diikuti oleh desainer yang diundang untuk proses seleksi. Dalam hal sayembara tertutup, lazimnya semua peserta mendapat kompensasi dana operasional untuk menghasilkan konsep desain awal yang sesuai dengan permintaan pemberi tugas.

Masih banyak pemahaman yang keliru pada banyak kasus di Indonesia (baik proyek pemerintah maupun swasta). Pemilihan desainer untuk suatu pekerjaan yang menuntut kualitas desain yang prima ternyata masih ditentukan semata-mata berdasarkan usulan nilai *fee* terendah, seperti tender pelaksanaan proyek.

Penghematan dari nilai *fee* desain sesungguhnya tidak terlalu berarti dibanding dengan manfaat dari suatu desain yang terbaik dari segi fungsi, keselamatan dan kenyamanan pengguna, efisiensi energi, dan keberlanjutan hasil karya desain (*sustainability*) bagi publik maupun badan/lembaga/institusi yang membutuhkan jasa desain.

**Sejauh telah ditetapkan pagu *fee* desain yang dianggap wajar sesuai dengan bobot pekerjaan, desainer hendaknya diseleksi berdasarkan usulan desain terbaik atau setidaknya berdasarkan *brief* proyek.**

Pelaksanaan proyek berdasarkan sistem sayembara/lomba desain bukanlah cara terbaik untuk mendapatkan desain yang berkualitas. Sayembara justru sering menimbulkan permasalahan, baik dari segi hasil yang tidak maksimal maupun implementasi/perwujudan desain yang di luar harapan. Sayembara sering kali dilakukan dengan motivasi untuk mendapatkan contoh desain yang banyak, dengan cara mudah dan murah. Ketika contoh desain dianggap sebagai hasil akhir dari desain, penyelenggara lomba salah mengartikan harkat dan manfaat desain—yang di dalamnya terdapat pengembangan ide, proses dan diskusi yang strategis—, malah menganggapnya sebagai kontes kecantikan.

Mengingat sayembara juga memiliki nilai-nilai positif untuk publik maka sebaiknya penyelenggaraan sayembara dapat melibatkan peran masing-masing asosiasi profesinya. Asosiasi memiliki aturan tata cara pelaksanaan sayembara/lomba desain agar dapat mengatasi hal-hal negatifnya dan memperoleh hasil sayembara desain yang dapat bermanfaat dan dipertanggungjawabkan.

BAB 5

## Mengenai Pekerjaan Spekulatif





## Pandangan Profesional Desain

Pekerjaan spekulatif (*speculative work* disingkat *spec work*) adalah pekerjaan yang dilakukan desainer tanpa mendapatkan kompensasi atau dengan harapan suatu saat akan mendapat kompensasi dari kliennya.

Menurut AIGA (suatu asosiasi profesional desain tingkat dunia) yang dapat dikategorikan sebagai kerja spekulasi (*spec work*) adalah meliputi hal berikut.

- Pekerjaan yang dilakukan secara gratis, dengan harapan akan dibayar dengan hal lain.
- Kompetisi: pekerjaan yang dilakukan dengan harapan akan mendapatkan hadiah (dalam bentuk apa pun), jika hasil pekerjaannya dipilih sebagai pemenang.
- Pekerjaan sukarela: pekerjaan yang dilakukan sebagai kesenangan atau untuk pengalaman desainernya, tanpa harapan dibayar.
- Magang: pekerjaan sukarela dengan harapan akan mendapatkan keuntungan pendidikan (*educational gain*).
- Pekerjaan pro bono: pekerjaan sukarela yang dilakukan untuk kebaikan publik.

Selain itu, secara khusus AIGA juga memasukkan kegiatan *crowdsourcing* sebagai pekerjaan spekulatif. *Crowdsourcing* adalah segala macam bentuk alih daya yang melibatkan sekelompok besar orang secara aktif untuk berpartisipasi dalam suatu proyek. Dalam desain grafis, salah satu bentuk modus *crowdsourcing* dimulai dengan klien mengumumkan suatu proyek untuk dilelang (*out to bid*) dengan menyatakan jumlah yang akan bayar untuk suatu desain tertentu. Setelah itu, sejumlah desainer dapat berpartisipasi mengirimkan karya untuk dipertimbangkan.

# NO SPORE

Dari karya-karya desain yang masuk, klien menentukan dan membayar satu desain yang mereka suka. Para desainer yang karyanya tidak dipilih tidak menerima kompensasi sama sekali, atas waktu, sumber daya, dan usaha yang telah mereka keluarkan.

Tentu yang paling diuntungkan dalam hal ini adalah klien—yang mendapatkan sumber gagasan yang tidak terbatas dengan biaya yang murah—dan lembaga penyedia jasa *crowdsourcing* sebagai agennya. Sementara dari sisi desainer jelas sekali unsur spekulasinya. Desainer yang sudah bekerja tidak mendapat kepastian memperoleh imbalan atas segenap jerih payahnya.

Selanjutnya dinyatakan sebagai berikut:

“AIGA, asosiasi profesional desain, percaya bahwa desainer profesional harus dikompensasi sesuai dengan nilai pekerjaan mereka dan harus melakukan negosiasi dengan kliennya mengenai kepemilikan atau penggunaan hak kekayaan intelektual dan nilai kreativitas mereka. Sebaliknya, dalam menyikapi pekerjaan spekulatif, AIGA sangat mendorong desainer untuk bertanggung jawab masuk ke dalam proyek-proyek dengan keterlibatan penuh, agar terus dapat menunjukkan nilai dan manfaat usaha kreatif mereka untuk kliennya. Desainer dan klien harus menyadari semua risiko yang berpotensi dapat terjadi, sebelum masuk ke dalam pekerjaan spekulatif.”

# GWORRK

Sementara itu Ico-D (International Council of Design) telah meratifikasi perihal praktik spekulatif di Majelis Umum pada bulan Oktober 2007 di La Haban, Cuba, yang menyebutkan bahwa praktik spekulatif didefinisikan sebagai berikut.

Karya desain (termasuk kegiatan konsultasi) yang dibuat oleh desainer profesional dan organisasi; disediakan secara gratis atau dengan biaya nominal; sering kali dilakukan dengan cara dikompertisikan dengan rekan-rekan sejawat; dan sering dilandasi niat untuk membujuk kliennya agar mendapatkan bisnis baru.

Baik AIGA maupun Ico-D tidak membenarkan penyelenggaraan pekerjaan spekulatif untuk desainer profesional karena akan mendegradasi profesi desainer. Sebagai organisasi profesi desainer internasional, kedua lembaga tersebut telah memberikan rambu-rambu agar desainer tidak terjebak pada pekerjaan spekulatif. Akan tetapi, di balik itu, praktik-praktik bisnis yang menempatkan desainer sebagai objek pekerjaan spekulatif terus terjadi, seiring dengan kemajuan teknologi internet. Praktik-praktik tersebut semakin meluas, terutama di negara seperti Indonesia, yang profesi desainer dan industrinya masih belum berdaya.



## Alasan Tidak Mendukung *Pitching* Gratis

*Design Business Chamber Singapore (DBCS)* juga tidak mendukung *pitching* gratis karena bersifat pekerjaan spekulatif. Dalam bukunya *Buying and Managing Design Services*, DBCS menyebutkan alasan tidak mendukung praktik *pitching* gratis karena hal berikut:

- menghasilkan kualitas kerja desainer yang buruk;
- menurunkan nilai keahlian profesional desainer;
- kualitas hasil pekerjaannya memiliki risiko bisnis yang tidak menentu;
- pada akhirnya pekerjaannya tidak benar-benar “gratis” karena pada akhirnya klien harus membayar risiko yang lebih besar;
- prosedur seleksi yang tidak menentu dan tidak efisien, dapat dihindari dengan menjalankan prosedur pemilihan desainer yang tepat.

### **Asosiasi desainer di Indonesia yang terlibat di sini, tidak mendukung terjadinya *pitching* gratis dan menolak terlibat dalam *pitching* gratis.**

Asosiasi berprinsip bahwa hasil pekerjaan yang baik akan muncul ketika terjadi komitmen yang kuat dalam hubungan kerja antara klien dan desainer. Komitmen tersebut tumbuh dari sinergi, komunikasi, saling pengertian, dan kerja sama tim.

Pada dasarnya *pitching* itu seperti cara membeli pakaian; pelanggan ingin melihat dan merasakan dengan “mencobanya” sebelum memutuskan untuk membeli. Hal ini dimaksudkan agar dapat mengeliminasi segala risiko pada proses memilih pakaian.





## Asosiasi desainer di Indonesia yang terlibat di sini, tidak mendukung terjadinya *pitching* gratis dan menolak terlibat dalam *pitching* gratis.

Namun, desain tidaklah seperti barang komoditas. Menyeleksi desain atau desainer dilakukan seperti memilih pakaian hanyalah akan membuat klien dan desainernya terperangkap sehingga berujung pada hasil kerja di bawah standar. Pada akhirnya, bukannya bertujuan mengeliminasi risiko, malahan menambah risiko. Apapun risikonya bagi klien, desainer profesional pada umumnya tidak setuju dengan *pitching* gratis dengan alasan berikut.

### 1. Tidak Profesional

Sebagaimana *pitching* gratis selalu dikehendaki sebagai komitmen awal dari klien, dan biasanya dengan pengarahan (*brief*) yang buruk, tidak berdasarkan pada pemahaman yang murni dan utuh terhadap bisnis, kebudayaan, dan tujuan klien. Desainer profesional tidak akan setuju untuk berkompromi atas waktu, sumber daya, dan komitmen yang mereka sediakan untuk klien dengan bekerja spekulatif yang tidak dibayar. *Pitching* seperti ini merupakan bentuk ketidakprofesionalan yang tidak dapat diterima.

### 2. Tidak Mengembangkan Respek

Desainer adalah profesional yang terlatih, dan hidup dari menjual bakat desain dan keahlian yang dicapai dengan segenap perjuangan dan proses yang panjang. Untuk meminta mereka melepaskan karya kreatifnya tanpa pembayaran yang layak adalah sama dengan melepaskan segalanya yang mereka punyai tanpa respek. *Pitching* gratis secara literal menilai karya kreatif kontestan tanpa apa pun, praktik ini secara serius merendahkan nilai dan persepsi profesi desain secara keseluruhan.

### 3. Terdengar Seperti Bisnis

Desainer adalah profesional yang bekerja secara komersial. Mereka harus menciptakan keuntungan dalam bekerja. Sebagai pekerja profesional pendapatan terbesar mereka dari upah jasa desain. Kesuksesan desainer diukur dari yang memenangkan proyek berdasarkan kekuatan kredensial dan tidak akan mengambil risiko kehilangan pendapatan dalam *pitching* yang gagal.

Ada perbedaan jika dibandingkan profesi kreatif yang lain ini, seperti desainer interior, arsitek atau agensi periklanan, yang bagi mereka upah kreatif sudah diikutsertakan dalam proyek yang sering hanya dalam porsi kecil dari total pembayaran dengan harapan mereka dapat memenangkan *pitching*. Mereka mempunyai sumber-sumber lainnya pada komponen pembayaran proyek seperti dari produksi dan lain-lain. Terkadang dapat dipahami mengapa mereka rela berspekulasi dalam karya kreatif—walaupun seperti yang sudah disarankan di atas, relevansi dan kualitas karya tersebut dapat dipertanyakan.

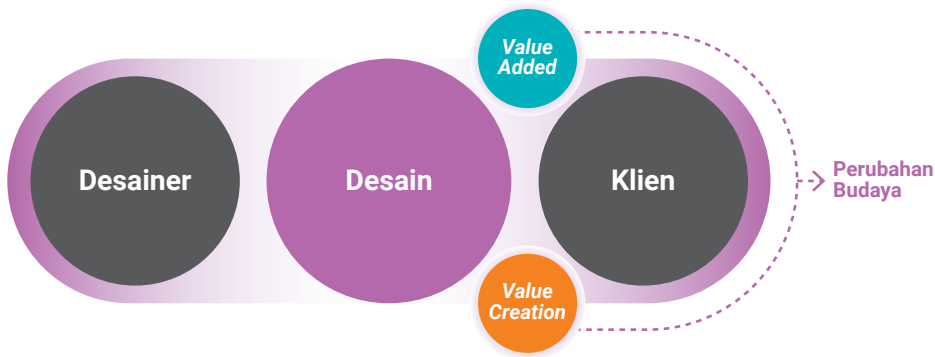
### 4. Pada Akhirnya Klien Tetap Membayar

*Pitching* gratis terkadang dipertimbangkan karena klien berasumsi bahwa mereka mendapatkan “kemewahan” dalam pilihan tanpa biaya. Namun, seperti yang sudah sering dikatakan, “tidak ada makan siang yang gratis”. Desainer harus bertahan, dan *pitching* itu harus dibayar. Klien yang menghendaki *pitching* gratis harus mengetahui bahwa harga dari *pitching* tersebut kemudian diklaim lewat pengenaan pembayaran yang lebih tinggi dalam komponen pembayaran lainnya.

## 5. Efisiensi

Di dalam dunia ketika manajemen waktu yang efektif dapat membuat perbedaan antara kesuksesan dan kegagalan bisnis, dipercaya bahwa *pitching* gratis adalah cara yang membuang-buang waktu dan tidak efektif dalam memilih desainer. Tidak hanya dari banyaknya desainer kontestan dengan standar yang berbeda, tetapi juga beragamnya gagasan dan karya yang harus dibandingkan untuk dipilih satu sebagai pemenang.

Klien membuang waktu dalam memberikan arahan kepada mereka dan kemudian menilai karya-karya kontestan yang diajukan. Waktu yang ada lebih baik dihabiskan hanya untuk memberikan arahan kepada satu desainer yang telah diseleksi melalui prosedur yang efisien dan efektif (seleksi kredensial). Para desainer dan klien yang berpengalaman akan menyatakan bahwa proses yang direkomendasikan di atas adalah metode yang paling efektif dalam memilih desainer, dan merupakan cara yang terbaik untuk mencapai hasil kreatif yang diharapkan.



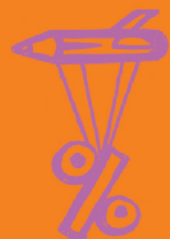
Namun, jika klien tetap ingin menyelenggarakan *pitching* untuk menghasilkan beberapa karya kreatif alternatif sebagai tambahan atau menjadi bagian dari seleksi kredensial sebelum penunjukan, direkomendasikan bahwa tidak lebih dari dua atau tiga desainer yang diundang dan menyiapkan kompensasi berupa *pitching fee* untuk mengganti waktu, sumber daya, dan biaya para kontestan yang diundang (*pitching* terbatas dan berbayar).

*Pitching fee* harus sesuai dengan nilainya dengan beban pekerjaan yang dikehendaki dan sebaiknya sama nilainya untuk setiap kontestan yang terlibat, semua pembuat keputusan yang terlibat dalam proyek harus menyetujui materinya dan hadir pada saat presentasi proposal kreatif. Desainer akan mempresentasikan karya mereka secara tertutup (hanya kepada kliennya) tidak disaksikan oleh kontestan kompetitornya. Dalam *pitching* ini harus ditentukan satu pemenang yang akan menyelesaikan proyek yang ditawarkan. Di Indonesia ketika penghargaan terhadap profesi desainer masih rendah, masih diperlukan peran pemerintah sebagai pembuat regulasi untuk memberikan perlindungan kepada profesi ini agar dapat berkembang menuju kemartabatan. Di banyak negara maju desain telah menjadi bagian dari kebijakan pemerintahan dalam industri dan menjadi faktor penting dalam keunggulan daya saing produk-produknya.

Desain tidak hanya mampu menciptakan nilai tambah, namun mampu menciptakan nilai baru (*value creation*) yang membawa perubahan budaya. Desain mampu menjadi faktor penting dalam menunjang perekonomian suatu negara. Pemerintah Indonesia harus mulai memberikan dukungan penuh terhadap industri desain melalui kebijakan yang berpihak kepada para desainer jika ingin meningkatkan daya saing produk-produknya.

BAB 6

**Cara Desainer  
Menentukan Biaya Desain**



# Strategi Harga Layanan Jasa Desain





**Cost to price**  
Memperhitungkan  
biaya-biaya

## Strategi Harga Layanan Jasa Desain

Pada dasarnya, cara desainer menyusun harga penawaran (*price*) atas layanan jasa desain dan produk kreatif yang ditawarkan kepada klien, tidak jauh berbeda dengan *pricing strategy* yang umum dikenal. Namun, tiap-tiap pelaku kreatif memiliki proyeksi bisnis yang berbeda-beda yang kemudian memengaruhi bagaimana mereka menilai harga produk atau jasa kreatif yang mereka tawarkan. Beberapa strategi yang dapat dipergunakan adalah sebagai berikut.

### 1. **Cost to Price**

Umumnya pada strategi ini, harga penawaran barang atau jasa desain disusun setelah memperhitungkan biaya-biaya yang perlu dikeluarkan untuk melaksanakan pekerjaan dalam rentang waktu dan kualitas tertentu, kemudian ditambahkan dengan keuntungan yang diharapkan oleh pelaku kreatif sebagai biaya jasa desain. Seberapa besar nilai keuntungan yang terkandung pada harga penawaran sangat bergantung pada proyeksi bisnis penyedia jasa. Besaran keuntungan bagi penyedia jasa juga sangat bergantung pada bagaimana pekerjaan dapat dilaksanakan secara efektif dan efisien.

**Going Rate**  
Harga pasaran  
rata-rata

## 2. *Going Rate*

Strategi penyusunan dan pengajuan harga ini umum dilakukan oleh penyedia jasa desain apabila terdapat banyak penyedia jasa desain yang menawarkan produk atau layanan jasa yang sama. Strategi ini dilakukan dengan menawarkan harga produk atau jasa desain dengan membandingkan dengan harga pasaran rata-rata. Umum dilakukan oleh pekerja lepas, desainer *web*, dan lain-lain.

**Value-Based Pricing**  
Proyeksi besaran  
*value* akan  
didapat

## 3. *Value-Based Pricing*

Pada beberapa kesempatan, penyedia jasa desain sering tidak memiliki keyakinan yang kuat terhadap berapa besar *value* atas jasa dan produk yang mereka tawarkan kepada klien. *Value-based pricing* disusun berdasarkan perhitungan proyeksi besaran *value* yang akan didapat oleh klien atas hasil layanan jasa desain, contoh dalam meningkatkan penjualan dan keuntungan pada masa depan, kebanggaan, dan lain-lain. Pada strategi seperti ini, harga penawaran atas produk dan jasa desain dapat memiliki rentang yang sangat luas pada produk atau layanan jasa yang sama.



#### ***Bundle-Price***

Harga paket layanan sekaligus

#### **4. *Bundle-Price***

Penyedia layanan jasa desain dan produk kreatif umumnya memiliki beberapa layanan jasa dan ragam produk. Pada kondisi tertentu penyedia layanan jasa desain dan produk kreatif akan menawarkan harga khusus bagi pembeli jasa desain atau produk kreatif apabila membeli dalam satu paket yang berisi beberapa layanan atau produk sekaligus.

#### ***Credibility-Building Price***

Saling memperhitungkan kredibilitas

#### **5. *Credibility-Building Price***

Pada beberapa kesempatan, sering terdapat entitas bisnis yang memiliki profil yang cukup baik, namun tidak memiliki anggaran yang cukup atau bahkan tidak sama sekali untuk membayar layanan jasa desain, sementara di sisi lain cukup banyak pula penyedia jasa desain dan produk kreatif yang masih pada tahap membangun bisnis dan brand mereka. Kondisi seperti ini dapat dimanfaatkan oleh kedua belah pihak untuk saling mendorong kredibilitas masing-masing.

Beberapa penyedia jasa desain dan produk kreatif bersedia untuk memotong harga, memperpanjang jangka waktu pembayaran, bahkan sampai tidak dibayar sekali pun demi mengharapkan value lain di luar keuntungan finansial. Tentunya kondisi ini memerlukan komitmen bersama agar tercipta keuntungan untuk kedua belah pihak.

**Prestige Price**  
harga kualitas  
dan ahli  
terbaik

**Extra  
Feature Price**  
pengaruh fitur  
atau perlakuan  
khusus

**Psychological  
Price**  
Pengaruh  
eksklusif dan  
terbatas

**Discounted  
Price**  
Potongan  
harga

### 6. *Premium dan Prestige Price*

Harga mencerminkan kualitas. Penyedia layanan jasa desain dan produk kreatif yang memiliki jam terbang yang baik, portofolio yang kuat, dan biasanya menawarkan harga *premium/prestige* kepada kliennya. Tentunya, selain *value* dasar yang diberikan (seperti penyedia jasa lain), ada hal-hal *premium* yang ditawarkan seperti kualitas material, tenaga ahli terbaik, dan lain-lain yang memiliki jaminan kualitas terbaik.

### 7. *Extra Feature Price*

Strategi penentuan harga ini biasanya dipengaruhi oleh fitur-fitur yang terdapat pada layanan jasa dan produk kreatif yang ditawarkan. Sebagai contoh, produk cincin emas berbeda dengan cincin perak, begitu pula cincin berlian. Walaupun ketiganya memiliki kesamaan, karena penggunaan material yang berbeda, membutuhkan perlakuan khusus yang tentu berpengaruh pada pembiayaan.

### 8. *Psychological Price*

Strategi penentuan harga model ini sering digunakan oleh desainer perajin (*designer maker*) yang biasanya mendesain sekaligus memproduksi produknya untuk kepentingan khusus, eksklusif dan dalam jumlah terbatas. Sering ditemukan pada produk *gift*, *wedding invitation*, dan lain-lain.

### 9. *Discounted Price*

Pemberian potongan harga jarang terjadi pada penyedia layanan jasa desain dan produk kreatif karena layanan jasa desain dan produk kreatif umumnya dibeli bukan semata-mata karena harganya. Penawaran potongan harga dapat terjadi pada usaha-usaha yang menawarkan produk kreatif demi menjaga lalu lintas finansial (*cash flow*) atau untuk memberi ruang bagi produk-produk baru.

**Loss Leader Price**

Jangka panjang, lebih murah di awal

**Emergency Price**

Tekanan waktu atau penyesuaian harga

**International Price**

Penyesuaian dengan harga Internasional

**10. Loss Leader Price**

Strategi harga ini biasanya digunakan oleh usaha-usaha jasa konsultan desain untuk menarik calon-calon klien yang berpotensi melakukan kerja sama berulang kali dalam jangka panjang. Strategi ini biasanya menawarkan harga diskon ataupun lebih murah dari harga pasar pada kesempatan kerja sama awal.

**11. Emergency Price**

*Emergency price* biasanya dapat muncul atau dibebankan kepada pembeli jasa desain apabila terdapat hal-hal yang memberikan tekanan terhadap proses penyelesaian pekerjaan yang dapat menyebabkan harga pekerjaan berubah, contohnya tekanan pada waktu pekerjaan yang singkat dan tiba-tiba (lembur), perubahan spesifikasi yang menyebabkan penyesuaian harga, fluktuasi harga jasa atau produk pendukung, dan lain-lain.

**12. International Price**

*International price* dalam hal ini bukan semata-mata konversi nilai mata uang, namun lebih kepada keberagaman kondisi pasar di dunia internasional. Perbedaan letak geografis, kemajuan ekonomi, sosial, budaya, teknologi, bahkan birokrasi dan politik pada satu negara mendorong terjadinya penyesuaian harga penyediaan barang dan layanan jasa.



**Fixed Project Budget**

Harga Pagu yang ditetapkan

### 13. Fixed Project Budget

*Fixed project budget* juga dikenal sebagai pagu atau plafon, yang dalam hal ini terdapat ambang batas tertinggi harga pengadaan barang dan layanan jasa serta pola pembayarannya telah ditentukan oleh klien sendiri. Pola ini umum dilakukan pada proses tender (*pitching*) proyek pemerintah ataupun swasta yang dalam hal ini klien memiliki aturan keuangan yang ketat.

Walaupun demikian, umumnya penentuan pagu atau plafon telah melalui perhitungan yang cermat dan terukur sehingga diharapkan tidak merugikan penyedia barang dan jasa. Pada proyek seperti ini, penyedia barang dan jasa desain berkompetisi dengan menawarkan harga terendah dan atau kualitas terbaik.



**Retainer Price**

Harga layanan reguler dalam kontrak waktu.

### 14. Retainer Price

*Retainer price* adalah harga atas layanan atau produk dengan besaran tertentu untuk pekerjaan-pekerjaan reguler dan terukur seperti contohnya fotografer untuk buku/majalah berkala (dua kali per bulan, setiap bulan selama setahun, dan seterusnya) biasanya dibayar keseluruhan di muka, atau dengan pola pembayaran sesuai dengan capaian kerja, dan umumnya diikat dalam ikatan kontrak kerja yang memiliki batas waktu.



### 15. **Given Price**

*Given price* memiliki kemiripan dengan *fixed project budget*, perbedaannya *given price* biasanya ditetapkan oleh klien sebagai harga pas atau terstandar, seperti tarif per jam untuk pekerja lepas atau harian. Harga yang diajukan desainer berdasarkan sumber dana dapat berupa pekerjaan jasa desain dari swasta atau pekerjaan jasa desain dari pemerintah (sumber dana dari APBN, APBD, hibah, bantuan luar negeri).

Hal yang sering salah dipahami dan perlu diluruskan adalah desainer bukanlah menjual barang. Pada saat desainer mengajukan penawaran desain melalui gambar dan berikut penawaran harganya, pada saat itu desainer sudah bekerja dan ada biaya yang harus mereka keluarkan untuk mendapatkan hasil tersebut.

Konsultan desain dapat merupakan sebuah perusahaan komersial atau perseorangan yang menyediakan layanan profesional yang memiliki keahlian khusus. Bisnis ini merupakan layanan khusus pada proses konsultasi berupa gagasan/ rencana yang diwujudkan dalam dokumen berisi acuan kerja berikut gambar-gambar yang menjelaskan gagasan tersebut yang selanjutnya akan menjadi acuan pihak ketiga/ pelaksana/kontraktor.

## Cara Menghitung Biaya Pengerjaan Sebuah Proyek Desain

Harga yang diajukan desainer berdasarkan sumber dana: Pekerjaan jasa desain dari swasta dan pemerintah (sumber dana dari APBN, APBD, Hibah, Bantuan LN). Pekerjaan jasa desain dari pemerintah diatur berdasarkan pada “standar pedoman” yang ditetapkan pemerintah termasuk pedoman dalam tender proyek pemerintah. Sementara itu, pada pekerjaan jasa dari pihak swasta hubungan kerja antara desainer dan klien berdasarkan pada *fee* desain yang disepakati, namun tetap harus sesuai dengan acuan yang biasa digunakan, yaitu di antaranya

- INKINDO 2017: man month, personel nonpersonel, biaya langsung tidak langsung;
- standar pedoman hubungan kerja pemberi tugas dan desainer, desainer fee pekerjaan desain dan kode etik profesi yang dikeluarkan oleh asosiasi profesi seperti: HDII untuk desain interior, HDMI untuk desain furniture atau mebel, ADPII untuk desain produk, ADGI dan AIDIA untuk desain grafis dan seterusnya.

Terdapat beberapa cara desainer menghitung biaya pengerjaan sebuah proyek desain. Dalam menghitung biaya pengerjaan sebuah proyek desain, desainer atau konsultan desain dapat menggunakan beberapa cara sebagai berikut.

### 1. Proyek pemerintah

(sumber dana berasal dari APBN, APBD, hibah, atau bantuan luar negeri)

Pada proyek pemerintah, baik yang sumber dananya berasal dari APBN, APBD, hibah, atau bantuan luar negeri, besaran imbalan jasa mengacu pada peraturan pemerintah yang berlaku. Dalam memberikan penawarannya, desainer harus menguraikan besaran imbalan jasa yang ditawarkan ke dalam tabel kebutuhan personel dan nonpersonel yang dibutuhkan dalam mengerjakan pekerjaan tersebut.

## 2. Proyek Swasta

(sumber dana bukan dari APBN, APBD, hibah, bantuan Luar negeri)

Pada proyek swasta, besaran imbalan jasa mengacu pada lima hal di bawah ini.

### a. Persentase

Besarnya imbalan jasa ditentukan oleh persentase dari nilai rencana biaya pelaksanaan pada kurun waktu tertentu sesuai dengan kategori proyek yang dilaksanakan. Besaran persentase ditentukan berdasarkan perhitungan yang disepakati oleh para desainer melalui asosiasi profesi desain terkait.

### b. Per jam

Besarnya imbalan jasa ditentukan oleh perhitungan jumlah jam kerja efektif desainer dalam melaksanakan pekerjaannya. Perhitungan per jam ini didapat dari besaran upah dan biaya langsung dan tidak langsung. Apabila perhitungan jam kerja ini melebihi jumlah jam yang berlaku dalam perjanjian kerja—diakibatkan oleh hal-hal di luar pekerjaan desainer—, desainer dan pemberi tugas akan mengadakan perhitungan atau penambahan jam kerja yang akan disepakati bersama.

### c. Meter Persegi

Besaran imbalan jasa ditentukan oleh luasan area yang akan didesain dikalikan dengan nilai tertentu. Nilai proyek akan ditinjau kembali di akhir proyek apabila ada penambahan/pengurangan area yang didesain. Perhitungan meter persegi biasa digunakan oleh desainer interior.

### d. Lump Sum

Besaran imbalan jasa mengacu kepada perhitungan persentase atau meter persegi, dengan perhitungan tertentu digunakan untuk memperoleh perhitungan imbalan jasa tetap (*fixed rate*). Perhitungan lump sum merupakan nilai tetap kontrak dengan tidak memperhitungkan perubahan di akhir proyek selama perubahan tersebut tidak melebihi 10%.

### e. Royalti

Besaran imbalan jasa dihitung berdasarkan kesepakatan perolehan keuntungan dari penjualan produk hasil desain seorang desainer. Kesepakatan royalti merupakan salah satu model baru yang kini berkembang. Besaran jasa desainer dikonversikan menjadi nilai investasi pengembangan produk.

## Termin Pembayaran

Di samping pembiayaan, desainer juga mengatur waktu pembayaran atas jasa yang diberikan. Berikut waktu atau termin pembayaran yang biasa diterapkan. Tiga model yang umum dipergunakan adalah sebagai berikut.

### **Model 1:**

Termin pembayaran dengan uang muka, berikut pembayaran dibagi menjadi tiga atau empat termin sesuai dengan progres dan bobot pekerjaan, diakhiri dengan pembayaran akhir berupa retensi. Model ini biasa digunakan pada proyek pemerintah atau swasta.

### **Model 2:**

Termin pembayaran dibagi dua sama besar. Model ini biasa digunakan pada proyek swasta skala relatif kecil.

### **Model 3:**

Termin pembayaran dibayar di akhir pekerjaan/*turn key*.

Desainer hendaknya mempertimbangkan arus pembiayaan (*cash flow*) dan lamanya proses pekerjaan dalam menentukan model pembayaran agar hasilnya dapat diselesaikan tepat waktu dengan hasil yang baik.



## Kontrak kerja

Komitmen awal kesepakatan suatu ikatan kerja antara desainer dan pemberi tugas adalah dengan ditandatanganinya Surat Kontrak Kerja. Dalam Kontrak Kerja setidaknya wajib memuat

- para pihak, berisi data pemberi tugas dan penerima tugas;
- lingkup kerja;
- nilai kontrak;
- lama pengerjaan dan berlakunya masa kontrak;
- tata cara pembayaran;
- keluaran dokumen perencanaan dan/atau keluaran pekerjaan;
- aturan mengenai hak cipta dan perwujudan desain; dan
- penyelesaian sengketa/perselisihan antara para pihak.

## Rancangan Anggaran Biaya (RAB)

Desainer akan menghitung berapa sebenarnya harga dan biaya mereka untuk menghasilkan karya yang dimaksud (*cost price*), dengan perhitungan semua biaya material, bahan dan biaya per jam dari personel ahli yang dibutuhkan. Hal ini terlebih dahulu disesuaikan dengan menghitung tahapan kerja berdasarkan metode yang digunakan, kemudian diperoleh hari atau waktu pengerjaan. Kemudian desainer akan mengidentifikasi 'titik impas' (pengeluaran desainer akan menyamai penghasilan).

Perhitungan di atas adalah fondasi dari bisnis desain. Desainer juga akan menambahkan margin dari harga grosir atau eceran. Hal ini dilakukan selain untuk jalannya usaha profesi desain, namun yang paling penting adalah menjadikan pengelolaan kerja menjadi lebih efektif dan efisien dengan membuat lebih banyak produk atau menyelesaikan proyek dalam jangka waktu yang lebih singkat dan memberikan kepuasan pada klien.

Standar imbalan jasa dalam profesi desain berupa batas atas dan bawah, tidak dalam bentuk angka pasti. Berikut beberapa hal yang menjadi pertimbangan desainer dalam menentukan harga. Beberapa cara menentukan harga dari batasan harga yang menjadi ketentuan.

**a. Pasar**

Desainer menggunakan strategi harga terkait banyak atau sedikitnya produk atau layanan serupa yang ditawarkan di pasar yang kompetitif. Hal ini dilakukan untuk memberikan layanan dan kepuasan atas harga dan layanan.

**b. Pengalaman**

Pengalaman kerja dan karya yang dihasilkan oleh seorang desainer menentukan kompetensi dan besaran imbalan jasa.

**c. Ukuran klien**

Desainer mempertimbangkan kondisi klien, mereka dapat memberikan harga yang berbeda antara dua klien yang berbeda.

**d. Layanan**

Desainer mempertimbangkan harga atas layanan yang diberikan.

Desainer juga dapat memberikan harga lebih tinggi atau lebih rendah disebabkan oleh kondisi berikut ini.

- Harga berbasis nilai (*value based pricing*), desainer terkadang menggunakan harga berdasarkan nilai pekerjaan. Desainer akan menggunakan harga yang lebih tinggi apabila dirasakan solusi desain yang dihasilkan dapat melangkah lebih jauh atau memberikan solusi potensial dan menciptakan nilai finansial besar bagi klien.
- Adakalanya klien sudah sesuai dengan desain yang diajukan, namun merasa tidak cocok dengan harganya. Sebagai bentuk layanannya, desainer dapat juga menurunkan harga desain mengubah bahan atau ukuran (*extra features price*).

## Komponen Biaya

Komponen biaya pada RAB (Rancangan Anggaran dan Biaya) adalah

1. **design fee;**
2. **management fee** (di dalamnya terdapat biaya personel, biaya riset dan biaya operasional); dan
3. **pajak.**

## Perpajakan

Jika desainer yang disewa oleh klien adalah desainer perseorangan (freelance) dengan menggunakan NPWP Pribadi, desainer tersebut masuk ke dalam kategori Wajib Pajak Orang Pribadi (WPOP). Sebagai WPOP maka desainer *freelance* akan dikenakan pajak Penghasilan (PPH) pasal 21 Tenaga Ahli, yang merupakan pajak atas Jasa Konsultansi dengan tarif progresif.

Rumus perhitungan PPh 21 Tenaga Ahli adalah sebagai berikut:

- Penghasilan Bruto x 50% = Dasar Pengenaan Pajak (DPP)
- DPP 0–50jt , Tarif Kena Pajak = 5% (dari DPP)
- DPP 50–250jt, Tarif Kena Pajak = 15%
- DPP 250–500jt, Tarif Kena Pajak = 25%

Jika desainer yang disewa adalah desainer yang memiliki studio/biro desain dan menggunakan NPWP Badan Usaha, penghitungannya akan menyertakan PPh 23 dengan tarif 2%, dan PPN 10% apabila badan usaha tersebut adalah Pengusaha Kena Pajak (PKP).



BAB 7

## Memilih Desainer yang Tepat

## Memilih Desainer Yang Tepat



Memenuhi  
Standar  
Kompetensi

Keahlian  
Sebagai  
Desainer

Portofolio

Kredibilitas

Profesionalitas

Pengalaman  
Berprofesi

Setiap proyek desain selalu didasarkan pada spesifikasi dan kebutuhan Pengguna Jasa. Setelah mengetahui spesifikasi tersebut maka sangat penting untuk memperhatikan mengenai siapa yang akan menjadi pengolah dan perancang dalam proyek desain tersebut (desainer).

Secara umum, berikut ini adalah hal-hal dasar yang dapat dijadikan pertimbangan utama dalam memilih desainer:

- 1. memenuhi standar kompetensi;**
- 2. keahlian sebagai desainer;**
- 3. kredibilitas;**
- 4. pengalaman berprofesi;**
- 5. profesionalitas** (sistem kerja, sikap kerja, pengetahuan, keterampilan dan kepekaan, kemampuan menerjemahkan *brief*, alamat dan kontak); dan
- 6. portofolio** (hasil dan capaian dari proyek yang pernah dikerjakannya).

Tiap-tiap profesi mempunyai standar kualifikasi dan kompetensi tersendiri. Untuk detail informasi mengacu pada ketentuan asosiasi profesi terkait.



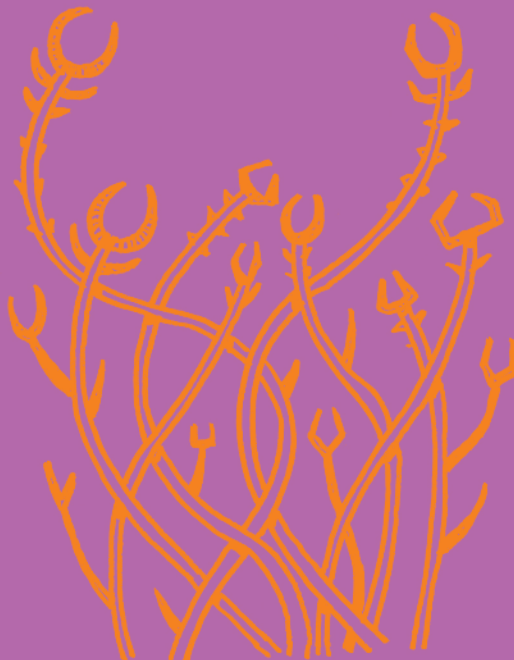
Secara umum, langkah memilih desainer yang tepat adalah sebagai berikut:

1. **mempersiapkan *brief/paparan*** kebutuhan informasi dasar mengenai proyek yang akan dikerjakan kepada desainer, lalu tentukan tujuan dan parameter yang ingin dicapai lewat proyek yang dirancang;
2. **melakukan *pendataan*** mengenai profil, kualifikasi, sikap kerja, dan kontak desainer yang akan dipilih (Asosiasi profesi dapat membantu dalam kebutuhan ini. Silakan hubungi asosiasi profesi terkait);
3. **mengundang desainer terpilih** dan menjelaskan paparan dasar informasi kebutuhan proyek desain;
4. **membuat persetujuan** kesepakatan kontrak, jangka waktu, detail pekerjaan dan administrasi proyek desain;
5. **mempercayakan pada desainer** terpilih mengenai pengembangan gagasan selama proses kreatif;
6. **memperhatikan *presentasi proyek*** dari desainer dari segi pengembangan gagasan, eksekusi dan kesesuaian hasil akhir dengan tujuan proyek yang ingin dicapai (jika ada perbaikan terhadap ketidaksesuaian draf desain, dapat dilakukan diskusi dengan desainer untuk menghasilkan *final artwork* yang disetujui);
7. **melakukan *serah terima*** hasil karya akhir dan administrasi secara tepat guna dan tepat waktu sesuai dengan kesepakatan proyek desain dengan desainer.



BAB 8

## Aspek Hukum & Etika Profesi



# Hak Kekayaan Intelektual

## Hak Cipta

Ciptaan

Pencipta

Pemegang Hak Cipta

Hak Moral

Hak Ekonomi

## Hak Kekayaan Industri

Paten

Desain Industri

Rahasia Dagang

Merek

Sirkuit Terpadu

Varietas Tanaman

Indikasi Geografis

## Mengenai Hak Kekayaan Intelektual

Dalam pengerjaan proyek desain yang menuntut penciptaan sesuatu yang baru atau bahkan yang belum pernah ada, disarankan kepada desainer atau pengguna jasa desain untuk mendaftarkan Hak Kekayaan Intelektual (HKI) atas karya cipta yang dihasilkan. Hal ini dimaksudkan untuk:

- mendapatkan perlindungan secara hukum untuk memperoleh manfaat ekonomi atas karya cipta yang dihasilkan.
- mencegah pihak lain mendapatkan keuntungan ekonomi secara gratis dengan melakukan penjiplakan terhadap karya tersebut.

Selanjutnya, ada tiga hal yang perlu diketahui oleh para desainer terkait dengan HKI, yaitu

- klien bisa membayar karya desain yang terdaftar HKI dengan sistem Royalti kepada Desainer
- karya desain yang belum terdaftar HKI disarankan untuk tidak dipamerkan atau dipublikasikan
- klien tidak bisa meminta Desainer untuk menjiplak sebuah desain tanpa ijin si Pembuat Karya.

Sebagai sebuah konsep hukum, HKI adalah sebuah istilah besar yang memayungi berbagai jenis perlindungan atau hak eksklusif atas karya yang berasal dari olah pikir pribadi manusia. Hak eksklusif ini diberikan kepada Pembuat Karya (inventor atau kreator) sesuai peraturan perundangan yang berlaku di Indonesia maupun internasional. Melalui HKI, negara memberikan jaminan perlindungan hukum terhadap insan kreatif, termasuk desainer. HKI di Indonesia terdiri dari dua kategori: **Hak cipta** dan **Hak kekayaan Industri**.

## Hak Cipta

**Hak Cipta** atau dalam bahasa Inggris disebut sebagai *Copyrights*, diatur dalam UU No. 28 tahun 2014. Hak cipta memiliki **prinsip deklaratif**, artinya: **ketika karya dibuat oleh pencipta, saat itu juga hak cipta melekat pada karya tanpa perlu adanya pendaftaran atau pencatatan terlebih dulu.**

**Pencipta** dalam undang-undang dideskripsikan sebagai “Seorang atau beberapa orang yang secara sendiri-sendiri atau bersama-sama menghasilkan suatu ciptaan yang bersifat khas dan pribadi”.

**Pemegang hak cipta** adalah Pencipta sebagai pemilik Hak Cipta, pihak yang menerima hak tersebut secara sah dari Pencipta, atau pihak lain yang menerima lebih lanjut hak dari pihak yang menerima hak tersebut secara sah..

Adapun definisi **ciptaan** adalah “setiap hasil karya cipta di bidang ilmu pengetahuan, seni, dan sastra yang dihasilkan atas inspirasi, kemampuan, pikiran, imajinasi, kecekatan, keterampilan, atau keahlian yang diekspresikan dalam bentuk nyata”.

Hak cipta juga mengatur tentang :

1. **Ciptaan** yang Dilindungi
2. **Hak Moral** dalam Hak Cipta
3. **Hak Ekonomi** dalam Hak Cipta

## 1. Perlindungan dalam Hak Cipta

Ciptaan yang dilindungi meliputi ciptaan dalam bidang ilmu pengetahuan, seni, dan sastra, terdiri atas

- a. buku, pamflet, perwajahan karya tulis yang diterbitkan, dan semua hasil karya tulis lainnya;
- b. ceramah, kuliah, pidato, dan ciptaan sejenis lainnya;
- c. alat peraga yang dibuat untuk kepentingan pendidikan dan ilmu pengetahuan;.
- d. lagu dan/atau musik dengan atau tanpa teks;.
- e. drama, drama musikal, tari, koreografi, pewayangan, dan pantomim;
- f. karya seni rupa dalam segala bentuk seperti lukisan, gambar, ukiran, kaligrafi, seni pahat, patung, atau kolase;
- g. karya seni terapan;
- h. karya arsitektur;
- i. peta;
- j. karya seni batik atau seni motif lain;
- k. karya fotografi;
- l. potret;
- m. karya sinematografi
- n. terjemahan, tafsir, saduran, bunga rampai, basis data, adaptasi, aransemen, modifikasi dan karya lain dari hasil transformasi.
- o. terjemahan, adaptasi, aransemen, transformasi, atau modifikasi ekspresi budaya tradisional;
- p. kompilasi ciptaan atau data, baik dalam format yang dapat dibaca dengan program komputer maupun media lainnya;
- q. kompilasi ekspresi budaya tradisional selama kompilasi tersebut merupakan karya yang asli;
- r. permainan video; dan
- s. program komputer.

**Hasil karya yang tidak dilindungi** hak ciptanya oleh undang-undang adalah

1. hasil karya yang belum diwujudkan dalam bentuk nyata;
2. setiap gagasan, prosedur, sistem, metode, konsep, prinsip, temuan atau data, walaupun telah diungkapkan, dinyatakan, digambarkan, dijelaskan, atau digabungkan dalam sebuah ciptaan;
3. alat, benda, atau produk yang diciptakan hanya untuk menyelesaikan masalah teknis atau yang bentuknya hanya ditujukan untuk kebutuhan fungsional.

**Hasil karya yang tidak memiliki hak cipta** adalah

1. hasil rapat terbuka lembaga negara;
2. peraturan perundang-undangan;
3. pidato kenegaraan atau pidato pejabat pemerintah.
4. putusan pengadilan atau penetapan hakim; dan
5. kitab suci atau simbol keagamaan.

## 2. Hak Moral dalam Hak Cipta

Hak cipta diberikan eksklusif kepada pencipta, artinya hanya diberikan kepada dan dimiliki oleh pencipta. Hak eksklusif tersebut terbagi ke dalam dua hak yaitu hak moral dan hak ekonomi. Hak moral sebagaimana dimaksud dalam undang-undang, merupakan hak yang melekat secara abadi pada diri pencipta untuk

- a. tetap mencantumkan atau tidak mencantumkan namanya pada salinan sehubungan dengan pemakaian ciptaannya untuk umum;
- b. menggunakan nama aliasnya atau samarannya;
- c. mengubah ciptaannya sesuai dengan kepatutan dalam masyarakat;
- d. mengubah judul dan anak judul ciptaan; dan
- e. mempertahankan haknya dalam hal terjadi distorsi ciptaan, mutilasi ciptaan, modifikasi ciptaan, atau hal yang bersifat merugikan kehormatan diri atau reputasinya.

Hak moral tidak dapat dialihkan selama pencipta masih hidup, namun pelaksanaan hak tersebut dapat dialihkan dengan wasiat atau sebab lain sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan setelah pencipta meninggal dunia. Dalam hal terjadi pengalihan pelaksanaan hak moral, penerima hak dapat melepaskan atau menolak pelaksanaan haknya dengan syarat dinyatakan secara tertulis.

### **3. Hak Ekonomi dalam Hak Cipta**

Adapun yang dimaksud hak ekonomi dalam hak cipta sebagaimana tercantum dalam undang-undang adalah “Hak eksklusif pencipta atau pemegang hak cipta untuk mendapatkan manfaat ekonomi atas ciptaan”.

Hak ekonomi memberikan kekuasaan pada pencipta atau pemegang hak cipta untuk

- a. penerbitan ciptaan;
- b. penggandaan ciptaan dalam segala bentuknya;
- c. penerjemahan ciptaan;
- d. pengadaptasian, pengaransemenan, atau pentransformasian ciptaan;
- e. pendistribusian ciptaan atau salinannya;
- f. pertunjukan ciptaan;
- g. pengumuman ciptaan;
- h. komunikasi ciptaan; dan
- i. penyewaan ciptaan.

## Hak Kekayaan Industri

**Hak kekayaan industri** diberikan sebagai bentuk pengaturan perlindungan hukum terhadap segala sesuatu yang terkait dengan industri dan produk industri. Industri adalah sebuah kegiatan pengolahan bahan mentah atau setengah jadi, sehingga memiliki nilai tambah menjadi sebuah barang jadi. Umumnya, perusahaan atau korporasi berkepentingan dengan pendaftaran Hak kekayaan industri sebagai bentuk perlindungan kegiatan industri perusahaan dari hal-hal yang sifatnya menghancurkan seperti penjiplakan dan pembajakan.

Hak kekayaan industri yang diatur di Indonesia terdiri atas: **Paten, Desain Industri, Rahasia Dagang, Merek, Sirkuit Terpadu, Varietas Tanaman, dan Indikasi Geografis**. Rincian tentang beberapa Hak Kekayaan Industri adalah sebagai berikut.

### 1. Paten

Istilah paten cukup salah kaprah di Indonesia. Paten dengan pemaknaan “kualitas bagus” berbeda dengan paten pemaknaan HKI. Hak paten dalam HKI diberikan spesifik dan eksklusif kepada pencipta teknologi. Mengacu pada Undang-undang No. 13 tahun 2016, paten adalah “Hak eksklusif yang diberikan oleh Negara kepada inventor atas hasil invensinya di bidang teknologi, yang untuk selama waktu tertentu melaksanakan sendiri invensinya tersebut atau memberikan persetujuannya kepada pihak lain untuk melaksanakannya”. Hak paten dapat mencakup produk maupun proses.

### 2. Desain Industri

Dalam desain industri, hak eksklusif diberikan untuk jangka waktu 10 (sepuluh) tahun terhitung sejak Tanggal Penerimaan. Pemegang hak desain industri memiliki hak eksklusif untuk melaksanakan Hak Desain Industri yang dimilikinya dan untuk melarang orang lain yang tanpa persetujuannya membuat, memakai, menjual, mengimpor, mengekspor, dan/atau mengedarkan barang yang diberi Hak Desain Industri.



### 3. Rahasia Dagang

Rahasia dagang adalah informasi yang tidak diketahui oleh umum di bidang teknologi dan/atau bisnis, mempunyai nilai ekonomi karena berguna dalam kegiatan usaha, dan dijaga kerahasiaannya oleh pemilik rahasia dagang. Perlindungan atas rahasia dagang diatur dalam Undang-undang No. 30 tahun 2000 tentang Rahasia Dagang (UURD) dan mulai berlaku sejak tanggal 20 Desember 2000.

### 4. Merek

Merek memiliki pemaknaan yang berbeda dengan *brand*. Khusus terkait dengan HKI, merek berbicara tentang perusahaan, produk atau program yang memiliki *brand name* yang akan diperdagangkan, divisualisasikan dalam bentuk logo. Inilah yang disebut dengan merek dalam konteks HKI.

Secara definisi dalam Undang-undang No. 20 tahun 2016 mengenai Merek dan Indikasi Geografis, “Tanda yang dapat ditampilkan secara grafis berupa gambar, logo, nama, kata, huruf, angka, susunan warna, dalam bentuk 2 (dua) dimensi dan/atau 3 (tiga) dimensi, suara, hologram, atau kombinasi dari 2 (dua) atau lebih unsur tersebut untuk membedakan barang dan/atau jasa yang diproduksi oleh orang atau badan hukum dalam kegiatan perdagangan barang dan/atau jasa”.

Merek yang dilindungi di Indonesia terdiri dari Merek Dagang dan Merek Jasa. Merek dagang adalah “Merek yang digunakan pada barang yang diperdagangkan oleh seseorang atau beberapa orang secara bersama-sama atau badan hukum untuk membedakan dengan barang sejenis lainnya”. Sementara merek jasa adalah “Merek yang digunakan pada jasa yang diperdagangkan oleh seseorang atau beberapa orang secara bersama-sama atau badan hukum untuk membedakan dengan jasa sejenis lainnya”.

Merek akan dilindungi jika didaftarkan. Prinsip ini berbeda dengan prinsip deklaratif Hak Cipta sebagaimana dijelaskan di atas. Hak atas merek adalah hak eksklusif yang diberikan oleh negara kepada pemilik merek yang terdaftar untuk jangka waktu tertentu dengan menggunakan sendiri merek tersebut atau memberikan izin kepada pihak lain untuk menggunakannya.

## 5. Sirkuit Terpadu

Sirkuit Terpadu menurut definisi Undang-undang No. 32 tahun 2000 adalah "Suatu produk dalam bentuk jadi atau setengah jadi, yang di dalamnya terdapat berbagai elemen dan sekurang-kurangnya satu dari elemen tersebut adalah elemen aktif, yang sebagian atau seluruhnya saling berkaitan serta dibentuk secara terpadu di dalam sebuah bahan semikonduktor yang dimaksudkan untuk menghasilkan fungsi elektronik." Hak terkait dengan sirkuit terpadu biasanya diberikan kepada perancang desain tata letak dari komponen transistor dan resistor dalam sebuah papan sirkuit sebagai otak atau prosesor komputer, dalam bahasa Inggris disebut sebagai *Integrated Circuit* (IC).

## 6. Varietas Tanaman

Varietas tanaman menurut Pusat Inovasi LIPI ([inovasi.lipi.go.id](http://inovasi.lipi.go.id)) adalah "Sekelompok tanaman dari suatu jenis atau spesies yang ditandai oleh bentuk tanaman, pertumbuhan tanaman, daun, bunga, buah, biji, dan ekspresi karakteristik genotipe atau kombinasi genotipe yang dapat membedakan dari jenis atau spesies yang sama oleh sekurang-kurangnya satu sifat yang menentukan dan apabila diperbanyak tidak mengalami perubahan", sehingga hak atas varietas tanaman adalah hak eksklusif yang diberikan kepada pemegang hak PVT (Perlindungan Varietas tanaman) atau dalam undang-undang disebut sebagai Pemulia, untuk "menggunakan sendiri varietas hasil pemuliaannya atau memberi persetujuan kepada orang atau badan hukum lain untuk menggunakannya selama waktu tertentu". Hal ini diatur dalam Pasal 1 ayat (2) Undang-Undang Nomor 29 Tahun 2000 tentang Perlindungan Varietas Tanaman.

## 7. Indikasi Geografis

Dalam UU 20/2016 mengenai Merek dan Indikasi Geografis, yang disebut sebagai Indikasi Geografis adalah “Suatu tanda yang menunjukkan daerah asal suatu barang dan/atau produk yang karena faktor lingkungan geografis termasuk faktor alam, faktor manusia atau kombinasi dari kedua faktor tersebut memberikan reputasi, kualitas, dan karakteristik tertentu pada barang dan/atau produk yang dihasilkan.” Hak indikasi geografis biasanya diberikan kepada produk yang didaftarkan karena memiliki nilai khas tertentu dari lokasi asalnya sehingga memberikan nilai ekonomis terhadap produk tersebut.

Sebagai contoh, pendaftaran produk indikasi geografis bernama Kopi Arabika Kintamani Bali yang merupakan komoditas khas kopi jenis arabika yang ditanam di daerah Kintamani, Bali. Perlu diperhatikan bahwa nilai khas lokal atau reputasi berdasar pada lokasi spesifik dalam hak indikasi geografis menjadi pertimbangan utama bagaimana reputasi sebuah produk muncul. Sehingga hak eksklusif Indikasi Geografis akan diberikan oleh negara kepada pemegang hak Indikasi geografis yang terdaftar, “Selama reputasi, kualitas, dan karakteristik yang menjadi dasar diberikannya perlindungan atas indikasi geografis tersebut masih ada” (UU 20/2016 pasal 61).

## Aspek Legal dalam Penggunaan Perangkat Lunak

Setiap perangkat lunak (*software*) dan materi kreasi (berupa citra/gambar, baik statis maupun bergerak, dan suara) semuanya memiliki lisensi. Pada setiap proyek desain, disarankan untuk selalu menggunakan perangkat lunak dan/atau materi kreasi dengan lisensi yang sah. Penggunaan ilegal atau pembajakan hal tersebut merupakan masalah serius yang harus diperhatikan oleh pihak klien maupun desainer karena dapat membawa beberapa konsekuensi hukum, baik perdata maupun pidana.

Ketika seorang desainer membeli perangkat lunak dan materi kreasi maka itu artinya dia membeli lisensi dari pencipta/pemilik kekayaan intelektual perangkat dan materi itu untuk dapat digunakan oleh desainer. Tanpa izin dari pihak pencipta/pemilik, penggunaannya menjadi ilegal. Meminjam perangkat lunak dan materi kreasi juga termasuk pencurian dan pelanggaran ketentuan lisensi dari pihak pencipta/pemilik kekayaan intelektualnya.

Risiko yang akan dihadapi dalam penggunaan perangkat lunak dan materi bajakan meliputi hal berikut.

- Kemungkinan tertangkap oleh pihak berwajib, dan jika cukup serius akan mendapatkan tuntutan dari perusahaan yang ciptaannya dicuri oleh pihak pengguna.
- Harus membayar biaya perangkat lunak bajakan, ditambah biaya lain jika desainer tersebut benar-benar dituntut karena mencuri properti perusahaan perangkat lunak.
- Risiko lain dari pembajakan perangkat lunak yaitu dapat menyerang komputer desainer tersebut dan informasi pribadi.

Beberapa risiko tambahan menggunakan perangkat lunak bajakan meliputi hal berikut.

- Perangkat lunak bajakan kemungkinan mengandung virus yang berbahaya.
- Desainer yang bersangkutan tidak akan menerima pembaruan (*update*) program terbaru karena perangkat lunak bajakan tidak terhubung ke internet.

Pembajakan perangkat lunak dan materi mengakibatkan risiko keuangan karena terkena denda tinggi dan mungkin juga hukuman penjara, bahkan jika desainer tersebut tidak tertangkap, dia dapat berisiko merusak komputer miliknya sendiri, dan kehilangan segalanya di dalamnya. Selain itu, desainer tersebut mendapatkan versi usang dari program yang dia gunakan, yang berarti dia mungkin bahkan tidak memiliki perangkat lunak yang dia inginkan, ketika dia memilih untuk menggunakan program bajakan.

## **Penggunaan Gambar Stok (*Stock Image*)**

Gambar stok (*stock images*) adalah foto generik, ilustrasi, dan juga ikon yang dibuat secara lepas tanpa ditujukan untuk proyek tertentu. *Stock images* untuk digunakan dalam materi pemasaran, situs *web*, pengemasan, kover buku, dan masih banyak lagi. Pada umumnya terdapat lisensi pada setiap gambar yang biasanya harus dibayar, baik kepada individu atau organisasi yang membuatnya. Atas dasar lisensinya, gambar stok dibagi sebagai berikut.

### ***Royalty-free***

Pengguna tidak harus membayar royalti apa pun dan dapat menggunakan gambar secara gratis, Demikian juga orang lain. Ini termasuk tipe *public domain* (konten yang hak ciptanya telah kedaluwarsa) dan *creative commons* (seniman memilih bahwa karya mereka bebas royalti), namun *royalty-free* mungkin juga memerlukan penjelasan khusus.

### ***Rights Managed***

Gambar yang digunakan harus dibayar dan dapat dilisensikan oleh setiap proyek dan juga dari jangka waktu tertentu atau berdasarkan lokasi geografis.

### ***Extended/Enhanced Licensed***

Model lisensi seperti ini memberikan kebebasan tambahan pada lisensi standar, termasuk penggunaan gambar yang berulang dan tambahan bayaran apabila gambar digunakan untuk dijual kembali dan penggunaan untuk komersial (seperti pada *t-shirt*).

## Penggunaan *Font* untuk Kebutuhan Komersial

*Font* adalah sebuah produk kreatif dan kekayaan intelektual desainer yang setara dengan karya-karya kreatif lainnya. Karena jenisnya ada di mana-mana dan *font* sangat mudah dibagikan di antara pengguna komputer, masalah hukum dan moral dari proses sederhana dalam penggunaan *font* sering diabaikan. Penggunaan *font* untuk kebutuhan komersial harus memenuhi aspek legal, antara lain melalui pembelian *font*.

Pembelian *font* sama dengan pembelian lisensi asli untuk menggunakan *font* tersebut. Hak kepemilikan dari desain sebuah *font* digital tetap menjadi milik penciptanya. Biasanya, izin dan pembatasan yang dijelaskan dalam Perjanjian Lisensi Pengguna Akhir (EULA - *End User License Agreement*) harus diterima sebelum membeli dan mengunduh *file* sebuah *font*.

Sebagian besar EULA dari sebuah *font* mirip antara satu sama lain. Akan tetapi, pada hal tertentu terdapat perbedaan sehingga akan lebih baik untuk membiasakan diri dengan lisensi *font* yang akan digunakan desainer.

Beberapa aturan dasar yang harus diperhatikan ketika menggunakan *font* adalah sebagai berikut.

### **Lisensi yang Sesuai**

Ketika seorang desainer menggunakan *font*, pastikan bahwa dia memiliki lisensi yang tepat. Lisensi dasar memungkinkan digunakan pada sejumlah perangkat komputer, lisensi “Multi-User” memungkinkan digunakan pada jumlah yang ditetapkan pada perangkat komputer dan jumlah pengguna. Berdasarkan pada EULA, penggunaan mungkin dibatasi untuk satu organisasi atau perangkat komputer di pada lokasi geografis tunggal.

### **Lisensi Khusus jika Diperlukan**

Ada banyak kegunaan khusus pada suatu lisensi yang mengacu pada peraturan khusus. Hal tersebut termasuk a) *embedding font* dalam dokumen, perangkat lunak, atau situs *web*; b) menggunakan *font* untuk tujuan siaran, film, atau animasi; dan c) *e-books* dan penerbitan elektronik. Contoh: lisensi *font desktop/cetak* tidak selalu berarti bahwa desainer tersebut dapat menggunakannya sebagai *font* untuk *web*. Jika penggunaan yang diinginkan tidak tercakup oleh lisensi standar maka diharuskan membeli lisensi khusus.

### **Tidak Memberikan/Meminjamkan kepada Pihak Ketiga**

Hal tersebut terkecuali jika lisensi yang dimiliki memberi desainer tersebut izin untuk meminjamkan *font* kepada pihak ketiga. Kebanyakan EULA *font* ritel menyatakan bahwa *font* mungkin tidak diberikan kepada pihak ketiga, bahkan tidak berupa pinjaman kepada teman, kolega, klien, atau vendor cetak karena memerlukan lisensi tersendiri. Beberapa *foundry*/desainer akan memungkinkan meminjamkan *font* untuk biro percetakan dengan tujuan produksi sebuah pekerjaan, namun banyak EULA hanya memungkinkan *font embedding* dalam format PDF yang dalam hal ini banyak biro percetakan lebih memilih untuk menerima format tersebut.

### **Menjaga Font dalam Bentuk Aslinya**

Kebanyakan desainer *font* tidak mengizinkan modifikasi *font* yang mereka miliki. Jika seseorang ingin mengubah *font*, dia memerlukan izin tertulis dari *foundry*. Hal ini biasanya hanya berlaku jika modifikasi yang akan digunakan sebagai *font*.



## Contoh Jenis Lisensi *Font*

### 1. Lisensi *Desktop*

Lisensi untuk penggunaan pada komputer desktop untuk perancangan seperti logo, signage, desain produk, desain cetak, dokumen kertas (PDF, Word, dan lain-lain untuk seorang desainer dan kliennya, selama mereka statis dan tidak dapat diedit.

Penggunaan yang diizinkan.

- Lisensi mengizinkan seseorang untuk menginstal *font* berdasarkan jumlah pengguna lisensi.
- Desainer dapat menggunakan *font* untuk merancang bitmap grafis seperti .gif, .jpg, dan .png untuk keperluan cetak asalkan statis dan tidak dapat diedit.

Penggunaan yang tidak diizinkan.

- Desainer tidak dapat menginstal *font* ke situs *web* dengan mengubah format *desktop* menjadi *@font-face* (memerlukan lisensi *Webfont*).
- Desainer tidak dapat menggunakan font dengan jenis lisensi ini untuk aplikasi *mobile* (memerlukan lisensi *App*).

## 2. Lisensi *Webfont*

Lisensi untuk penggunaan pada *self-hosting* situs *web* dengan kontrol maksimum bagi seseorang sebagai pemilik *server* untuk situs *web*. Lisensi ini dirancang untuk semua kebutuhan digital seseorang. Lisensi ini dibatasi oleh jumlah pengunjung (*page views*) pada situs *web* milik yang bersangkutan. Seorang desainer dapat menggunakan lisensi ini untuk desainer *web* dan untuk pengembangan *web*-nya.

Penggunaan yang diizinkan.

- Lisensi mengizinkan seseorang untuk menginstal *font* berdasarkan jumlah pengunjung situs *web* miliknya per bulan (*page views/month*).
- Seseorang dapat menginstal *font* dengan *self-hosting server* untuk situs *web* miliknya.

Penggunaan yang tidak diizinkan.

- Seseorang tidak dapat meng-*install font* dengan jenis lisensi ini pada komputer *desktop* miliknya. (diperlukan: lisensi *desktop*).
- Seseorang tidak dapat menggunakan *font* dengan jenis lisensi ini untuk aplikasi *mobile* miliknya. (diperlukan: lisensi *app*).

## Rekomendasi *Font* Lokal

Perkembangan desainer di Indonesia semakin meningkat dan pekerjaannya pun semakin spesifik. *Type foundry* atau desainer *font* adalah salah satu yang sedang banyak digeluti oleh desainer muda Indonesia. Tentunya juga menjadi seorang desainer *font* berhadapan dengan tantangan besar yaitu bersaing di *market place* global berhadapan dengan desainer *font* ternama di Eropa dan Amerika. Untuk itu, sangat disarankan penggunaan *font* lokal demi mendukung para desainer *font* di Indonesia. Informasi lebih lanjut dapat menghubungi AIDIA atau ADGI.

**Kode  
Etik  
Profesi**

memandu perilaku. Ia menyatakan perbuatan apa yang benar atau salah serta perbuatan apa yang harus dilakukan dan apa yang harus dihindari.

Kode etik profesi adalah sistem norma, nilai dan aturan profesional tertulis yang secara tegas menyatakan apa yang benar dan baik, dan apa yang tidak benar dan tidak baik bagi seorang profesional.

Kode etik memberikan panduan tentang batasan nilai-nilai anggota yang dapat dan tidak dapat diterima oleh asosiasi profesinya. Standar etika tersebut pada umumnya dirancang untuk memberikan serangkaian nilai atau pendekatan pengambilan keputusan yang memungkinkan anggotanya untuk membuat penilaian independen tentang tindakan yang paling tepat.

Setiap asosiasi profesi memiliki kode etik. Secara esensial hal tersebut sangat membantu membangun dan memperkuat budaya internal organisasi. Desainer yang merupakan anggota dari suatu asosiasi profesi wajib mematuhi kode etik yang tercantum di dalam pedoman kode etik profesi yang diberlakukan.

Asosiasi akan menerapkan sanksi secara konsisten kepada anggotanya yang melanggar kode etik. Tidak peduli seberapa kecil pelanggarannya, tindakan disiplin yang sesuai perlu dilakukan. Hal ini akan sangat membantu bagi klien untuk mendapatkan desainer yang sesuai dengan harapan.

Hanya melalui penerapan kode etik yang kuatlah sebuah asosiasi profesi dapat membangun budaya integritas, objektivitas, kerahasiaan, dan kompetensinya. Penjelasanannya adalah sebagai berikut.

### **Integritas**

Integritas desainer membentuk keyakinan klien terhadap kualitas yang bersangkutan dan hal tersebut menjadi dasar kepercayaan klien terhadap pertimbangannya dalam memilih desainer. Karena itu, desainer harus a) melaksanakan pekerjaannya secara jujur, penuh kehati-hatian dan bertanggung jawab; b) mematuhi hukum dan melaksanakan tugas keprofesiannya sebagaimana diharuskan oleh hukum atau asosiasi profesi; c) secara sadar tidak melakukan kegiatan yang dapat mendiskreditkan asosiasi profesi tempat ia bernaung dengan cara menyokongnya dengan cara yang sah dan etis.

### **Objektivitas**

Desainer seyogianya secara jujur dapat menunjukkan obyektivitas profesionalismenya pada level tertinggi dalam memperoleh, mengevaluasi, dan mengkomunikasikan aktivitas atau proses kerjanya pada pihak-pihak yang berkepentingan untuk itu. Lalu, tidak boleh melakukan kegiatan apa pun yang dapat menimbulkan konflik kepentingan dengan asosiasi profesi tempat ia bernaung.

**Kerahasiaan**

Sebagai bentuk tanggung jawab sosialnya, desainer wajib menghormati nilai dan kepemilikan informasi yang diterimanya dari klien dan tidak mengungkap informasi tersebut kepada pihak mana pun tanpa kewenangan yang sah, kecuali diharuskan oleh hukum atau profesi. Desainer harus siap untuk menggunakan dan menjaga informasi yang diperoleh selama melaksanakan tugasnya dengan penuh kehati-hatian sesuai dengan etika dan hukum, serta tidak bertentangan dengan tujuan asosiasi profesi.

**Kompetensi**

Desainer wajib mengimplementasikan pengetahuan, kecakapan, dan pengalaman yang diperlukan dalam memberikan jasa desain dengan cara berikut ini:

- a) hanya terlibat dalam pemberian jasa yang sesuai dengan tingkat pengetahuan, kecakapan dan pengalaman yang dimilikinya;
- b) memberikan jasa desain sesuai dengan standar kerja profesional yang telah ditetapkan oleh asosiasi profesinya; dan
- c) secara berkelanjutan terus berupaya untuk meningkatkan keahlian dan mutu jasa keprofesiannya. Untuk rincian lebih lanjut mengenai kode etik tersebut, silakan mengacu pada kode etik setiap asosiasi profesi terkait.

## Tujuan Kode Etik Profesi

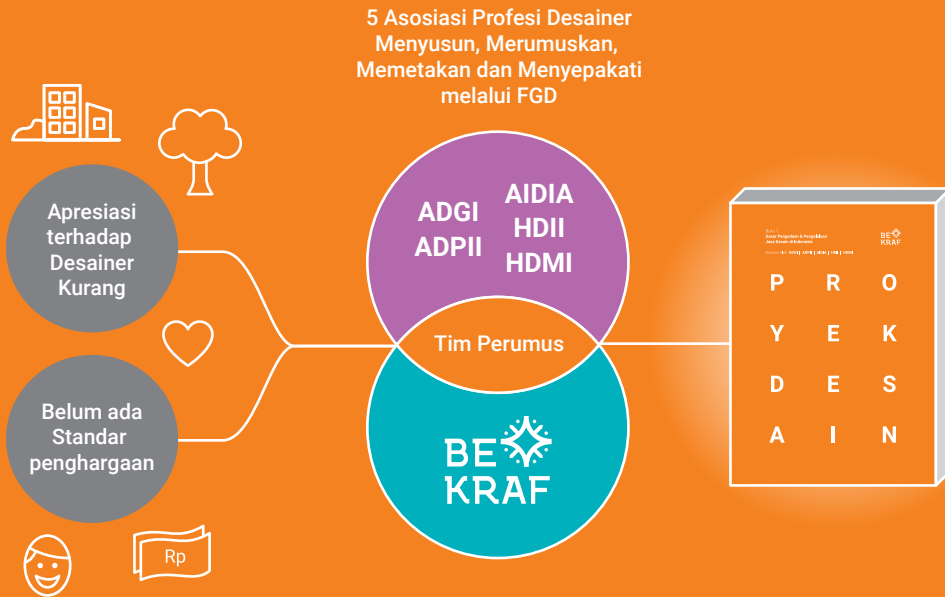
Kode etik profesi ditujukan untuk

- menjadi pedoman bagi setiap anggota asosiasi profesi tentang prinsip profesionalitas yang digariskan;
- menjadi kontrol sosial bagi masyarakat atas profesi yang bersangkutan;
- menjaga keutuhan asosiasi profesi;
- meningkatkan integritas, objektivitas dan kompetensi anggota dan juga asosiasi profesi;
- mendahulukan tanggung jawab dan kewajiban profesinya daripada hak dan kepentingan diri sendiri; dan
- mencegah campur tangan pihak di luar organisasi profesi tentang hubungan etika dalam keanggotaan profesi desainer yang merupakan anggota dari asosiasi profesi.

Anggota asosiasi profesi wajib mematuhi kode etik yang tercantum di dalam pedoman kode etik profesi yang diberlakukan. Asosiasi akan menerapkan sanksi kepada anggotanya yang melanggar kode etik. Hal ini akan sangat membantu bagi klien untuk mendapatkan desainer yang berkomitmen terhadap profesinya. Untuk perincian yang lebih spesifik, silakan mengacu kepada kode etik pada tiap-tiap asosiasi profesi terkait.







Subsektor desain berperan penting bagi pertumbuhan ekonomi dunia dan juga Indonesia. Hal ini karena profesi desainer masuk pada semua sektor industri kreatif yang ada. Salah satu kendala yang dihadapi adalah masih kurangnya apresiasi terhadap keberadaan profesi desain di Indonesia. Hingga saat ini belum terbangun suatu bentuk standar penghargaan yang baik. Untuk itulah ADGI, ADPII, AIDIA, HDII, dan HDMI berkumpul bersama untuk menyusun buku Dasar Pengadaan dan Pengelolaan Jasa Desain ini.

Buku ini berisi acuan 360° mengenai profesi desain yang ditujukan untuk membangun pemahaman dan penerapan yang benar dalam dunia profesi desain di Indonesia. Terlepas dari berbagai kekurangannya, para penulis berharap bahwa buku ini dapat menjadi langkah awal bersama dalam mendudukkan keberagaman profesi desain dalam kancah industri desain di Indonesia.

Semoga, melalui buku ini, pembaca mendapatkan landasan pemahaman yang lebih komprehensif terhadap berbagai hal yang berkaitan dengan bidang keilmuan desain dalam dunia profesinya di Indonesia.

Dalam perjalanannya, profesi desain akan semakin berkembang di Indonesia. Seluruh tim penulis meyakini bahwa kolaborasi dalam penyusunan buku ini akan memainkan peran penting penguatan keberagaman asosiasi profesi desain dalam membangun masa depan desain Indonesia yang lebih baik dan bermartabat.

Dengan keyakinan bersama bahwa masa depan dapat didesain dan diarahkan menjadi lebih baik, seluruh asosiasi profesi desain di Indonesia akan terus berupaya untuk membangun eksistensi profesi desain yang tetap sesuai dengan tuntutan zaman.

**Sudah waktunya desain menjadi ujung tombak pertumbuhan ekonomi Indonesia.**

## Ulasan Penutup dari Asosiasi



Seiring dengan perkembangan ekonomi, industri desain grafis di Indonesia juga semakin maju. Berbagai industri multi sektoral, swasta dan pemerintah, hingga organisasi nirlaba membutuhkan jasa desain grafis untuk menciptakan komunikasi yang lebih relevan, dinamis, dan interaktif terhadap khalayaknya.

Setiap tahun jumlah lulusan desain grafis yang siap kerja terus meningkat. Namun kesiapan itu belum didukung oleh adanya pedoman universal tentang pembelian jasa desain grafis, sehingga sering terjadi ketimpangan antara jumlah dan waktu kerja yang dilakukan dengan pendapatan yang diperoleh.

Salah satu praktek yang umum terjadi di industri desain adalah *pitch* gratis yang menuntut pembuatan karya contoh secara gratis dapat mengurangi nilai sebuah pekerjaan dan cenderung merugikan baik bagi desainer maupun klien.

Atas dasar itulah buku ini sangat penting untuk melindungi para desainer dengan menjaga profesionalisme dan menciptakan hubungan saling menguntungkan antara industri yang membutuhkan dan pemberi jasa, baik sebagai karyawan, pekerja lepas maupun pengusaha. Buku yang difasilitasi oleh BEKRAF ini diharapkan menjadi acuan yang dapat bersama-sama memajukan dan meningkatkan sektor desain Indonesia di masa depan.

**Rege Indrastudianto, Ketua ADGI**

...



Sebagai bagian dari gerakan ekonomi, profesi dan kegiatan desain di Indonesia saat ini masih belum memiliki tempat yang seharusnya dalam kerangka usaha dan kehidupan masyarakat. Sementara di belahan lain dunia, desain telah diposisikan sebagai ujung tombak bagi geliat ekonomi dan industri, serta menjadi bagian penting dalam upaya meningkatkan taraf hidup dan kesejahteraan manusia. Hal ini tentu perlu menjadi perhatian semua pihak, terutama jika melihat fenomena saat ini serta perubahan yang sangat cepat di masa datang.

Buku yang diterbitkan oleh Badan Ekonomi Kreatif ini disusun dengan penuh seksama sebagai upaya menyampaikan informasi kepada dunia usaha, pemerintah, maupun masyarakat secara luas, mengenai hakikat dan cara profesi dan proses desain itu berjalan. Hal ini diharapkan dapat menjadi dasar bagi semua pihak mengenai kerangka berpikir desain, cara bekerjasama dengan profesi desainer, dan cara kegiatan desain itu dikelola dalam usaha, pelayanan publik, dan kemitraan bisnis strategis yang tujuan akhirnya yaitu meningkatkan kemampuan daya saing usaha dan industri, serta kenyamanan hidup masyarakat.

Selanjutnya, buku ini tentu perlu terus dikembangkan serta senantiasa dimutakhirkan secara berkelanjutan, agar pemahaman seluruh lapisan masyarakat mengenai pentingnya desain semakin meningkat.

**Dino Fabriant, Ketua Umum ADPPII**



Buku ini harus menjadi acuan dalam dunia desain baik dalam lingkup industri maupun pendidikan dalam membangun hubungan kerja profesional yang bermartabat dan saling menghargai. Penyedia jasa desain, pengguna jasa desainer, dan pemangku kepentingan lainnya yang terlibat dalam rantai nilai (*value chain*) dengan itikad baik bersama-sama harus berkomitmen untuk membangun ekosistem kreatif yang produktif, adil, dan berkesinambungan.

Buku yang diinisiasi oleh 5 asosiasi profesi desainer dan difasilitasi oleh Badan Ekonomi Kreatif ini masih akan dikembangkan untuk penyempurnaan konten dan perluasan lingkungannya, seperti mengenai standar penggajian SDM desain dan standar harga jasa desain. Hal ini akan melengkapi pedoman bagi para pemangku kepentingan dalam menjalankan usahanya dan memudahkan para pengguna jasa desain.

Penyusunan dan penerbitan buku ini layak mendapatkan apresiasi yang tinggi dalam usaha membawa profesi dan industri desain Indonesia ke arah yang lebih baik.

**Hastjarjo Boedi Wibowo, Ketua Umum AIDIA**

...



Buku ini dapat menjadi dasar untuk proses pekerjaan desain yang lebih baik. Dengan uraian yang ringkas dari hasil kolaborasi 5 asosiasi desain dan salah satunya adalah Himpunan Desainer Interior Indonesia (HDII), buku ini cukup penting karena bisa digunakan pedoman jasa terkait pekerjaan desain antara lain desain interior, desain produk, desain komunikasi dan sejenisnya. Buku ini juga merupakan pengembangan dari pedoman dari HDII yang telah membuat buku pedoman tentang pekerjaan desain sebelumnya untuk desain interior.

Terimakasih kepada semua pihak yang turut membantu dalam proses pembuatan buku ini, terutama Badan Ekonomi Kreatif Deputy Riset, Edukasi, dan kelima asosiasi desain dan berharap manfaat besar bagi yang berhubungan langsung pada pekerjaan jasa desain, juga para pembaca.

**Rohadi, Ketua Umum HDII**

...



Derasnya arus globalisasi mempertegas posisi desain sebagai faktor penting penunjang bisnis. Pada sektor desain produk khususnya desain produk mebel, peran desainer sudah dirasa sangat dibutuhkan guna menunjang bisnis produk ekspor yang merupakan potensi terbesar setelah migas. Demikian juga persaingan dengan produk impor untuk pasar dalam negeri yang kompetisinya sangat besar di hampir seluruh segmen pasar.

Keberadaan buku ini sangat penting untuk berbagai pihak agar lebih mengenal dan memanfaatkan jasa desain secara maksimal. Buku ini merupakan komitmen rekan seprofesi desain untuk saling bekerjasama sesuai ketentuan yang berlaku. Buku ini juga memiliki nilai promosi dan meningkatkan eksistensi profesi desain produk khususnya desain produk mebel.

Semoga upaya kita bersama antara asosiasi profesi bidang desain dan Bekraf, akan mendapatkan hasil maksimal dalam mendorong pertumbuhan ekonomi kreatif Indonesia melalui desain.

**Bambang Kartono, Ketua Umum HDMI**

## Jenis-Jenis Dokumen dan Lampiran

Terdapat beberapa jenis dokumen standar yang secara umum digunakan di dalam tata kelola proyek yang disiapkan oleh pengelola jasa desain di dalam penyelenggaraan kerja sama, antara lain:

- jadwal;
- estimasi biaya;
- kontrak kerja, setidaknya memuat
  - para pihak;
  - lingkup kerja;
  - nilai kontrak;
  - mitra kerja;
  - tata cara pembayaran;
- keluaran;
- hak cipta dan perwujudan desain;
- sengketa;
- *project brief*;
- *design brief*;
- sample project;
- gambar kerja;
- gambar kerja tampak;
- gambar *rendering*;
- gambar detail;
- purwarupa/maket;
- berita acara:
  - persetujuan fase satu (review, riset, analisis dan perencanaan);
  - persetujuan fase dua (pengembangan dan penentuan strategi);
  - persetujuan fase tiga (implementasi proses desain);

- persetujuan fase empat (implementasi produksi dan sistem administrasi); dan
- serah terima pekerjaan.

Lampiran lainnya:

- Tabel Ekosistem Buku Rencana
- Pengembangan Desain Nasional 2015–2019 oleh Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif.

Setiap asosiasi profesi memiliki format standar berisi konten yang wajib dicantumkan di dalam sebuah dokumen. Nama dan istilah di setiap asosiasi profesi dapat berbeda. Format standar dokumen ini dapat diadopsi oleh setiap pengelola jasa desain untuk dikembangkan oleh setiap pengelola jasa desain sesuai dengan karakter dan kebutuhan pengadaan jasa desain.

Pengguna jasa desain dipersilakan menghubungi asosiasi profesi terkait untuk mendapatkan format dokumen yang dibutuhkan.

File contoh dokumen tersebut dapat diunduh di:

<https://drive.google.com/open?id=10v3tk40uXGTvWY2azso6lofMYeHKQkoH>



(tanpa spasi).

## Daftar Pustaka

Cain, Eileen Mac Avery, 2010. *Ethics a Graphic Designer's Field Guide*, Jennifer Peper (Ed). New York: Campbell Hall.

*Designers Association Singapore*. tt. *Buying and Managing Design Services – The DAS guide to selecting and working with profesional design consultancy*. Singapura: *Designers Association Singapore*.

*EULA/End User License Agreement*. [https://en.wikipedia.org/wiki/End-user\\_license\\_agreement](https://en.wikipedia.org/wiki/End-user_license_agreement))

Inkindo, 2017. *Pedoman Standar Minimal Tahun 2017*. Jakarta: Inkindo.

*International Council of Design*, 2007. *Best Practice Paper: Soliciting Work for Professional Designer*. diunduh tanggal 29 Juni 2015 <[www.ico-d.org/database/files/library/IcoD\\_BP\\_SolicitingWork.pdf](http://www.ico-d.org/database/files/library/IcoD_BP_SolicitingWork.pdf)>

*International Labour Office* 2012. *International Standard Classification of Occupations- ISCO-08, Structure, Group Definitions and Correspondence Tables, Volume 1*, Geneva: ILO.

Pemerintah RI, 2000. Undang-Undang Nomor 31 Tahun 2000 tentang Desain Industri.

\_\_\_, 2001. Undang-undang Nomor 16 Tahun 2001 tentang Yayasan.

\_\_\_, 2007. Peraturan Menteri Pekerjaan Umum Nomor. 45/PRT/M/2007 Tentang Pedoman Teknis Pembangunan Bangunan Gedung Negara.

\_\_\_, 2007. Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas

\_\_\_, 2010. Undang-Undang Nomor 30 Tahun 2000 tentang Rahasia Dagang.

\_\_\_, 2010. Peraturan Pemerintah Nomor 37 Tahun 2010 tentang Syarat dan Tata Cara Pencatatan Pengalihan Paten.

\_\_\_, 2012. Undang-Undang nomor 12 tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi.

\_\_\_, 2012. Undang-Undang Nomor 17 Tahun 2012 tentang Perkoperasian.

\_\_\_, 2013. Undang-Undang Nomor 17 Tahun 2013 tentang Organisasi Kemasyarakatan.

*(Daftar Pustaka Lanjutan)*

- \_\_\_, 2014. Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta.
- \_\_\_, 2014. Peraturan Pemerintah Nomor 45 Tahun 2014 tentang Jenis dan Tarif Atas Jenis Penerimaan Negara Bukan Pajak.
- \_\_\_, 2015. Peraturan Menteri Keuangan Nomor 141/ PMK.03/2015 tentang Jenis Jasa Lain.
- \_\_\_, 2015. Peraturan Menteri Riset, Teknologi, dan Pendidikan Tinggi Nomor 44 Tahun 2015 tentang Standar Nasional Pendidikan Tinggi.
- \_\_\_, 2016. Undang-Undang Nomor 13 Tahun 2016 tentang Paten.
- \_\_\_, 2016. Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis.
- \_\_\_, 2016. Peraturan Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Nomor 3 Tahun 2016 tentang Tata Cara Pengajuan Permohonan Pengesahan Badan Hukum dan Persetujuan Perubahan Anggaran Dasar Perkumpulan.
- \_\_\_, 2017. Undang-Undang Nomor 2 Tahun 2017 tentang Jasa Konstruksi.
- \_\_\_, 2018. Peraturan Lembaga Nomor 9 Tahun 2018 tentang Pedoman Pelaksanaan Pengadaan Barang/Jasa Melalui Penyedia.
- \_\_\_, 2018. Peraturan Presiden Nomor 16 Tahun 2018 tentang Pengadaan Barang/Jasa Pemerintah.







P R O  
Y E K  
D E S  
A I N



Himpunan  
Desainer  
Mebel  
Indonesia



INDONESIAN  
FASHION CHAMBER