

PEMBERDAYAAN UMKM TAS KULIT YANG TERDAMPAK PANDEMI DENGAN PERANCANGAN DESAIN YANG *TIMELESS* GUNA MEMPERLUAS SKALA PASAR

Tabriza Afrania Farozdaq, Wyna Herdiana, S.T., M.Ds.
Program Studi Desain Produk, Fakultas Industri Kreatif, Universitas Surabaya, bicaafr@gmail.com

ABSTRACT

EMPOWERMENT OF MSMEs LEATHER BAG WITH MORE TIMELESS BAG DESIGN TO EXPAND THE MARKET SCALE IN THE MIDDLE OF THE PANDEMIC CRISIS

The Covid-19 pandemic in Indonesia has harmed all aspects of social life, one of which is affected by the Micro, Small, and Medium Enterprises business or commonly referred to as MSMEs. The tanned leather bag MSMEs center in Tanggulangin District, Sidoarjo also experienced a decrease in customers by up to 450 customers every month. The purpose of this research is to help MSMEs to get back up during a pandemic crisis, through designing a more timeless design so that it suits the tastes of a broad market scale. The method used in this research is through the in-depth interview (IDI), observation, journal surveys, and other internet sources. By implementing the design process and using good materials, it is hoped that MSME products can become products that have high competitiveness during the crisis during the Covid-19 pandemic.

Keywords: MSME, Bags, Tanned Cow Leather, Timeless Design.

ABSTRAK

PEMBERDAYAAN UMKM TAS KULIT DENGAN PERANCANGAN DESAIN TAS YANG LEBIH *TIMELESS* GUNA MEMPERLUAS SKALA PASAR DI TENGAH KRISIS PANDEMI

Pandemi Covid-19 di Indonesia telah membawa dampak negatif dalam segala aspek kehidupan bermasyarakat, salah satu yang terkena dampak adalah bisnis Usaha Mikro Kecil dan Menengah atau yang biasa disebut dengan UMKM. Sentra UMKM tas kulit samak di Kecamatan Tanggulangin, Sidoarjo pun mengalami penurunan pelanggan hingga sebesar 450 pelanggan setiap bulannya. Tujuan penelitian ini adalah untuk membantu UMKM agar dapat kembali bangkit di tengah krisis pandemi, melalui perancangan desain yang lebih *timeless* sehingga sesuai dengan selera skala pasar yang luas. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah melalui metode *in-depth interview (IDI)*, observasi, survei jurnal dan sumber internet lainnya. Dengan penerapan proses desain dan pemanfaatan material yang baik diharapkan dapat menjadikan produk UMKM sebagai produk yang memiliki daya saing tinggi di tengah-tengah krisis masa pandemi Covid-19.

Kata Kunci: UMKM, Tas, Kulit Sapi Samak, *Timeless Design*.

PENDAHULUAN

Latar Belakang Perancangan

Pandemi *Covid-19* di Indonesia telah membawa dampak negatif dalam segala aspek kehidupan bermasyarakat, salah satu yang terkena dampak adalah bisnis Usaha Mikro Kecil dan Menengah atau yang biasa disebut dengan UMKM. Berdasarkan data statistik yang diperoleh dari P2E LIPI, sejak pandemi *Covid-19*, pariwisata UMKM mengalami penurunan sebesar 0,07% untuk kelas usaha menengah (Amri, 2020) Sentra UMKM di Kabupaten Sidoarjo, lebih tepatnya di Kecamatan Tanggulangin, merupakan pusat kegiatan bisnis UMKM yang berpusat kepada industri tas, koper, dan pernak-pernik produk *lifestyle* lainnya. Menurut data kumulatif tentang jumlah pariwisata yang diperoleh dari Sentra UMKM tahun 2021 menyatakan bahwa penurunan pelanggan menurun hingga sebesar 450 pelanggan setiap bulannya, terhitung pada periode 2020 hingga 2021.

CV. Dwi Jaya Abadi merupakan salah satu dari sekian banyaknya pegiat industri tas pada wilayah Sentra UMKM Tanggulangin yang juga terkena dampak dari penurunan pelanggan Sentra UMKM. Industri ini memiliki kekhususan produksi pada material kulit sapi, lebih tepatnya kulit sapi samak, yang diolah menjadi tas, koper, dan pernak-pernik lain seperti sabuk, gantungan kunci, dan lain-lain. Kulit sapi samak merupakan lapisan kulit yang berasal dari lapisan epidermis pada makhluk hidup. Kulit samak memiliki karakteristik yang lentur dan

daya tahan yang baik (Judoamidjojo, 1984). Dengan karakteristik tersebut, kulit sapi samak memiliki potensi untuk meningkatkan ketertarikan dan daya beli pelanggan, yang akan membantu keberlangsungan produksi CV. Dwi Jaya Abadi. Menurut data kumulatif yang diperoleh dari CV. Dwi Jaya Abadi pada tahun 2020, total penjualan terbesar berasal dari penjualan tas dan koper sebesar 53,5%, dompet dan *clutch* sebesar 34,8%, dan aksesoris lain seperti sabuk, gantungan kunci, dan topi sebesar 11,7%.

Adapun presentase usia pelanggan terbesar berasal dari usia dewasa 40-50 tahun sebesar 75%, usia dewasa 26-39 tahun sebesar 20%, dan usia remaja 19-25 sebesar 5%. Dari data tersebut, dapat dilihat bahwa terdapat ketimpangan pada presentase usia pelanggan, terutama pada pelanggan usia 20-25. Hal ini disebabkan oleh produk-produk yang dimiliki oleh CV. Dwi Jaya Abadi itu sendiri, yang memang tidak terlalu ditujukan untuk target pasar anak muda.

Dengan permasalahan yang telah disebutkan di atas, akan dibentuk solusi untuk mengembangkan potensi dari material yang dimiliki oleh industri CV. Dwi Jaya Abadi, sehingga diharapkan dapat menghasilkan produk yang cocok untuk berbagai skala pasar. Solusi yang ditawarkan adalah berupa *redesign* dan pemaksimalan material untuk menekan budget produksi yang lebih rendah, sehingga harga yang ditawarkan pun dapat sesuai dengan target pasar yang dituju, dan memiliki daya saing yang tinggi di tengah-

tengah krisis masa pandemi *Covid-19*.

Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut, maka diperoleh rumusan masalah sebagai berikut:

1. Presentase pariwisata UMKM kelas menengah mengalami penurunan konstan selama masa pandemi *Covid-19*.
2. Penurunan pengunjung Sentra Tanggulangin berdampak pada UMKM kecil di sekitarnya.
3. CV. Dwi Jaya Abadi memiliki produk dengan material yang potensial, namun kurang cocok untuk berbagai skala pasar.

Dari poin rumusan masalah di atas, maka muncullah pertanyaan penelitian sebagai berikut: Bagaimana memaksimalkan potensi dari material kulit sapi samak agar dapat memiliki daya jual yang tinggi?

Tujuan Riset Desain

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk merancang produk tas fungsional dengan memanfaatkan material dari kulit sapi samak.

Batasan Masalah

1. Mengolah material kulit sapi samak yang berada di pusat industri CV. Dwi Jaya Abadi, Kecamatan Tanggulangin sebagai salah satu contoh studi kasus.
2. Pengaplikasian hasil pengolahan material kulit sapi samak ditujukan untuk pembuatan produk terapan berupa tas fungsional untuk masyarakat segala gender berusia 19-26 tahun.

3. Produk yang dihasilkan 80% materialnya menggunakan kulit sapi samak yang akan dipadukan dengan bahan tekstil lainnya.

Tahapan Perancangan

Proses perancangan desain menggunakan metode *Design Thinking*. Menurut (Siang, 2009), metode *Design Thinking* meliputi:

a. *Emphatize*

Pada tahapan *emphatize*, penulis mencari dan menemukan pemahaman empatik tentang kebutuhan tas yang diperlukan oleh wanita atau pria berusia 19-26 tahun yang melakukan aktivitas luar rumah dengan keperluan barang bawaan yang banyak.

b. *Define*

Pada tahapan *define*, penulis melakukan proses pengumpulan data, observasi lapangan, dan penyintesis hasil data dan observasi guna mendapatkan inti permasalahan yang telah teridentifikasi, guna membangun elemen desain yang diperlukan dalam meminimalisir permasalahan yang ada. Pasar yang ditargetkan memerlukan sebuah tas yang berkapasitas besar, mampu menampung barang bawaan yang cukup banyak, namun tetap *stylish* saat digunakan.

c. *Ideate*

Pada tahapan *ideate*, penulis melakukan *brainstorming* bersama pemilik UMKM yang bersangkutan. Hal ini bertujuan untuk menyelaraskan tujuan desain dengan kemampuan UMKM yang akan memproduksi desain tersebut.

d. *Prototype*

Pada tahapan *prototype*, akan dibuat *sample* produk secara fisik berdasarkan elemen desain yang telah dibentuk sebelumnya. Pembuatan *prototype* bertujuan untuk mengidentifikasi apabila ada kekurangan pada bentuk desain, kemudian merevisinya, sehingga diharapkan pada produk akhir dapat menciptakan solusi dari permasalahan yang ada secara maksimal.

e. *Test*

Pada tahapan *test*, akan dilakukan pengujian terhadap produk final secara menyeluruh kepada para ahli, dosen pembimbing, dan calon konsumen. Hal ini diharapkan dapat memberi *feedback* untuk memutuskan apakah produk dapat diterima dan bermanfaat dalam kebutuhan target pasar.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Penelitian deskripsi kuantitatif memiliki artian dimana suatu perancangan berfokus pada pertanyaan “apa” dan “bagaimana” dan mengacu pada pengidentifikasian hal pembeda ataupun karakteristik pada suatu sekelompok obyek. (Silalahi, 2015)

Pengumpulan Data Primer

- a. Metode *In-Depth Interview* yang dilakukan kepada pemilik industri UMKM Dwi Jaya Abadi, dosen pembimbing, dan calon konsumen.
- b. Metode Observasi, studi lapangan kondisi

industri UMKM Dwi Jaya Abadi guna mengetahui kapasitas produksi untuk dijadikan patokan batasan desain.

Pengumpulan Data Sekunder

Data sekunder diperoleh melalui metode Studi Literatur, yang didapat melalui jurnal, artikel, dan *website* yang mencakup materi dan teori yang relevan.

TINJAUAN DATA

UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah)

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan usaha yang berperan penting dalam keberlangsungan perekonomian Indonesia. Hal ini dilihat baik dari banyaknya lapangan kerja yang tersedia maupun dari banyaknya jumlah usahanya. (Rudjito, 2003).

Berikut adalah pengertian dari Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah berdasarkan UU No. 20 Tahun 2008 pada Bab I pasal 1 yang memuat tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM):

- a. Usaha Mikro merupakan usaha produktif yang dimiliki oleh perseorangan dan/ atau badan usaha perorangan yang telah memenuhi kriteria Usaha Mikro.
- b. Usaha Kecil merupakan usaha produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh perseorangan atau badan usaha yang bukan berupa anak perusahaan atau bukan merupakan cabang perusahaan yang dikuasai, dimiliki, atau menjadi bagian langsung atau tidak langsung dari Usaha Menengah

atau Usaha Besar yang memenuhi kriteria Usaha Kecil.

- c. Usaha Menengah merupakan usaha produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh perseorangan atau badan usaha yang bukan berupa anak perusahaan atau bukan merupakan cabang perusahaan yang dikuasai, dimiliki, atau menjadi bagian langsung atau tidak langsung dari Usaha Kecil atau Usaha Besar, dengan total omset bersih atau hasil penjualan tahunan.

Desain Produk

Desain produk merupakan kesatuan dari unsur-unsur yang terkandung dalam suatu produk yang dapat menciptakan bentuk produk yang menarik, memiliki daya tarik tersendiri, dan mampu menjadi pembeda dengan produk pesaing. Kotler (2000) mengatakan bahwa desain produk adalah sebuah bentuk totalitas atas keistimewaan suatu produk yang dapat mempengaruhi penampilan dan fungsi produk tersebut yang dapat memenuhi kebutuhan pelanggan. (Kotler P. , Jakarta)

Desain produk memiliki peran penting dalam aktivitas pemasaran sebagai daya tarik produk tersebut. Desain mampu membentuk citra pada suatu produk dan menjadikannya ciri khas produk tersebut, juga sebagai pembeda dari produk pesaing. Desain produk juga kerap menjadi fokus perhatian konsumen saat evaluasi produk dilakukan. Desain yang menarik akan memberi nilai yang lebih terhadap produk tersebut dan akan meningkatkan minat beli konsumen. (Kotler P. d., 2001)

Produk Tas

Menurut (Yunita, 2009), tas terbagi menjadi beberapa jenis, yaitu:

a. *Clutch Bag*

Clutch bag adalah tas tanpa tali, yang memang dirancang untuk hanya dipegang oleh tangan. Tas ini biasanya digunakan sebagai tas pelengkap pada pesta/acara formal.



Gambar 1. *Clutch Bag*. Sumber: <https://www.pinterest.es/pin/803681495992263033/>

b. *Satchel Bag*

Satchel bag memiliki tali penghubung antara tutup tas dengan badan tas, yang bertujuan untuk menjaga tas agar selalu tertutup. Pada jaman dulu, tas ini digunakan untuk para pelajar. Namun, seiring berkembangnya fashion, satchel bag tidak lagi hanya digunakan untuk tas pelajar, namun juga digunakan menjadi tas fashion.



Gambar 2. <https://www.ubuy.co.id/en/product/3EM4QG-mens-messenger-bag-15-6-inch-waterproof-vintage-genuine-leather-waxed-canvas-briefcase-large-satchel>

c. Hobo Bag

Menurut sejarah, hobo bag terinspirasi dari tas para tunawisma yang membentuk kantung, dan memiliki desain melengkung. Pada umumnya, tas ini memiliki ukuran yang cukup besar, sehingga dapat dibawa di bahu dengan nyaman.



Gambar 3. *Hobo Bag.*

Sumber: <https://www.zalora.co.id/banana-republic-leather-hobo-bag-grey-2699237.html>)

d. Field Bag

Pada jaman dahulu, *field bag* merupakan satu-satunya tas yang paling sering digunakan di medan perang. Saat ini, fungsinya telah beralih sebagai tas fashion multifungsi untuk berkegiatan.



Gambar 4. *Field Bag.*

Sumber: memudahkan pengguna dalam membawanya.

e. Baguette Bag

Baguette bag memiliki bentuk yang hampir mirip dengan clutch bag, namun, pada baguette bag terdapat tali yang dapat memudahkan pengguna dalam membawanya.



Gambar 5. *Baguette Bag.*

Sumber: <https://www.decadentcopenhagen.com/products/cardi-big-baguette-bag>

Material Kulit

Material kulit memiliki karakter yang khas dengan strukturnya yang kuat dan fleksibel. Struktur kulit hewan terdiri dari jaringan-jaringan pengikat antar lapisan kulit. Pada umumnya, kulit hewan terdiri dari tiga lapisan utama yaitu lapisan *epidermis*, *corium (dermis)*, dan *subcutis (hypodermis)*. Ketiga lapisan tersebut perlu iolah dengan baik melalui proses penyamakan, agar terbentuk kualitas kulit yang bagus, tidak mudah busuk, dan tekstur yang beragam. (Arif, 2011).

Jenis Kulit Sapi untuk Kerajinan Kulit

Kulit sapi memiliki beberapa jenis sesuai dengan karakter dan tekstur hasil samakannya, diantaranya adalah:

- *Pull Up Leather*

Kulit *pull up* adalah kulit sapi yang diproses

dengan penambahan bahan kimia sehingga menghasilkan lapisan kulit yang ringan dan berwarna pudar saat ditarik atau ditekan. Kulit *pull up* menggunakan minyak sebagai material *finishing*nya, sehingga pada hasil samak, kulit *pull up* nampak mengkilap.



Gambar 6. Pull Up Leather. Sumber: <https://www.indiamart.com/proddetail/pull-up-leather-15359664388.html>

Full Grain Leather

Kulit *full grain* atau biasa disebut dengan *finishing leather*, merupakan material kulit yang berkualitas bagus dengan perlakuan *finishing* ringan, yaitu dengan penambahan anilin yang dapat mempercantik hasil samak dari kulit *full grain*.



Gambar 7. Full Grain Leather. Sumber: <https://www.beaufortleather.com/full-grain-leather>

Suede Leather

Suede leather adalah kulit yang berasal dari proses penyamakan kulit krom dan dengan pembelahan pada bagian dalam atau

tengah kulit. Setelah dilakukan pembelahan, kulit *suede* diberi pewarna sesuai dengan permintaan pasar. Bahan *suede* memiliki karakteristik yang halus, lembut, dan elegan.



Gambar 8. Suede Leather. Sumber: <https://tandyleather.com/products/premium-suede-splits>

Mill Leather

Mill leather adalah kulit yang diproses menggunakan alat semacam drum yang diputar dengan kecepatan tinggi tanpa adanya penambahan air. Proses penyamakan ini menghasilkan karakteristik kulit yang berkerut sehingga meninggalkan kesan unik pada permukaan kulit. Pada proses *finishing*, dapat dilakukan *emboss* untuk mempertegas kerutan kulit, atau bisa dilakukan tanpa *emboss* sama sekali.



Gambar 9. Suede Leather. Sumber: <https://www.tokopedia.com/tokokulit13/kulit-sapi-mill-hitam-tas-kulit-leather-tool>

Nubuck Leather

Nubuck Leather merupakan kulit yang disamak melalui proses krom yang digosokkan pada permukaan kulit, sehingga menghasilkan tekstur kulit yang berbulu dan lembut.



Gambar 10. Nubuck Leather. Sumber: <https://aleta.id/nubuck-leather/>Sumber: <https://talaleather.com/7-jenis-kulit-sapi-untuk-kerajinan-kulit/> (Kulitalaku, 2018)

Ergonomi Tas

Menurut *Consumer Product Safety Commission* Amerika Serikat, sekitar dua puluh dua ribu orang mengalami kaku pinggang, keseleo, dislokasi otot dan tulang, hingga patah tulang punggung. Hal ini disebabkan oleh kesalahan pemilihan desain tas, atau kesalahan dalam penggunaan tas. Tas yang memiliki beban berlebih memiliki dampak buruk pada postur tubuh dan kesehatan otot.

Rekomendasi penggunaan tas yang aman bagi kesehatan otot dan tulang adalah memiliki berat yang tidak lebih dari 15% berat badan pengguna, dan beban tas tidak lebih dari 25 kilogram. Beberapa tas juga didesain hanya untuk kebutuhan tertentu saja. Maka dari itu, dalam perancangan tas harus memperhatikan ukuran tubuh manusia sesuai dengan data antropometri rata-rata. (D Dhanna Abdypraya Kencana, 2019)

Aspek Warna

Menurut International Design School (IDS, 2021), warna memiliki pengaruh terhadap produk yang dirancang. Di bawah ini adalah penjelasan tentang psikologi warna-warna, yaitu:

- Merah
Warna merah menyimbolkan agresivitas, keberanian, gairah, dan kekuatan. Seseorang yang mengenakan warna merah memiliki aura yang berani dan elegan.
- Kuning
Menyimbolkan kehangatan, rasa semangat, dan optimisme. Seseorang yang mengenakan warna kuning memiliki daya tarik yang terbuka dan hangat.
- Biru
Menyimbolkan ketenangan, profesionalitas, dan kekuatan. Warna biru biasanya dipadukan dengan fashion berwarna netral seperti putih agar terlihat seimbang.
- Hijau
Menyimbolkan keseimbangan pikiran, dan relaksasi. Warna hijau memberikan kesan tenang dan natural bagi para penggunanya.
- Hitam
Kerap memiliki konotasi negatif seperti kesan suram dan gelap. Akan tetapi, dibandingkan konotasi negatifnya, warna hitam menjadi warna yang dapat menimbulkan kesan elegan bagi pemakainya.
- Putih
Menyimbolkan kebebasan dan keterbukaan. Pengguna warna putih memiliki kesan pribadi yang terbuka dan ramah.

- Cokelat
Menyimbolkan kenyamanan, hangat, modern, dan mahal. Konotasi mahal dapat terbentuk karena warna cokelat pada tas biasanya berasal dari bahan *fine leather*.

HASIL PENGGALIAN DATA

Data dan Hasil Wawancara

Tabel 1. Responden Wawancara

| Responden | Keterangan |
|------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Responden 1 | Nama: Nuryono Usia: 60 tahun Pekerjaan: Pemilik UMKM Dwi Jaya Abadi |
| Pertanyaan | Jawaban |
| Apakah produk yang paling diminati oleh konsumen? | Produk-produk tas wanita, tas pria, dompet, ikat pinggang, topi kulit, dan sepatu. |
| Bagaimana tahapan proses produksi untuk sebuah produk tas? | Tahapan pertama yang dilakukan adalah pembuatan desain dan pola, kemudian pemotongan bahan, perakitan pola, lalu quality check dan pendistribusian produk. |
| Siapakah konsumen yang menjadi target pasar UMKM Dwi Jaya Abadi? | Konsumen yang menjadi target pasar UMKM Dwi Jaya Abadi adalah orang dewasa berusia 35-50 tahun. |

| | |
|------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Apa saja material yang digunakan dalam proses produksi? | Kulit sapi adalah material yang dominan digunakan dalam proses produksi, ada juga material kulit imitasi sebagai material sekunder. |
| Dimana UMKM Dwi Jaya Abadi memasok material-material tersebut? | Pada bahan kulit sapi, UMKM Dwi Jaya Abadi memasok materialnya dari produsen lokal, yang biasanya diambil dari Surabaya dan Tulungagung. |
| Media apakah yang digunakan oleh UMKM Dwi Jaya Abadi untuk mempromosikan usahanya? | UMKM Dwi Jaya Abadi mempromosikan usahanya melalui <i>e-commerce</i> dan <i>website</i> , dan juga melalui <i>offline retail</i> dengan mendistribusikan produknya ke Sentra Tanggulangin. |

Sintesis Hasil Wawancara

Setelah wawancara dilakukan, didapatkan hasil sintesis sebagai berikut:

- Produk tas dan dompet pria dan wanita merupakan produk yang paling laku di pasaran, disusul dengan produk aksesoris seperti topi dan ikat pinggang.
- Proses produksi meliputi pembuatan desain dan pola, pemotongan bahan, perakitan pola, quality check dan pendistribusian produk.
- UMKM Dwi Jaya Abadi memiliki konsumen dengan rata-rata usia 35-50 tahun.
- Kulit sapi dan kulit imitasi (PU) adalah material yang digunakan dalam memproduksi tas.
- UMKM Dwi Jaya Abadi memasok materialnya dari produsen lokal, yang biasanya diambil

dari Surabaya dan Tulungagung.
 f. UMKM Dwi Jaya Abadi mempromosikan usahanya melalui *offline* dan *online retail*.

Alamat : Jl. Raya Kludan No.18A Banjar Asri Tanggulangin, Sidoarjo, Jawa Timur, Kludan, Kec. Tanggulangin, Kabupaten Sidoarjo, Jawa Timur 61272

Observasi Industri UMKM Dwi Jaya Abadi

Observasi yang dilakukan adalah mengunjungi pusat industri UMKM Dwi Jaya Abadi.

Waktu : 13.00 – 15.00 WIB

Hari : Sabtu, 14 Agustus 2021 Lokasi :
 UMKM Dwi Jaya Abadi

Narasumber : Nuryono (pemilik UMKM Dwi Jaya Abadi)

Tabel 2. Observasi Industri UMKM Dwi Jaya Abadi

| Foto | Keterangan |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  <p>Gambar 11. Observasi lokasi industri UMKM Dwi Jaya Abadi (1)</p> | <p>Pekerja industri sedang menyortir potongan material yang layak diproses atau tidak.</p> |
|  <p>Gambar 12. Observasi lokasi industri UMKM Dwi Jaya Abadi (2)</p> | <p>Pekerja industri sedang memotong pola pada kulit, yang kemudian akan di-assembly menjadi sebuah bentuk produk utuh.</p> |
|  <p>Gambar 13. Observasi lokasi industri UMKM Dwi Jaya Abadi (3)</p> | <p>Pekerja industri sedang melakukan proses perakitan (<i>assembly</i>) terhadap potongan pola.</p> |

| | |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------|
|  <p>Gambar 14. Observasi produk eksisting pada UMKM Dwi Jaya Abadi (1)</p> | <p>Berikut adalah produk tas pria yang pernah diproduksi dan diperjualbelikan.</p> |
|  <p>Gambar 15. Observasi produk eksisting pada UMKM Dwi Jaya Abadi (2)</p> | <p>Berikut adalah produk tas wanita yang pernah diproduksi dan diperjualbelikan.</p> |
|  <p>Gambar 16. Observasi produk eksisting pada UMKM Dwi Jaya Abadi (3)</p> | <p>Berikut adalah produk dompet yang pernah diproduksi dan diperjualbelikan.</p> |

Sintesis Hasil Observasi Industri UMKM Dwi Jaya Abadi

Berikut adalah sintesis hasil observasi secara keseluruhan:

- a. Semua proses produksi dikerjakan menggunakan tangan (*handmade*) oleh para pekerja industri.
- b. Terdapat pembagian kerja meliputi penyortiran bahan, pemotongan material, dan proses *assembly*.
- c. Produk yang dihasilkan masih mengadaptasi dari bentuk merk-merk ternama, sehingga belum terbentuk suatu hal yang otentik dari UMKM ini.

Observasi Tren Tas

Tabel 3. Observasi Tren Tas

| Nama | Gambar |
|-----------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Ransel mini |  <p>Gambar 17. Ransel mini (sumber: https://www.galadiva.com/12- model-tas-wanita-terbaru-yang-sedang-tren-sepanjang-2020)</p> |
| Messenger bag |  <p>Gambar 18. Messenger bag (sumber: https://www.galadiva.com/12- model-tas-wanita-terbaru-yang-sedang-tren-sepanjang-2020)</p> |
| Drawstring bucket bag |  <p>Gambar 19. Drawstring bucket bag (sumber: https://www.galadiva.com/12- model-tas-wanita-terbaru-yang-sedang-tren-sepanjang-2020)</p> |

Sintesis Hasil Observasi Tren Tas

- Ransel jaman sekarang telah cukup beralih fungsi, yang tadinya berukuran besar dan berguna untuk menyimpan barang bawaan yang banyak, kini telah mengalami transformasi bentuk menjadi lebih kecil, dan beralih fungsi menjadi pembawa barang bawaan yang kecil dan ringan.
- Messenger bag memiliki desain yang timeless dan klasik. Biasanya, tas model ini berbahan kulit sehingga cukup kokoh untuk menampung banyak barang. Namun, padajaman sekarang, materialnya tidak sebatas kulit, namun juga sering menggunakan material tekstil lainnya, seperti parasut, katun, dan lain-lain.
- Drawstring bucket bag identik dengan ornamen tali yang dapat diserut, yang berfungsi sebagai penutup tas. Biasanya, model drawstring seperti ini digunakan untuk tas olahraga, namun, penggunaan drawstring sebagai tas selempang menjadi tren saat ini.

ASPEK DESAIN

Aspek Pengguna

Tas yang akan dirancang memiliki beberapa aspek pengguna sebagai berikut:

1. Pengguna langsung (*direct user*)
 - a. Jenis Kelamin : Laki-laki dan perempuan
 - b. Usia : 20-25 tahun
 - c. Pekerjaan : Tidak dibatasi
 - d. Peran : Seseorang yang membawa banyak barang bawaan saat beraktivitas (bepergian/bekerja/kuliah)

- e. Kelas ekonomi : Menengah ke atas
2. Pengguna tidak langsung (*indirect user*)
- a. Jenis Kelamin : Laki-laki dan perempuan
- b. Usia : > 19 tahun
- c. Pekerjaan : Tidak dibatasi
- d. Peran : Kerabat dari pengguna langsung, pemberi kado
- e. Kelas ekonomi : Menengah ke atas

Aspek Fungsi

Seluruh produk pasti memiliki aspek fungsi yang dapat menjadi nilai jual dan dapat memenuhi kebutuhan sang pengguna. Tas yang dirancang memiliki beberapa aspek fungsi sebagai berikut:

1. Fungsi Primer
Sebagai produk yang berfungsi untuk menampung dan menyimpan barang bawaan seseorang ketika sedang beraktivitas di luar rumah.
2. Fungsi Sekunder
Sebagai produk yang dapat menunjang penampilan, gaya hidup, dan *image* seseorang yang menggunakannya.
3. Fungsi Positif
Sebagai produk yang dapat menampung dan menyimpan barang bawaan seseorang ketika sedang beraktivitas di luar rumah.
4. Fungsi Negatif
Sebagai produk yang tidak digunakan sesuai dengan fungsi yang semestinya, seperti alas duduk, bantal kepala, dan lain-lain.

Aspek Keamanan

Aspek keamanan yang perlu diperhatikan dalam

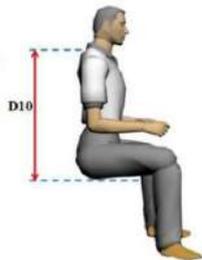
penggunaan produk tas yang akan dirancang meliputi:

1. Penggunaan ukuran tali dan badan tas yang sesuai dengan antropometri target pengguna, sehingga produk tas dapat digunakan dengan aman dan nyaman.
2. Kekuatan dan ketahanan material dalam menahan beban, baik itu beban dari barang-barang yang dibawa di dalam tas, maupun beban dari badan sang pengguna.
3. Keamanan material yang digunakan, seperti pemotongan material dan *seam pattern* yang rapi, sehingga meminimalisir kecelakaan dalam penggunaan produk seperti tergores atau terluka.
4. Keamanan penyimpanan barang, dengan cara memberi kunci untuk penutup tas, seperti resleting, *buckle*, atau tali serut, agar barang di dalam tas tidak mudah terjatuh dan hilang.

Aspek Antropometri

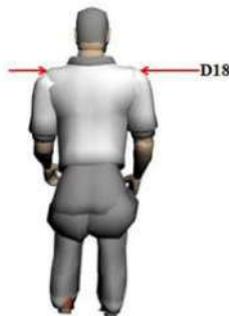
Pada perancangan produk tas ini dibutuhkan data antropometri laki-laki dan wanita dewasa berusia 20-25 tahun. Di bawah ini merupakan ukuran tubuh yang dipilih sebagai patokan ukuran pengguna. Pada perancangan kali ini, ukuran yang dipilih adalah persentil 50. Pemilihan ukuran ini didasari dari besaran tubuh pengguna terhadap produk tas yang akan dirancang.

1. Dimensi tinggi bahu (D10), sebagai ukuran panjang tali tas
Persentil 50th = 59.65 cm
Standar Deviasi = 6.27 cm



Gambar 20. Dimensi tinggi bahu (D10)
Sumber: <https://antropometriindonesia.org>

2. Dimensi lebar bahu bagian atas (D18), sebagai ukuran lebar tas Persentil 50th = 36.01 cm Standar Deviasi = 4.71 cm



Gambar 21. Dimensi lebar bahu bagian atas (D18)
Sumber: <https://antropometriindonesia.org>

3. Dimensi lebar tangan (D29), sebagai ukuran pegangan/*handle* tas
Persentil 50th = 10.24 cm
Standar Deviasi = 2.94 cm



Gambar 22. Dimensi lebar tangan (D29) Sumber: <https://antropometriindonesia.org>

Aspek Ergonomi

Pada tas yang akan dirancang, dibutuhkan aspek ergonomi yang dapat menunjang kenyamanan dan kemudahan saat menggunakannya. Berikut adalah beberapa hal dari aspek ergonomi yang perlu diperhatikan:

- Kemudahan pengguna saat mengenakan tas tersebut di badan. Hal ini diukur dari ukuran tas yang tidak terlalu panjang / pendek / sempit/longgar.
- Kemudahan pengguna saat mengeluarkan/ memasukkan barang di dalam tas. Hal ini diukur dari ukuran kompartemen yang harus sesuai dengan besaran tubuh sang pengguna.
- Kemudahan pengguna dalam perawatan dan penyimpanan produk. Hal ini diukur dari material yang digunakan, dan instruksi penyimpanan produk tersebut.
- Keamanan tas dalam menyimpan barang di dalamnya sehingga barang- barang yang ada tidak terjatuh/hilang. Hal ini dapat diatasi dengan pemberian resleting/*buckle*/ tali serut pada tas.
- Kekuatan dari material tas dalam menampung berat barang di dalamnya. Hal ini dapat diukur dari kualitas material yang digunakan dalam proses produksi tas.

Aspek Tata Letak

Pengguna tas berukuran besar kerap susah mengordinir barang-barang yang berada di dalam tas karena kurangnya kompartemen pada tas tersebut, sehingga barang-barang dalam tas

mudah tercampur. Hal ini dapat menimbulkan ketidaknyamanan dalam mengakses barang-barang yang ada di dalam tas, karena seseorang perlu merogoh tas dalam waktu yang lama untuk mencari barang yang diperlukan. Maka dari itu, dibutuhkannya sebuah tas yang memiliki jumlah kompartemen yang memadai. Jenis-jenis kompartemen berdasarkan fungsinya yang dapat dijadikan acuan dalam pembuatan tas adalah:

1. Kompartemen kecil: untuk menyimpan barang-barang kecil yang mudah hilang, seperti pulpen, koin, jepit, dll.
2. Kompartemen sedang: untuk menyimpan barang-barang berukuran standar, seperti buku, *pouch*, tablet, *powerbank*, dll.
3. Kompartemen tersembunyi: untuk menyimpan barang-barang berharga, seperti kunci kendaraan, *cardholder*, dompet, dll.
4. Kompartemen luar: berada di luar tas, sebagai penyimpanan barang-barang yang butuh akses cepat/disimpan sementara, seperti karcis parkir, nota belanja, dll.

Pada produk tas yang akan dirancang, aspek tata letak yang akan digunakan adalah slot penyimpanan untuk barang-barang dari berbagai ukuran. Pada bagian dalam tas akan dibagi menjadi bersekat yang akan diberi kantong-kantong berukuran besar, sedang, dan kecil, sehingga akan semakin banyak ruang penyimpanan di dalamnya. Bentuk tas yang dirancang juga akan memiliki konsep *foldable* yang memungkinkan pengguna untuk memperluas/mempersempit luas tas sesuai

dengan kebutuhan. Pada bagian luar tas juga akan diberi beberapa kantong sehingga pengguna dapat membawa barang yang cukup banyak, namun tetap terorganisir.

Gaya Desain

Gaya desain yang digunakan dalam perancangan produk tas ini adalah *vintage style*.

Produk yang menggunakan gaya desain *vintage style* memiliki karakteristik warna yang gelap dan cenderung netral, dan memiliki kesan kalem dan sederhana.



Gambar 23. Contoh produk tas bergaya desain *vintage style*. Sumber: <https://id.pinterest.com/pin/1006202741717009463/>

Aspek Estetika

Aspek estetika berhubungan dengan kesatuan dan keselarasan antara bentuk dan warna dalam produk. Prinsip estetika yang diterapkan adalah:

1. Keseimbangan dalam hal bentuk dan warna yang akan diterapkan pada sisi kanan dan kiri produk.
2. Kesatuan pada produk tas yang terlihat dari perpaduan bentuk dan warna.

Aspek Warna

Tabel 4. Aspek Warna

| | | |
|----|------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------|
| 1. |  | Warna dasar pada tas dan motif tas |
| 2. |  | Warna dasar pada tas dan motif tas |
| 3. |  | Warna dasar pada tas dan motif tas |

Image Chart



Gambar 24. Image Chart

Pada *image chart*, foto-foto produk eksisting dikategorikan sesuai dengan kriteria pada konsep desain. Dalam perancangan tas ini,

sumbu yang diambil sebagai acuan desain adalah *vintage* dengan *modern* sebagai sumbu Y, dan *spacious* dengan *small* sebagai sumbu X. Area yang dipilih sebagai acuan desain adalah kuadran *vintage* dan *spacious*. Tas yang akan dirancang akan memiliki karakteristik gaya desain yang *vintage* dan *spacious*.

Mood Board

Moodboard merupakan kumpulan beberapa gambar yang dapat mendefinisikan suasana/nuansa dari konsep desain yang akan diterapkan pada produk tas yang akan dirancang. Dalam perancangan produk ini, kata kunci yang diambil adalah "*warm, cozy and vintage*". Segala unsur yang terdapat pada *moodboard* ini nantinya akan diterapkan pada perancangan produk, sehingga dapat menimbulkan kesan yang sesuai dengan apa yang tertera pada *moodboard*.



Gambar 25. Mood Board

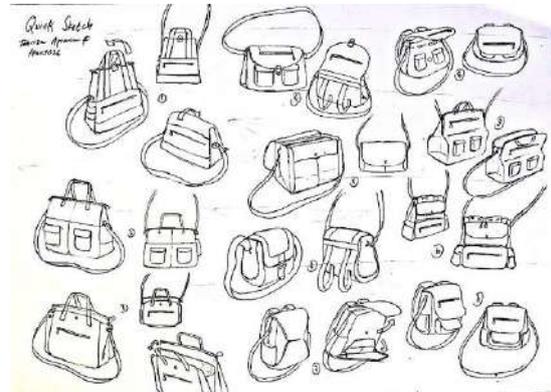
Deskripsi Produk

1. Nama Produk : Tas berkapasitas besar dari material olahan kulit sapi
2. Sebutan Produk : AKUSARA
3. Kelas kategori : 3
4. Fungsi produk : Penampung barang bawaan
5. Tujuan produk : Menampung barang bawaan seseorang saat bepergian
6. Pengguna :
 - a. Jenis Kelamin : Laki-laki dan perempuan
 - b. Usia : 20-25 tahun
 - c. Kegiatan : Beraktivitas di luar rumah dengan barang bawaan banyak
7. Keunggulan :
 - a. Produk tas merupakan tas multifungsi yang dapat dijadikan tas ransel maupun selempang
 - b. Menggunakan material kulit sapi asli sehingga dapat menghasilkan kualitas produk yang bagus dan tingkat keawetan yang tinggi.
 - c. Memiliki kapasitas yang luas sehingga mampu menampung barang bawaan yang banyak

TAHAP PERANCANGAN

Dalam perancangan produk ini, dalam mencapai desain akhir perlu melewati beberapa tahap yang terdiri dari: *quick sketch*, alternatif desain, pembobotan alternatif desain, studi model, final desain, *prototype* produk, dan foto produk.

Quick Sketch



Gambar 26. Quick Sketch

Alternatif Desain



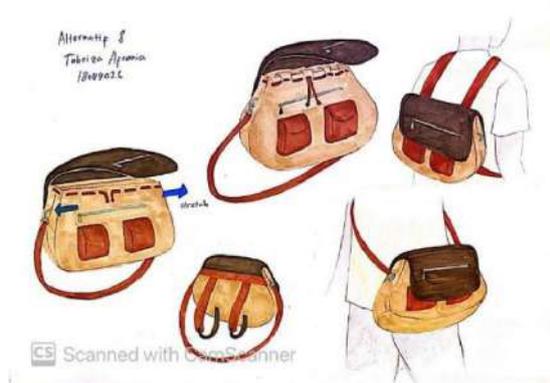
Gambar 27. Alternatif 1



Gambar 28. Alternatif 2



Gambar 29. Alternatif 3



Gambar 32. Alternatif 6



Gambar 30. Alternatif 4



Gambar 33. Alternatif 7



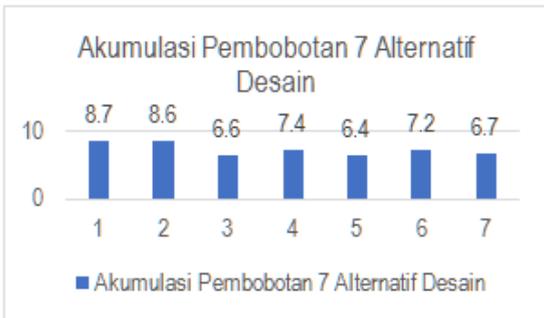
Gambar 31. Alternatif 5

Pembobotan Alternatif Desain

Tabel 5. Data Pembobotan Alternatif Desain

| Responden | Nama Responden | Usia | Keterangan |
|-------------|-----------------|------|--------------------------------|
| Responden 1 | Pak Nuryono | 62 | Pemilik CV. Dwi Jaya Abadi |
| Responden 2 | Nadia Salsabila | 25 | Alumni Mahasiswa Desain Produk |
| Responden 3 | Afra Zanidin | 38 | Pengrajin Tas dan Kulit |

Berdasarkan in-depth interview yang telah dilakukan kepada 3 responden, maka diperoleh 3 alternatif desain terpilih yaitu alternatif 1, alternatif 2, dan alternatif 4. Ketiga alternatif ini adalah alternatif desain yang akan dilanjutkan kepada tahap studi model.



Gambar 34. Diagram Pembobotan 7 Alternatif Desain

Studi Model

Dari keseluruhan 7 alternatif desain yang telah dilakukan pembobotan, maka terpilih 3 alternatif dsain yang akan dilanjutkan untuk dibuat studi model. Berikut ini adalah proses pembuatan studi model dengan perbandingan skala 1:2.

Tabel 6. Proses Pembuatan Studi Model

| | |
|-------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------|
|  | Menggambar pola di atas eva foam |
|  | Menggambar pola di atas eva foam |



Gambar 34. Proses Pembuatan Studi Model

Tabel 7. Hasil Studi Model

| Alternatif 1 | |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------|
| Tampak Depan | Tampak Samping |
|  |  |
| Alternatif 1 merupakan tas yang dirancang berupa model tas selempang, dengan <i>body</i> yang tinggi dan dapat dilipat, sehingga dapat menyesuaikan banyaknya barang bawaan sang pengguna. | |

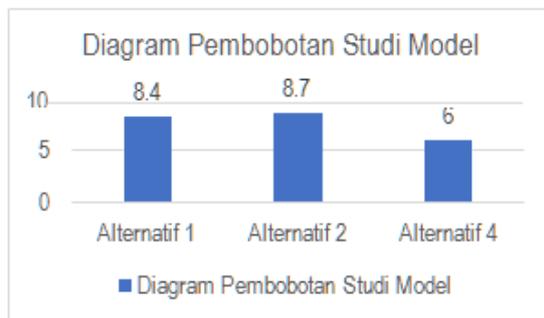
| Alternatif 2 | |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Tampak Depan  | Tampak Samping  |
| <p>Alternatif 2 merupakan tas yang dirancang dengan bentuk yang spacious, ditambah dengan penambahan kantong di bagian depan. Hal ini memudahkan pengguna yang membutuhkan tas berkapasitas luas untuk beraktivitas sehari-hari. Tas juga dapat digunakan sebagai tas selempang maupun tas jinjing.</p> | |
| Alternatif 4 | |
| Tampak Depan  | Tampak Samping  |
| <p>Alternatif 4 merupakan tas yang memiliki ruang penyimpanan yang banyak dengan pemberian kantong yang beragam. Bentuknya pun lebih timeless sehingga cocok digunakan dalam berbagai aktivitas. Tas ini juga memiliki dua fungsi yaitu sebagai tas ransel dan selempang.</p> | |

Gambar 35. Studi Model Alternatif 1

Pembobotan Studi Model

Berdasarkan *in-depth interview* yang telah dilakukan kepada 3 responden, maka langkah berikutnya akan dilakukan akumulasi poin tertinggi. 1 alternatif desain yang memiliki poin tertinggi adalah alternatif yang terbaik yang akan dilanjutkan ke tahap pembuatan prototype.

Berdasarkan *in-depth interview* yang telah dilakukan kepada 3 responden, dari ketiga alternatif, alternatif 2 memiliki skor tertinggi. Maka, alternatif inilah yang akan dilanjutkan kepada tahap prototype.



Gambar 36. Diagram Pembobotan Studi Model

Final Design

Setelah dilakukan wawancara dari 3 studi model dengan para ahli dan pemilik UMKM Dwi Jaya Abadi, maka terpilih satu desain studi model yang akan dilanjutkan kepada tahap *prototype*. Dari ketiga alternatif, alternatif 2 memiliki skor tertinggi. Maka, alternatif inilah yang akan dilanjutkan kepada tahap *prototype*. Berikut adalah gambar final desain dan gambar operasional dari alternatif desain 2.



Gambar 37. Gambar Final Desain



Gambar 38. Gambar Operasional Produk Prototype



Gambar 39. Tampak Isometri



Gambar 40. Tampak Depan



Gambar 41. Tampak Belakang

Pada *prototype* akhir, terdapat perubahan pada warna tas. Hal ini dikarenakan pada tahap pembuatan, *supplier* UMKM kehabisan bahan yang memiliki warna yang sesuai pada gambar.

KESIMPULAN

Semua masyarakat Indonesia kini sedang bahu-membahu dalam mempertahankan kondisi perekonomian yang terdampak oleh pandemi Covid-19. Sektor usaha UMKM pun terus memutar otak untuk bertahan di tengah krisis ekonomi. Pendapatan yang tidak stabil bahkan kian menurun dapat disebabkan oleh banyak faktor, salah satunya adalah faktor produk yang kurang menjual. Maka dari itu, dicarilah solusi perancangan produk tas yang merupakan bentuk perbaikan dari produk-produk tas sebelumnya. Hal ini bertujuan untuk memberi peluang UMKM Dwi Jaya Abadi supaya dapat memperluas skala pasar mereka, dengan menjual produk yang memiliki desain *timeless* dan sesuai dengan target pasar yang dituju (remaja dan millennial). Selain itu, dalam perancangan produk ini juga menggunakan material kulit sapi samak, yang merupakan material berpotensi dan merupakan ciri khas dari produk-produk UMKM Dwi Jaya

Abadi, sehingga keotentikan dari produk mereka tetap akan terjaga.

Hasil dari perancangan ini yaitu sebuah tas selempang berbahan kulit. Dari segi estetika, perancang berorientasi pada gaya desain *vintage*, yang merupakan gaya desain yang sedang digandrungi oleh remaja dan millennial. Tas yang dirancang juga memiliki nilai fungsi lebih yaitu tas yang berkapasitas besar, sehingga dapat memuat banyak barang.

DAFTAR PUSTAKA

- Amri, A. (2020). Dampak Covid-19 Terhadap UMKM di Indonesia. *Jurnal Brand 2* (1).
- Arif, D. (2011, Maret 18). *Scribd*. Diambil kembali dari Scribd: <http://www.scribd.com/doc/33507735/T-ANNIN>
- Bachriansyah, R. A. (2011). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Daya Tarik Iklan dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Konsumen pada Produk Ponsel Nokia (Studi Kasus pada Masyarakat Kota Semarang). *Skripsi Universitas Diponegoro*.
- D Dhanna Abdypraya Kencana, Y. H. (2019). PERANCANGAN TAS BACKPACK UNTUK KEBUTUHAN PENGGUNA SEPEDA. *e-Proceeding of Art & Design : Vol.6, No.1*, 594-595.
- Dodds, W. B. (1991). Effects of Price, Brand, and Store Information on Buyers' Products valuation. *Journal of Marketing Research* 28 (3), 307-319.
- Feni Dwi Anggraeni, I. H. (t.thn.). PENGEMBANGAN USAHA MIKRO, KECIL, DAN MENENGAH (UMKM) MELALUI FASILITASI PIHAK EKSTERNAL DAN POTENSI INTERNAL. *Jurnal Administrasi Publik (JAP) Vol. 1, No. 6*, 1286-1295.
- Gunarso, S. (1985). *Psikologi Remaja*. Jakarta: Andi Offset.
- IDS. (2021, Februari 2). *Mengenal Psikologi Warna dalam Desain*. Diambil kembali dari International Design School: <https://idseducation.com/mengenal-psikologi-warna-dalam-desain/>
- Judoamidjojo, M. (1984). *Teknik Penyamakan Kulit untuk Pedesaan*. Bandung: Bandung Angkasa.
- Kotler, P. d. (2001). *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi Kedelapan*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. (Jakarta). *Prinsip-Prinsip Pemasaran Manajemen*. 2000: Prenhalindo.
- Kulitalaku. (2018, Desember 5). *Tala Leather*. Diambil kembali dari talaleather.com: <https://talaleather.com/7-jenis-kulit-sapi-untuk-kerajinan-kulit/>
- Marcelina, R. (2011). Eksplorasi Kulit Sapi dan Ragam Hias Dayak dengan Teknik Laser Cutting dan Laser Engraving untuk Aksesoris Fashion. *Jurnal Tingkat Sarjana Bidang Seni Rupa dan Desain*, 1.
- Rudjito. (2003). Strategi Pengembangan UMKM Berbasis Strategi Bisnis. *Seminar Peran Perbankan Dalam Memperkokoh Ketahanan Nasional*

- Kerjasama Lemhanas RI Dengan BRI.*
- Siang, Y. (2009). What is Design Thinking? *The Interaction Design Foundation*.
- Silalahi, U. (2015). *Metode Penelitian Sosial Kualitatif*. Bandung: PT. Refika Aditama.
- Susanto, A. (2013). Pengaruh Promosi, Harga, dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian pada Batik Tulis Karangmlati Demak. *Skripsi Universitas Negeri Semarang*.
- Ulber, S. (2015). *Metode Penelitian Sosial Kualitatif*. Bandung: PT. Refika Aditama.
- Yunita, A. (2009, Desember 21). *12 Jenis Tas Wanita*. Diambil kembali dari Fimela: <https://www.fimela.com/beauty/read/3700408/12-jenis-tas-wanita>