

## **EXPLORATION OF LANTUNG WOOD LEATHER WITH DESIGN THINKING METHOD FOR PRODUCT DEVELOPMENT OF LANTUNG BENGKULU MSMEs**

### **EKSPLORASI KULIT KAYU LANTUNG DENGAN METODE *DESIGN THINKING* UNTUK PENGEMBANGAN PRODUK UMKM LANTUNG BENGKULU**

**Mochammad Charis Hidayatullah<sup>1\*</sup>, Eka Legya Frannita<sup>1</sup>, Yuafni<sup>1</sup>, Sugiyanto<sup>1</sup>, Naimah Putri<sup>2</sup>, Fauzi Ashari<sup>2</sup>, Latifah Listyalina<sup>3</sup>, Wahyu Ratnaningsih<sup>3</sup>**

<sup>1</sup>Department of Leather Product Processing Technology, Politeknik ATK Yogyakarta, Yogyakarta, Indonesia

<sup>2</sup>Department of Leather Processing Technology, Politeknik ATK Yogyakarta, Yogyakarta, Indonesia

<sup>3</sup>Department of Plastic and Rubber Processing Technology, Politeknik ATK Yogyakarta, Yogyakarta, Indonesia

\*Corresponding author: charis@atk.ac.id

#### **Abstract:**

Indonesia is one of the countries that have contributed to the apparel, leather, and textile industry in the international market. Not only that, but Indonesian MSME handicrafts are also one of the commodities that can increase the country's foreign exchange, one of which is the lantung bark craft from Bengkulu. However, the creative industry is constantly facing competition with the entry of cheap products from China that get easy access with the increasing e-commerce technology. Providing value for the Lantung Bengkulu MSME products to compete locally and globally, one of the steps is to apply the Design Thinking Method and take the distinctive character of the stylized Serawai Tribe Weaving in the exploration process. The results of this study have obtained data that 47 Bengkulu women consumers as much as 89.4% like the results of the re-design and exploration of lantung shoes that have been designed. In determining the selling price of MSME Lantung Bengkulu should also set a price range of Rp. 110.000 to Rp. 500.000 because it corresponds to the purchasing power of female consumers in Bengkulu. The results of this study directly contribute to providing product value to the typical Bengkulu Lantung MSMEs. The Design Thinking method has been successfully increasing the value of the Lantung Bengkulu MSME products, this method can be applied to similar research to develop local MSMEs in Indonesia.

**Keywords:** lantung, women's footwear, design thinking method, craft, Bengkulu MSMEs

#### **Intisari:**

Indonesia merupakan salah satu negara yang memiliki kontribusi terhadap Industri apparel, kulit dan tekstil pada pasar internasional. Tak hanya itu, kerajinan UMKM Indonesia juga merupakan salah satu komoditi yang bisa memberikan peningkatan devisa negara, salah satunya adalah kerajinan kulit kayu lantung Bengkulu. Namun, Industri kreatif tersebut secara terus-menerus

menghadapi persaingan dengan masuknya produk-produk murah dari Cina yang mendapatkan kemudahan akses dengan teknologi e-commerce yang semakin menjamur. Guna memberikan nilai produk UMKM Lantung Bengkulu agar dapat bersaing secara lokal maupun global, salah satu langkahnya adalah dengan mengaplikasikan Metode *Design Thinking* dan mengambil karakter khas berupa stilasi dari Tenun Suku Serawai pada proses eksplorasinya. Hasil penelitian ini telah didapatkan data bahwa 47 konsumen wanita Bengkulu sebanyak 89,4% menyukai hasil re-desain dan eksplorasi sepatu lantung yang telah dirancang. Dalam penetapan harga jual UMKM Lantung Bengkulu juga sebaiknya menetapkan rentang harga Rp. 110.000 hingga Rp. 500.000 karena sesuai dengan daya beli konsumen wanita di Bengkulu. Hasil penelitian ini secara langsung memberikan kontribusi dalam memberikan nilai produk pada UMKM Lantung khas Bengkulu. Metode *Design Thinking* telah berhasil dalam meningkatkan nilai produk UMKM Lantung Bengkulu, metode ini dapat diterapkan pada penelitian sejenis guna mengembangkan UMKM lokal yang ada di Indonesia.

**Kata kunci:** lantung, sepatu wanita, metode *design thinking*, kerajinan, UMKM bengkulu

## Pendahuluan

Indonesia merupakan salah satu negara yang memiliki kontribusi besar terhadap Industri apparel, kulit dan tekstil di kancah internasional [1]. Industri apparel dan tekstil memiliki kontribusi besar dalam menyumbangkan sekitar 3% pada GDP Indonesia, rasio tersebut akan terus berkembang dan bertumbuh seiring dengan meningkatnya permintaan pasar internasional terhadap komoditas industri apparel, kulit, dan tekstil dari Indonesia [2]. Tak hanya itu, McKinsey sendiri juga memproyeksikan bahwa GDP Indonesia pada tahun 2030 bisa mencapai 4 trilyun rupiah, potensi tersebut dapat tercapai jika ekspor dan penjualan produk apparel, tekstil, kulit dan alas kaki berada pada kondisi yang stabil [3]. Indonesia sendiri juga sangat bergantung pada peran Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah atau UMKM, posisi UMKM dalam perekonomian nasional cukup dominan karena memiliki potensi yang besar dalam memanfaatkan Sumber Daya Alam, padat karya, dan penyerapan tenaga kerja yang mana memiliki berkontribusi besar dalam Produk Domestik Bruto (PDB) di Indonesia [4].

Kerajinan di Indonesia merupakan salah satu komoditi yang dapat memberikan peningkatan terhadap devisa negara, salah satu kerajinan dan material yang cukup dikenal adalah kulit kayu lantung. Kulit kayu lantung merupakan salah satu potensi alam yang tumbuh subur di Indonesia terutama pada daerah Bengkulu, lantung sendiri merupakan pohon yang mudah tumbuh dan seiring dengan melimpahnya bahan baku lantung disana maka material tersebut banyak dijadikan sebagai produk pembuatan souvenir oleh masyarakat setempat [5]. Lantung dengan nama latin *Arthocarpus elasticus* merupakan jenis tanaman dari golongan nangka dan cempedak, batang lantung sendiri dapat cepat dipanen dengan ketinggian 4-5 meter [6]. Kulit batang lantung juga memiliki jenis serat selulosa yang mudah untuk diolah dalam produk kerajinan dan fashion [7].

Proses pengambilan kulit lantung terbilang cukup rumit, mulanya kulit kayu dipukul-pukul agar terkelupas, kemudian bagian tengah dipisahkan dari kulit luarnya dan diratakan, setelahnya juga harus dipukul-pukul hingga tipis menjadi lembaran seperti kertas lebar [5]. Tak hanya masyarakat Lampung saja, masyarakat lainnya didaerah di Indonesia seperti di Kalimantan Barat juga menggunakan lantung sebagai tali keranjang anyaman dan bahan dasar pakaian adat Dayak [8]. Masyarakat Indonesia sendiri juga sangat sering memanfaatkan Lantung menjadi produk fashion, kerajinan, hingga peralatan rumah tangga kedalam bentuk rompi, tas,

dompet, tudung saji, dan tempat tisu [8]. Berikut adalah hasil dokumentasi pribadi contoh produk lantung yang telah diproduksi oleh UMKM lantung di Bengkulu:



**Gambar 1.** Foto Produk Eksisting Sepatu Lantung Produksi UMKM Lantung di Bengkulu  
Sumber: Dokumentasi Pribadi

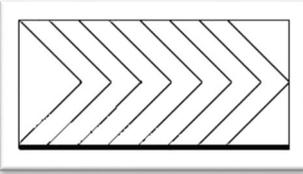
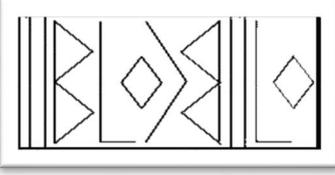
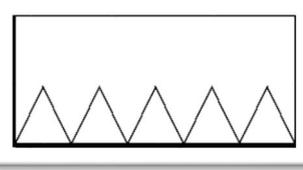
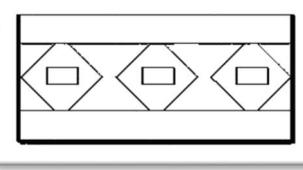
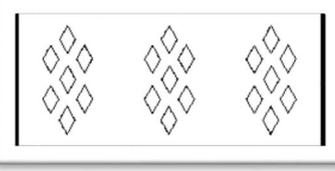
Namun ketika tahun 2015 industri kreatif tersebut secara terus-menerus menghadapi persaingan dengan masuknya produk-produk murah dari Cina karena kesepakatan ACFTA, produk Tiongkok tersebut bahkan mendapatkan pembebasan biaya masuk dan kemudahan akses dengan teknologi *e-commerce* yang menyebabkan produk Indonesia pun semakin tergerus keberadaannya [3]. Hasil data wawancara dengan penelitian sebelumnya terhadap UMKM produk kulit dan apparel menyatakan bahwa mereka mengalami penurunan pembelian oleh generasi muda, baik pada sektor produk kulit, kerajinan, batik, dan sebagainya [9]. Kedua hasil penelitian tersebut menjadi landasan untuk penelitian eksplorasi ini, lantung sendiri merupakan produk khas Indonesia yang tergerus oleh produk murah dari Cina, penggunaannya yang semakin berkurang harus segera dikembangkan secara desainnya agar dapat diterima kembali oleh pangsa pasar muda.

Disamping itu, pandemi Covid-19 pada 2020 juga memberikan dampak penurunan perekonomian khususnya bagi pelaku UMKM di Indonesia. Pusat Penelitian Ekonomi LIPI telah memprediksi bahwa sektor pariwisata terutama pada sektor UMKM di bidang kerajinan adalah sektor yang paling terkena dampaknya hingga sebesar 17,03% [10]. Jika kondisi ketidakstabilan ini dibiarkan begitu saja maka industri apparel, tekstil, kulit, kerajinan dan alas kaki dengan target tahun emas dengan pencapaian sebesar GDP 4 trilyun rupiah pada tahun 2030 akan tercapai kurang maksimal. Oleh karenanya, penelitian dalam produk kerajinan, apparel, tekstil, kulit dan alas kaki terutama dengan material kulit kayu lantung harus senantiasa dikembangkan lagi sehingga perekonomian Indonesia terutama studi kasus UMKM lantung Bengkulu dapat pulih dan berkembang dengan cepat di era *new normal*.

Masalah lainnya yang dihadapi oleh produk kerajinan kulit kayu lantung di Bengkulu adalah kurangnya memiliki karakter/nilai yang dapat memberikan esensi bahwa produk tersebut merupakan produk khas Provinsi Bengkulu. Sedangkan menurut Yuafni, ragam hias di Indonesia merupakan bagian yang tak terpisahkan dalam penerapan produk khas Indonesia, sentuhan ragam hias tidak hanya sebagai pelengkap saja melainkan juga dapat memberikan nilai produk, karakter, serta ciri khas yang kuat walaupun berbagai macam teknik penerapan [11]. Pada Provinsi Bengkulu ciri khas ragam hias dapat ditemukan pada Tenun Serawai yang mana merupakan salah satu warisan budaya provinsi Bengkulu yang memiliki keindahan pada bentuk,

motif, dan makna [12]. Menurut Mayyanti, Tenun Suku Serawai merupakan produk akulturasi yang telah berkembang sejak 2 hingga 4 Masehi melalui jalur perdagangan di Sumatra dengan negara Cina dan India [12]. Berikut adalah motif ragam hias dari Tenun Serawai yang digunakan sebagai acuan eksplorasinya dalam penelitian ini:

**Table 1.** Motif Ragam Hias Tenun Serawai Bengkulu

No.	Nama Ragam Hias dalam Tenun Serawai	Gambar Motif
1.	Seluang mudik	
2.	Kandung lawaiyan	
3.	Unak sebuku	
4.	Ular lidi	
5.	Mata punai kandung	
6.	Lengkenai naik	

Sumber: <https://prestylarasati.wordpress.com/2008/03/20/ragam-hias-bengkulu-part-1-ragam-hias-pada-tenunan-serawai-ragam-hias-pada-tabot/> [13].

Pengaplikasian ciri khas Bengkulu seperti motif Tenun Serawai dan kulit kayu lantung dalam penelitian ini diharapkan dapat memberikan dampak positif kepada UMKM lantung Bengkulu. Penambahan nilai produk khas Bengkulu ini tujuan akhirnya adalah memberikan kontribusi

dalam perkembangan industri apparel, tekstil, kulit, kerajinan dan alas kaki yang ada di provinsi tersebut. Harapan lainnya dari penelitian ini adalah UMKM lantung Bengkulu dapat berkontribusi juga dalam target emas perekonomian Indonesia tahun 2030. Tak hanya itu, eksplorasi guna meningkatkan nilai produk lantung ini juga diharapkan dapat memberikan dampak langsung pada UMKM lantung Bengkulu pada omset penjualan, sehingga nantinya penjualan kerajinan, fashion, dan tekstil dapat tercapai secara maksimal.

## **Metode Penelitian**

### ***Alat dan Bahan***

Pengeksplorasian material kulit kayu lantung dengan ciri khas Tenun Serawai khas Bengkulu membutuhkan berbagai peralatan dan bahan. Alat dan bahan yang dibutuhkan dalam penelitian ini antara lain sebagai berikut:

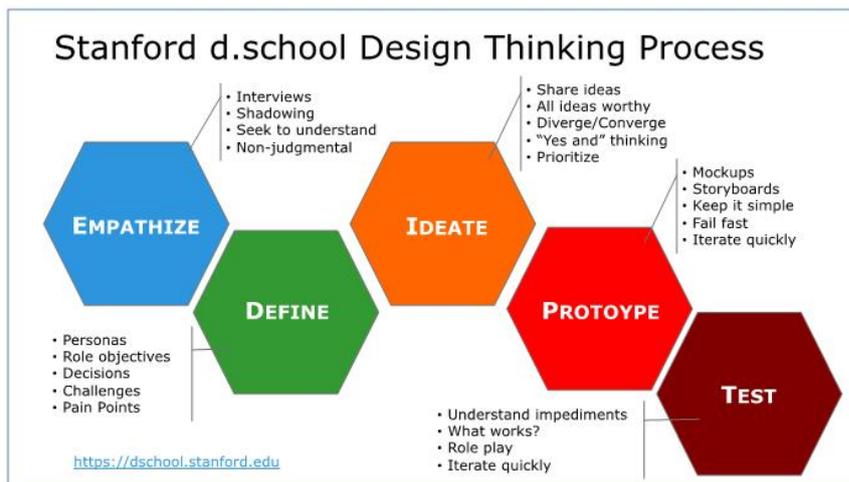
1. Alat Tulis
2. kertas ukuran A3 dengan ukuran 297 x 420 mm
3. Corel Draw & Photoshop
4. Cutting Mat
5. Cutter
6. Gunting
7. Penggaris
8. Printer
9. Shoelast Sepatu Wanita
10. Isolasi Kertas
11. Peralatan lainnya dalam pembuatan sepatu

Sedangkan bahan/material yang digunakan dalam penelitian eksplorasi material, desain, dan pembuatan prototipe produk, antara lain sebagai berikut:

1. Kulit Kayu Lantung
2. Kulit Balik/Suede dengan warna Natural
3. Aksesories Sepatu (Seperti: resleting, tali, manik-manik, dan aksesoris lainnya)

### ***Metode***

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan metode perancangan produk yakni *Design Thinking Methods*. *Design Thinking* pada penelitian produk dianggap telah memberikan hasil yang maksimal dan sesuai dengan selera pasar [14]. Metode *Design Thinking* merupakan sebuah metode dalam mencari solusi/*problem solving* yang inovatif dari fenomena yang ada [15]. Berikut adalah tahapan dalam proses penelitian dengan *Design Thinking Method*:



**Gambar 2.** Tahapan Penelitian dengan *Design Thinking Methods*  
Sumber: <http://www.theagileelephant.com/what-is-design-thinking/>[16]

Pada Tahap Pertama (*Empathize*), penelitian ini akan melakukan dengan metode kualitatif berupa wawancara 10 responden wanita Bengkulu dan menghasilkan analisis selera konsumen. Dari analisis selera konsumen tersebut akan ditarik analisis Tahap Kedua (*Define*) yang merupakan analisis positioning produk.

Pada Tahap Ketiga (*Ideate*), penelitian ini melakukan proses yang diantaranya adalah analisis moodboard konsep desain dan hasil berupa sketsa desain. Hasil sketsa tersebut akan diaplikasikan dengan metode eksperimen material kulit kayu lantung yang didesain dengan stilasi pecah pola dari ragam hias Tenun Serawai.

Pada Tahap Keempat (*Prototyping*), proses yang dilakukan adalah pembuatan *prototype/sample* sepatu wanita dengan material yang sesungguhnya dengan skala 1:1. Proses ini akan didapatkan hasil berupa *prototype* sepatu wanita.

Pada Tahap Kelima (*Testing*), penelitian yang dilakukan adalah dengan metode kuantitatif. Tujuan dilakukannya metode kuantitatif adalah untuk memperoleh data validasi kepuasan konsumen di Provinsi Bengkulu mengenai *prototype* sepatu wanita yang telah dihasilkan.

## Hasil dan Pembahasan

Eksplorasi kulit kayu lantung dengan metode *Design Thinking* guna meningkatkan nilai produk UMKM lantung Bengkulu akan dilakukan beberapa tahapan proses analisis. Berbagai proses analisis tersebut akan dibahas secara detail dan mendalam dalam 5 tahapan analisis, berikut adalah hasil dan pembahasannya:

### 1. Tahap *Empathize*

#### *Analisis Selera Konsumen*

Pada analisis konsumen ini dilakukan dengan proses wawancara dengan 10 wanita di Provinsi Bengkulu dengan rentang usia 16 hingga 24 tahun, 4 diantaranya memiliki pendidikan terakhir sarjana dan sedang bekerja, sedangkan 6 lainnya sedang menyenjam pendidikan sebagai mahasiswa. Penghasilan yang didapatkan dalam kurun waktu sebulan adalah sekitar Rp. 2.000.000 hingga Rp. 5.000.000. Dari proses wawancara target demografi tersebut telah diperoleh data mengenai analisis psikografi/AIO yang responden lakukan yang akan dijelaskan secara dalam pada tabel berikut:

Table 2. Analisis dan Target Konsumen Eksplorasi Sepatu Lantung

Demografi Konsumen		Psikografi Konsumen (AIO)			Keinginan dan Kebutuhan
		Activity	Interest	Opinion	
Usia	16-24 Tahun	Belajar, Berjalan, Kuliah, Bekerja, Berbelanja.	Berbelanja, Kenyamanan, Warna natural & pastel, Desain lucu.	Pemilih, Mudah Bosan, Peduli terhadap Trend.	Sepatu dengan desain yang feminin, lucu, dan unik. Harus Nyaman ketika dipakai. Suka warna yang natural, serta Harga yang terjangkau.
Jenis Kelamin	Wanita				
Pendidikan	Sarjana				
Pekerjaan	Mahasiswi dan Wanita Pekerja				
Penghasilan	Rp. 2.000.000. hingga Rp. 5.000.000.				

Sumber: Hasil Analisis

Hasil kesimpulan dari analisis target konsumen dengan wawancara diperoleh kesimpulan mengenai selera akan keinginan dan kebutuhan yang mana konsumen tersebut menginginkan sepatu dengan desain yang feminin, unik, dan lucu. Faktor yang perlu diperhatikan adalah faktor kenyamanan atau ergonomi produk. Mereka juga mengharapkan agar harga produk sepatu lantung cukup terjangkau untuk dibeli dan tidak terlalu mahal.

## 2. Tahap Define

### Analisis Positioning Produk

Positioning produk adalah strategi dalam Metode *Design Thinking* yang bertujuan untuk memposisikan produk untuk memperoleh kesesuaian antara konsep desain dengan keinginan dan kebutuhan dari target konsumen yang telah ditentukan. Pada analisis positioning produk, peneliti memfokuskan 4 gaya desain yang bersebrangan dan diantaranya adalah etnik dan kontemporer, serta kasual dan glamor. Berikut adalah analisis positioning produk yang dihasilkan:

Hasil kesimpulan dari analisis positioning produk untuk penelitian eksplorasi lantung yang tepat adalah dengan perpaduan gaya desain kasual dan etnik. Gaya desain kasual melingkupi keinginan dan kebutuhan konsumen akan desain sepatu yang nyaman untuk dikenakan. Sedangkan gaya desain etnik melingkupi keinginan dan kebutuhan konsumen akan desain sepatu yang feminin, lucu, dan unik. Nilai unik tersebut dapat diaplikasikan dalam bentuk etnik yang berciri khas dari stilasi Tenun Serawai Bengkulu, sehingga produk sepatu yang dihasilkan dapat memiliki nilai produk yang berkarakter Provinsi Bengkulu yang kuat.



**Gambar 3.** Positioning Produk Sepatu Lantung Wanita khas Bengkulu  
Sumber: Hasil Analisis

### 3. Tahap *Ideate*

#### Analisis Moodboard Konsep Desain

Analisis moodboard konsep desain pada Metode *Design Thinking* menggambarkan konsep keseluruhan yang terkolase dari bentuk desain, warna, material yang digunakan, serta gaya desain yang dijadikan acuan dalam proses perancangan produk. Proses analisis ini cukup penting karena moodboard konsep desain merupakan acuan untuk tahapan sketsa desain.

Pada proses moodboard, acuan keseluruhan yang dijadikan satu kesatuan konsep merupakan hasil dari analisis sebelumnya yakni analisis konsumen dan analisis positioning produk. Pada proses moodboard hasil inspirasi berupa material lantung Bengkulu, *colorscheme* natural, alas kaki yang berkarakter kasual dan etnik, proses pengekplorasian material, dan inspirasi stilasi yang akan diaplikasikan. Berikut adalah analisis moodboard konsep desain untuk produk lantung khas Bengkulu:



**Gambar 4.** Moodboard Konsep Desain Sepatu Lantung Wanita khas Bengkulu

Sumber: Hasil Analisis

Hasil kesimpulan dari analisis moodboard konsep desain telah ditentukan bahwa tema kasual dan etnik menjadi landasan dalam perancangan sketsa karena kesesuaiannya dengan selera konsumen, material yang digunakan adalah material kulit kayu lantung dan kulit suede dengan skema warna natural seperti warna nude, coklat muda, coklat tua, hijau daun, dan merah marun. Pada proses eksplorasi material akan dilakukan teknik potong dan jahit atau *cut & sew* yang mana kulit kayu lantung akan dipotong membentuk stilasi motif serawai dan digabungkan dan dijahit dengan kulit suede.

### **Sketsa Desain Sepatu**

Proses Metode *Design Thinking* tidak lengkap tanpa sketsa desain sebelum menjadi *prototype*. Pada proses sketsa ini desain terbagi menjadi 3 alternatif desain alas kaki wanita yang terdiri atas sepatu *pump*, sepatu *boots*, dan sepatu *flat*. Pada ketiga alternatif desain pengaplikasian eksplorasi lantung berada pada *Upper Quarter*, selebihnya material menggunakan material *suede*. Pada *Upper Quarter* eksplorasi kulit kayu lantung dengan stilasi motif Tenun Serawai yang geometris dari Motif Lengkenai Naik. Sedangkan aksesoris yang digunakan adalah dengan tassel dan manik-manik, berikut adalah sketsa desain sepatu yang telah didesain:



**Gambar 5.** Sketsa Desain Sepatu Wanita (*Pump, Boots, Flat*) dengan Stilasi Motif Tenun Serawai

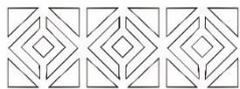
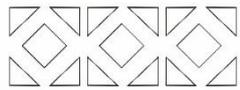
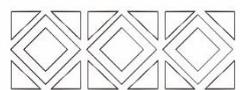
Sumber: Hasil Analisis

### **Eksplorasi Material Kulit Kayu Lantung**

Ragam hias Tenun Serawai secara estetika nampak seperti segitiga yang tertata secara berlawanan. Tenun Serawai Bengkulu pada dasar bentuknya terinspirasi dari alam baik flora dan fauna. Pada motif Lengkenai Naik ibarat seperti tumbuhan memanjat yang berfilosofikan bahwa "Kehidupan perlu adanya hiasan agar terlihat bahagia, seperti keberadaan anak-anak, kematangan kepribadian, bahkan harta kekayaan." Berikut adalah bentuk/pola desain yang dirancang dengan CorelDraw hingga mendapatkan yang sesuai dengan bentuk ragam hias Serawai:

**Table 3.** Eksplorasi Desain Motif Material Kayu Lantung

No.	Desain Stilasi Motif	Estetika Desain	Kemudahan Produksi	Kesesuaian dengan Serawai	Total Nilai
-----	----------------------	-----------------	--------------------	---------------------------	-------------

1.		5	4	4	13
2.		4	4	3	11
3.		5	4	3	12
4.		3	3	3	9
5.		4	4	4	12

Keterangan: 5 (Paling Sesuai), 4(Sesuai), 3(Cukup), 2 (Kurang Sesuai), 1(Tidak Sesuai)  
Sumber: Hasil Analisis

Hasil analisa stilasi motif Serawai yang tidak menghilangkan filosofinya, namun memiliki estetika, mudah untuk diproduksi untuk dipotong dan dijahit pada bagian Upper Quarter, dan bisa dengan mudah dalam pengaplikasian kulit kayu lantung adalah desain stilasi motif 1 dengan total nilai sebanyak 13 poin. Berikut adalah contoh pengaplikasiannya dengan kulit kayu lantung pada *Upper Quarter*:



**Gambar 6.** Eksplorasi Lantung dengan Desain Stilasi Motif Tenun Serawai  
Sumber: Hasil Analisis

#### **4. Tahap Prototyping**

##### **Prototype Produk Sepatu Lantung**

Pada tahapan ini proses yang dilakukan adalah pembuatan pola, *cutting materials* (suede dan lantung), *skiving*, *stitching*, hingga *assembling*. Berikut adalah hasil 3 *prototype* sepatu wanita dengan eksplorasi lantung yang dihasilkan dari tahap *prototyping*:



**Gambar 7.** *Prototype Sepatu Flat Wanita dengan Eksplorasi Lantung dan Stilasi Motif Serawai*  
Sumber: Dokumentasi Pribadi



**Gambar 8.** *Prototype Sepatu Boots Wanita dengan Eksplorasi Lantung dan Stilasi Motif Serawai*  
Sumber: Dokumentasi Pribadi



**Gambar 9.** *Prototype Sepatu Pump Wanita dengan Eksplorasi Lantung dan Stilasi Motif Serawai*  
Sumber: Dokumentasi Pribadi

## **5. Tahap Testing**

### ***Analisis Validasi Kepuasan Konsumen***

Tahap *Testing* merupakan tahapan terakhir dalam Metode *Design Thinking*. Pada tahapan ini didapatkan data kuantitatif berupa kuesioner dari 47 responden konsumen wanita dengan usia 16 hingga 24 tahun di Bengkulu. Keseluruhan responden wanita Bengkulu tersebut 72,3% merupakan pelajar/mahasiswa dan sisanya sebanyak 27,7% merupakan wanita karir. Dari hasil validasi mengenai eksplorasi desain sepatu lantung wanita dengan stilasi Tenun Serawai Bengkulu telah didapatkan data kesimpulan, antara lain adalah sebagai berikut:

**Table 4.** Analisis Validasi Kepuasan Konsumen

No.	Pertanyaan	Grafik Validasi	Analisis
1.	<p><b>Selera Kesukaan</b></p> <p>Pertanyaan:                      Lebih suka desain yang mana? Desain Baru (Ops A) dengan Lantung bermotif Tenun Serawai Bengkulu, atau Desain Lama (Ops B) dengan Batik Khas Madura</p>	<p>Legend:                      ● OPSI A                      ● OPSI B</p>	<p>Hasil dari 47 responden konsumen wanita Bengkulu sebanyak 89,4% menyukai re-desain sepatu lantung dengan stilasi tenun Serawai dibandingkan dengan desain sepatu lantung dari produk UMKM Sebelumnya.</p>
2.	<p><b>Desain Terpilih</b></p> <p>Pertanyaan:                      Desain sepatu mana yang paling anda SUKA?</p>	<p>Legend:                      ● OPSI A (Sepatu Midboots)                      ● OPSI B (Flat Shoes)                      ● OPSI C (Sepatu Pump)</p>	<p>Hasil dari 47 responden konsumen wanita Bengkulu sebanyak 53,2% menyukai desain Ops B yakni desain sepatu <i>Flat</i>.</p>
3.	<p><b>Desain yang Digunakan</b></p> <p>Pertanyaan:                      Desain sepatu mana yang akan anda BELI?</p>	<p>Legend:                      ● OPSI A (Sepatu Midboots)                      ● OPSI B (Flat Shoes)                      ● OPSI C (Sepatu Pump)</p>	<p>Hasil dari 47 responden konsumen wanita Bengkulu sebanyak 63,8% menyukai desain Ops B yakni desain sepatu <i>Flat</i>.</p>
4.	<p><b>Daya Beli</b></p> <p>Pertanyaan:                      Dari ketiga desain diatas, berapa rentang harga yang layak dan mungkin mampu anda beli?</p>	<p>Legend:                      ● Dibawah 100.000                      ● 110.000 - 500.000                      ● 510.000 - 1.000.000                      ● Diatas 1.000.000</p>	<p>Hasil dari 47 responden konsumen wanita Bengkulu sebanyak 55,3% memiliki daya beli dengan rentang harga Rp. 110.000 hingga Rp. 500.000 untuk ketiga desain sepatu. Harga jual sepatu lantung untuk UMKM Lantung Bengkulu sebaiknya berkisar antara rentang harga tersebut.</p>

Sumber: Hasil Analisis

**Kesimpulan**

Penelitian Eskplorasi Kulit Kayu Lantung dengan Metode *Design Thinking* untuk Pengembangan Produk UMKM Lantung Bengkulu telah didapatkan kesimpulan bahwa

pengembangan desain sepatu dan eksplorasinya didapatkan hasil berupa sebanyak 89,4% konsumen menyukai re-desain sepatu lantung. Desain final sepatu lantung dengan stilasi motif Tenun Serawai tersebut disukai oleh konsumen wanita usia 16 hingga 24 tahun di Bengkulu. Desain sepatu lantung dengan motif Tenun Serawai khas Bengkulu tidak hanya disukai, namun juga memberikan nilai tambah dari UMKM lantung Bengkulu. Hasil penelitian ini bisa dijadikan sebagai acuan dan panduan untuk pengembangan produk kerajinan, tekstil, dan apparel terutama material kulit kayu Lantung di provinsi Bengkulu.

Ketiga alternatif model desain sepatu beserta *prototype* yang telah dirancang (Sepatu *pump*, Sepatu *flat*, dan Sepatu *midboots*) telah didapatkan hasil validasi dari unsur disukai, akan dikenakan, serta dibeli oleh konsumen wanita Bengkulu yakni sepatu flat dengan perolehan prosentase sebanyak 53,2% dan 63,8%. Dalam penetapan harga jual, sebanyak 55,3% memilih rentang harga Rp. 110.000 hingga Rp. 500.000 karena sesuai dengan daya beli konsumen wanita di Bengkulu.

Metode *Design Thinking* telah berhasil dalam meningkatkan nilai produk UMKM apparel, tekstil, kerajinan, dan alas kaki bermaterialkan lantung khas provinsi Bengkulu. Kedepannya penelitian sejenis yang fokus dalam memberikan kontribusi pada UMKM lokal diharapkan dapat lebih banyak lagi. Peneliti dan desainer Indonesia lainnya dapat melanjutkan penelitian ini dalam bentuk pengembangan desain lainnya, strategi branding, marketing produk, hingga *packaging* sehingga UMKM lantung Bengkulu dapat semakin dikenal secara nasional maupun internasional.

Terima kasih juga penulis ucapkan kepada Politeknik ATK Yogyakarta yang telah memberikan kemudahan dalam proses pembuatan dan penelitian eksplorasi kulit kayu lantung khas Bengkulu yang dilakukan hingga dapat selesai secara tepat waktu dan sesuai tujuan penelitian.

## Daftar Pustaka

- [1]. Hidayatullah, M. C., & Kusumaningtyas, D. R. A. Desain Produk Dompok Bermaterialkan Limbah Pelepah Palem Putri dengan Teknik Pilin sebagai Material Alternatif Pengganti Katun. *Jurnal Desain Idea: Jurnal Desain Produk Industri Institut Teknologi Sepuluh Nopember Surabaya*, 21(1), 27-32. 2022.
- [2]. Oktora, S. I., & Muhtasib, N. The Impact of Information and Communication Technology (ICT) on the Indonesian Apparel Export. *Buletin Ilmiah Litbang Perdagangan*, 13(1), 119-136. 2019.
- [3]. Hidayatullah, M. C., & Yurisma, D. Y. Pengembangan Desain Tarumpah Dalam Peningkatan Nilai Produk Melalui Pendekatan Estetika Visual. *Jurnal Pendidikan Multimedia*, 3(1), 29-36. 2021.
- [4]. Sarfiah, S. N., Atmaja, H. E., & Verawati, D. M. UMKM sebagai pilar membangun ekonomi bangsa. *Jurnal REP (Riset Ekonomi Pembangunan)*, 4(2), 137-146. 2019.
- [5]. Prativya, A. K. MENGAWUNG LANTUNG DALAM BUSANA PANGGUNG PENYANYI REMAJA PUTRI. *Canthing*, 1(1). 2012.
- [6]. Adfa, M. Pelatihan Aneka Kerajinan Tangan dari Kulit Lantung kepada Remaja Putus Sekolah di Kelurahan Rawa Makmur Sebagai Upaya Mengurangi Angka Pengangguran, Dharma Raflesia, LPPM, UNIB, 2:2. 2004.
- [7]. Astuti. Pemanfaatan Kulit Kayu Lantung sebagai Bahan Pembuatan Sepatu Batik Wanita, Universitas Negeri Yogyakarta, Fakultas Bahasa dan Seni, Yogyakarta, (Skripsi). 2015
- [8]. Siswanto, E., & Nurlina, I. S. KARAKTERISASI SIFAT MEKANIK KULIT BATANG LANTUNG (*Artocarpus elasticus*) TERLAPIS PATI TALAS (*Colocasia Esculenta* (L.) Schott). *Jurnal Kimia*

*Khatulistiwa*, 7(1). 2017.

- [9]. Hidayatullah, M. C., DRSAS, M. I., & Djati, I. D. Revitalization Of Traditional Javanese Footwear Case Study: Tarumpah Of Tasikmalaya. In *1st International Conference on Art, Craft, Culture and Design 2017*. Bandung Institute of Technology. 2017.
- [10]. Azizah, F. N., Ilham, I. F., Aqidah, L. P., Firdaus, S. A., Astuti, S. A. D., & Buchori, I. Strategi UMKM untuk Meningkatkan Perekonomian selama Pandemi Covid-19 pada saat New Normal. *OECONOMICUS Journal of Economics*, 5(1). 2020.
- [11]. Yuafni., Sari, G. P., & Arief, D. R. Transformasi Ragam Hias Kawung Kedalam Desain Bentuk Pola Modul Untuk Digunakan Pada Proses Pembuatan Produk Kulit Dengan Mendayagunakan Perca Kulit Menggunakan Teknik Modular Interlocking. *Berkala Penelitian Teknologi Kulit, Sepatu, dan Produk Kulit*, 21(1), 56-67. 2022.
- [12]. Mayyanti, E. D., Erwin, M. S., & Hafiz, A. Studi Tentang Kain Tenun Serawai Kota Bengkulu. *Serupa The Journal of Art Education*, 4(1). 2015.
- [13]. Larasati, P. Ragam Hias Bengkulu Part 1: Ragam Hias pada Tenunan Serawai, Diakses pada website <https://prestylarasati.wordpress.com/2008/03/20/ragam-hias-bengkulu-part-1-ragam-hias-pada-tenunan-serawai-ragam-hias-pada-tabot/> pada tanggal 25 September 2022. 2008.
- [14]. Kimbell, L. Rethinking design thinking: Part I. *Design and culture*, 3(3), 285-306. 2011.
- [15]. Brown, T. Design thinking. *Harvard business review*, 86(6), 84. 2008.
- [16]. Terrar, D. What is Design Thinking, 2018. Diakses pada website <http://www.theagileelephant.com/what-is-design-thinking/> pada tanggal 29 September 2022