



Perancangan tas multifungsi untuk membantu penjualan UMKM Reka *Heritage* berbasis kulit nabati

Valencia Christabella,^{1*} Wyna Herdiana,² Hairunnas³

^{1,2,3} Program Studi Desain Produk, Universitas Surabaya, Surabaya, Indonesia

Abstract

Vegetable tanned leather is a natural leather tanned using natural ingredients of the tree extracts. Vegetable tanned leather has a fairly high market demand because this leather does not use any chemicals so it tends to be environment-friendly, strong resistance, and cheaper price. Vegetable tanned leather is generally used as a basic material for fashion-based products, such as bag. Bag is generally used to carry various items needed when travelling. Moreover, bag has been one of the main indicators of creating a stylish look. The tendency to focus more on the physical appearance has changed the main function of bag itself. Many bags these days are not really efficiently made by having a small size as to make it look simple and stylish. In this research, the writer is accommodated by SME Reka Heritage which is located in Sidoarjo, East Java. The aim of the product design in this research is to help the SME providing new fashion-based product innovation. This product targets people in general, especially women by designing a multifunction, stylish, and efficient bag.

Keywords: *vegetable tanned leather, SME, lifestyle product, multifunction*

Abstrak

Kulit sapi nabati merupakan kulit alami yang disamak menggunakan bahan alami berupa ekstrak pepohonan. Kulit nabati memiliki permintaan pasar yang cukup tinggi karena kulit ini tidak menggunakan bahan kimia sehingga cenderung ramah lingkungan, memiliki ketahanan yang kuat, serta harga yang relatif murah. Kulit nabati umumnya digunakan sebagai bahan dasar produk berbasis *fashion base*, salah satunya yaitu tas. Tas umumnya digunakan untuk membawa berbagai benda yang dibutuhkan ketika sedang bepergian. Namun seiring berjalannya waktu, tas menjadi indikator penting sebagai penunjang penampilan. Banyak wanita terlalu fokus dengan penampilan mereka yang menyebabkan fungsi utama tas perlahan memudar. Tas menjadi kurang efisien, dimana tas dibuat relatif kecil agar terlihat lebih simpel dan cantik. Dalam perancangan produk tas yang multifungsi ini, penulis diakomodasi oleh UMKM Reka *Heritage* yang berdomisili di Sidoarjo, Jawa Timur. Tujuan dari perancangan produk ini yaitu untuk membantu UMKM dalam memberikan inovasi baru produk berbasis *fashion*. Produk ini ditargetkan untuk menjangkau masyarakat pada umumnya, khususnya wanita dengan merancang produk tas yang multifungsi sehingga produk dapat dinikmati sebagai penunjang *fashion* tanpa melupakan fungsi utamanya sehingga cenderung lebih efisien.

Kata kunci: kulit nabati, UMKM, produk *lifestyle*, multifungsi

1. Pendahuluan

Kulit sapi merupakan salah satu bahan mentah yang sangat umum digunakan oleh para pelaku industri sebagai bahan utama pembuatan produk yang dapat menghasilkan nilai ekonomis yang tinggi. Kulit mentah yang berasal dari hewan tidak dapat langsung digunakan karena harus melewati proses penyamakan kulit agar kulit tersebut menjadi kulit olahan untuk para pelaku industri sehingga dapat digunakan untuk membuat suatu produk (Ilafi & Anam, 2019). Salah

satunya yaitu *vegetable tanned leather* atau biasa disebut dengan kulit nabati. Kulit nabati merupakan kulit sapi yang disamak dengan berbagai bahan alami dari ekstrak pepohonan seperti kulit pohon, kayu, buah-buahan, dan akar. Kulit nabati memiliki keunikan dimana karakter warna yang dihasilkan akan semakin kuat apabila terpapar sinar matahari, berbeda dengan kulit sapi pada umumnya yang warnanya cenderung memudar dan kusam apabila terpapar sinar matahari (Yuliyanto, 2019). Kulit nabati memiliki keunggulan yaitu ramah lingkungan, warna dan

* Corresponding author Tel : +62-812-1703-3195 ; e-mail : s180119014@student.ubaya.ac.id

teksturnya alami, serta tahan lama. Keunggulan inilah yang membuat permintaan kulit nabati tinggi (Ilafi & Anam, 2019).

Pada umumnya, kulit nabati digunakan sebagai bahan utama produk *fashion* seperti tas, dompet, aksesoris, sabuk, dan lain sebagainya (Gambar 1). Potensi pasar yang menggunakan material kulit nabati untuk produk aksesoris *fashion* banyak diminati masyarakat (Ilafi & Anam, 2019). Salah satu pasar yang menggunakan material kulit nabati yaitu Reka Heritage.

Reka Heritage merupakan UMKM (Usaha Mikro, Kecil, Menengah) spesialis kulit nabati yang memproduksi berbagai macam produk *fashion* dengan proses pembuatan secara manual atau *handmade* sehingga produk lebih tahan lama. Salah satu produk *fashion* yaitu tas. Tas merupakan wadah untuk membawa barang yang dibutuhkan saat bepergian (Anggraini, 2020). Namun, bagi wanita tas merupakan unsur terpenting dalam menunjang *fashion*, salah satunya tas kecil. Tas kecil cenderung disukai oleh banyak wanita karena selain sebagai penunjang *fashion*, dinilai lebih praktis untuk membawa barang-barang kecil seperti *make up*, *lipstick*, sisir, dan lainnya (Best Present Guide, 2018). Tas kulit banyak diminati para konsumen karena dapat memberikan kesan elegan dan berkelas serta daya tahan yang sangat baik (My Best, 2021).

Keberadaan sebuah tas bagi setiap orang (terutama wanita) sudah menjadi sesuatu yang wajib. Saat ini, pasar untuk tas wanita sangat luas karena tas merupakan salah satu kebutuhan wajib wanita. Umumnya wanita selalu menyertakan tas sebagai pelengkap penampilan mereka, terutama ketika bepergian ke suatu tempat. Sebagai penunjang *fashion* wanita, ada banyak jenis tas dengan berbagai ukuran dan model yang akan digunakan wanita pada setiap aktivitasnya (Junayni, 2020). Menurut data dari TheRealReal, konsumen yang memakai tas kecil ala tahun 2000-an awal ini naik dua kali lipat di tahun 2018. Bahkan pada tahun 2018 hingga saat ini, tas Jacquemus dengan ukuran hanya 10x8 cm menjadi *trend* dan dipakai oleh banyak artis mancanegara sebagai pendukung penampilan mereka (Gambar 2). Tas dengan ukuran ini hanya dapat memuat kartu dan uang tanpa dompet sehingga cenderung tidak praktis karena fungsi utama tas yang hilang dan hanya dapat digunakan sebagai penunjang *fashion* saja (Safiera, 2018).

Oleh sebab itu, penulis melakukan rancangan produk tas dengan inovasi baru dimana tas dapat digunakan sebagai penunjang *fashion* tanpa menghilangkan fungsi utamanya serta menambahkan fungsi lainnya agar lebih praktis. Tas yang akan



Gambar 1. Kulit nabati pada UMKM Reka Heritage



Gambar 2. Mini jacquemus bag
(Sumber: Carousel)

dirancang yaitu tas yang multifungsi, dimana tas dapat digunakan sebagai wadah untuk membawa barang serta sebagai dompet sehingga cenderung lebih praktis dengan nilai estetika yang tinggi. Perancangan produk dengan inovasi baru ini dapat membantu bisnis UMKM Reka Heritage dalam mewujudkan kebutuhan konsumen di pasaran, dengan harapan dapat membantu meningkatkan penjualan UMKM Reka Heritage yang sedang menurun akibat pandemi Covid-19. Kemudian tujuan lain dari perancangan produk ini yaitu menciptakan inovasi baru yang akan menjadi solusi untuk membantu

konsumen mendapatkan produk yang berkualitas dengan harga yang jauh lebih terjangkau.

Ruang lingkup permasalahan yang akan dibahas pada penelitian ini yaitu target responden dengan *range* umur 17-30 tahun. *Output* penelitian adalah produk tas wanita dengan konsep simpel dan praktis dengan material *vegetable tanned leather* yang tidak terlalu mahal namun memiliki kesan alami dan elegan.

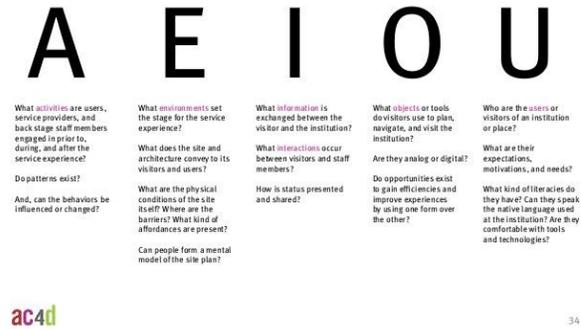
Penggunaan aktif produk adalah para remaja dan wanita yang suka *traveling* namun tidak ingin membawa terlalu banyak barang serta dapat mendukung penampilan mereka.

2. Metode

Penelitian ini menggunakan metode *AEIOU* yang terdiri dari *Activities, Environments, Interactions, Objects, and Users* (Gambar 3). Pada dasarnya, metode *AEIOU* merupakan kerangka untuk menyusun segala observasi yang dilakukan selama penelitian. Metode *AEIOU* (Milton & Rodgers, 2013) diawali dengan *Activities*, yaitu aktivitas atau tindakan yang mengarah pada tujuan berupa tindakan yang spesifik dan proses yang akan digunakan seseorang baik sebelum, selama, dan setelah mencapai tujuan pribadi. Selanjutnya *Environments*, yang merupakan area dimana aktivitas dilakukan. Yang ketiga adalah *Interactions*, yang merupakan interaksi antara seseorang dengan orang lain maupun dengan objek yang dilakukan di suatu tempat dengan aktivitas yang dilakukan. Berikutnya adalah *Objects* yang merupakan elemen individu dari suatu lingkungan, digunakan secara sederhana atau kompleks (sengaja atau tidak sengaja) yang mendefinisikan fungsi, makna, dan konteksnya dalam suatu aktivitas. Terakhir adalah *Users* atau pengguna yang merupakan orang-orang yang perilakunya, preferensi, serta kebutuhannya diamati sebagai bahan untuk observasi.

Selain menggunakan metode *AEIOU*, perancangan produk ini juga menggunakan metode lain, yaitu: (1) *In Depth Interview* merupakan penelitian berupa wawancara yang dilakukan secara mendalam, bertujuan untuk mempertajam informasi dengan menggali lebih dalam permasalahan tersebut terkait dengan topik yang bersangkutan (Höglund & Öberg, 2011). *In depth interview* ini dilakukan pada target responden yaitu para mahasiswi. (2) *Design Concept* merupakan ide abstrak mengenai bagaimana menggagaskan sebuah desain yang dituangkan dalam proses perancangan suatu desain (Archknow, 2017). Penerapan konsep desain ini dilakukan dengan

The Customer Journey



Gambar 3. Metode *AEIOU*

mencari inspirasi, *brainstorming*, kemudian dituangkan kedalam sketsa. (3) *Hard Model Mockup* merupakan studi model atau *mockup* produk dimana model ini dibuat semirip mungkin dengan produk aslinya mulai dari bentuk, ukuran, hingga *detail part* produk tersebut. Namun model tidak dapat difungsikan layaknya produk asli, melainkan hanya berupa replika dari produk asli. *Hard model* digunakan untuk menunjukkan aspek-aspek fungsional dari desain, serta digunakan untuk menganalisis secara visual produk tersebut (Isa & Liem, 2014). Studi model yang akan dibuat memiliki skala 1:1 sehingga fitur dan bagian detail tas dapat tergambar dengan jelas serta mempermudah proses analisis visual produk. Dan (4) *Prototype* merupakan bentuk asli dari suatu produk yang berfungsi sebagai contoh untuk membuat suatu produk yang akan direalisasikan. *Prototype* digunakan untuk menguji desain sebelum masuk ke proses produksi massal (National Museum of Women in the Arts, 2020).

Tas

Tas adalah wadah tertutup yang dapat dengan mudah dibawa ketika bepergian. Tas merupakan sarana fungsional yang digunakan untuk membawa barang ketika bepergian. Namun, kini menjadi sarana estetika sebagai produk *lifestyle* khususnya wanita yang cenderung memperhatikan penampilan mereka (Angraini, 2020). Ada beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam perancangan tas, antara lain: (1) Kegunaan, (2) Kenyamanan, (3) Kekuatan, dan (4) Dimensi atau ukuran.

3. Hasil dan pembahasan

Dalam perancangan produk ini dilakukan beberapa tahapan mulai dari penelitian, perancangan produk,

hingga *prototyping*. Teknik pembuatan produk dilakukan secara manual dengan alat-alat khusus. Terdapat beberapa tahapan penelitian yang diperlukan untuk melakukan proses perancangan produk ini.

Tahap pertama yaitu melakukan observasi (metode *AEIOU*) dengan memperhatikan tindakan para pengguna tas kecil, bagaimana mereka mengoperasikan tas, memasukkan dan mengeluarkan benda. Observasi aktivitas pengguna ini dilakukan di area Surabaya tepatnya di sebuah *cafe*, restoran, serta *mall* dimana area ini merupakan area ramai pengunjung serta terdapat banyak wanita yang menggunakan tas kecil sehingga mempermudah penulis untuk melakukan observasi.

Kemudian penulis memperhatikan bagaimana interaksi atau perilaku pengguna terhadap tas dan benda yang dibawa. Pada tahap ini, penulis menemukan banyak permasalahan dimana tas yang digunakan oleh pengguna cenderung kurang efektif karena adanya kesulitan ketika hendak memasukkan atau mengeluarkan benda dari dalam tas. Hal ini dikarenakan ukuran tas yang terlalu kecil, tas memiliki material yang cenderung kaku sehingga tidak dapat memuat banyak barang karena keterbatasan ruang. Kemudian ukuran dompet wanita yang umumnya cukup besar sehingga ruang pada tas menjadi penuh. Pada observasi ini, penulis mengamati responden dengan ciri-ciri wanita berusia rata-rata 20 tahun keatas.

In Depth Interview dilakukan kepada para mahasiswi dengan membuat berbagai pertanyaan yang berkaitan dengan pengamatan hasil observasi. Hal ini bertujuan untuk memperdalam penelitian dengan cara menggali informasi lebih lanjut sehingga penulis dapat memperoleh pokok permasalahan serta solusi yang tepat. Setelah melakukan *in depth interview*, maka diperoleh sintesis *in depth interview* ini berupa: (1) barang yang selalu ada di dalam tas yaitu *handphone* dan dompet, serta *hand sanitizer* sejak pandemi; (2) mahasiswi menyukai tas dengan desain simpel, memuat banyak barang, serta berwarna netral agar dapat digunakan dengan pakaian apapun dan warna apapun; (3) mahasiswi lebih menyukai tas berbahan kulit; (4) mahasiswi pernah mengalami kesulitan ketika memasukkan barang kedalam tas karena keterbatasan *space* dengan barang yang menjadi pemicu yaitu *handphone* dan dompet; (5) mahasiswi mempertimbangkan kualitas, harga, serta desain dari tas tersebut sebelum membelinya; dan (6) mahasiswi tertarik dengan adanya inovasi baru yaitu tas multifungsi dengan harapan dapat menyelesaikan permasalahan atau kesulitan yang dialami oleh responden.

Selain melakukan *in depth interview* kepada

responden mahasiswi, penulis juga melakukan *in depth interview* terhadap responden konsumen UMKM Reka *Heritage* sebagai data testimoni kualitas produk yang diberikan serta ketahanan produk yang didapatkan pada UMKM Reka *Heritage*. Berikut merupakan sintesis dari *in depth interview* terhadap responden konsumen: (1) konsumen membeli produk di Reka *Heritage* selama lebih dari 1 tahun; (2) produk yang dibeli lebih dari 1 tahun yang lalu, belum memiliki cacat apapun hingga saat ini, hanya saja ada perubahan warna pada kulit yang menjadi lebih gelap; (3) menurut para konsumen, produk di Reka *Heritage* memiliki kualitas yang lebih baik dibandingkan dengan kompetitor lain, terutama *mass production*; (4) harga yang diberikan sesuai dengan kualitas dan *effort* yang diberikan terhadap produk; dan (5) konsumen merasa puas dengan produk *handmade* dari Reka *Heritage*.

Penerapan konsep desain diawali dengan melakukan *brainstorming* terhadap hasil observasi, membuat ide atau inspirasi desain yang kemudian dituangkan pada sketsa, serta pembuatan *moodboard*. Sketsa dibuat sebanyak 7 alternatif dengan desain yang berbeda-beda namun fungsi dan fiturnya tetap sama.

Konsep yang diangkat dalam perancangan produk ini yaitu "*classic*", "*classy*", "*natural*". *Casual Classic 80s* yang berarti desain diambil dari gaya klasik yang kasual pada era 80-an yang saat itu sedang marak. *Classy* memiliki makna berkelas. Namun yang dimaksud dalam konsep desain ini yaitu perancangan produk ini memiliki visual yang cantik dan tidak terkesan murahan karena penampilan visualnya yang cenderung simpel dan kuno karena mengambil tema tahun 80-an. *Natural beauty* yaitu kecantikan alami dimana produk ini terinspirasi dari bentuk alam yang organis, serta warna-warna tanah yaitu warna natural dan coklat. Kedua warna ini memiliki kesan yang kalem dan tenang seperti sifat alam. Selain itu, warna tanah memiliki kesan yang eksotis dan anggun yang cocok dengan tema klasik tahun 80-an.

Kemudian tas ini diberi nama "Kaede", berasal dari bahasa sansekerta yang artinya adalah "musim gugur". Penamaan produk "Kaede" ini memiliki makna yaitu pemilihan warna yang terinspirasi dari warna alam yaitu *earth tone* serta menyerupai warna saat musim gugur. Dalam perancangan tas, aspek ergonomi sangat diperlukan demi kenyamanan dan keselamatan pengguna. Terdapat beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam aspek ergonomi, antara lain: (1) kegunaan produk yaitu sebagai wadah untuk membawa barang ketika sedang bepergian serta sebagai pendukung penampilan pengguna; (2)

kenyamanan pengguna dimana pada bagian *strap* yang terbuat dari rantai, diberi sambungan dari kulit yang bertujuan agar bahu pengguna tidak terasa sakit ketika akan menggunakan tas. panjang *strap* dapat diatur sesuai keinginan; (3) kekuatan dan ketahanan produk ketika membawa berbagai macam barang yang diperlukan karena adanya sifat kulit yang kaku, penutup yang kuat menggunakan *snap button*, serta bagian *strap* yang terbuat dari rantai sehingga kuat untuk menahan atau membawa benda yang cukup berat.

Dalam perancangan produk juga diperlukan data antropometri sebagai acuan agar bentuk dan ukuran produk dapat sesuai dengan yang diharapkan dimana dimensi atau ukuran yang diberi dapat sesuai dengan proporsi manusia. Dimensi yang akan digunakan pada perancangan produk ini yaitu dimensi tinggi bahu dan tinggi pinggul yang akan digunakan untuk menentukan panjang *strap*. Persentil yang digunakan yaitu 95th untuk tinggi bahu dan tinggi pinggul.



Gambar 4. Alternatif desain



Gambar 5. Alternatif desain terpilih

Konsep yang telah diterapkan ini kemudian dibuat beberapa alternatif desain yang digambar dan diberi warna sesuai dengan konsep dan *moodboard* yang telah dipilih (Gambar 4). Alternatif desain yang telah dibuat kemudian diberikan kepada para responden untuk melakukan pembobotan dengan memberikan nilai pada masing-masing desain. Kemudian 3 alternatif desain dengan poin tertinggi akan dipilih untuk dilanjutkan ke tahap pembuatan studi model atau *mockup* (Gambar 5). Setelah melakukan pembobotan serta pemilihan alternatif desain, terdapat beberapa saran dari para responden dimana bagian *strap* kulit dibuat lebih panjang, *strap* tambahan pada tas kecil diberi kulit seperti pada *strap* utama, kemudian untuk fitur resleting pada bagian samping tas lebih baik diganti dengan *velcro*, serta diberi aksesoris pada bagian tas.

Pembuatan studi model atau *mockup* ini bertujuan untuk menganalisis secara visual tentang bagaimana produk dapat dioperasikan, mengetahui kelebihan dan kekurangan produk, serta sebagai *trial and error* agar tidak terjadi kesalahan ketika akan merealisasikan produk tersebut. Studi model dibuat dengan skala 1:1 (Gambar 6).



Gambar 6. Studi model



Gambar 7. Studi model terpilih

Berdasarkan hasil studi model yang telah dibuat, terdapat beberapa bagian dan fitur yang perlu diperbaiki yaitu bagian *snap button* tas kecil yang peletakkannya kurang pas, *strap* pada bagian kulit masih kurang panjang, serta ukuran *body* sedikit kurang lebar. Kemudian studi model ini diperlihatkan kepada para responden yang kemudian akan melakukan pembobotan terhadap studi model. Studi model dengan total poin tertinggi akan dipilih untuk direalisasikan menjadi produk yang dapat dioperasikan dengan baik (Gambar 7).

Setelah menganalisis secara visual studi model, tahap selanjutnya yaitu membuat *final design* atau desain akhir. *Final design* atau desain akhir merupakan tahap akhir dalam perancangan desain sebelum masuk ke tahap *prototyping* (Gambar 8). Pembuatan desain akhir ini dirancang setelah pembobotan alternatif desain dan studi model telah dilakukan dimana pada tahap ini akan dilakukan pemantapan desain produk. Desain akhir dibuat berdasarkan saran dari responden, serta perbaikan yang diperlukan ketika terjadi kesalahan atau kekurangan pada studi model yang telah dirancang.

Konsep yang sudah dirancang pada desain akhir ini kemudian dibuat gambar teknik yang bertujuan untuk mempermudah proses produksi suatu produk. Gambar teknik yang akan dibuat mencakup gambar tampak, gambar potongan, gambar detail, serta gambar isometri pada masing-masing produk tas besar dan tas dompet. Dalam tulisan ini tidak seluruh gambar kerja ditampilkan (Gambar 9 dan 10)

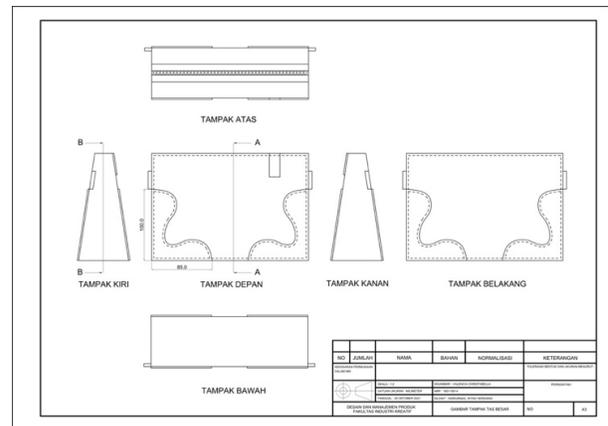
Material utama yang akan digunakan untuk pembuatan *prototype* produk ini yaitu menggunakan kulit sapi jenis *vegetable tanned*. Kulit sapi jenis ini memiliki karakter yang kuat, tahan lama, ramah lingkungan, serta umum digunakan pada pembuatan produk berbasis *fashion*. *Prototype* akan dibuat dengan skala 1:1 yang terdiri dari tas besar atau tas utama dan tas dompet.



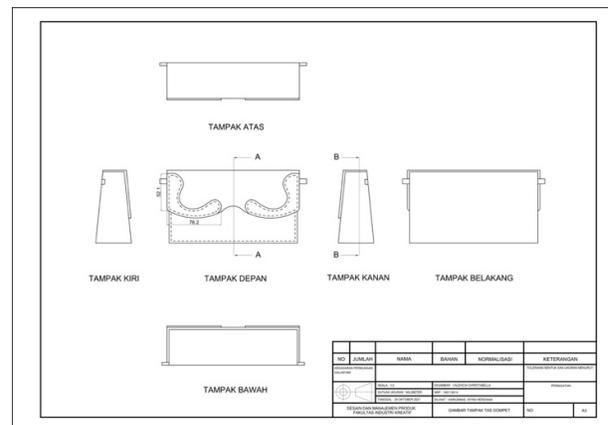
Gambar 8. Desain akhir

Proses pembuatan

Tahap selanjutnya setelah pembuatan desain akhir yaitu masuk ke tahap proses pembuatan *prototype*. Proses pembuatan *prototype* ini dilakukan secara manual atau *handmade* dengan menggunakan berbagai macam alat kecil yang didesain khusus untuk pembuatan produk secara manual (Gambar 11). Proses pembuatan *prototype* dilakukan dengan melalui 6 tahap pembuatan, yaitu: (1) Tahap pertama yaitu membuat pola. Pembuatan pola dilakukan diatas kertas dengan ukuran dan bentuk sesuai pada gambar teknik, kemudian pola tersebut dipotong. (2) Tahap selanjutnya yaitu menggambar setiap pola pada kulit dengan menggunakan pola yang telah dipotong sebagai acuan gambar (mentransfer bentuk pola dari kertas ke kulit). (3) Bentuk pola yang sudah digambar pada kulit tersebut kemudian dipotong menggunakan *cutter*. Pada bagian dalam tas diberi lapisan menggunakan kulit sintetis. Setiap pola dan lapisan yang telah dipotong akan direkatkan menggunakan lem putih. (4) Tahap selanjutnya adalah menjahit.



Gambar 9. Gambar tampak tas besar



Gambar 10. Gambar tampak tas dompet



Gambar 11. Proses pembuatan tas



Gambar 12. Tampak *prototype*



Gambar 13. Dokumentasi pengguna dengan *prototype*

Setiap pola yang telah direkatkan menggunakan lem akan dijahit lagi agar setiap bagian pada produk tas ini lebih kuat penggunaannya. (5) Pada bagian *body* tas akan dilakukan pemasangan aksesoris terlebih dahulu pada bagian dalam tas sebelum akan dijahit menjadi bagian yang utuh. (6) Setiap pola yang sudah dijahit

menjadi produk yang utuh, kemudian akan diberi *finishing* menggunakan *mink oil* yang difungsikan sebagai perawatan kulit, terutama untuk jenis kulit yang sensitif seperti kulit nabati. *Mink oil* berfungsi untuk menjaga kelembaban kulit agar tidak mudah kering dan rusak.

Setiap pola yang sudah dijahit menjadi produk yang utuh, kemudian akan diberi *finishing* menggunakan *mink oil* yang difungsikan sebagai perawatan kulit, terutama untuk jenis kulit yang sensitif seperti kulit nabati. *Mink oil* berfungsi untuk menjaga kelembaban kulit agar tidak mudah kering dan rusak.

Setelah melalui berbagai tahap proses pembuatan, akhirnya diperoleh hasil jadi *prototype* yang kemudian menjadi produk diuji coba penulis kepada responden (Gambar 12 dan 13). Responden sebagai pelaku atau pengguna yang akan mengoperasikan produk dengan memanfaatkan segala fitur yang terdapat pada produk.

4. Kesimpulan

Tas menjadi faktor penting sebagai penunjang penampilan selain digunakan untuk membawa barang saat bepergian. Banyak wanita yang cenderung melihat tampak visual tas sehingga melupakan fungsi yang seharusnya ada pada tas tersebut. Adanya harga yang terlalu mahal dan cenderung tidak sebanding dengan fungsi dan efisiensi tas tersebut. Kulit nabati menjadi pilihan favorit para produsen untuk menciptakan aksesoris atau produk *lifestyle*. Jenis kulit ini memiliki karakteristik yang cenderung kaku, ramah lingkungan karena terbuat dari bahan-bahan alami, serta memiliki tingkat kekuatan dan keawetan yang cukup tinggi. Kulit nabati menjadi pilihan untuk membuat *prototype* produk ini dengan pertimbangan ketahanan, kenyamanan serta tampak visual yang dihasilkan. Produk dengan konsep multifungsi ini diharapkan dapat menjadi solusi untuk membantu mewujudkan kebutuhan para responden serta membantu memberikan inovasi baru untuk bisnis UMKM Reka *Heritage*.

Untuk kedepannya, penulis akan melakukan penelitian lebih lanjut serta merancang desain yang sekiranya lebih menarik perhatian konsumen dengan inovasi yang lebih kreatif.

Tulisan ini disusun berdasarkan penelitian yang telah dilakukan secara bertahap oleh penulis serta bantuan dari sumber elektronik sebagai pendukung teori. Penulis juga menyampaikan rasa syukur sedalam-dalamnya dan berterima kasih sebesar-besarnya atas kesempatan yang telah diberikan oleh

UMKM Reka *Heritage* yang telah bersedia membantu penulis untuk mewujudkan produk yang dirancang melalui uji coba pembuatan *prototype*.

Daftar Pustaka

- Anggraini, M. (2020, April 30). *20 Jenis Tas Yang Perlu Diketahui Beserta Fungsinya*. Retrieved from <https://www.merdeka.com/trending/20-jenis-tas-yang-perlu-diketahui-beserta-fungsinya-kln.html>
- Archknow. (2017, April 13). *What is a design concept? How to master it?* Retrieved from <https://medium.muz.li/what-is-a-design-concept-how-to-master-it-36abc63f81b0>
- Best Present Guide. (2018, Januari 11). *Penasaran dengan Trend Terbaru Tas Wanita Kecil 2018? Ini Dia 9+ Modelnya!* Retrieved from https://bp-guide.id/AXepenXn#article_element_27710
- Höglund, K., & Öberg, M. (2011). *Understanding Peace Research: Methods and Challenges*. New York: Routledge.
- Ilafi, R., & Anam, C. (2019, August). Eksplorasi Kulit Samak Nabati Menggunakan Teknik Hydro Dip Untuk Produk Aksesoris Fesyen. In *Prosiding Seminar Teknologi Perencanaan, Perancangan, Lingkungan dan Infrastruktur* (Vol. 1, No. 1, pp. 400-403). Retrieved from <https://ejurnal.itats.ac.id/stepplan/article/view/791>
- Isa, S. S., & Liem, A. (2014). Classifying Physical Models and Prototypes in The Design Process: A Study on The Economical and Usability Impact of Adopting Models and Prototypes in The Design Process. In *DS 77: Proceedings of the DESIGN 2014 13th International Design Conference* (pp. 2071-2082).
- Junayni, S. (2020). *Desain Tas dengan Menggunakan Metode Kansei Engineering*. Skripsi. Program Studi Teknik Industri Universitas Medan Area. Retrieved from <http://repository.uma.ac.id/handle/123456789/12447>
- Milton, A., & Rodgers, P. (2013). *Research Methods for Product Design*. London: Laurence King Publishing.
- My Best. (2021, Maret 3). *10 Rekomendasi Tas Kulit Terbaik untuk Pria*. Retrieved from <https://my-best.id/136667#toc-4>
- National Museum of Women in the Arts. (2020). *ABC (Art, Books, & Creativity): Arts Learning in the Classroom*. Washington: U.S. Department of Education.
- Safiera, A. (2018, Mei 25). *Tas Super Kecil Lagi Tren, Handphone Saja Sulit Masuk*. Retrieved from <https://wolipop.detik.com/fashion-trends/d-4038334/tas-super-kecil-lagi-tren-handphone-saja-sulit-masuk>
- Yuliyanto, B. (2019, Februari 26). *Kulit Nabati/Veg Tanned Leather*. Retrieved from <https://medium.com/@bennoyoel/kulit-nabati-veg-tanned-leather-b7dde2fb80a1>
