



Motif Khas Magetan: Identitas Lokal dalam Inovasi Produk Kulit



Yonata Buyung Mahendra¹

(Institut Seni Indonesia Yogyakarta / afiliasi penulis pertama, yonatabuyung@gmail.com/ yonatabuyung@isi.ac.id)

<https://orcid.org/no id orcid>

Agung Wicaksono²

(Instansi / afiliasi penulis kedua, email pribadi/ email instansi) (Font Calibri light, Size 9)

<https://orcid.org/no id orcid>

Tri Wulandari

(Instansi / afiliasi penulis ketiga, email pribadi/ email instansi) (Font Calibri light, Size 9)

<https://orcid.org/no id orcid>

Risky Kurniawan

(Instansi / afiliasi penulis ketiga, email pribadi/ email instansi) (Font Calibri light, Size 9)

<https://orcid.org/no id orcid>

Keywords:

Magetan leather industry; regional motifs; local wisdom; leather product design; women's handbags.

ABSTRACT

Magetan Regency is known as one of the leading leather tanning industry centers in Indonesia. This industry has supplied leather materials for various products such as shoes, bags, and accessories for many years. However, the locally produced leather products have yet to display a distinctive Magetan identity in their visual design. Generally, product designs tend to follow market trends without considering the reinforcement of local cultural values. In fact, in today's global design trends, local wisdom has become an essential asset in product innovation and branding strategies. The competition in the leather product market, both locally and internationally, demands differentiation not only in terms of quality and function but also through strong narrative and distinctive visual identity.

The development of culturally inspired motifs from Magetan holds great potential to create added value, strengthen regional identity, and open up new marketing opportunities. Unfortunately, design approaches based on local wisdom within Magetan's leather industry remain limited. The visual potential of batik art, carved ornaments, or regional symbols has not been widely utilized by UMKMs or designers. This applied research aims to design and develop distinctive motifs representing Magetan Regency that can be applied to leather product designs, particularly women's handbags. The selection of the women's handbag segment is based on the dominant female consumer market in the leather goods industry. Design innovation will be carried out

	<p><i>through pattern-making, engraving, and decorative stitching techniques, allowing for the aesthetic and functional visualization of motifs.</i></p> <p><i>The research method combines qualitative exploratory and experimental approaches. The research stages include: (1) visual study of Magetan's culture and traditional motifs; (2) identification of applicable motif potentials for leather product design; (3) design experimentation and prototype development of women's handbags; and (4) product evaluation through user response testing to assess attractiveness, functionality, and representation of local identity. The design process consists of several phases: pre-design, design, realization, and presentation. The practice-led research method is applied to maximize outcomes that can also be comprehended by potential producers.</i></p>
<p>Kata Kunci: Industri kulit Magetan; motif khas daerah; kearifan lokal; desain produk kulit; tas wanita</p>	<p style="text-align: center;">ABSTRAK</p> <p>Kabupaten Magetan dikenal sebagai salah satu sentra industri penyamakan kulit terkemuka di Indonesia. Industri ini telah memasok bahan kulit untuk beragam produk seperti sepatu, tas, dan aksesoris selama bertahun-tahun. Namun, produk kulit hasil olahan industri lokal masih belum menunjukkan identitas khas Magetan secara visual. Umumnya, desain produk cenderung mengikuti tren pasar tanpa mempertimbangkan penguatan nilai budaya lokal. Padahal, pada tren desain global saat ini, local wisdom justru menjadi aset penting dalam inovasi produk dan strategi branding. Persaingan pasar produk kulit, baik di tingkat lokal maupun internasional, menuntut diferensiasi yang tidak hanya dari sisi kualitas dan fungsi, tetapi juga dari kekuatan narasi dan ciri khas visual. Pengembangan motif berbasis budaya lokal Magetan memiliki potensi besar untuk menciptakan nilai tambah, memperkuat identitas daerah, serta membuka peluang pemasaran baru. Kalaupun, hingga kini pendekatan desain berbasis kearifan lokal dalam industri kulit Magetan masih minim. Potensi visual dari seni batik, ornamen ukiran, atau simbol-simbol khas daerah belum banyak dimanfaatkan oleh pelaku UMKM maupun desainer. Penelitian terapan ini bertujuan untuk merancang dan mengembangkan motif khas Kabupaten Magetan yang dapat diaplikasikan pada desain produk kulit, khususnya tas wanita. Pemilihan segmen tas wanita didasarkan pada dominasi pasar konsumen perempuan dalam industri produk kulit. Inovasi desain akan dilakukan melalui teknik pemolaan, ukiran, hingga jahit hias yang memungkinkan visualisasi motif secara estetis dan fungsional. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah gabungan antara pendekatan kualitatif eksploratif dan eksperimental. Tahapan penelitian meliputi: (1) studi visual terhadap budaya dan motif khas Magetan; (2) identifikasi potensi motif yang aplikatif untuk desain produk kulit; (3) eksperimen desain dan perancangan purwarupa tas wanita; serta (4) evaluasi produk melalui uji respon pengguna untuk menilai aspek daya tarik, fungsi, dan representasi identitas lokal. Tahapan perancangan dimulai dari tahapan pra perancangan,</p>

	perancangan, perwujudan karya, penyajian. Metode practice led research digunakan untuk memaksimalkan hasil yang juga dapat dimengerti oleh calon produsennya.
--	---

PENDAHULUAN

Kabupaten Magetan merupakan salah satu sentra industri penyamakan kulit terkemuka di Indonesia (Muthmainah, 2020). Industri ini telah berkembang selama puluhan tahun dan memasok bahan kulit untuk beragam produk seperti sepatu, tas, dan aksesoris. Namun, meskipun secara kuantitas produksi bahan kulit terus berjalan, produk-produk yang dihasilkan dari bahan tersebut belum mencerminkan identitas lokal Magetan secara visual. Produk kulit yang beredar di pasaran saat ini banyak yang bersifat generik, yakni dirancang dengan bentuk, warna, dan fungsi yang seragam serta mudah ditemui di berbagai daerah tanpa penanda identitas budaya yang jelas. Sifat generik ini tampak pada penggunaan model standar yang berulang—seperti tas kerja kotak polos, dompet lipat sederhana, sepatu pantofel formal, atau sandal kulit tanpa eksplorasi motif dan narasi visual—dengan pilihan warna aman seperti hitam atau cokelat yang semata mengikuti selera pasar massal. Akibatnya, produk kulit hanya diposisikan sebagai barang fungsional dan sulit dibedakan antara satu daerah produksi dengan daerah lainnya, bahkan kerap menyerupai produk impor. Kondisi tersebut menunjukkan kecenderungan produsen untuk mengejar tren pasar jangka pendek tanpa mengintegrasikan nilai budaya lokal sebagai pembeda, padahal pada level internasional justru terjadi peningkatan minat terhadap produk berbasis local wisdom yang menawarkan keunikan, keaslian, dan cerita budaya. Oleh karena itu, tantangan utama pengembangan produk kulit terletak pada transformasi dari produk generik menuju produk beridentitas, di mana desain tidak hanya memenuhi fungsi, tetapi juga merepresentasikan budaya daerah dan memiliki daya saing global.

Di tengah persaingan pasar produk kulit yang semakin ketat, baik secara lokal maupun global, upaya diferensiasi produk menjadi sangat penting. Produk kulit tidak hanya harus unggul secara fungsi dan kualitas, tetapi juga mampu menyampaikan narasi budaya atau keunikan lokal yang membedakannya dari produk lain. Dalam konteks ini, eksplorasi dan pengembangan motif khas Magetan sangat potensial untuk menjadi nilai tambah visual sekaligus instrumen branding daerah. Kalaupun, pendekatan desain berbasis budaya lokal dalam industri kulit Magetan masih minim. Potensi besar dari warisan budaya visual seperti seni batik, simbol ukiran, dan nilai-nilai kultural lainnya belum banyak dimanfaatkan dalam desain produk. Selain itu, masih sedikit pelaku UMKM maupun desainer lokal yang secara sadar mengangkat identitas Magetan sebagai basis desain produk mereka.

Penelitian terapan ini bertujuan merancang dan mengembangkan motif khas Kabupaten Magetan yang aplikatif pada produk kulit. Motif tersebut akan diterapkan dalam desain produk kulit tas wanita dengan memanfaatkan teknik seperti pemolaan, ukiran, atau jahit hias. Alasan pemilihan wanita tersebut guna memaksimalkan potensi pasar produk kulit yang didominasi pembeli wanita. Penelitian juga bertujuan untuk menghasilkan purwarupa produk yang mencerminkan identitas lokal sekaligus memiliki daya tarik estetika dan fungsi sesuai kebutuhan pasar.

Panelitian ini menggunakan tema perancangan pengembangan motif khas kabupaten magetan pada produk kulit sebagai diversifikasi bentuk dalam peningkatan branding kabupaten magetan



dalam bentuk produk kulit yang berjudul *Motif Khas Magetan: Identitas Lokal dalam Inovasi Produk Kulit* dengan rumusan masalah :

1. Bagaimana mengembangkan motif khas Kabupaten Magetan yang aplikatif untuk produk kulit?
2. Bagaimana bentuk purwarupa produk kulit yang dapat merepresentasikan identitas Magetan sekaligus memiliki daya tarik pasar?

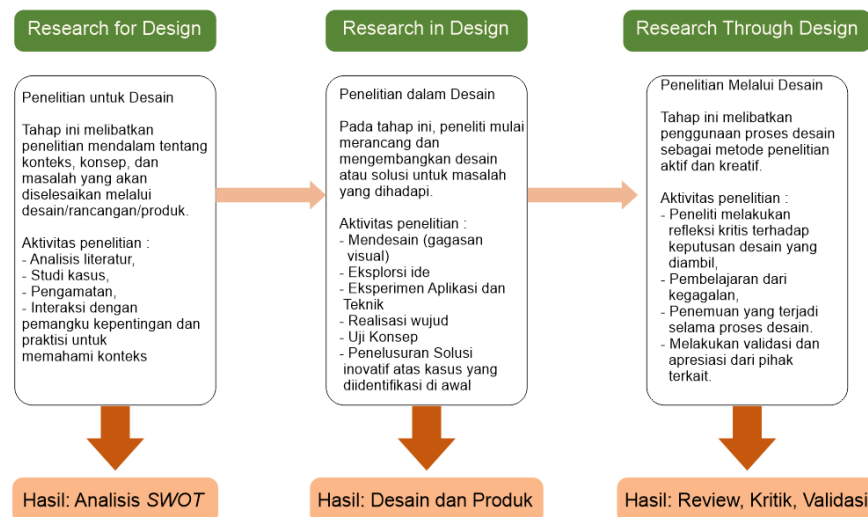
Manfaat dari penelitian ini adalah :

1. Inovasi produk yang akan memperkokoh positioning untuk memperluas target pasar seperti yang dikenal dalam strategi unique selling proposition (USP)
2. Meningkatkan nilai ekonomi kreatif berbasis kearifan lokal.
3. Meningkatkan daya saing produk kulit dan sekaligus promosi produk dengan peningkatan kualitas desainnya

Urgensi dari penelitian ini terletak pada pentingnya pelestarian budaya lokal dalam format kontemporer, serta dorongan untuk menciptakan nilai ekonomi kreatif berbasis budaya daerah. Penelitian ini juga sejalan dengan agenda penguatan daya saing produk lokal melalui strategi branding berbasis kearifan lokal. Penelitian terapan ini menggunakan kombinasi metode penelitian kualitatif dan perancangan yang di dalamnya juga terkandung langkah langkah eksperimental. Melalui pemanfaatan bahan lokal (kulit samak nabati) dan eksplorasi nilai budaya, diharapkan hasil penelitian ini dapat menjadi model inovasi produk kulit yang adaptif terhadap pasar dan mampu memperkuat citra Kabupaten Magetan sebagai daerah penghasil produk kulit berciri khas

METHODE/METODE

Penelitian, khususnya penelitian seni dan desain, biasanya mempertanyakan tiga hal, yaitu identifikasi untuk menjawab suatu definsi, memahami konteks secara lebih luas, dan mengembangkan metode dan mengambil informasi yang relevan untuk menjawab pertanyaan dalam penelitian, serta mengevaluasi dan menganalisisnya (Malins, J., 2004). Penelitian ini bisa dikatakan sebagai tindak lanjut dari sebuah kasus yang memunculkan peran serta atau bisa disebut sebagai penelitian peran serta. Penelitian peran serta ini termasuk sebagai penelitian terapan yang bisa dipakai dalam bidang seni rupa dan desain (Moleong, 1989). Menurut Hendrayana, metode penelitian seni rupa pada umumnya, tidak ada teori model tunggal karena karakteristik seni rupa unik dan khas tergantung objek dan subjek penelitian (Hendriyana, 2018). Salah satu metode yang dapat digunakan untuk penelitian ini adalah metode Practice-led Research dengan alur sebagai berikut



Gambar 1 Practice Led Research yang dilakukan menurut C. Frayling

(Sumber: Dokumen pribadi, 2024)

Tahapan di atas merupakan tahapan yang dikemukakan oleh C. Frayling dalam buku *Research Through Design In Urban And Landscape Design Practice* (Cortese & Lenzholzer, 2022). Tahapan tersebut kemudian disederhanakan kembali oleh peneliti yang terbagi menjadi:

- Tahap praperancangan merupakan tahapan eksplorasi data, isu yang relevan, dan permasalahan yang dihadapi masyarakat. Pada tahap ini peneliti juga mengembangkan imajinasi dan merasionalisasikannya melalui teori-teori, data pustaka, atau karya sebelumnya. Tujuan dan konsep dasar penelitian dapat dikerjakan pada tahap ini. Pada tahap ini data diperoleh dengan cara wawancara mendalam, observasi, dan studi pustaka.
- Tahap perancangan merupakan tahapan pembuatan deskripsi verbal dari analisis pada tahap pertama yang divisualisasikan dengan berbagai pertimbangan. Gagasan visual ini dapat diwujudkan dalam bentuk prototipe dengan pertimbangan bentuk, nilai, fungsi, dan makna. Di dalam tahapan ini juga dilakukan eksperimen aplikasi teknik stamping pada material kulit.
- Tahap perwujudan merupakan tahapan realisasi dari hasil uji kelayakan terhadap prototipe sehingga wujud kemanfaatan prototipe jelas terlihat fokus dan sasarannya.
- Tahap penyajian merupakan tahapan mengkomunikasikan dengan masyarakat luas. Tahapan ini terjadi dialog dan apresiasi dari masyarakat yang diharapkan dapat menyempurnakan objek pada penelitian lanjutan.

Rangkaian tahapan penelitian desain yang diadaptasi dari model *Research Through Design* (Cortese & Lenzholzer, 2022) menunjukkan bahwa proses kreatif dalam pengembangan produk kriya tidak hanya menuntut ketepatan metode, tetapi juga keterlibatan aktif peneliti dalam mengeksplorasi konteks sosial, material, dan budaya. Dimulai dari tahap praperancangan yang menekankan pengumpulan data, imajinasi, serta perumusan konsep melalui teori dan literatur, proses ini memungkinkan terbentuknya dasar perancangan yang kokoh. Hasil analisis kemudian



diolah menjadi desain konseptual pada tahap perancangan, di mana gagasan visual diwujudkan ke dalam prototipe melalui eksperimen teknik stamping pada material kulit sebagai media ekspresi sekaligus identitas lokal (Frayling, 1993; Cortesão & Lenzholzer, 2022).

Tahap perwujudan menjadi krusial karena memastikan bahwa prototipe tidak hanya memiliki nilai estetis, tetapi juga fungsional dan layak diproduksi, sejalan dengan temuan Prasetyo et al. (2021) dalam Jurnal Seni Rupa dan Desain yang menegaskan pentingnya uji kelayakan desain produk kriya untuk menjamin keberlanjutan produksi. Selanjutnya, tahap penyajian membuka ruang dialog dan apresiasi publik yang menjadi sarana evaluasi, memperkuat identitas, dan memberikan umpan balik bagi pengembangan desain di masa depan. Hal ini sejalan dengan temuan Sulisty (2020) dalam Jurnal Desain Komunikasi Visual Nirmana yang menekankan bahwa keterlibatan masyarakat dalam proses diseminasi desain dapat meningkatkan nilai brand dan daya saing produk lokal.

Secara keseluruhan, penelitian ini menegaskan bahwa pendekatan *Research Through Design* mampu menghasilkan produk kriya berbasis material kulit yang tidak hanya memiliki nilai fungsional dan estetis, tetapi juga mencerminkan konteks budaya setempat. Dengan merujuk pada Frayling (1993) dan penguatan konsep dari Cortesão & Lenzholzer (2022), metode ini dapat menjadi model efektif dalam mengembangkan produk desain yang inovatif, kontekstual, dan memiliki potensi branding yang kuat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Tahapan *Research for Design*

Tahapan *Research for Design* merupakan fondasi konseptual dalam proses perancangan, yang bertujuan membangun pemahaman menyeluruh mengenai konteks budaya, sosial, ekonomi, dan teknis dari objek desain. Pada penelitian ini, RfD diarahkan untuk menggali potensi dan permasalahan industri kerajinan kulit Magetan sebagai dasar pengembangan motif, produk, dan strategi branding yang kontekstual serta berkelanjutan.

1. Analisa Litelatur

Fase ini berfokus pada proses pengumpulan data secara sistematis dan analisis mendalam terhadap berbagai aspek yang melingkupi industri kulit Magetan, mencakup kondisi historis, potensi sumber daya, pola produksi, dinamika pasar, hingga permasalahan yang dihadapi pelaku usaha. Aktivitas pada tahap ini meliputi observasi lapangan, wawancara dengan pemangku kepentingan, kajian literatur, serta dokumentasi visual untuk mengidentifikasi karakteristik unik dan kekayaan kearifan lokal. Seluruh informasi yang diperoleh kemudian dianalisis secara kritis guna merumuskan peluang inovasi, hambatan pengembangan, serta kebutuhan desain yang relevan. Hasil analisis ini menjadi landasan pengetahuan yang kokoh bagi proses perancangan motif dan strategi branding berikutnya, sehingga desain yang dihasilkan tidak hanya estetis, tetapi juga kontekstual, aplikatif, dan selaras dengan identitas budaya Magetan. Berikut adalah analisis potensi berdasarkan data yang ada (analisis **SWOT** sederhana):

Aspek	Faktor	Uraian
Strengths (Kekuatan)	1. Reputasi dan Kualitas Produk	Produk kulit Magetan dikenal tahan lama, berkualitas baik, dan memiliki harga yang kompetitif dibanding daerah lain.
	2. Keterampilan Lokal yang Mendalam	Tradisi penyamakan kulit diwariskan turun-temurun; adanya Lingkungan Industri Kulit (LIK) di Ringin Agung sebagai pusat produksi bahan baku.
	3. Fleksibilitas Produksi (Custom-Made)	Perajin mampu membuat produk pesanan sesuai keinginan konsumen (model, ukuran, desain khusus).
	4. Lokasi Strategis Sentra Ritel	Sentra di Jalan Sawo, Selosari, terletak di jalur wisata Telaga Sarangan, meningkatkan potensi pemasaran wisata.
	5. Ketahanan Ekonomi	UMKM kulit mampu bertahan dalam krisis ekonomi karena produk alas kaki merupakan kebutuhan pokok.
	6. Dukungan Pemerintah	Adanya UPT Industri Kulit & Produk Kulit Magetan yang berperan dalam pelatihan, teknologi, dan dukungan modal.
Weaknesses (Kelemahan)	1. Keterbatasan SDM Ahli	Proses pelatihan panjang (sekitar dua tahun) dan minimnya tenaga ahli menghambat regenerasi perajin.
	2. Serbuan Produk Luar Daerah	Sekitar 80% produk di pasaran berasal dari luar (Bogor, Sidoarjo, Mojokerto), menurunkan citra produk lokal.
	3. Keterkaitan Industri Rendah	Hanya ±24,2% bahan baku kerajinan kulit berasal dari hasil penyamakan lokal, menunjukkan rantai pasok yang lemah.
	4. Permasalahan Limbah & Regulasi	Kurangnya pengelolaan limbah dan regulasi daerah yang mendukung industri penyamakan kulit secara berkelanjutan.
	5. Pemasaran & Manajemen Data	Strategi pemasaran digital, dokumentasi desain, serta sistem manajemen data produk masih terbatas.
Opportunities (Peluang)	1. Potensi Wisata Kriya	Jalur wisata Telaga Sarangan membuka peluang pengembangan wisata kriya dan produk souvenir kulit khas Magetan.
	2. Pengembangan Produk Zero Waste	Inovasi produk berbahan kulit perca (zero waste) menciptakan nilai tambah dan pasar baru.
	3. Pasar Online dan E-Commerce	Penjualan digital memperluas pasar hingga tingkat nasional dan internasional.
	4. Diversifikasi Produk	Peluang membuat produk baru seperti aksesoris, fashion item, dan produk interior dengan motif khas lokal.
Threats (Ancaman)	1. Persaingan dari Luar Daerah	Banyak produk dari luar Magetan yang lebih murah dan seragam, menekan harga lokal.
	2. Isu Peniruan Identitas	Produk luar dengan label "Made in Magetan" menurunkan keaslian dan reputasi daerah.
	3. Isu Lingkungan	Limbah penyamakan kulit yang tidak dikelola dengan baik mengancam keberlanjutan industri dan lingkungan sekitar.

Perkembangan industri kerajinan kulit Magetan yang memiliki legacy panjang dan keunikan layanan custom order perlu diarahkan pada penguatan identitas lokal, keberlanjutan, dan digitalisasi pemasaran. Hasil kajian *Strategi Pengembangan UMKM Ekonomi Kreatif Kerajinan Kulit di Kabupaten Magetan* (Putra, Mindarti & Hidayati, 2018) menunjukkan bahwa tantangan utama pelaku usaha terletak pada keterbatasan SDM terampil, lemahnya manajemen pemasaran, serta keterhubungan rantai pasok. Temuan ini sejalan dengan identifikasi kelemahan dalam analisis SWOT yang menyoroti masalah serbuan produk luar, keterkaitan industri yang rendah, dan minimnya regulasi pengelolaan limbah. Oleh karena itu, pengembangan program pelatihan intensif dan penguatan jejaring industri menjadi langkah mendesak untuk menjaga keberlanjutan produksi dan kualitas produk.

Selain itu, inovasi desain yang berorientasi pada pemanfaatan limbah perca kulit (zero waste) memiliki potensi besar untuk mendiversifikasi produk sekaligus mengurangi dampak lingkungan. Sugiarti (2021) dalam jurnal *Aplikasi Metode Zero Waste pada Industri Kerajinan Kulit Magetan* membuktikan bahwa pemanfaatan potongan kulit sisa



dapat menghasilkan produk cendera mata yang lebih terjangkau dan ramah lingkungan, sekaligus membuka peluang ekonomi baru bagi perajin lokal. Pendekatan ini mendukung peluang yang telah diidentifikasi dalam SWOT, yaitu pengembangan produk berbasis zero waste dan diversifikasi produk yang dapat menarik pasar wisatawan.

Di sisi lain, penguatan wisata kriya (craft tourism) menjadi salah satu kunci pengembangan branding. Hasil penelitian Sugiarti (2019) dalam *Pengembangan Wisata Kriya Berbasis Kreasi dan Inovasi di Sentra Industri Kerajinan Kulit Kabupaten Magetan* menegaskan bahwa wisatawan tidak hanya mencari produk, tetapi juga pengalaman autentik yang melibatkan proses produksi dan cerita budaya di balik produk tersebut. Temuan ini mendukung peluang pemasaran berbasis pariwisata sebagaimana telah teridentifikasi pada analisis peluang, di mana lokasi strategis sentra kerajinan kulit Magetan di jalur wisata Telaga Sarangan memungkinkan terjadinya sinergi antara branding produk dan destinasi wisata.

Lebih lanjut, Atmajati & Mangifera (2024) melalui penelitian *Peran Entrepreneurial Bricolage terhadap Entrepreneurial Marketing* mengungkap bahwa pemasaran kreatif dan pemanfaatan sumber daya terbatas secara inovatif mampu meningkatkan kinerja pemasaran industri kerajinan kulit. Hal ini memperkuat urgensi strategi pemasaran digital yang telah disebut dalam analisis peluang, yaitu pemanfaatan e-commerce untuk memperluas jangkauan pasar dan mengurangi ketergantungan pada pemasaran konvensional.

Dari perspektif proses bisnis, Pambudi & Suwandi (2024) dalam studi *Bisnis Kerajinan Sepatu dan Tas dari Kulit di Magetan* menyoroti pentingnya adaptasi model desain sesuai tren pasar agar produk tetap relevan dengan selera konsumen yang dinamis. Temuan ini mendukung kebutuhan inovasi desain yang aplikatif dan kontekstual sebagaimana digariskan pada tahap *Research for Design (RfD)*, yakni merumuskan desain yang tidak hanya estetis, tetapi juga sesuai permintaan pasar modern.

2. Pengamatan

Berdasarkan hasil pengamatan langsung di Sentra Industri Kerajinan Kulit Kabupaten Magetan, kami menemukan bahwa industri ini memiliki legacy panjang yang kuat sekaligus keunikan layanan custom order yang masih jarang dijumpai di daerah lain. Ketika menyusuri kawasan Jalan Sawo dan Lingkungan Industri Kulit (LIK) Ringin Agung, terlihat aktivitas perajin yang tetap mempertahankan teknik tradisional penyamakan kulit, namun di sisi lain menghadapi tantangan modernisasi. Pengalaman lapangan ini menguatkan temuan Putra, Mindarti & Hidayati (2018) yang menekankan keterbatasan SDM terampil, lemahnya manajemen pemasaran, serta rendahnya keterhubungan rantai pasok sebagai hambatan utama dalam pengembangan UMKM kerajinan kulit Magetan. Kondisi serbuan produk luar daerah dan minimnya regulasi pengelolaan limbah juga tampak nyata, sesuai dengan kelemahan yang teridentifikasi dalam analisis SWOT. Melihat langsung proses produksi yang masih sangat mengandalkan keterampilan manual, kami menyadari bahwa program pelatihan intensif dan penguatan jejaring industri merupakan langkah mendesak untuk menjaga kualitas sekaligus keberlanjutan produksi.

Dalam kunjungan ke beberapa bengkel kerja, kami juga mengamati tumpukan potongan kulit sisa produksi yang menumpuk di sudut ruangan. Temuan lapangan ini memperkuat relevansi penelitian Sugiarti (2021) yang menerapkan metode zero waste pada

industri kerajinan kulit Magetan. Potongan kulit perca tersebut, yang sebelumnya dianggap limbah, terbukti dapat diolah menjadi produk cendera mata berharga ekonomis sekaligus ramah lingkungan. Pengamatan ini menunjukkan peluang besar untuk mendiversifikasi produk, seperti gantungan kunci, dompet mini, atau aksesoris fesyen yang menarik wisatawan dengan harga terjangkau. Pemanfaatan limbah menjadi produk baru bukan hanya mengurangi dampak lingkungan, tetapi juga membuka jalur ekonomi tambahan bagi perajin lokal.

Interaksi dengan wisatawan yang kami lakukan di area Telaga Sarangan semakin menegaskan pentingnya wisata kriya (craft tourism) sebagai strategi branding. Banyak pengunjung mengaku tertarik tidak hanya membeli produk kulit, tetapi juga ingin melihat proses pembuatannya secara langsung. Pengalaman ini selaras dengan penelitian Sugiarti (2019) yang menegaskan bahwa wisatawan mencari pengalaman autentik yang memadukan proses produksi, cerita budaya, dan keterlibatan emosional. Lokasi strategis sentra kulit yang berada di jalur wisata menjadi modal besar untuk mengembangkan program tur edukatif, workshop singkat, atau paket kunjungan yang dapat memperkuat citra Magetan sebagai destinasi wisata kriya.

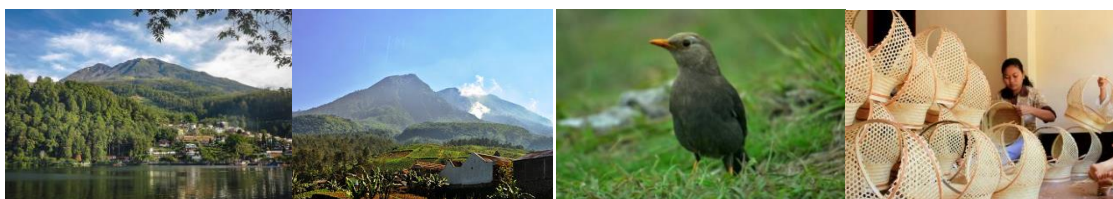
Dalam percakapan dengan beberapa pelaku usaha, kami mendapati bahwa mereka mulai mencoba memanfaatkan platform digital untuk pemasaran, meski sebagian besar masih terbatas pada media sosial sederhana. Kondisi ini mengingatkan kami pada penelitian Atmajati & Mangifera (2024) yang menyoroti pentingnya entrepreneurial bricolage—pemanfaatan sumber daya terbatas secara kreatif untuk meningkatkan kinerja pemasaran. Strategi ini dapat dioptimalkan melalui penguatan pemasaran digital dan e-commerce agar produk Magetan mampu menembus pasar nasional bahkan internasional, sekaligus mengurangi ketergantungan pada metode pemasaran konvensional yang mengandalkan toko fisik.

Selain itu, dari pengamatan langsung di ruang produksi sepatu dan tas, terlihat bahwa banyak desain masih mempertahankan pola klasik yang sudah lama menjadi identitas Magetan. Namun, wawancara dengan pembeli dan pedagang menunjukkan adanya kebutuhan inovasi desain agar tetap relevan dengan selera konsumen yang cepat berubah. Temuan lapangan ini sejalan dengan penelitian Pambudi & Suwandi (2024) yang menekankan pentingnya adaptasi model desain sesuai tren pasar modern. Hal ini menegaskan urgensi tahapan Research for Design dalam proses pengembangan produk, di mana ide kreatif harus terus diselaraskan dengan kebutuhan dan gaya hidup masyarakat kontemporer.

Secara keseluruhan, pengamatan lapangan ini memperkuat pemahaman bahwa keberlanjutan industri kulit Magetan hanya dapat dicapai melalui tiga pilar utama: penguatan identitas lokal, inovasi desain yang berkelanjutan, dan digitalisasi pemasaran. Kombinasi antara pengelolaan limbah kreatif, wisata kriya yang mengedepankan pengalaman, serta pemasaran berbasis teknologi digital akan menjadi kunci untuk menjaga daya saing produk kulit Magetan di tengah dinamika pasar yang semakin kompetitif.



Referensi desain berdasarkan pengamatan potensi dari sisi fisik yang ada di Magetan :



Gambar 2 Referensi bahan branding (Telaga Sarangan, Gunung Lawu, Jalak Lawu)
(Sumber: google , 2025)

Referensi desain berdasarkan pengamatan potensi produk kulit yang ada di Magetan :



Gambar 3 Referensi bahan branding
(Sumber: google , 2025)

Berdasarkan hasil analisis literatur dan pengamatan lapangan, dapat disimpulkan bahwa industri kerajinan kulit Magetan memiliki potensi besar yang bersumber dari kualitas produk, keterampilan perajin, layanan custom order, serta lokasi strategis di jalur wisata Telaga Sarangan, namun masih menghadapi berbagai tantangan seperti keterbatasan SDM terampil, lemahnya keterhubungan rantai pasok, serbuan produk luar daerah, permasalahan limbah, dan pemasaran yang belum optimal. Temuan ini menegaskan perlunya penguatan identitas lokal melalui inovasi desain yang kontekstual, pemanfaatan limbah perca kulit sebagai strategi zero waste, pengembangan wisata kriya berbasis pengalaman, serta digitalisasi pemasaran sebagai upaya meningkatkan daya saing dan keberlanjutan industri kulit Magetan di tengah dinamika pasar yang semakin kompetitif.

B. Tahapan *Research in Design*

Tahap *Research in Design* merupakan fase di mana desain tas kulit Magetan tidak hanya dirancang secara konseptual, tetapi diuji melalui eksperimen teknik dan interaksi langsung dengan pengguna untuk memperoleh umpan balik praktis. Pendekatan ini memastikan bahwa produk akhir tidak hanya estetis, tetapi juga fungsional dan sesuai kebutuhan pasar.

1. Desain Fungsional & Estetika

Secara visual, inspirasi desain diperoleh dari kekayaan alam dan budaya Magetan, seperti Gunung Lawu, Telaga Sarangan. Elemen-elemen ini diterjemahkan menjadi pola ukiran, emboss, maupun permainan tekstur yang terlihat pada contoh produk. Misalnya, salah satu prototipe menampilkan relief gunung dan gelombang air di bagian panel utama sebagai representasi lanskap Telaga Sarangan, sementara detail anyaman (basket weave) pada sudut tas merujuk pada teknik anyaman tradisional yang berkembang di pedesaan Magetan. Pendekatan ini sejalan dengan konsep *place-based design* yang menekankan keterikatan produk dengan identitas geografisnya (Tjahjono & Wardhani, 2021). Penggunaan elemen budaya lokal bukan hanya memberi nilai estetika, tetapi juga mengkomunikasikan cerita (*storytelling*) yang memperkuat posisi tas sebagai medium

promosi pariwisata daerah.

Dalam proses perancangan, pertimbangan ergonomi dan kenyamanan menjadi faktor penting. Ketebalan kulit, panjang strap, hingga distribusi beban dirancang agar tas tetap nyaman saat digunakan dalam jangka waktu lama. Desain pegangan, sistem pengunci, dan jumlah kompartemen disesuaikan dengan aktivitas target pengguna. Prinsip *human-centered design* diterapkan melalui uji coba awal oleh kelompok fokus yang terdiri dari perajin, konsumen lokal, dan wisatawan, guna mengidentifikasi titik kenyamanan maupun potensi masalah penggunaan (Hidayat et al., 2020).

Estetika juga dieksplorasi melalui warna, tekstur, dan teknik pengerjaan. Warna-warna alami seperti coklat tua, merah marun, dan navy dipilih untuk menonjolkan kesan elegan dan timeless, sekaligus memudahkan perawatan. Detail ukiran burung, bambu, dan motif topografi seperti yang terlihat pada gambar prototipe memberikan kedalaman visual serta menjadi pembeda dengan produk kulit komersial lainnya. Eksperimen ini didukung temuan Wibowo & Lestari (2021) yang menunjukkan bahwa konsumen produk kriya kulit cenderung menghargai keunikan tekstur alami dan sentuhan handmade yang menandakan keaslian.

Lebih jauh, pendekatan zero waste diterapkan dengan memanfaatkan potongan kulit kecil sebagai elemen dekoratif. Potongan perca dijadikan patchwork, label gantung, atau aksan pada sudut tas. Strategi ini tidak hanya menambah nilai estetika melalui permainan bentuk geometris, tetapi juga menegaskan komitmen keberlanjutan lingkungan—suatu tren yang semakin diminati konsumen global (Rahardjo & Yunita, 2022). Di sisi lain, kehadiran label gantung berbentuk burung pada beberapa prototipe berfungsi ganda sebagai tanda merek dan aksan visual. Burung dipilih sebagai simbol kebebasan dan kelestarian alam, selaras dengan citra Magetan sebagai daerah pegunungan yang asri.

Keseluruhan proses desain fungsional dan estetika ini menunjukkan pentingnya integrasi antara riset pasar, eksplorasi budaya, dan inovasi teknik. Prototipe yang dihasilkan bukan sekadar tas kulit, tetapi representasi narasi Magetan dalam bentuk produk kriya kontemporer. Pendekatan tersebut memperkuat argumen bahwa keberhasilan desain kriya lokal tidak hanya bergantung pada kualitas material, tetapi juga pada kemampuan mengartikulasikan identitas dan nilai-nilai daerah dalam bahasa visual yang universal (Prabowo, 2023). Dengan demikian, tahap desain fungsional dan estetika bukan hanya menghasilkan produk yang layak secara teknis, tetapi juga berperan sebagai medium komunikasi budaya yang potensial untuk mendukung strategi branding Kabupaten Magetan.

2. Fitur Customization

Dalam studi Strategi Digital Branding Produk Tas Kulit pada Sentra Kerajinan Khas Manding Sabdodadi Bantul (Putri & Purwanti, 2024), pelaku UMKM menambahkan opsi kustomisasi berupa personalisasi pada produk mereka untuk membedakan diri di pasar yang sudah padat persaingan. Fitur seperti monogram, pemilihan lining, bahan dekoratif, dan hardware menjadi penting agar konsumen merasa memiliki produk eksklusif. Pendekatan ini diadaptasi dalam prototipe tas kulit Magetan dengan opsi ukiran inisial, warna lining yang khas, dan hardware yang kuat tetapi estetik.

Dalam konteks produk kriya kontemporer, kemampuan menyesuaikan produk



(customization) menjadi salah satu faktor kunci yang memengaruhi keputusan pembelian dan loyalitas konsumen. Tas kulit sebagai produk fesyen fungsional tidak hanya berfungsi sebagai wadah, tetapi juga sebagai medium ekspresi identitas dan gaya hidup pengguna. Penelitian menunjukkan bahwa konsumen produk kulit semakin menghargai aspek personalisasi yang memungkinkan mereka memiliki produk unik sesuai preferensi pribadi (Rahmawati & Gunawan, 2021). Bagi pengrajin Magetan, tren ini membuka peluang untuk mengembangkan model bisnis yang berbasis pada interaksi kreatif antara desainer, perajin, dan konsumen.

Fitur customization pada pengembangan tas kulit Magetan dapat dibagi menjadi tiga kategori utama: pilihan desain struktural, pilihan material dan warna, serta personalisasi elemen dekoratif. Pertama, pada tingkat desain struktural, konsumen dapat memilih ukuran, tipe kompartemen, dan sistem pengunci tas. Misalnya, pelanggan dapat menentukan jumlah saku internal, jenis tali bahu (*adjustable strap* atau *fixed strap*), hingga mekanisme penutup seperti *magnetic snap*, resleting logam, atau *buckle* tradisional. Menurut penelitian Putra et al. (2022), keterlibatan konsumen dalam proses pemilihan struktur produk tidak hanya meningkatkan kepuasan akhir, tetapi juga menciptakan keterikatan emosional yang memperpanjang siklus kepemilikan produk.

Kedua, customization material dan warna memberikan kebebasan bagi konsumen untuk mengekspresikan selera estetika melalui pemilihan jenis kulit, tekstur, dan skema warna. Dalam praktiknya, pengrajin Magetan menawarkan variasi kulit sapi pull-up, nubuck, dan vegetable-tanned leather, masing-masing dengan karakteristik unik dari segi kelembutan, kilap, dan kemampuan menua. Teknik pewarnaan manual seperti *hand-dyeing* dan *gradient staining* memungkinkan terciptanya warna-warna gradasi yang tidak dapat dihasilkan secara massal (Kusuma et al., 2023). Kombinasi material dan warna ini memperkuat nilai eksklusivitas produk, sekaligus memperluas pasar hingga segmen premium yang menghargai keaslian dan keunikan.

Ketiga, personalisasi elemen dekoratif menjadi aspek paling menonjol dalam fitur customization. Konsumen dapat menambahkan monogram nama, inisial, atau simbol tertentu melalui teknik emboss, laser engraving, maupun jahitan hias. Penelitian oleh Suryanto et al. (2020) menunjukkan bahwa penggunaan teknik laser engraving pada kulit nabati tidak hanya menghasilkan presisi tinggi, tetapi juga mempertahankan ketahanan serat kulit. Di Magetan, motif-motif lokal seperti siluet Gunung Lawu, bunga anggrek endemik, atau pola topografi daerah sering dijadikan pilihan dekoratif. Integrasi motif lokal pada produk personalisasi menjadi bentuk promosi budaya yang efektif karena konsumen membawa identitas Magetan ke berbagai konteks global (Prasetyo et al., 2022).

Proses customization ini memerlukan pendekatan desain partisipatif atau *co-design*, di mana konsumen dilibatkan secara aktif sejak tahap perencanaan. Model ini menuntut komunikasi dua arah yang intensif antara desainer dan pelanggan untuk memahami kebutuhan fungsional, preferensi estetika, dan keterbatasan teknis. Menurut Arifin & Nugraha (2021), keberhasilan *co-design* dalam industri kriya kulit dapat meningkatkan efisiensi produksi hingga 20% karena spesifikasi produk lebih jelas sejak awal. Di Magetan, beberapa bengkel kulit telah menerapkan platform daring yang memungkinkan konsumen mengunggah sketsa atau memilih template desain sebelum proses produksi dimulai.

Kehadiran teknologi digital seperti aplikasi *3D configurator* semakin mempermudah visualisasi produk akhir, sehingga mengurangi risiko kesalahan dan meningkatkan kepuasan konsumen.

3. Pengujian Prototipe & Perbaikan Iteratif

Prototipe awal diuji melalui kelompok fokus untuk fungsionalitas, daya tahan, kenyamanan, dan desain estetis. Berdasarkan umpan balik serupa dari studi di Ponorogo (Pengembangan Industri Tas Kulit Berbasis Kearifan Lokal) bahwa konsumennya menuntut kombinasi antara tampilan lokal dan kenyamanan pemakaian, perbaikan dilakukan: penguatan strap, penambahan ritsleting dan saku yang lebih aman, serta penyesuaian ukuran agar sesuai untuk pengguna yang membawa perangkat elektronik serta barang harian (notebook, tablet, perlengkapan kerja).

Tahap pengujian prototipe merupakan fase krusial dalam proses pengembangan produk, khususnya pada industri kriya kulit yang menuntut keseimbangan antara kualitas teknis, kenyamanan penggunaan, dan nilai estetika. Dalam konteks pengembangan tas kulit Magetan, fase ini tidak hanya berfungsi untuk mengevaluasi performa material dan struktur desain, tetapi juga sebagai sarana validasi pasar melalui keterlibatan pengguna akhir. Pendekatan pengujian yang terstruktur memastikan bahwa setiap prototipe yang dihasilkan mampu memenuhi standar fungsional dan tetap setia pada identitas lokal yang diusung.

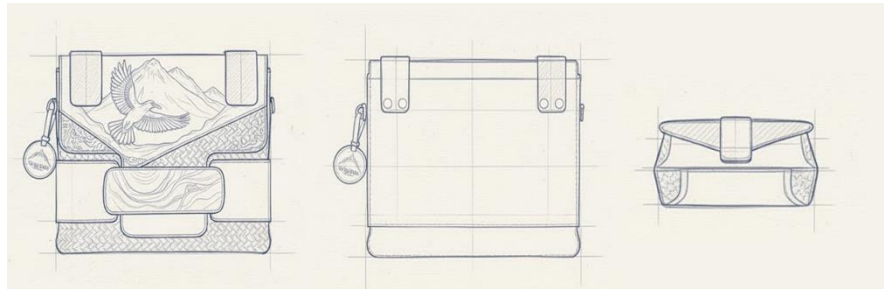
Menurut teori *iterative design* yang dikemukakan oleh Lawson (2006), proses pengembangan desain harus melibatkan siklus pengujian dan perbaikan secara berulang untuk mencapai kualitas optimal. Prinsip ini diaplikasikan dalam pengembangan tas kulit Magetan melalui serangkaian uji coba yang melibatkan kelompok fokus (focus group) yang terdiri dari calon pengguna dengan berbagai latar belakang profesi dan kebutuhan mobilitas. Setiap peserta diberikan kesempatan menggunakan prototipe selama periode tertentu, kemudian diminta memberikan umpan balik terkait kenyamanan, daya tahan, kepraktisan, dan kesan visual produk (Rahardjo & Yunita, 2022). Umpan balik ini menjadi dasar perbaikan teknis dan estetis yang dilakukan oleh desainer dan perajin.

6. Eksperimen bentuk pada desain

Berikut desain yang dibuat oleh peneliti:



Gambar 4 Bentuk pengembangan desain
(Sumber: dokumentasi pribadi , 2025)



Gambar 5 Gambar tampak dari sketsa yang dibuat
(Sumber: dokumentasi pribadi , 2025)



Gambar 6 Permodelan 3d
(Sumber: dokumentasi pribadi , 2025)



Gambar 7 Produk Jadi
(Sumber: dokumentasi pribadi , 2025)

C. Tahapan *Through for Design*

Tahapan *Research through Design* (RtD) merupakan fase intervensi desain yang menempatkan proses perancangan sebagai sarana utama untuk menghasilkan pengetahuan baru. Pada tahap ini, desain tidak hanya diposisikan sebagai luaran visual atau produk akhir, tetapi sebagai proses eksperimental yang mengintegrasikan temuan riset dengan praktik desain secara langsung. Dalam konteks pengembangan tas kulit Magetan, RtD diarahkan untuk menguji strategi penguatan branding dan eksplorasi zero waste sebagai pendekatan desain yang kontekstual, berkelanjutan, dan berorientasi pasar.

1. Penguatan Branding

Penguatan branding dalam *Research through Design* (RtD) menjadi intervensi strategis penting dalam memperkuat identitas dan persepsi pasar terhadap tas kulit Magetan. Branding bukan sekadar logo atau label, melainkan keseluruhan narasi dan pengalaman yang melekat pada produk—mulai dari desain, kemasan, hingga komunikasi pemasaran.

Salah satu referensi yang relevan adalah penelitian mengenai *Strategi Digital Branding Produk Tas Kulit pada Sentra Kerajinan Manding Sabdodadi Bantul* oleh Putri & Purwanti (2024), yang menunjukkan bahwa pembuatan brand visual, logo, foto produk berkualitas, dan kehadiran web UMKM dapat membantu meningkatkan visibilitas produk kulit secara online dan offline. Dalam konteks Magetan, peluncuran produk “Magetan Heritage” dengan label “Crafted for You” bisa diambil sebagai langkah branding yang mirip, menegaskan keunikan, kustomisasi, dan kualitas tinggi.

Dalam pelaksanaan branding, elemen identitas visual sangat krusial—logo, label, tipografi, warna, motif lokal—yang membedakan produk dari kompetitor. Identitas seperti motif burung atau simbol alam lokal dapat menjadi faktor pembeda yang memperkuat pengalaman emosional konsumen. Penelitian *Pengembangan Identitas Visual dan Kemasan Biodegradable untuk Ecowastra Nusantara* oleh Priana & Pandanwangi (2022) menunjukkan bahwa pemilihan identitas visual yang berkelanjutan (misal: kemasan biodegradable) dipandang positif dan dianggap mendukung nilai-nilai environment-friendly brand identity. Selain itu, branding yang kuat juga memerlukan strategi pemasaran yang konsisten dan multipel kanal. Dalam studi kasus Manding Sabdodadi, branding tidak hanya dilakukan melalui toko fisik atau pasar lokal tetapi juga melalui pembuatan website, pemasaran digital, dan media sosial, yang membantu UMKM menjangkau audiens lebih luas dan adaptif terhadap era digital.

2. Eksplorasi Zero Waste

Eksplorasi zero waste dalam produksi tas kulit bukan semata teknik mengurangi limbah, tetapi bagian penting dari strategi desain dan produksi yang sustainable—yang juga menjadi nilai jual bagi konsumen yang semakin peduli terhadap lingkungan. Beberapa penelitian menunjukkan bahwa pemanfaatan limbah atau potongan sisa material memiliki potensi ekonomi dan branding yang signifikan. Misalnya, dalam jurnal *Perancangan Branding Produk dari Limbah Kulit dan Ban* oleh Melisa, Tanudjaja & Kurniawan (2023) tentang Radja Leather Surabaya, ditemukan bahwa penggunaan limbah kulit dan ban dalam sebagai bahan baku untuk produk corporate gift dan merchandise memperkaya identitas produk sebagai “ramah lingkungan” namun tetap berkualitas.

Dalam penerapannya di Magetan, eksplorasi zero waste akan menghasilkan produk turunan yang affordable (murah) untuk wisatawan — karena bahan dasarnya adalah sisa produksi, sehingga biaya bahan baku lebih rendah. Produk-produk turunan ini selain menambah variasi line produk, juga membantu memperluas pasar terutama segmen souvenir dan oleh-oleh wisata. Pengetahuan yang muncul antara lain: ukuran potongan perca yang paling efektif; teknik penggabungan perca agar tetap kuat dan estetik; harga jual optimal untuk produk kecil; dan preferensi konsumen terhadap produk ramah lingkungan. Dengan demikian, eksplorasi zero waste bukan hanya upaya ekologis, tetapi juga strategi desain dan bisnis yang mampu memperkaya portofolio produk, mengurangi limbah, dan memperkuat citra brand sebagai progresif dan peduli lingkungan.



CONCLUSION/ SIMPULAN

Penelitian pengembangan tas kulit berbasis *Research for Design*, *Research in Design*, dan *Research through Design* di Kabupaten Magetan menunjukkan bahwa proses desain produk dapat menjadi medium strategis untuk meningkatkan daya saing industri lokal. Pendekatan riset berlapis ini menghasilkan pemahaman mendalam mulai dari pemetaan potensi bahan, eksplorasi identitas budaya, hingga intervensi branding dan pemasaran digital. Tahap *Research for Design* (RfD) menegaskan bahwa Magetan memiliki kekuatan pada ketersediaan bahan kulit sapi dan kambing dengan kualitas ekspor, keberadaan industri penyamakan lokal, serta kekayaan simbolik seperti Gunung Lawu, Telaga Sarangan. Potensi ini dapat diolah menjadi elemen visual dan nilai cerita yang mendukung *cultural storytelling* dan tren produk ramah lingkungan. Hasil pemetaan juga mengidentifikasi keterbatasan SDM terampil, lemahnya manajemen pemasaran, dan rendahnya pemanfaatan platform digital sebagai tantangan utama yang harus diatasi. Tahap *Research in Design* (RiD) menunjukkan bahwa proses kreatif berupa pembuatan dan pengujian prototipe memungkinkan penemuan model tas kulit yang sesuai dengan karakter lokal sekaligus memenuhi tuntutan fungsional dan estetika.

Eksperimen desain, pemilihan material, serta pengujian ketahanan dan kenyamanan memberikan data empiris mengenai kekuatan material lokal, respon pasar terhadap fitur kustomisasi, dan standar kualitas yang layak untuk produk premium. Tahap *Research through Design* (RtD) membuktikan bahwa produk tas yang telah disempurnakan dapat berfungsi sebagai alat intervensi untuk mencapai tujuan branding, pemberdayaan SDM, dan pengembangan industri.

Secara keseluruhan, penelitian ini menegaskan bahwa pengembangan produk kriya berbasis riset desain tidak hanya menghasilkan inovasi produk, tetapi juga menciptakan model pengembangan industri kreatif yang terintegrasi. Magetan berpotensi bertransformasi dari sekadar sentra penyamakan kulit menjadi pusat produksi tas kulit dengan identitas budaya yang kuat, proses produksi berkelanjutan, dan jejaring pemasaran digital yang kompetitif. Pendekatan ini dapat direplikasi pada sentra kerajinan lain di Indonesia sebagai strategi penguatan branding daerah dan pemberdayaan ekonomi kreatif berbasis kearifan lokal.

DAFTAR PUSTAKA

- Arifin, R., & Nugraha, D. (2021). *Penerapan model co-design dalam industri kriya kulit untuk peningkatan efisiensi produksi*. *Jurnal Desain Produk Kreatif*, 5(2), 90–102.
- Atmajati, D., & Mangifera, R. (2024). *Peran entrepreneurial bricolage terhadap entrepreneurial marketing*. *Jurnal Kewirausahaan dan Inovasi*, 6(1), 55–68.
- Cortese, J., & Lenzholzer, S. (2022). *Research Through Design in Urban and Landscape Design Practice*. Delft University of Technology.
- Frayling, C. (1993). *Research in Art and Design*. Royal College of Art Research Papers, 1(1), 1–5.
- Gray, C., & Malins, J. (2004). *Visualizing research: A guide to the research process in art and design*. Ashgate Publishing Ltd.
- Hendriyana, H. (2018). *Metodologi Penelitian Penciptaan Karya*. Bandung: Penerbit Sunan Ambu Press.
- Hidayat, R., Suryani, D., & Maulana, T. (2020). *Penerapan human-centered design dalam pengembangan produk kriya berbasis kebutuhan pengguna*. *Jurnal Desain Produk*, 5(1), 42–55.

- Kusuma, B., Setiawan, F., & Ramadhani, A. (2023). *Eksperimen teknik pewarnaan manual (hand-dyeing) dan gradient staining pada kulit nabati untuk produk kriya kontemporer*. Jurnal Rupa dan Material, 4(1), 33–45.
- Lawson, B. (2006). *How designers think: The design process demystified* (4th ed.). Oxford: Architectural Press.
- Melisa, D., Tanudjaja, A., & Kurniawan, F. (2023). *Perancangan branding produk dari limbah kulit dan ban pada Radja Leather Surabaya*. Jurnal Desain Kreatif dan Inovasi Produk, 5(1), 45–58.
- Moleong, L. J. (1989). *Metodologi penelitian kualitatif*. Bandung: Remaja Karya.
- Pambudi, A., & Suwandi, T. (2024). *Bisnis kerajinan sepatu dan tas dari kulit di Magetan*. Jurnal Manajemen Industri Kreatif, 3(2), 101–115.
- Pambudi, A., & Suwandi, T. (2024). *Bisnis kerajinan sepatu dan tas dari kulit di Magetan*. Jurnal Manajemen Industri Kreatif, 3(2), 101–115.
- Pambudi, A., & Suwandi, T. (2024). *Bisnis kerajinan sepatu dan tas dari kulit di Magetan*. Jurnal Manajemen Industri Kreatif, 3(2), 101–115.
- Prabowo, A. (2023). *Artikulasi identitas lokal dalam desain kriya kontemporer: Studi kasus produk berbasis budaya daerah*. Jurnal Seni dan Desain Nusantara, 7(2), 88–102.
- Prasetyo, A., Hidayat, R., & Wulandari, N. (2021). *Uji kelayakan desain produk kriya sebagai strategi keberlanjutan produksi*. Jurnal Seni Rupa dan Desain, 10(2), 115–126.
- Prasetyo, Y., Lestari, M., & Widodo, A. (2022). *Integrasi motif lokal dalam produk kriya sebagai strategi promosi budaya daerah*. Jurnal Desain dan Kearifan Lokal, 6(2), 120–134.
- Priana, G., & Pandanwangi, A. (2022). *Pengembangan identitas visual dan kemasan biodegradable untuk Ecowastra Nusantara*. Jurnal Desain Komunikasi Visual Nusantara, 8(2), 77–91.
- Putra, D., Rahma, S., & Wicaksono, H. (2022). *Keterlibatan konsumen dalam proses desain produk sebagai strategi peningkatan loyalitas dan kepuasan pelanggan*. Jurnal Inovasi Industri Kreatif, 8(1), 55–68.
- Putra, M. A., Mindarti, L. I., & Hidayati, R. (2018). *Strategi pengembangan UMKM ekonomi kreatif kerajinan kulit di Kabupaten Magetan*. Jurnal Administrasi Publik (JAP), 6(12), 35–46.
- Putri, A. P., & Purwanti, S. (2024). *Strategi digital branding produk tas kulit pada sentra kerajinan Manding Sabdodadi Bantul*. Jurnal Ekonomi Kreatif dan Kewirausahaan, 9(1), 33–47.
- Rahardjo, F., & Yunita, M. (2022). *Zero waste design approach pada industri kriya kulit berkelanjutan*. Jurnal Inovasi Desain dan Ekologi, 4(1), 15–28.
- Rahardjo, T., & Yunita, D. (2022). *Evaluasi desain produk berbasis pengguna pada industri kriya kulit melalui metode focus group discussion*. Jurnal Desain dan Inovasi Produk, 7(2), 101–115.
- Rahmawati, I., & Gunawan, P. (2021). *Pengaruh personalisasi produk terhadap loyalitas konsumen pada industri fesyen kulit*. Jurnal Pemasaran dan Gaya Hidup, 3(3), 77–88.
- Rara, S., Margana, & Muthmainah. (2020). *Pengembangan wisata kriya berbasis kreasi dan inovasi di sentra industri kerajinan kulit Kabupaten Magetan*. Cakra Wisata, 21(1).
- Sugiarti, E. (2019). *Pengembangan wisata kriya berbasis kreasi dan inovasi di sentra industri kerajinan kulit Kabupaten Magetan*. Jurnal Cakra Wisata, 21(1), 23–31.
- Sugiarti, E. (2021). *Aplikasi metode zero waste pada industri kerajinan kulit Magetan*. Jurnal Desain dan Kriya, 5(2), 87–98.



- Sulistyo, D. (2020). *Peran diseminasi desain dalam peningkatan brand dan daya saing produk lokal*. Jurnal Desain Komunikasi Visual Nirmana, 22(1), 45–54.
- Suryanto, A., Fitri, R., & Handayani, S. (2020). *Aplikasi teknologi laser engraving pada kulit nabati untuk pengembangan produk kriya presisi tinggi*. Jurnal Teknologi dan Desain, 9(2), 66–79.
- Tjahjono, B., & Wardhani, P. (2021). *Place-based design: Integrasi identitas lokal dalam perancangan produk kriya*. Jurnal Desain dan Budaya, 3(2), 77–90.
- Tim Peneliti Pengembangan Industri Kulit Ponorogo. (2021). *Pengembangan industri tas kulit berbasis kearifan lokal di Kabupaten Ponorogo*. Laporan Penelitian. Ponorogo: Balai Riset dan Inovasi Daerah Jawa Timur.
- Wibowo, S., & Lestari, D. (2021). *Preferensi konsumen terhadap estetika dan keaslian produk kriya kulit handmade*. Jurnal Estetika dan Material, 6(3), 120–133.