

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Industri fesyen, khususnya produk tas terus mengalami perkembangan berdasarkan data yang dikeluarkan oleh Asosiasi Digital Marketing Indonesia pada tahun 2025 menyatakan bahwa tas wanita menempati posisi 10 besar pada kategori produk terlaris dengan penjualan *offline* ataupun *online*. Kenaikan peminat produk tas berbahan dasar kulit juga mengalami peningkatan sekitar 27 % berdasarkan data yang dikeluarkan *Google Trend* dari tahun 2024 hingga 2025. Adapun berdasarkan hasil survey yang dikeluarkan oleh *MarkPlus Insight Indonesia Netizen Survey 5* di tahun 2024 menyatakan bahwa terdapat 3 jenis barang yang sering di beli konsumen secara *online* maupun *offline*. Hasil survey menyatakan bahwa sebanyak 67,1% responden membeli pakaian, 20,2% membeli sepatu, dan 20% membeli tas secara *online*. Pembelian secara *offline* sebanyak 79,2% membeli pakaian, 56,4% membeli tas, dan 17% membeli tas. Beberapa data yang telah di ambil dapat disimpulkan bahwa tas menjadi salah satu produk yang paling banyak diminati sebagai produk untuk memenuhi gaya hidup penggunanya dan tidak sekedar digunakan sebagai alat untuk membawa barang, melainkan juga sebagai elemen fesyen yang mencerminkan gaya hidup penggunanya.

Persaingan pasar yang semakin kompetitif, inovasi desain dan konsep produk menjadi faktor utama dalam menarik minat konsumen, seperti mengadaptasi unsur budaya sebagai ciri khas yang membedakan produk salah satunya penggunaan motif tradisional pada desain tas. Indonesia sebagai negara dengan kekayaan budaya yang beragam, memiliki potensi besar dalam mengembangkan produknya (Anggraini *et al.*, 2024). Meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap warisan budaya, banyak komunitas yang aktif dalam kegiatan eksplorasi dan pelestarian budaya (Khansa, 2024).

Salah satu komunitas yang memiliki fokus dalam bidang ini adalah Komunitas Aleut yang berdiri sejak tahun 2006 di Kota Bandung yang secara rutin melakukan kegiatan penelusuran cagar budaya setiap minggunya serta gabungan beberapa event tertentu yang sesuai dengan komunitas.

Aktivitas anggota Komunitas Aleut sering kali menggunakan tas sebagai perlengkapan utama untuk membawa berbagai kebutuhan selama eksplorasi. Tas tidak hanya berfungsi sebagai alat bantu, tetapi juga memiliki peran penting dalam menunjang kenyamanan dan mobilitas anggota komunitas (Putri, 2021). Menurut anggota dan pengurus komunitas menyatakan bahwa belum adanya produk tas yang dirancang secara khusus untuk memenuhi kebutuhan komunitas tersebut. Oleh karena itu, diperlukan perancangan tas yang tidak hanya mendukung kegiatan eksplorasi budaya secara optimal tetapi juga dapat menjadi bagian dari identitas. Tas yang dirancang untuk komunitas Aleut harus mampu mengakomodasi kebutuhan penggunanya dalam berbagai aspek, mulai dari kenyamanan, kapasitas penyimpanan, hingga daya tahan material yang sesuai dengan aktivitas eksplorasi di berbagai lingkungan. Desain tas ini juga perlu mempertimbangkan aspek estetika dengan mengadaptasi ciri khas dari komunitas, seperti aksesoris khas yang dibuat khusus menggambarkan kegiatan penelusuran cagar budaya.

Aspek material yang digunakan dalam pembuatan tas harus memperhatikan faktor ketahanan dan kemudahan perawatan. Penggunaan bahan kulit asli atau kombinasi dengan bahan lain dapat menjadi pilihan utama agar tas tetap nyaman digunakan dalam jangka waktu lama. Warna dan desain tas juga perlu disesuaikan dengan preferensi anggota komunitas, yang umumnya menyukai warna-warna natural dan konsep kasual minimalis. Dengan menggabungkan aspek fungsional, estetika, dan nilai budaya dalam perancangan tas ini, diharapkan dapat menjadi produk yang menunjang aktivitas serta berfungsi sebagai identitas komunitas Aleut untuk memperkenalkan dan melestarikan cagar budaya melalui desain yang unik.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan yang telah diuraikan pada latar belakang masalah, bahwa rumusan masalah yang akan diangkat pada penelitian ini adalah:

1. Bagaimana perancangan tas kulit ini dapat memenuhi kebutuhan dan mencerminkan komunitas aleut dalam mendukung aktivitasnya, khususnya dalam mengeksplorasi cagar budaya?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini memiliki tujuan penelitian yang ingin dicapai, yaitu:

1. Untuk merancang tas kulit yang sesuai dengan kebutuhan dan dapat mencerminkan komunitas Aleut dalam melakukan aktivitasnya, khususnya dalam kegiatan eksplorasi cagar budaya.

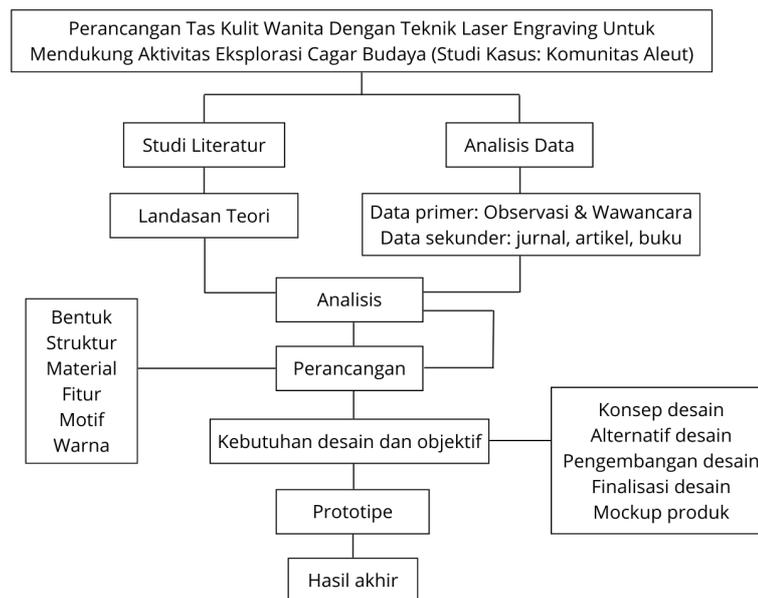
1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa manfaat penelitian yang disesuaikan berdasarkan aspek, meliputi:

1. Manfaat Teoritis: penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi pada upaya pelestarian budaya lokal, dengan mengeksplorasi dan mengintegrasikan elemen budaya yang sesuai dengan karakteristik komunitas Aleut ke dalam produk modern seperti tas kulit.
2. Manfaat Kebijakan: penelitian ini diharapkan dapat menghasilkan produk yang tidak hanya memenuhi kebutuhan fungsional pada komunitas aleut, tetapi juga memiliki nilai budaya yang mendorong komunitas dalam menciptakan produk berkelanjutan.
3. Manfaat Praktik: penelitian ini diharapkan dapat membantu komunitas aleut dalam mempermudah dari segi pembawaan barang kebutuhan aktivitasnya, dengan desain yang sesuai kebutuhan baik dari segi fungsi maupun estetika untuk memperkuat citra komunitas.

4. Manfaat Aksi Sosial: penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan kesadaran masyarakat tentang pentingnya pelestarian budaya lokal, sehingga dapat memicu kesadaran konsumen untuk lebih memilih dan mendukung produk yang memperkuat budaya Indonesia.

1.5 Kerangka Penelitian



Gambar 1. 1 Kerangka Penelitian

Bagan di atas merupakan kerangka berpikir yang dipakai untuk perancangan. Berdasarkan permasalahan yang ditemukan, maka diperlukan landasan teori, tinjauan penelitian sebelumnya, serta data kualitatif dari observasi dan wawancara dengan pihak terkait. Data ini digunakan untuk menganalisis bentuk, struktur, material, fitur, dan motif, sehingga produk yang dihasilkan dapat menjawab permasalahan. Setelah di analisis, dilakukan pembuatan alternatif desain, finalisasi, dan mockup, lalu dilanjutkan dengan pembuatan prototipe hingga hasil akhir.

1.6 Perancangan Penelitian

1.6.1 Metode Perancangan

Metode yang mendukung perancangan ini yaitu dengan metode kualitatif yang berbasis observasi, wawancara, dan studi literatur. Menurut penelitian yang dilakukan oleh (Aziz, 2018) menyatakan bahwa penelitian kualitatif adalah penelitian yang diarahkan untuk memberikan sejarah atau fakta dan kejadian secara sistematis serta berdasarkan data yang ada atau disebut dengan akurat, sehingga tidak memerlukan pencarian atau menerangkan suatu hubungan dalam menguji sebuah hipotesis.

Untuk mendukung data kualitatif tersebut perancangan ini juga menggunakan pendekatan desain diantaranya analisis *SWOT* yang merupakan singkatan dari *Strengths* (kekuatan), *Weakness* (kelemahan), *Opportunities* (peluang), dan *Threats* (ancaman) yang umum digunakan dalam perencanaan strategi dalam menganalisis suatu kondisi yang akan dibuat dalam suatu rencana untuk menemukan suatu peluang (Fortino, 2022).

Adanya menerapkan analisis *SWOT*, perancangan tas kulit dapat lebih terarah dalam menyusun strategi desain, produksi, serta pemasaran yang efektif. Identifikasi keunikan produk, seperti penggunaan bahan kulit dengan teknik yang presisi, memungkinkan produk memiliki daya saing yang kuat di pasar. Adanya peluang dalam tren fashion saat ini yang semakin mengapresiasi produk berbahan kulit asli serta meningkatnya permintaan pasar terhadap barang premium dapat menjadi faktor pendorong bagi inovasi desain. Melalui pendekatan *SWOT*, perancangan tas kulit dapat lebih inovatif dan adaptif dalam menghadapi tantangan pasar yang memanfaatkan peluang yang ada. Hal ini tidak hanya memastikan produk tetap relevan dan kompetitif, tetapi juga mendukung keberlanjutan bisnis dengan inovasi yang sesuai dengan kebutuhan dan preferensi konsumen dan menyesuaikan *trend* terkini.

Pendekatan desain lainnya yang dilakukan untuk mengetahui kebutuhan pengguna perancangan ini juga menggunakan pendekatan *user persona* yang memiliki tujuan untuk menganalisa dan menggali kebutuhan yang memiliki keberagaman, sehingga dapat dijadikan acuan dalam pengembangan desain yang dibuat. Dengan menganalisis aspek-aspek gaya hidup, dan kebiasaan penggunaan tas, pendekatan ini membantu dalam menciptakan produk yang lebih sesuai dengan kebutuhan target pasar.

Proses ini dimulai dengan pengumpulan data melalui wawancara, observasi langsung terhadap calon pengguna yang didasarkan pada kebiasaan. Dari hasil analisis, dibuat representasi yang menggambarkan berbagai tipe pengguna dengan latar belakang dan kebutuhan yang berbeda. Dengan memahami preferensi pengguna secara mendalam, desain tas dapat dikembangkan secara lebih efektif, baik dari segi ukuran, material, fitur tambahan, maupun estetika. Dengan demikian produk yang dihasilkan tidak hanya memenuhi kebutuhan fungsional tetapi juga menciptakan pengalaman penggunaan yang lebih optimal.

1.6.2 Tempat dan Lini Masa Perancangan

Tempat penelitian dan perancangan tas ini didasarkan pada aktivitas yang dilakukan oleh komunitas aleut yang berada di Jl. Srielok No.9, Kota Bandung. Penelitian tersebut bertujuan untuk memahami permasalahan yang dihadapi saat beraktivitas bersama secara langsung, dengan menganalisis gaya hidup dan karakteristik mereka sebagai pencinta budaya lokal yang sering menelusuri cagar budaya. Melalui observasi dan wawancara langsung dengan anggota komunitas Aleut, penelitian ini berupaya mengidentifikasi kebutuhan spesifik dalam menggunakan tas selama kegiatan eksplorasi budaya. Perancangan ini membutuhkan waktu kurang lebih 7 bulan dalam merancang produknya, untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada *timeline* berikut.

Tabel 1. 1 *Timeline Kegiatan*

Sumber: Analisis Pribadi

No	Kegiatan	September				Oktober				November				Desember				Januari				Februari				Maret			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Analisis komunitas	■	■	■	■	■	■	■	■																				
2	Identifikasi <i>SWOT</i> , dan survei produk			■	■	■	■	■	■																				
3	Identifikasi masalah dengan metode			■	■	■	■	■	■																				
4	Analisa usulan produk						■	■	■																				
5	Analisa aspek desain dan gaya hidup						■	■	■	■	■	■	■																
6	Membuat alternatif desain													■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■				
7	Membuat alternatif motif budaya																	■	■	■	■	■	■	■	■				
8	Fiksasi desain prototipe																					■	■	■	■				
9	Pembuatan prototipe oleh Leswan																									■	■	■	■
10	Pembuatan packaging produk																												■
11	Pembuatan konten foto dan video																												■
12	Tes produk pada target market (komunitas aleut)																												■
13	Analisis produk yang sudah di evaluasi																												■
14	Laporan akhir																												■