

PENGEMBANGAN POLA ANYAMAN BUNGKUS KOPI UNTUK PENGEMBANGAN PRODUK UMKM “MIMI’S CRAFT”

Devanny Gumulya¹, Handoko², Eirene Eukharisty Chandradinata³, Vanessa Effendy⁴

^{1,2,3,4}Desain Produk, Fakultas Desain, Universitas Pelita Harapan

e-mail: devanny.gumulya@uph.edu^{1,2,3,4}

INFORMASI ARTIKEL

Received : Februari, 2022
Accepted : April, 2022
Publish online : Mei, 2022

ABSTRACT

Community service activity for the product design study program is community empowerment. One of them is a coffee wrap community in Panongan District, Tangerang named Mimi's Craft, which was born from a local champion who wanted to help reduce the waste of coffee wrap in her house. This community has a problem which is new product development. PKM implements the process of design thinking by empathizing, defining, ideate, prototyping, and testing. The data collection methods used in this community service are in-depth interviews, literature studies, and documentation. The result of is a new weaving pattern developed from existing pattern and prototypes for new target market. This PKM recommends that when implementing the design thinking process, the community service team can look closely at important factors that affect community capability to innovate, which are divided into two, namely: internal factors such as local atmosphere and culture, human resource willingness to learn, collaboration, learn from doing, and local champion. as well as external factors such as openness, breadth, and closeness with partners.

Keywords : product design, design thinking, community service

ABSTRAK

Kegiatan PKM dari program studi desain produk adalah pengembangan kelompok pengrajin. Salah satunya adalah komunitas penganyam bungkus kopi yang bernama Mimi's Craft yang lahir dari seorang local champion yang ingin membantu mengurangi sampah bungkus kopi di rumahnya. Mimi's Craft berada di kecamatan Panongan, Tangerang. Komunitas ini terkendala pengembangan produk baru. PKM menerapkan proses design thinking empathize, define, ideate, prototype dan testing. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam kegiatan PKM ini adalah wawancara mendalam, studi literatur dan dokumentasi. Hasil kegiatan PKM adalah pola anyaman pengembangan dari pola anyaman yang sudah ada dan prototipe dengan pola anyaman baru untuk target market. PKM ini merekomendasikan bahwa ketika menerapkan proses design thinking, tim PKM dapat melihat faktor – faktor yang berperan dalam kemampuan inovasi komunitas secara mendalam yang terbagi dua yaitu faktor internal

seperti suasana dan budaya lokal, usaha sumber daya manusia untuk belajar, kolaborasi, belajar dari melakukan, pemimpin lokal. Serta faktor eksternal seperti keterbukaan, keluasan dan kedekatan usaha dengan mitra.

Kata Kunci: Desain produk, design thinking, pengabdian kepada masyarakat.

PENDAHULUAN

Komunitas memainkan peran penting dalam membentuk inovasi lokal karena sistem kehidupan masyarakat melahirkan banyak kearifan lokal. Inovasi terlahir dari budaya lokal yang disesuaikan dengan permintaan pasar. Sebuah komunitas tumbuh dengan unsur budaya lokal yang kuat akan diikuti oleh pengembangan kelompok usaha kecil dan menengah yang memiliki karakteristik khas, melekat pada suasana dan nilai-nilai lokal [1].

Melihat pentingnya peranan komunitas bagi perkembangan ekonomi lokal, maka saat ini profesi desain produk dituntut tidak hanya memikirkan desain komersil, namun juga dituntut untuk mendesain produk yang dapat membantu komunitas tertentu [2]. Dalam kurun waktu sepuluh tahun terakhir banyak Universitas yang mengintegrasikan pengabdian pada masyarakat dalam mata kuliah, dimana mahasiswa diajarkan untuk terjun langsung ke masyarakat, mempelajari masalah yang ada dan mencoba mendesain solusi tepat guna yang dapat dipakai langsung oleh masyarakat [3]. Untuk itu Desain Produk Universitas Pelita Harapan juga menanggapi dan melihat pentingnya hal ini dan membuat satu mata kuliah khusus sebagai ruang mahasiswa dan dosen untuk melakukan kegiatan pengabdian kepada masyarakat bersama untuk membantu komunitas disekitar kampus. Paper ini mendeskripsikan proses PKM yang dilakukan oleh dosen dan mahasiswa desain produk dalam membantu komunitas ibu – ibu penganyam bungkus kopi di Kecamatan Panongan, Tangerang.

Komunitas ibu – ibu di Panongan terbentuk karena kegemarannya minum kopi, dan tergerak untuk mengolah limbah bungkus kopi yang ada. Komunitas pengrajin ini dimulai dari Ibu Selvi yang gemar membuat dan mengolah material dengan menggunakan barang bekas yang terdapat di rumah tangga pada tahun 2010. Keahlian ini Ibu Selvi dapatkan dengan berlatih secara otodidak dan disebarkannya pada tetangga sekitar untuk melestarikan lingkungan, namun perlahan produk

tersebut mulai mereka jual untuk mendapatkan penghasilan lebih. Ibu – ibu menganyam bungkus kopi sebagai pengisi waktu luang di rumah tangga mereka, sekaligus menjual hasil anyaman mereka sebagai penghasilan tambahan. Sekarang ini mereka berfokus kepada barang yang dapat dianyam dengan bungkus kopi seperti tas, dompet, aneka wadah mulai dari dompet kecil hingga box pajangan rumah tangga. Nama komunitas pengrajin anyaman bungkus kopi ini kemudian menjadi Mimi's Craft yang diambil dari Mimi's Fashion, toko dan juga penghasilan utama Ibu Selvi. Ibu Selvi sendiri ingin menyebarkan penggunaan barang yang dibuat dengan bungkus kopi ini agar dapat mengurangi sampah plastik dan melestarikan lingkungan sekitar. Tujuan dari kegiatan PKM ini adalah membantu permasalahan kendala pengembangan produk baru dari Mimi's Craft.

Komunitas pengrajin adalah sekelompok orang yang mahir dalam pengembangan kerajinan tangan yang unik. Ruang lingkup komunitas perajin terkait dengan wilayah tertentu, misalnya komunitas perajin batik di Girilayu, Kabupaten Karanganyar, Jawa Tengah, Indonesia. Cakupannya dapat berkisar dari desa ke kabupaten [4]. Komunitas pengrajin dikategorikan sebagai bisnis di sektor informal. OECD (OECD, 2001) mendefinisikan sektor informal sebagai, "unit yang terlibat dalam produksi barang atau jasa dengan tujuan utama menghasilkan lapangan kerja dan pendapatan bagi yang bersangkutan". Sektor informal beroperasi di ekonomi informal yang didefinisikan sebagai kegiatan ekonomi yang berkaitan dengan produksi dan perdagangan barang dan jasa yang tidak terdaftar atau dilakukan oleh entitas yang tidak terdaftar; kegiatan tersebut beroperasi di luar peraturan pemerintah dan sistem pajak [5].

Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Perkembangan Inovasi Dalam Komunitas

Penelitian terdahulu terkait faktor – faktor yang dapat berperan dalam pengembangan produk bersama komunitas ditelusuri lebih lanjut.

Yang pertama adalah ko-kreasi yaitu beberapa stakeholder terlibat dalam kegiatan kreatif bersama yang mendorong mereka untuk terus dan memotivasi mereka untuk melakukan yang terbaik [6]. Dalam konteks desain sosial Ko-kreasi didefinisikan sebagai proses kolaboratif menciptakan dan mengembangkan inovasi bersamaan dengan pemberdayaan masyarakat [7].

Selain ko-kreasi, suasana dan budaya lokal, dapat digunakan sebagai sumber inovasi. Komunitas dapat memperkuat kemampuan mereka untuk berinovasi dengan mengembangkan sumber daya dan kearifan lokal sambil tetap setia pada identitas lokal mereka. [8] menekankan pentingnya keberadaan local champion, yakni pemimpin di komunitas dengan kepribadian yang produktif serta dapat mendorong pengembangan dan pemberdayaan masyarakat. Seorang local champion adalah seseorang dengan rasa kepemimpinan yang kuat dan kemampuan untuk memobilisasi sejumlah besar orang untuk memulai proses perubahan komunitas. Bisnis di sektor informal mengembangkan kemampuan inovasi mereka melalui "*Learning by Doing*," "*Learning by Using*," "*Learning by Interacting*," "*Learning by Searching*," "*Learning by Producing*," dan "*Learning by Imitation*." Dengan presentase terbesar komunitas belajar dari "learning by doing". Lebih lanjut dijelaskan kebaruan yang dihasilkan sebagian besar adalah imitasi, adopsi dan modifikasi [9]

[10] menjelaskan karakter inovasi di sector informal sbb:

1. Inovasi secara garis besar didorong oleh kelangkaan, keterbatasan dan keberlangsungan bisnis demi memenuhi kebutuhan customer.
2. Inovasi jarang didorong oleh R&D tapi pengetahuan yang didapatkan dari adopsi,

adaptasi dan memperbaiki produk yang laku di pasar, dan produk serta teknologi terbaik yang dapat menjawab permasalahan customer.

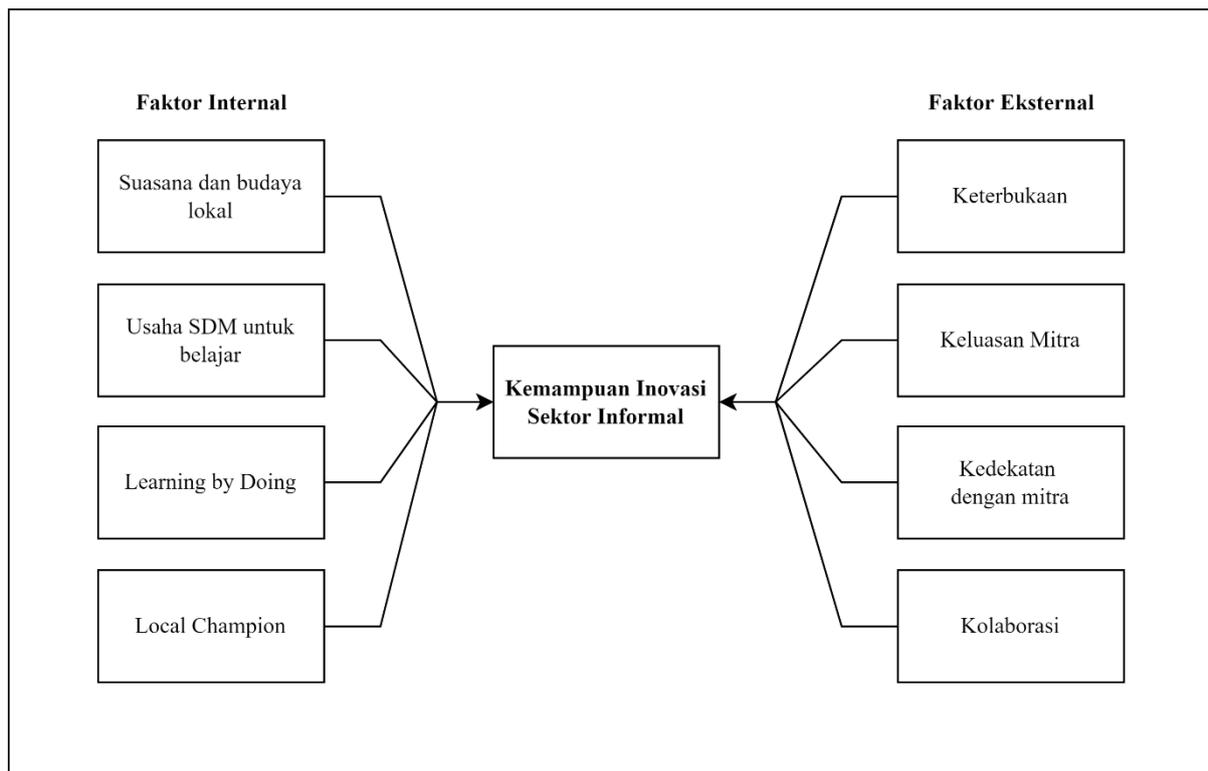
3. Inovasi lebih bersifat inkremental dari radikal. Teknologi yang kompleks jarang digunakan. Adaptasi produk impor dengan teknologi sederhana yang tersedia adalah praktik umum pada bisnis di sector informal.
4. Inovasi bersifat kolaboratif terkonsentrasi pada suatu daerah tertentu.
5. Pengkopian terjadi sangat cepat di sector informal, karena pembagian pengetahuan dalam satu kluster komunitas sangat didukung oleh budaya lokal.

[11] menjelaskan faktor yang mempengaruhi kemampuan inovasi sector informal di Negara berkembang seperti Afrika adalah sbb:

Tabel 1. 1 Faktor Internal dan Eksternal yang mempengaruhi kemampuan inovasi sector informal

Faktor Internal	Faktor Eksternal
Latar belakang usaha	Keluasan mitra yang berkolaborasi
Keterbukaan usaha pada hal – hal baru	Keterbukaan usaha
Keahlian dari pekerja	Kedekatan usaha dengan mitra
Usaha untuk mendapatkan pelatihan	Dukungan dari asosiasi, badan pemerintah, NGO dll

Selain itu [12] menyebutkan pentingnya desain produk untuk membentuk suatu identitas di mata konsumen. Dapat disimpulkan bahwa faktor internal seperti suasana dan budaya lokal, usaha sumber daya manusia untuk belajar, kolaborasi, belajar dari melakukan, pemimpin lokal. Serta faktor eksternal seperti keterbukaan, keluasan dan kedekatan usaha dengan mitra serta desain produk adalah faktor – faktor penting yang perlu dipertimbangkan ketika mengembangkan inoasi bersama komunitas (lihat gambar 1.1)



Gambar 1. 1 Faktor Internal Dan Eksternal Yang Mempengaruhi Kemampuan Inovasi Komunitas

Design Thinking dalam Konteks Sosial

Design thinking (DT) dianggap sebagai metodologi yang efektif untuk mendorong inovasi dalam konteks formal maupun informal [13]. Pemikiran desain didefinisikan sebagai metodologi dasar untuk "membangun" ide sebagai hasil dari proses kreatif. Diidentifikasi bahwa terdapat dua fase pengembangan pengetahuan melalui pemikiran desain yang keduanya beroperasi dalam domain teoritis dan praktis [14]: (1) fase analitis berfokus pada mencari dan menemukan pemahaman, sedangkan (2) fase sintesis adalah serangkaian eksperimen untuk menciptakan dan membuat sesuatu yang baru. Transisi dari teoritis ke praktis terjadi ketika desainer menarik pengetahuan dari apa yang telah mereka rasakan dan pelajari di dunia praktik, mengubahnya menjadi ide-ide abstrak teori, kemudian menerjemahkan teori-teori itu kembali ke domain praktik dalam bentuk solusi nyata.

Design Thinking Stanford [13]. Pendekatan DT banyak digunakan untuk pendidikan desain. Tahap pertama adalah "*emphatize*", yang merupakan kemampuan untuk menempatkan diri pada posisi orang lain dan menerima sudut pandang mereka, dengan tujuan memahami dan menganalisis masalah. Pada tahap ini, tim anggota berinteraksi dengan pengguna potensial untuk terlibat dengan

pemahaman mereka tentang masalah, kebiasaan, perasaan, dan kebutuhan mereka. Tahap kedua adalah "*define*", tahap tim mendefinisikan masalah yang ingin difokuskan berdasarkan hasil tahap empati. Tahap ketiga adalah "*ideation*". Tim mulai mengembangkan ide dan proposal solusi pemecahan masalah menggunakan berbagai teknik seperti brainstorming untuk meningkatkan kreativitas. Setelah *ideation*, fase berikutnya adalah "*prototyping*" di mana beberapa ide yang prototipe melalui serangkaian fase pemodelan. Langkah terakhir adalah "*testing*" prototipe dalam situasi nyata dengan pengguna nyata. Tujuan dari tahap pengujian adalah untuk mengevaluasi prototipe. Proses DT tidak linier tetapi bergerak bolak-balik, melalui siklus umpan balik, untuk memperbaiki dan memperbaiki solusi desain.

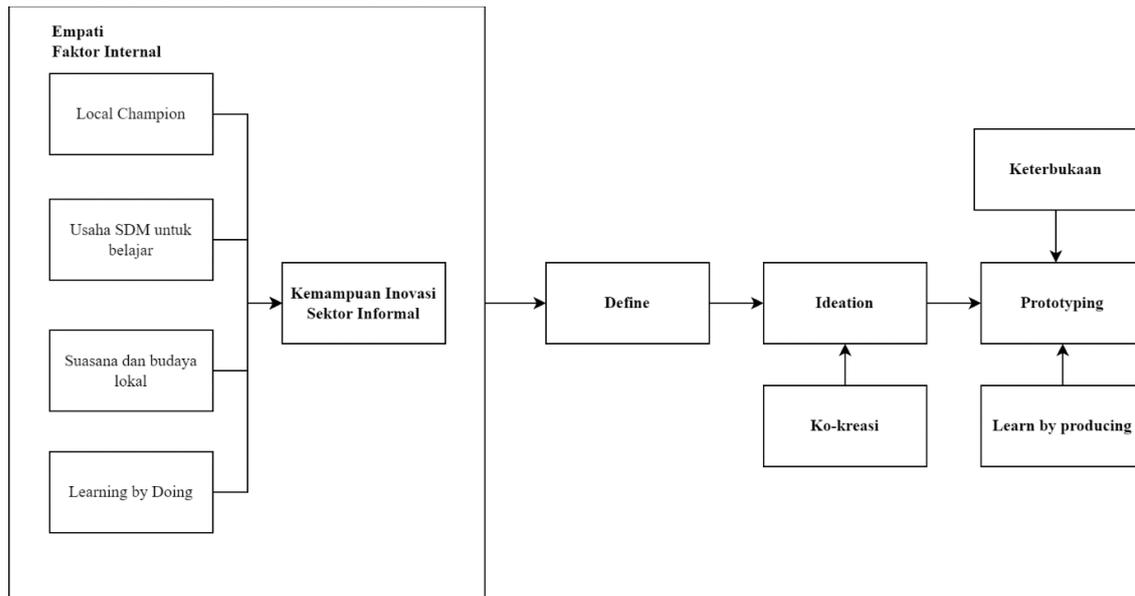
Dari kerangka diatas maka dirumuskan pertanyaan penelitian sbb:

1. Bagaimanakah kerangka Design Thinking diterapkan untuk meningkatkan kemampuan inovasi komunitas?
2. Bagaimanakah proses DT menghasilkan pengembangan produk baru di komunitas?

METODE PENELITIAN

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif dengan studi eksplorasi “research through design” dimana peneliti mencoba mendapatkan pengetahuan baru dari aktivitas mendesain. Penelitian ini bersifat eksploratori karena kemampuan inovasi suatu komunitas belum banyak diketahui secara umum, sehingga perlu dikaji lebih mendalam [15].

Penelitian diakhiri dengan proses PKM yang menggunakan alur design thinking yang dipakai oleh Stanford d.school Design Thinking [13] Process: *Empathize, Define, Ideate, Prototype, Test*.



Gambar 1. Metode Penelitian
[Sumber: Dokumentasi pribadi]

1. Empathize

Dilakukan kunjungan ke lokasi komunitas tersebut yang berada di Panongan, Tangerang untuk menginterview secara langsung pendiri maupun pekerja dari komunitas pengrajin anyaman bungkus kopi. Pertanyaan interview meliputi biografi, aspirasi, proses design dan production, serta target market yang sudah mereka tawarkan dalam komunitas pengrajin. Dilakukan observasi cara kerja dan ruang kerja yang dipakai di dalam komunitas pengrajin. Dari produk yang mereka telah buat kami membandingkan hasilnya dengan apa yang sudah ditawarkan oleh pengrajin lain. Dari Proses empati diketahui faktor – faktor internal yang mempengaruhi kemampuan inovasi suatu komunitas.

2. Define

Dari hasil analisis wawancara, permasalahan yang terdapat kendala pengembangan pola anyaman, sehingga desain produk yang dihasilkan terbatas.

3. Ideate

Setelah menyadari masalah dalam komunitas pengrajin, sketsa desain dibuat untuk mendapatkan ide untuk menjawab permasalahan yang ada dengan melakukan koreasi bersama komunitas.

4. Prototype

Dari ide dan sketsa yang telah dibuat, dieliminasi beberapa pilihan yang tidak bisa diimplementasikan ke komunitas pengrajin. Ide terbaik digabungkan sebagai hasil akhir yang dapat dipresentasikan ke komunitas penganyam. Ide terbaik dibuat prototipe bersama dengan ibu – ibu. Selama proses prototyping dilakukan learning by doing.

5. Test

Tahap testing ke pasar belum dapat dilakukan karena situasi pandemic yang meningkat di April 2021, sehingga ibu – ibu tidak ada kegiatan bazaar.

Dummy tersebut kemudian dicoba langsung ke komunitas dan kami melihat respon mereka terhadap solusi itu. Respon yang kami terima, kami pakai sebagai panduan untuk memperbaharui ide yang kami tampilkan sehingga dapat ditingkatkan menjadi ide yang sesuai.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian eksploratori menekankan tiga hal yang mempengaruhi kemampuan inovasi komunitas: *local champion* sebagai pengajar, aspirasi mengurangi sampah plastik, dan faktor – faktor yang menghambat pengembangan pola anyaman. Selanjutnya dijelaskan bagaimana tim PKM menyelesaikan kendala pengembangan pola dengan merubah anyaman bungkus kopi menjadi lebih tipis dan merekomendasikan pengembangan produk baru dengan pola anyaman yang baru.

Local Champion sebagai pengajar

Pendiri Komunitas merupakan seorang ibu rumah tangga yang mempunyai bakat keterampilan tangan, nama beliau yaitu Selvi, atau biasa dipanggil Ibu Aam oleh masyarakat setempat. Sejak kecil beliau sangat tertarik dalam membuat kerajinan tangan dan membuat sesuatu dengan hanya menonton proses pembuatan di TV. Sepuluh tahun yang lalu, beliau pertama kali melihat di TV bagaimana cara membuat kerajinan tangan menggunakan bungkus kopi bekas, beliau kemudian mulai bereksperimen dalam membuat suatu produk menggunakan teknik menganyam bungkus kopi tersebut. Keterampilan menganyam bungkus kopi ini kemudian diajarkan oleh beliau ke tetangga di dekat lingkungan rumahnya yang kemudian terbentuklah komunitas pengrajin anyaman bungkus kopi, yang disebut dengan *Mimi's Craft* (MC), Ibu Aam berada di kecamatan Panongan, Tangerang. Kegiatan Ibu Aam dalam mengajarkan teknik menganyam bungkus kopi ke komunitas membuatnya dipandang dan dipercaya di komunitasnya sehingga ia dapat disebut sebagai *local champion*. Ibu – ibu yang diajar bu Aam berlatih bersama – sama, dan perhalan mereka dapat mengembangkan motif – motif baru, serta kombinasi warna yang baru untuk *Mimi's Craft*.

Latar belakang pekerja yang tergabung dalam komunitas MC ini merupakan ibu rumah tangga yang biasanya memiliki waktu luang dalam kesehariannya setelah anak-anaknya pergi ke sekolah. Produk yang dibuat, dijual sebagai hasil pemasukan tambahan dalam rumah tangganya.

Mereka bangga dengan apa yang mereka lakukan yaitu mengurangi sampah plastik bungkus kopi di lingkungan hidup mereka. Mereka mendukung dalam penggunaan barang daur ulang dan mengumpulkan barang bekas lain yang kemudian akan mereka buat menjadi barang yang dapat dipakai ataupun dijual kembali.

Aspirasi Mengurangi Sampah Plastik

Para pengrajin mempunyai harapan yaitu meningkatnya penjualan produk bungkus kopi sebagai rasa untuk mendukung pengurangan sampah bungkus kopi yang tersebar di lingkungan. Dampak positif komunitas pada lingkungan sekitar yaitu masyarakat sekitar mengetahui adanya komunitas yang dapat mengolah bungkus kopi dan mulai memisahkan bungkus kopi mereka sehingga dapat diberikan ke komunitas pengrajin. Dampak positif lainnya adalah terjadi hubungan erat antara pekerja yang juga merupakan tetangga dalam lingkungan pekerja dikarenakan kebersamaan yang terbentuk dari proses menganyam bersama dan sambil berbincang.

Faktor penghambat pengembangan pola anyaman

Para pengrajin kesulitan dalam membuat pola yang baru.

Desain yang sudah ada pun kalah bersaing dengan adanya perkembangan desain dari produk daur ulang lain. Dalam kurun waktu 3 tahun terakhir order tas anyaman bungkus kopi menurun. Biasanya pola yang baru merupakan hasil eksperimen seorang pekerja yang diselesaikan dalam waktu yang lama (sekitar 1-2 hari).

Pola anyaman juga masih cukup terbatas walaupun mereka sudah mulai mencoba mengembangkannya, serta kurangnya tenaga atau sumber penjahit. Keterbatasan pola anyaman salah satunya disebabkan karena anyaman bungkus kopi yang kaku, maka bentuk produk yang dihasilkan pun tidak dapat banyak lekukan atau desain yang sulit untuk diaplikasikan dengan teknik anyam. Jenis barang yang dapat dibuat adalah tas, dompet, gantungan kunci, tempat tisu, wadah permen, kotak pensil dan tas laptop (lihat Gambar 1. 1). Range harga tas adalah 50 ribu rupiah sampai 200 ribu rupiah, sedangkan harga produk lain mempunyai range harga mulai dari 10 ribu rupiah sampai 50 ribu rupiah. Produk – produk ini dijual melalui bazaar yang sering diikuti ibu – ibu di sekolah ataupun acara pemerintahan.



Gambar 1.1 Produk Mimi's Craft
[Sumber: Dokumentasi Pribadi]

Belajar Menganyam

Untuk lebih memahami kendala dalam mengembangkan anyaman bungkus kopi maka tim pkm belajar menganyam (lihat Gambar 1. 2). Didapatkan pemahaman bahwa menganyam tidaklah mudah, bungkus kopi harus dicuci, disabun, dijemur, digunting satu persatu, baru mulai dianyam membentuk simpul dari empat bungkus kopi.

Rekomendasi Usulan

Tabel 1.1 dibawah ini adalah usulan tim, lebar anyaman diperkecil, sehingga anyaman lebih halus dan jumlah bungkus kopi yang didaur ulang semakin banyak.



Gambar 1.3 Belajar Menganyam Bersama Ibu – Ibu Mimi's Craft
[Sumber: Dokumentasi Pribadi]

Konsep Desain

Melihat kendala pengembangan pola anyaman dari Mimi's Craft, maka tim PKM mengusulkan solusi berupa usulan pengembangan pola anyaman yang lebih kecil, dengan memperkecil lipatan bungkus kopi dari 2 cm menjadi 1 cm, sehingga bentuk produk yang dihasilkan lebih fleksibel dan tidak kaku. Lalu tim PKM mencoba membalik kemasan bungkus kopi sehingga tidak lagi menampilkan merek bungkus kopi, sehingga dapat menarik target market yang lebih luas kepada anak SMP, SMA dan mahasiswa/i. Hal tersebut karena anak - anak SMP, SMA, dan Mahasiswa/i menjadi generasi yang dapat memajukan, dan membawa sebuah desain penggunaan kembali dari bungkus kopi menjadi sebuah gaya dan produk yang menarik.

Tabel 1. 2

Produk	Produk awal / semula	Produk setelah penyesuaian	Banyak bungkus kopi (Sebelum)	Banyaknya bungkus kopi (Sesudah)
Kotak pensil	<ul style="list-style-type: none"> - Besar anyaman +- 2 cm per modul. - Ukuran kotak pensil : Kecil = 18x8x7 cm Besar = 25x5x8 cm 	<ul style="list-style-type: none"> - Besar anyaman dijadikan +- 1 cm per modul. - Pola anyaman diperbanyak. - Ukuran kotak pensil : 23x7x12 cm 	+ - 70 bungkus kopi	+ - 105 bungkus kopi
Coaster	-	<ul style="list-style-type: none"> - Mencoba-coba pola untuk anyaman <i>coaster</i>. - Diberikan gantungan pada bagian pinggir agar <i>coaster</i> dapat digantung. - Ukuran : +- 10 - 15 cm (diameter) 	-	+ - 20-30 bungkus kopi (tergantung desain anyaman <i>coaster</i>)
Pouch	-	<ul style="list-style-type: none"> - Dengan menggunakan material lain dan dijahit menjadi satu (<i>mix material</i>). - Ukuran : 23x7x32 cm (total) 23x7x12 cm (bagian bungkus kopi) 	-	+ - 105 bungkus kopi

Tutorial Anyaman Pola Baru

Kami menemukan dua teknik atau cara untuk menganyam model memanjang (lihat gambar 1.3)



Gambar 1. 4 Anyaman Memanjang Teknik 1
[Sumber: Dokumentasi Pribadi]

Teknik anyaman ini menghasilkan anyaman yang lebih tebal. Salah satu keunggulannya adalah, jika dianyam dengan ukuran dan ketegangan yang tepat, maka anyaman memanjang ini tidak perlu ditutup agar ia tidak lepas.

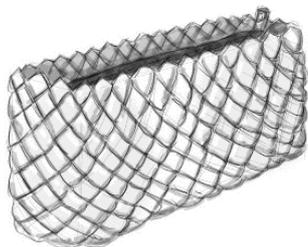


Gambar 1. 5 Anyaman Memanjang Teknik 2
[Sumber: Dokumentasi Pribadi]

Teknik menganyam yang kedua ini menghasilkan bentuk yang lebih tipis. Salah satu keunggulannya adalah kita bisa benar-benar memosisikan anyamannya. Hal ini memungkinkan gambar pada bagian luar bungkus dapat disusun menjadi pola-pola baru. Kekurangan dari teknik ini adalah anyaman memanjang tersebut harus ditutup menjadi lingkaran (*loop*) karena lipatannya mudah untuk terbuka kembali (lihat gambar 1.4)

Anyaman kotak pensil

Tim PKM mencoba membuat produk dari pola anyaman bungkus kopi dengan lebar 1 cm, dan arah lipatan dibalik, sehingga warna silver diluar dan tampilan merek di dalam (lihat gambar 1.5 – 1.7)



Gambar 1. 6 Sketsa Ide Anyaman Kotak Pensil
[Sumber: Dokumentasi Pribadi]



Gambar 1. 7 Progres Prototype Anyaman Kotak Pensil
[Sumber: Dokumentasi Pribadi]



Gambar 1. 8 Prototype Anyaman Kotak Pensil
[Sumber: Dokumentasi Pribadi]

Kombinasi anyaman dengan material lain

Tim PKM juga mengusulkan kombinasi anyaman dengan material ramah lingkungan seperti kain kanvas yang polanya atau warnanya disesuaikan dengan anyaman bungkus kopi. Produk ini memerlukan mesin jahit untuk menggabungkan bungkus kopi dengan material kain dan menjahit material kain itu sendiri agar menjadi tas (lihat gambar 1.8- 1.10). Penjahitan yang dilakukan untuk membuat produk ini lebih sederhana dibandingkan dengan produk tas yang telah dibuat oleh komunitas. Harapannya, produk ini dapat membuka ide baru kepada komunitas tanpa mereka perlu menjahit di tukang jahit tertentu.



Gambar 1. 9 Sketsa Ide *Limited Edition Pouch*
[Sumber: Dokumentasi Pribadi]



Gambar 1. 10 Progres *Prototype Limited Edition Pouch*
[Sumber: Dokumentasi Pribadi]



Gambar 1. 11 *Prototype Limited Edition Pouch*
[Sumber: Dokumentasi Pribadi]

Coaster

Tatakan gelas atau yang biasa disebut *coaster* merupakan produk baru lainnya yang kami usulkan. Produk ini menggunakan kurang dari 30 bungkus kopi, harga jualnya bisa terhitung murah, dan banyak pola anyaman yang bisa dikembangkan kembali.



Gambar 22. Pengembangan Bentuk Anyaman Pada *Coaster*
[Sumber: Dokumentasi Pribadi]



Gambar 23. *Prototype Coaster*

Dari rangkaian proses DT, pada tahap *empathize* tim dapat melihat faktor – faktor internal yang mempengaruhi perkembangan inovasi komunitas secara lebih mendalam.

Tahap *Empathize* menemukan faktor – faktor yang mempengaruhi kemampuan inovasi suatu komunitas

Tim melihat bagaimana local champion, ibu Selvi memulai mengolah limbah bungkus kopi yang ada dirumah dan mulai membagikan keahlian ini pada teman – temannya dan dari sini timbul kebersamaan ibu – ibu saling mengumpulkan limbah bungkus kopi, membersihkannya dan menganyamnya hingga menjadi produk – produk fungsional yang dapat dipakai untuk ibu – ibu. Namun seiring dengan waktu tas anyaman bungkus kopi mulai turun peminatnya karena banyaknya pilihan bahan daur ulang yang lain. Jadi pada tahap *empathize* tim PKM dapat melihat peran local champion, suasana dan keseharian budaya lokal. Temuan pada tahap *empathize* ini sesuai dengan

pandangan [8] yang menekankan pentingnya peranan local champion sebagai sosok yang mendorong pengembangan masyarakat.

Tahap *define* merumuskan arah belajar komunitas

Pada tahap ini tim PKM berdasarkan temuan dari tahap *empathize* bahwa ibu – ibu *mimi's craft* memiliki kemauan belajar yang tinggi, karena sudah tercipta kebersamaan ketika belajar menganyam. Temuan ini sesuai dengan Maka tim PKM menentukan pengembangan produk dengan membuat pola anyaman yang baru, karena kalau tidak ada pengembangan pola anyaman, maka produk akan sulit dikembangkan lebih lanjut. Temuan ini sesuai dengan [9] yang menekankan pentingnya *learning by doing* dalam komunitas.

Tahap *ideation* melakukan ko-kreasi

Pada tahap ini tim PKM membuat pola baru berdasarkan pola anyaman yang sudah biasa dibuat ibu – ibu. Tim PKM membuat pola baru dengan memperkecil lebar bungkus kopi dan membalikinya sehingga didapatkan pola anyaman yang lebih fleksibel yang memberikan kesan modern. Pola anyaman ini didapatkan hasil dari kolaborasi, karena tim PKM belajar menganyam, baru lah didapatkan ide mengembangkan pola anyaman yang tidak beranjak jauh dari apa yang biasa dibuat ibu – ibu tapi bisa memberikan output yang berbeda. Ibu – ibu tidak menyangka ternyata dengan dibalik, dapat memberikan persepsi baru, selama ini ibu – ibu selalu terpatok dengan motif bungkus kopi. Temuan ini sesuai dengan [7] yang menekankan pentingnya ko-kreasi dalam proses pemberdayaan masyarakat.

Tahap *prototype* membudayakan *learning by producing* serta keterbukaan pada hal – hal baru

Dengan membuat prototipe bersama ibu – ibu, tim PKM melihat bahwa ibu – ibu giat mau mengembangkan diri dan terbuka pada usulan tim PKM dan mau mencoba membuat prototipe secara bersama - sama. Ibu – ibu melihat niat tulus dari tim PKM yang mencoba belajar menganyam dan membuat contoh produk. Temuan ini sesuai dengan [9] yang menyatakan bahwa komunitas belajar hal – hal yang baru dengan *Learning by Producing*.

Tahap *testing* melihat keluasan dan kedekatan mitra

Kendala peningkatan pandemic membuat produk ini belum dapat di test secara langsung pada market, karena belum ada acara bazaar di sekolah. Jadi peneliti belum dapat melihat kedekatan dan keluasan mitra dari ibu – ibu. Penelitian [11] menyatakan bahwa kedekatan dan keluasan mitra

juga menjadi salah satu faktor yang dapat membantu pengembangan kemampuan inovasi komunitas, karena input dari mitra berguna untuk perbaikan produk kedepannya.

SIMPULAN

Penelitian ini berhasil menerapkan kerangka DT untuk meningkatkan kemampuan inovasi komunitas dengan membuat pengembangan pola anyaman dan penerapannya pada beberapa prototipe baru. Prototipe baru ini diharapkan dapat memperluas target market Mimi Craft pada siswa/I SMA dan mahasiswa.

Penelitian ini memberikan pandangan baru bagaimana kerangka proses DT dapat membantu tim melihat faktor – faktor yang mempengaruhi pengembangan kemampuan inovasi komunitas, dengan memperhatikan faktor – faktor ini maka proses PKM dapat berjalan secara optimal.

Adapun PKM ini memiliki beberapa keterbatasan. Pertama PKM ini hanya bekerja dengan satu komunitas pengrajin. Setiap komunitas memiliki karakteristik dan kendalanya sendiri. Kegiatan PKM kedepan dapat mengembangkan hasil PKM pada kelompok pengrajin lainnya. Penelitian di masa depan juga dapat memperkaya PKM dengan melakukan studi longitudinal dan mengembangkan produk baru dengan pola anyaman baru. Karena situasi covid 19, hasil PKM belum bisa ditest pada market.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis ingin mengucapkan terima kasih atas bantuan, bimbingan serta kerjasama dari berbagai pihak yang telah membantu dalam penyusunan karya ilmiah ini. Penulis menyampaikan terima kasih kepada :

1. Dr. Martin L. Katoppo S.T, M.T.selaku Dekan Fakultas Desain Universitas Pelita Harapan.
2. Dr.-Ing. Ihan Martoyo, S.T., M.Sc selaku Ketua LPPM Universitas Pelita Harapan.
3. Artikel ini merupakan bagian dari publikasi penelitian internal UPH dengan no. P-044-SoD/II/2020 dan terdaftar di LPPM UPH.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] A. F. Sebayang, I. Indratno, and L. K. Sebayang, "Local Economic Innovation: Lesson from Rotan Ketak Industry in Central Lombok Regency, Indonesia," *Int. J. Econ. Dev. Res.*, vol. 5, no. 1, p. 55, 2020.
- [2] M. Y. Yang, "Industrial design students design for social innovation: Case study in a Taiwanese village," *Des. Cult.*, vol. 7, no. 3,

pp. 451–464, 2015, doi: 10.1080/17547075.2015.1105704.

- [3] M. Amatullo, L. Becerra, and S. Montgomery, "Designmatters Case Studies : Design Education Methodologies as a Tool for Social Innovation," *OPEN Catalyzing Innov.*, no. March 2011, pp. 1–17, 2011.
- [4] D. Nurcahyanti, A. Sachari, A. H. Destiarmand, and Y. Y. Sunarya, "Artisans Regeneration Model: Culture Sustainability Effort for Creativity and Indigenous Skill," *Asian Res. J. Arts Soc. Sci.*, no. October, pp. 45–52, 2021, doi: 10.9734/arjass/2021/v15i330260.
- [5] J. Heredia, A. Flores, C. Geldes, and W. Heredia, "Effects of informal competition on innovation performance: The case of Pacific Alliance," *J. Technol. Manag. Innov.*, vol. 12, no. 4, pp. 22–28, 2017, doi: 10.4067/s0718-27242017000400003.
- [6] M. Csikszentmihalyi, A. S, and J. Nakamura, "FLOW A GENERAL CONTEXT," 2005.
- [7] R. M. J. Nurgraha and H. Mulyadi, "Creating product innovation in micro creative industry in Indonesia," *J. Entrep. Educ.*, vol. 21, no. 2, pp. 1–11, 2018.
- [8] D. Tranggono, P. F. Nuryananda, and A. Y. T. Putra, "Local Champion : Communication Characteristics in Community Empowerment Based on Local Innovation," vol. 7, no. 1, pp. 72–84, 2021.
- [9] J. O'Brien, "The dynamics of innovation in the informal settings," *Shap. Knowl.*, no. August, pp. 41–63, 2014, doi: 10.1533/9781780634326.41.
- [10] J. de Beer, K. Fu, and S. Wunsch-Vincent, *Innovation in the Informal Economy*. 2016.
- [11] J. Oluseye and J. Olubukola, *Informal Sector Measurement of Openness, Collaboration and Innovation: The case of Otigba Hardware Microenterprises*, vol. 48, no. January. 2021.
- [12] D. Gumulya, "Implementasi Strategi Blue Ocean Pada Perancangan Desain Produk," *J. Patra*, vol. 2, no. 1, pp. 14–18, 2020, doi: 10.35886/patra.v2i1.72.
- [13] H. Platner, "An introduction to Design Thinking," *Institute Des. Stanford*, 2015.
- [14] C. L. Owen, "Owen_Design research_Building the base_1998," vol. 19, pp. 9–20, 1998.
- [15] J. W. Creswell, "Qualitative Inquiry and Research Design_ Choosing among Five Approaches." 2007.