

Pengembangan Desain *Tote Bag* melalui Pendekatan *Design Thinking* sebagai Upaya Pelestarian Tenun Buton

Nur Sabariah^{1*}
Nurul Fitriana Bahri²
Wirania Swasty³
Sheila Andita Putri⁴

^{1,2,3,4}Fakultas Industri Kreatif, Universitas Telkom, Jalan Telekomunikasi No.1, Sukapura, Dayeuhkolot, Sukapura, Kec. Dayeuhkolot, Kabupaten Bandung, Jawa Barat 40553, Indonesia

¹nursabariaharif@telkomuniversity.ac.id, ²nurulfitrianaabahri@telkomuniversity.ac.id,
³wirania@telkomuniversity.ac.id, ⁴chesheila@telkomuniversity.ac.id

***Penulis Korespondensi:**

Nur Sabariah
nursabariaharif@telkomuniversity.ac.id

Abstrak

Kain tenun Buton adalah satu dari sekian banyak kebudayaan Buton yang mengandung aneka makna simbolis. Kain tenun Buton adalah cerminan jati diri masyarakat Buton yang berproses dari masa ke masa. Kondisi terkini pengembangan kain tenun Buton sudah dibuat dalam bentuk produk baik fashion maupun fungsional. namun belum ada produk yang menjelaskan detail terkait makna yang ada pada kain tenun Buton yang digunakan pada produk. Tujuan penelitian ini berupa pembuatan produk olahan dari tenun Buton yang tidak hanya sebagai unsur estetis saja namun dapat digunakan sebagai souvenir sebagai upaya pelestarian Tenun Buton. Metode yang diterapkan dalam penelitian ini adalah kualitatif, yaitu analisis deskriptif untuk mengevaluasi potensi yang terdapat pada kain tenun Buton. Menggunakan metode perancangan Design Thinking untuk mendapatkan inovasi produk tenun Buton yang sesuai untuk produk souvenir. Dalam pengumpulan data menggunakan literatur studi, observasi lapangan, pembuatan produk, dokumentasi serta wawancara mendalam kepada Budayawan dan pelaku usaha. Teori yang digunakan pada penelitian ini adalah yaitu terkait tenun Buton, souvenir dan kondisi terkini. Berdasarkan hasil penelitian, dapat diidentifikasi bahwa kain tenun Buton dapat dikembangkan melalui produk souvenir berupa Tote Bag tanpa merusak aturan dan nilai yang terkandung di dalamnya dengan mencantumkan makna yang terkandung pada motif tenun Buton yang dicantumkan pada produk.

Kata kunci; Design Thinking; Inovasi Tenun; Pelestarian Budaya; Tenun Buton; Tote bag.

Abstract

Buton woven is one of the many Buton cultures that contain various symbolic meanings. Buton woven is a reflection of the identity of the Buton people who have developed from time to time. The current condition of the development of Buton woven has been made in the form of products, both fashion and functional. However, there is no product that explains in detail the meaning of the Buton woven used in the product. The purpose of this study is to make processed products from Buton woven that are not only aesthetic elements but can be used as souvenir as an effort to preserve Buton woven cloth. The method applied in this study is qualitative, namely descriptive analysis to rotate the potential contained in Buton woven. Using the Design Thinking design method to obtain innovations in Buton woven products that are suitable for souvenir products. In collecting data using literature studies, field observations, product making, documentation and in-depth interviews with Culturalist and business actors. The theory used in this study is related to Buton woven, souvenir and current conditions. Based on the results of the study, it can be identified that Buton woven can be developed through souvenir products in the form of Tote Bags without damaging the rules and values contained therein by including the meaning contained in the Buton woven motifs listed on the product.

Keywords: Buton's Woven; Cultural Preservation; Design Thinking; Tote Bag; Woven Innovation.

1. Pendahuluan

Kain tenun Buton merupakan salah satu dari sekian banyak kebudayaan *tangible* yang ada di Kepulauan Buton. Kebudayaan *tangible* merujuk pada kebudayaan yang terwujud dalam bentuk objek (artefak) [1]. Aturan penggunaan dan manfaat kain tenun Buton sangat rinci [2]. Motif yang digunakan pada kain tenun Buton kebanyakan berasal dari flora dan fauna lokal. Kerajinan tenun telah dikenal masyarakat Buton secara turun-temurun. Keterampilan, ketekunan, dan kesabaran digunakan untuk membuat kain tenun. Wanita menenun untuk memenuhi kebutuhan sandang keluarga. Kain tenun Buton menunjukkan stratifikasi sosial dan identitas diri selain berfungsi sebagai pakaian.

Berdasarkan observasi lapangan penulis menemukan penggunaan Tenun Buton saat ini telah menyesuaikan keadaan. Di mana penggunaan tenun Buton tidak hanya seputar kegiatan sehari-hari dan ritual adat saja, lebih dari itu dewasa ini tenun Buton telah berinovasi menjadi produk lainnya tidak hanya berupa sarung dan kain saja, namun telah menjadi produk berupa souvenir seperti gantungan kunci, sarung bantal, wadah tissue, serta busana *fashion*. Namun hal ini masih berfokus pada pengolahan motif saja sesuai yang dikemukakan oleh Sabariah 2021 [2]. Saat ini, penggunaan motif pada berbagai produk hanya berfokus pada unsur estetis. Namun, untuk mempromosikan dan melestarikan kain tenun khas Buton, setiap motif harus disertai dengan penjelasan atau deskripsi yang berbeda-beda [2]. Lingkungan produksi tenun Buton sangat bagus, tetapi sayangnya penggunaannya masih tidak sebanding dengan produksinya [3]. Perlu ada inovasi baru dengan desain yang lebih unik dan sesuai tren agar masyarakat menyukainya [3]. Kerajinan tenun Buton sangat tradisional karena dilakukan langsung oleh tangan-tangan terampil dengan menggunakan seperangkat alat tenun yang sangat sederhana dan sangat sulit untuk dibuat [3].

Kain tradisional, terutama kain tenun khas Buton, adalah hasil dari hubungan budaya yang menghasilkan produk nilai-nilai selama bertahun-tahun [4]. Selain menyelesaikan masalah manusia, karya desain mengandung nilai-nilai yang membangun peradaban [5]. Berdasarkan penelitian sebelumnya, berbagai daerah di Indonesia telah mengadaptasi kain tenun menjadi produk *fashion* dan aksesoris, seperti kain tenun Troso di Jepara yang digunakan dalam desain pakaian modern [6] dan tenun Sumba yang dikembangkan dalam bentuk dompet dan tas eksklusif [7]. Namun, dalam kasus tenun Buton, pemanfaatannya dalam produk souvenir masih terbatas. Tantangan utama yang dihadapi industri tenun Buton meliputi biaya produksi tinggi, keterbatasan pasar, serta kurangnya inovasi dalam desain yang dapat menarik perhatian generasi muda dan wisatawan [2]. Meskipun kain tenun Buton memiliki potensi besar, industri ini menghadapi tantangan dalam produksi dan pemasaran. Tingginya biaya bahan baku serta proses produksi manual menyebabkan harga jual lebih tinggi, sementara keterbatasan pasar dan minimnya inovasi desain membuatnya kurang diminati oleh generasi muda dan wisatawan. Untuk meningkatkan daya saing, diperlukan strategi inovasi dalam desain serta diversifikasi produk agar lebih menarik dan berkelanjutan. Beberapa penelitian lain menunjukkan bahwa inovasi desain berbasis budaya dapat meningkatkan daya saing produk lokal di pasar global. Sebagai contoh, tekstil tradisional di Jepang dan Korea Selatan telah berhasil diadaptasi ke dalam produk *fashion* dan aksesoris yang sesuai dengan preferensi konsumen modern [8]. Selain itu, pendekatan ini juga telah diterapkan dalam revitalisasi industri tenun tangan di India dan Taiwan, di mana integrasi elemen budaya dengan desain kontemporer meningkatkan nilai jual produk [9]. Oleh karena itu dibutuhkan inovasi berupa produk olahan dari tenun Buton yang tidak hanya sebagai unsur estetis saja namun dapat digunakan sebagai souvenir sebagai upaya pelestarian Tenun Buton.

2. Metode Penelitian

Penelitian ini melihat peluang yang ada pada kain tenun Buton melalui analisis deskriptif. Dengan tahap awal berupa pengumpulan data di lapangan dengan wawancara penjual souvenir tenun Buton. Selanjutnya studi literatur untuk dijadikan kebutuhan pada proses desain. Pada proses perancangan penulis menggunakan metode *Design Thinking*. *Design Thinking* mengacu pada serangkaian prosedur kognitif, strategis, dan praktis yang digunakan oleh desainer dalam proses mendesain, dan pada kumpulan pengetahuan yang telah dikembangkan tentang bagaimana orang bernalar ketika terlibat dengan masalah desain [10].

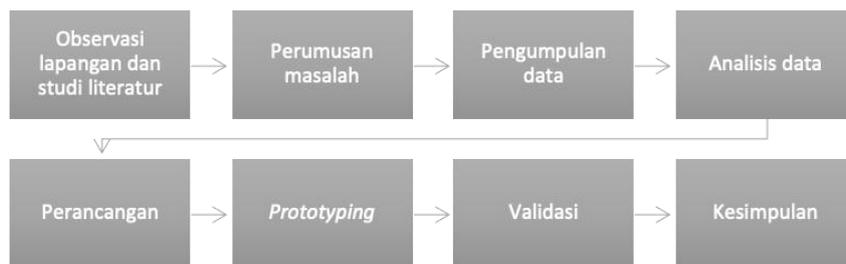
Dalam prosesnya terdapat lima tahapan dalam pendekatan *Design Thinking*, yang dapat dilihat pada Gambar 1. Pada tahap pertama (*Empathize*), orang melakukan dan melihat apa yang dilakukan, dikatakan, dan dirasakan oleh pengguna untuk mengidentifikasi masalah [11]. Tahap awal penelitian ini dilakukan untuk memahami kebutuhan pengguna dan penjual dengan cara mengobservasi dan melakukan wawancara [11]. 2. Dalam pendekatan *Design Thinking*, tahap kedua adalah *Define*, yang bertujuan untuk mengevaluasi dan merumuskan masalah terkait produk olahan tenun Buton yang ditemukan berdasarkan hasil dari tahap *Empathize*. 3. Tahap *Ideate* yaitu pencarian ide dari hasil masalah yang ada untuk menghasilkan produk souvenir yang menggunakan kain tenun Buton. 4. *Prototype* yaitu pembuat produk dalam hasil *ideate* berupa produk souvenir *Tote Bag* berbahan tenun Buton. 5. Tahap terakhir ke yaitu *Test* atau uji coba produk untuk divalidasi terkait kaitannya dengan pelestarian nilai-nilai yang terkandung pada tenun Buton.

The Five Design Thinking Steps



Gambar 1. Tahapan *Design Thinking* (Sumber: Syahid, 2024[12])

Secara keseluruhan proses penelitian ini dapat dilihat pada gambar 2. Kegiatan akan diawali dengan proses studi literatur yang akan dilanjutkan dengan observasi kondisi lapangan, baik melalui pengamatan maupun wawancara. Dari data yang didapatkan dianalisis untuk menentukan rumusan masalah dari celah penelitian yang ada. Selanjutnya dilakukan proses pengumpulan data baik studi literatur, observasi lapangan dan wawancara kepada pelaku usaha olahan souvenir dari kain tenun Buton. Data kemudian akan dianalisis sebagai dasar dalam proses perancangan dan pembuatan *Prototyping*. Hasil produk yang ada kemudian divalidasi secara triangulasi sumber yakni antara para pengusaha produk souvenir tenun Buton dengan Budayawan Buton yang memahami terkait pelestarian tenun Buton. Triangulasi sumber adalah proses menguji data dari berbagai sumber atau informan yang akan diambil [13]. Teknik ini dapat meningkatkan kredibilitas data dengan mengecek data yang diperoleh selama perisetan melalui berbagai sumber atau informan, sehingga periset dapat membuat kesimpulan dari data yang telah dianalisis dari berbagai sumber [13]. Hasil validasi dilanjutkan sehingga menghasilkan kesimpulan dan saran penelitian.



Gambar 2. Alur Penelitian (Sumber: Penulis, 2025)

3. Hasil Tenun Buton

Tenun Buton atau dalam bahasa Wolio di sebut *Bhia Wolio* yang ada saat ini diperkirakan telah ada sejak zaman kesultanan Buton sekitar abad ke-14. Hal ini dikemukakan Imran Kudus dan Agus Slamet 2019 pada bukunya yang berjudul *Kerajinan Tradisional Buton Warisan Negeri yang Menakjubkan* [14], pada buku dikemukakan bukti adanya tenun Buton yaitu adanya mata uang *Kampua* (Mata uang Buton sebelum Gulden Belanda yang terbuat dari kain Tenun berukuran kecil). Mengutip Bouwstoffen 1886, 34-35 dalam Kudus & Slamet 2019 [14], Pieter Booth seorang Gubernur VOC pada surat tertanggal 29 Agustus 1613 saat berkunjung ke Buton melihat orang-orang membayar barang jualan dengan sebuah barang berbentuk lap kecil. Selambar kain Tenun Buton memerlukan waktu 2-4 hari untuk memproduksi satu lembar kain ukuran 60 cm x 40 cm untuk tenun dengan pewarna alam memerlukan waktu lebih lama lagi. Kain tenun Buton harus melalui proses pembuatan sebelumnya, yang terdiri dari *pangururi* (pembentangan benang lungsi), *pogantara* (pembuatan benang gulungan), *poburu* dan *tanu* (proses menenun). *Kabulelenga* adalah proses yang digunakan untuk membuat benang berbentuk gulungan.

Saat ini tenun Buton menggunakan 2 (dua) jenis pewarna yakni sintetis dan pewarna alam. Pewarna sintetis mengikuti warna benang yang sudah tersedia dipasaran, sedangkan pewarna alam memanfaatkan bahan yang ada disekitar. Sebagai contoh penggunaan tumbuhan *Lolo* (Indigo) untuk mendapatkan warna biru. Warna merah dari buah pinang. Warna hitam dari daun nilam ataupun kulit kayu ketapang. Warna dapat diperoleh *cream* dari ekstrak kulit buah pinang. Warna merah marun dari kayu *bulim*. Warna merah yang lebih coklat diperoleh dari mengkudu. Warna kuning dari ekstrak kunyit.

Alat tenun yang digunakan terdiri dari 2 (dua) jenis yakni alat tenun bukan mesin (ATBM) serta *Gedogan*. Proses produksi tenun buton menggunakan ATBM lebih cepat namun hasil benang kurang rapih jika dibandingkan dengan *Gedogan*. Namun penggunaan *gedogan* membutuhkan waktu tenun yang lebih lama. Secara umum jenis benang yang digunakan terdiri dari benang katun, benang rayon (*kambari*) serta benang sintetis yang berkilau. Benang berkilau ini yang nantinya akan menghasilkan *Bhia Boka* maupun *Kumbaeya* yang digunakan oleh golongan bangsawan pada adat *Kesultanan Buton*.

Secara garis besar motif tenun Buton terbagi menjadi *Bhia Kolau*. Yakni tenun dengan motif kotak-kotak yang pada umumnya digunakan oleh Laki-laki, namun dapat digunakan juga oleh Ibu dewasa dengan motif kotak yang lebih kecil. *Bhia kasopa* berupa motif garis-garis kecil yang pada umumnya digunakan untuk wanita, namun beberapa pakaian perangkat adat Kesultanan menggunakan motif ini untuk jubah pria. Selanjutnya adalah motif *bhia-bhia yitanu* berupa motif garis-garis dengan ukuran yang lebih besar dibanding *Bhia kasopa*. Motif *Angka* berupa pola geometris. *Bhia Boka* berupa tenun Buton dengan motif polos namun berkilau. Terakhir yaitu *bhia boke* berupa motif yang didapatkan dengan proses mengikat benang terlebih dahulu.

Tenun Buton pada Suvenir Daerah

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi ditemukan bahwa tenun Buton saat ini masih dilestarikan dengan menggunakan pada kegiatan tradisi. Penggunaan tenun Buton pada kegiatan kebudayaan dengan aturan serta ketentuan yang sangat ketat masih dilaksanakan. Selain itu penggunaan tenun Buton mengikuti kebutuhan konsumen juga telah dilaksanakan. Produk tenun telah diolah menjadi berbagai macam produk souvenir namun belum ada produk yang menjelaskan tentang makna yang ada pada kain tenun Buton. Tenun Buton telah dikembangkan dalam bentuk busana kreatif dan produk kreatif. Aturan penggunaan motif pada produk souvenir tidak berlaku. Misalkan motif *Samasili kumbaeya* yang seharusnya digunakan pada kaum bangsawan ditemukan digunakan sebagai motif alas kaki sepatu. Mulai ada diciptakan motif-motif baru baru dari pelatihan-pelatihan tenun yang dilaksanakan oleh pemerintah.

Tote Bag

Tote Bag berasal dari kata Bahasa Inggris "Tote", yang berarti membawa atau mengangkut. Oleh karena itu, *Tote Bag* adalah jenis tas yang digunakan untuk membawa barang. Fungsi ini adalah keunggulan utama dari tas ini. Tas jinjing berbentuk persegi panjang atau kotak juga dikenal sebagai tas. *Tote Bag* biasanya digunakan untuk membawa barang pribadi. Tas dapat digunakan dengan dijinjing atau diletakkan di bahu, keduanya membuatnya nyaman. Pada umumnya *Tote Bag* berukuran 35 x 40 cm, namun ada juga yang berukuran 25 x 35 cm tanpa ketebalan. Selain itu, ada pula *Tote Bag* dengan ketebalan yang berdimensi dengan ukurannya 30 x 40 x 10 cm.[15]

Berdasarkan analisis pasar, kebanyakan produk souvenir tenun yang ada saat ini lebih berfokus pada aksesoris kecil seperti gantungan kunci, dompet, dan sarung bantal, tanpa memberikan penekanan pada nilai budaya yang terkandung dalam motif tenun [16]. *Tote Bag* yang dikembangkan dalam penelitian ini memiliki keunggulan utama dalam aspek desain yang lebih modern, fungsi yang lebih luas, serta adanya informasi mengenai makna motif tenun Buton pada kartu label produk, yang membedakannya dari souvenir lain yang hanya memanfaatkan motif sebagai dekorasi tanpa penjelasan [17]. Studi internasional menunjukkan bahwa inovasi desain berbasis budaya dapat meningkatkan daya tarik suatu produk di pasar global. Misalnya, di Tiongkok, pendekatan modern dalam desain keramik tradisional telah meningkatkan minat konsumen muda terhadap produk warisan budaya [18]. Dalam konteks ini, desain tote bag berbasis tenun Buton dapat mengikuti pendekatan serupa dengan mengombinasikan elemen budaya dengan desain yang lebih minimalis dan material yang lebih fungsional seperti PVC anti-air untuk meningkatkan daya tariknya bagi konsumen modern [19]. *Tote Bag* menjadi produk yang banyak diminati pada usaha souvenir tenun Buton, selain produk *fashion* lainnya seperti kimono, syal maupun *kampurui*. *Tote Bag* menjadi produk yang cocok untuk pengolahan selanjutnya karena dianggap fungsional serta mudah dalam pembuatannya. Aplikasi kombinasi tenun Buton pada *Tote Bag* juga lebih mudah dan sederhana sehingga jumlah produksi dapat lebih banyak. Menurut Aburrohman, 2023 *Tote Bag* adalah alat promosi yang cocok untuk semua orang [20].

4. Pembahasan

Pada penelitian ini penulis menggunakan metode perancangan *Design Thinking*. Adapun hasil-hasil yang didapatkan pada masing-masing tahapan *Design Thinking* adalah sebagai berikut.

Emphatize

Hasil wawancara yang dilakukan dengan Budayawan Buton Arif Tasila ditemukan kendala pelestarian tenun Buton yakni penggunaan masih terbatas hanya untuk warga buton, atau warga Buton yg berada di daerah lain, selain itu bahan baku mahal, kualitas ATBM yg kurang oke kecuali *gedogan*. Varian warna belum beragam, sehingga peminat masih dikalangan orang tua dan sedikit yang di kalangan anak muda.

Berdasarkan hasil wawancara dengan pelaku industri kreatif dan wisatawan, desain yang lebih minimalis namun tetap mempertahankan elemen budaya memiliki daya tarik lebih besar bagi pasar muda [19]. Dengan menambahkan kombinasi warna yang lebih modern serta material yang lebih fungsional seperti PVC anti-air, tote bag ini dapat menarik konsumen yang mencari produk lokal dengan nilai estetika dan cerita budaya yang kuat. Selain itu, produk ini dapat berfungsi sebagai alat promosi budaya bagi wisatawan yang ingin membawa pulang cenderamata dengan makna budaya mendalam [21]. Perlu ada inovasi tenun Buton mengikuti zaman untuk pilihan konsumen yg lebih bervariasi. Selain itu dari sudut pandang pengusaha usaha tenun yang dilakukan melalui wawancara penulis dengan pada pemilik usaha Tenun Buton, Kamusi dan Febrian Eki Putra ditemukan konsumen produk mereka dominan menyukai produk fungsional dibandingkan sebagai dekoratif, harga harus terjangkau.

Define

Dari proses *emphatize* maka ditemukan kebutuhan desain sebagai berikut

1. Pembuatan *Tote Bag* untuk kebutuhan konsumen dengan produk yang fungsional berdasarkan hasil wawancara dengan pelaku usaha tenun Buton.
2. Pembuatan *Tote Bag* untuk kebutuhan konsumen sebagai wisatawan maupun mitra kantor dari dalam daerah, Hal ini berdasarkan hasil wawancara dengan pelaku usaha tenun Buton diketahui dominan konsumen berasal dari dalam daerah baik individu maupun perkantoran.
3. Ditujukan untuk konsumen rentang usia 10-60 tahun berdasarkan hasil wawancara dengan pelaku usaha tenun Buton yang memang pengguna produk yang dijual memiliki rentang usia yang sangat luas.
4. Ditujukan untuk konsumen laki-laki dan perempuan berdasarkan observasi konsumen tidak membatasi pada jenis kelamin tertentu.
5. Perlu ditambahkan penjelasan tentang penjelasan motif Tenun Buton yang ada pada produk karena olahan tenun Buton pada produk yang telah ada belum ada yang spesifik menjelaskan makna-makna yang terkandung pada motif tenun Buton tersebut kepada pengguna.

Ideate

Dari kebutuhan desain yang diperoleh dari tahap *define* maka penulis memulai pencarian ide baik dalam bentuk, material, kombinasi tenun, material dan aksesoris tas dan kemampuan sumber daya manusia yang ada.



Gambar 3. Proses pencarian ide dalam bentuk sketsa dan kombinasi material (Sumber: Penulis, 2025)

Prototype:

Proses ideasi kemudian menghasilkan *prototype* berupa *Tote Bag* dengan kombinasi kain tenun Buton yang akan divalidasi kepada Budayawan Buton. Adapun detail produk *Tote Bag* adalah sebagai berikut.

- 1) Tas berbentuk hampir persegi dengan ukuran lebar 37 dan tinggi 40cm.
- 2) Material luar *Bimo PVC Sheet* warna hijau TNI anti percikan air.
- 3) Material dalam *210 urex PVC sheet* abu tua.
- 4) *Webbing* 2,5 cm x 58 cm sebanyak 2 buah berwarna hijau TNI sebagai tali.

- 5) PCR 2,2 cm sebagai penutup jahitan.
- 6) Kepala resleting YKK hitam cebol nomor 8 sejumlah 1 buah.
- 7) Resleting YKK nomor 8 coklat.
- 8) Benang untuk menjahit.
- 9) Tenun buton *Bhia kasopa* dengan motif *kambampuu* dan *Bhia-Bhia yitanu samasili kumbaeya* berukuran masing- masing 13 x 15 cm digunting berbentuk segitiga.
- 10) Kartu petunjuk makna motif material carton 230 berukuran 10 x 7 cm.



Gambar 4. Gambar prototype produk souvenir Tote Bag (Sumber: Penulis, 2025)



Gambar 5. Gambar detail material dan kombinasi tenun (Sumber: Penulis, 2025)



Gambar 6. Gambar detail resleting, tali dan bagian dalam tas (Sumber: Penulis, 2025)



Gambar 7. Gambar kartu penjelasan tenun Buton yang digunakan pada produk (Sumber: Penulis, 2025)

Test

Validasi dilakukan dengan metode triangulasi sumber yakni preferensi pengguna yang di dapatkan dari wawancara dengan para pengusaha souvenir tenun Buton dengan wawancara terkait produk yang telah dibuat kepada Budayawan Buton. Beliau Arif Tasila berusia 66 tahun, beliau juga merupakan *Bontona Peropa* dalam jajaran jabatan adat *Siolimbona*, *Bontona Peropa* merupakan senior dari 9 *Bhonto* yang ada. Hasil validasi ditemukan produk *Tote Bag* tersebut sangat baik serta dapat mendukung pelestarian Tenun Buton. Produk tenun Buton ini merupakan produk kreatif yang tidak akan mengubah nilai tenun Buton. Namun menambah daya kreatif untuk para pengrajin dalam membuat produk tenun. Hal ini sejalan dengan program yang akan dicanangkan oleh lembaga adat Kesultanan Buton. Produk yang dilengkapi dengan penjelasan terhadap motif baik untuk pelestarian tenun Buton. Ke depannya produk ini akan disampaikan pada lembaga adat Kesultanan Buton sebagai salah satu program pelestarian Tenun Buton. Selanjutnya untuk bentuk dan motif yang digunakan dapat lebih eksploratif lagi, unsur kebudayaan Buton lainnya dapat di eksplorasi diambil dari unsur budaya *tangible* maupun *intangible*.

Pendekatan berbasis budaya dalam desain produk telah terbukti menarik minat generasi muda dan wisatawan di berbagai negara. Studi mengenai revitalisasi industri tenun tangan di India menunjukkan bahwa penggabungan motif tradisional dengan desain kontemporer mampu meningkatkan permintaan di kalangan konsumen urban yang mencari produk dengan nilai estetika dan cerita budaya yang kuat [22]. Dalam penelitian ini, desain tote bag tenun Buton diharapkan dapat berfungsi tidak hanya sebagai barang fungsional tetapi juga sebagai alat promosi budaya yang lebih luas. Selain itu, beberapa penelitian menunjukkan bahwa integrasi elemen budaya dalam desain produk juga dapat meningkatkan daya saing produk lokal di pasar internasional. Misalnya, produk berbasis kain tradisional di Jepang dan Korea Selatan telah sukses menarik perhatian konsumen global melalui desain yang disesuaikan dengan preferensi pasar modern [8]. Dengan menerapkan strategi serupa, pengembangan tote bag berbasis tenun Buton berpotensi memperluas pangsa pasar dan meningkatkan nilai jual produk lokal, sehingga tidak hanya berkontribusi terhadap pelestarian budaya, tetapi juga memberikan manfaat ekonomi bagi pengrajin dan pelaku usaha lokal [9].

5. Penutup

Kesimpulan pada penelitian ini didapatkan bahwa inovasi pengembangan tenun Buton dapat berupa produk souvenir *Tote Bag* dengan penambahan penjelasan terkait tenun Buton yang digunakan pada produk. Sehingga tidak akan mengurangi nilai-nilai yang ada, justru dapat ikut serta memperkenalkan tenun Buton bagi pengguna produk baik dari dalam daerah maupun luar daerah Buton. Pemilihan produk *Tote Bag* sesuai dengan kebutuhan konsumen yang mengutamakan produk yang fungsional. Konsumen terdiri dari laki-laki dan perempuan dengan rentang usia yang sangat luas yaitu 10-60 tahun. Saran pada penelitian ini diharapkan pada

penelitian selanjutnya dapat mengeksplorasi lagi bentuk-bentuk yang dapat dibuat oleh sumber daya manusia dan dan potensi bahan yang ada, sehingga bentuk dan motif tenun yang digunakan dapat lebih beragam dan berkelanjutan. Ragam olahan tenun Buton juga dapat dikembangkan ke ragam produk lainnya dengan tetap mencantumkan makna yang ada pada tenun Buton, misalkan pada produk mode maupun aksesoris. Penggunaan desain semacam ini dapat dimanfaatkan sebagai bentuk pemasaran yang berbasis budaya dengan mengintegrasikan elemen-elemen lokal yang relevan, sehingga menciptakan daya tarik emosional dan meningkatkan keterlibatan konsumen melalui nilai-nilai budaya yang khas.

Referensi

- [1] T. Tahara, "Rencana Induk Pembangunan Kebudayaan Kota Baubau The Baubau City Cultural Development Master Plan," 2019. [Online]. Available: <http://jurnalkainawa.baubaukota.go.id/index.php/knw>
- [2] N. Sabariah, R. R. Wulan, and M. I. P. Koesoemadinata, "Pengembangan Ragam Produk Kain Tenun Buton sebagai Upaya Revitalisasi Kebudayaan Buton (Variety Development of Buton Woven Fabric Products as Revitalization Efforts of Buton Culture)," 2021.
- [3] R. Salam, J. Ch. Tambahani, and A. Sangian, "MODIFIKASI TENUNAN BUTON MENJADI FASHIONABLE UNTUK BUSANA PESTA MUSLIMAH," 2022. [Online]. Available: <https://ejournal.unima.ac.id/index.php/gearbox>
- [4] Widagdo, *Desain dan Kebudayaan*. Bandung: Penerbit Institut Teknologi Bandung (ITB), 2005.
- [5] A. Sachari, *Estetika : Makna, Simbol dan Daya*. Bandung: Penerbit ITB, 2006.
- [6] W. O. D. P. Hani, L. O. Amaluddin, Surdin, and Andrias, "Eksistensi Tradisi Bertenun dan Implikasinya Terhadap Masyarakat," *Jurnal Penelitian Pendidikan Geografi*, vol. 9, pp. 80–82, Apr. 2024, Accessed: Mar. 11, 2025. [Online]. Available: <https://jppg.uho.ac.id/index.php/journal/article/view/154>
- [7] R. Untari and R. Sanjaya, "Penggunaan e-Marketplace untuk Pengrajin Tenun Sumba," *Jurnal Ecodemica*, vol. 4, no. 1, pp. 13–22, Apr. 2020, Accessed: Mar. 11, 2025. [Online]. Available: <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/ecodemica>
- [8] T. Sharma, "Innovation in Design & Technology in Traditional Textile," Jan. 2024. [Online]. Available: <https://www.researchgate.net/publication/377355897>
- [9] N. T. M. Luu, P. T. Phung, S. M. Hua, A. T. Van Nguyen, A. Siringardana, and A.-P. Hoang, "Role of Digital Technologies and Digital Marketing in the Fashion and Textile Supply Chain," Singapore: Springer, 2025, pp. 305–329. doi: 10.1007/978-981-97-7528-6_12.
- [10] N. Cross, *Design Thinking: Understanding How Designers Think and Work*. Oxford: Berg Publishers, 2011.
- [11] C. M. Chandra, C. M. Putri, D. R. Theja, R. Umami, S. N. Hakim, and M. R. Pribadi, "Perancangan UI/UX Pada Aplikasi Femine Menggunakan Metode Design Thinking," pp. 406–412, 2021.
- [12] K. M. Syahid, "Penerapan Proses 'Design Thinking' ke dalam Bisnis Anda."
- [13] W. Vera Nurfajriani, M. Wahyu Ilhami, A. Mahendra, R. A. Sirodj, and M. W. Afgani, "Triangulasi Data Dalam Analisis Data Kualitatif," *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, vol. 10, pp. 826–833, Sep. 2024, doi: 10.5281/zenodo.13929272.
- [14] I. Kudus and A. Slamet, *Kerajinan Tradisional Buton: Warisan Negeri yang Menakjubkan*. Daerah Istimewa Yogyakarta: PT Kanisius, 2019.
- [15] A. Souvia, "11 Kelebihan Tote Bag, Praktis dan Cocok Dijadikan Souvenir," <https://www.souvia.co.id/blog/kelebihan-tote-bag/>.
- [16] N. Samparadja, K. Jayadi, and Satriadi, "STUDI TERHADAP KAIN TENUN BUTON (PROSES, MAKNA MOTIF DAN PENGGUNAANNYA)," vol. 2, no. 2, 2023, Accessed: Mar. 11, 2025. [Online]. Available: <https://ojs.unm.ac.id/paratiwi/article/view/50388>
- [17] Baharudin, I. A, and H. E, "Pengembangan Kerajinan Kain Tenun Khas Buton Sebagai Pewarisan Budaya dan Pendorong Ekonomi Kreatif Masyarakat di Desa Gumanano

- Kabupaten Buton Tengah,” *Pangea: Wahana Informasi Pengembangan Profesi dan Ilmu Geografi*, vol. 6, pp. 1–11, 2024.
- [18] R. Lin, M.-X. Sun, Y.-P. Chang, Y.-C. Chan, Y.-C. Hsieh, and Y.-C. Huang, “Designing ‘Culture’ into Modern Product: A Case Study of Cultural Product Design,” in *LNCS*, Springer, 2007, pp. 146–153. doi: https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-540-73287-7_19.
- [19] F. J. Tsang and V. D. Adindarena, “EKSPLORASI PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI PROMOSI PRODUK(STUDI PADA USAHA TENUN IKAT KAMBERA DI KELURAHAN LAMBANAPU,” *Juremi: Jurnal Riset Ekonomi*, vol. 2, pp. 193–210, Sep. 2022, Accessed: Mar. 11, 2025. [Online]. Available: https://scholar.googleusercontent.com/scholar?q=cache:vZgNRiRjiEoJ:scholar.google.com/+Eksplorasi+penggunaan+media+sosial+sebagai+promosi+produk:+Studi+pada+usaha+tenun+ikat+Kambera+di+Kelurahan+Lambanapu&hl=en&as_sdt=0,5
- [20] A. Abdurrohman, A. Aditya, and R. Nurfitri, “Perancangan Desain Maskot Kabupaten Situbondo Dengan Pendekatan Design Thinking,” *MAVIS : Jurnal Desain Komunikasi Visual*, vol. 5, pp. 38–46, Mar. 2023, doi: 10.32664/mavis.v5i01.757.
- [21] K. W. Rato, R. Sairo, A. V. Bulu, S. Malo, and O. Dappa, “Analisis Pemasaran Kain Tenun di Desa Radamata, Kecamatan Kota Tambolaka, Kabupaten Sumba Barat Daya,” *TUTURAN: Jurnal Ilmu Komunikasi, Sosial dan Humaniora*, no. 1, pp. 25–34, 2025, doi: 10.47861/tuturan.v3i1.1398.
- [22] A. Goyal and J. Choudhury, “Exploring the revival of traditional Handloom techniques in contemporary fashion trends in emerging technologies and sustainable finance,” Atlantis Press, Oct. 2024, pp. 472–485. doi: 10.2991/978-94-6463-544-7_31.

Narasumber

1. Drs. Arif Tasila, M.Pd. 66 Tahun. Budayawan dan *Sio Limbona Bhontona* Peropa (Perangkat adat kesultanan buton yang bertugas melantik dan menurunkan Sultan Buton, Bhontona Peropa merupakan senior dari 9 *Bhonto* yang ada).
2. Kamusi. 30 tahun. Pemilik Usaha Kain Tenun Buton Nira Lakoo sejak tahun 2018
3. Febrian Eki Putra. 30 tahun. Pemilik Usaha Suvenir daerah Buton Kamoohu sejak tahun 2018.