

**LAPORAN TUGAS AKHIR**

**PENGEMBANGAN AKSESORIS FESYEN *BRAND JANERA LEATHER*  
DENGAN MEMANFAATKAN SISA POTONGAN KULIT SAPI**



**Disusun Oleh:**

**Agnes Jennifer Santoso**

**62210198**

**PROGRAM STUDI DESAIN PRODUK  
FAKULTAS ARSITEKTUR DAN DESAIN  
UNIVERITAS KRISTEN DUTA WACANA**

**2025**

## PERNYATAAN PENYERAHAN KARYA ILMIAH

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Agnes Jennifer Santoso  
NIM/NIP/NIDN : 62210198  
Program Studi : Desain Produk  
Judul Karya Ilmiah : Pengembangan Aksesoris Fesyen *Brand Janera Leather*  
dengan Memanfaatkan Sisa Potongan Kulit Sapi

dengan ini menyatakan:

- a. bahwa karya yang saya serahkan ini merupakan revisi terakhir yang telah disetujui pembimbing/promotor/*reviewer*.
- b. bahwa karya saya dengan judul di atas adalah asli dan belum pernah diajukan oleh siapa pun untuk mendapatkan gelar akademik baik di Universitas Kristen Duta Wacana maupun di universitas/institusi lain.
- c. bahwa karya saya dengan judul di atas sepenuhnya adalah hasil karya tulis saya sendiri dan bebas dari plagiasi. Karya atau pendapat pihak lain yang digunakan sebagai rujukan dalam naskah ini telah dikutip sesuai dengan kaidah penulisan ilmiah yang berlaku.
- d. bahwa saya bersedia bertanggung jawab dan menerima sanksi sesuai dengan aturan yang berlaku berupa pencabutan gelar akademik jika di kemudian hari didapati bahwa saya melakukan tindakan plagiasi dalam karya saya ini.
- e. bahwa Universitas Kristen Duta Wacana tidak dapat diberi sanksi atau tuntutan hukum atas pelanggaran hak kekayaan intelektual atau jika terjadi pelanggaran lain dalam karya saya ini. Segala tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran dalam karya saya ini akan menjadi tanggung jawab saya pribadi, tanpa melibatkan pihak Universitas Kristen Duta Wacana.
- f. menyerahkan hak bebas royalti noneksklusif kepada Universitas Kristen Duta Wacana, untuk menyimpan, melestarikan, mengalihkan dalam media/format lain, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), dan mengunggahnya di Repositori UKDW tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis dan pemilik hak cipta atas karya saya di atas, untuk kepentingan akademis dan pengembangan ilmu pengetahuan.
- g. bahwa saya bertanggung jawab menyampaikan secara tertulis kepada Universitas Kristen Duta Wacana jika di kemudian hari terdapat perubahan hak cipta atas karya saya ini.

- h. bahwa meskipun telah dilakukan pelestarian sebaik-baiknya, Universitas Kristen Duta Wacana tidak bertanggung jawab atas kehilangan atau kerusakan karya atau metadata selama disimpan di Repositori UKDW.
- i. mengajukan agar karya saya ini: (*pilih salah satu*)

- Dapat diakses tanpa embargo.  
 Dapat diakses setelah 2 tahun.\*  
 Embargo permanen.\*

Embargo: penutupan sementara akses karya ilmiah.  
\*Halaman judul, abstrak, dan daftar pustaka tetap wajib dibuka.

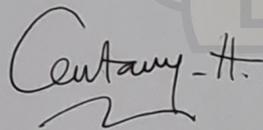
Alasan embargo (*bisa lebih dari satu*):

- dalam proses pengajuan paten.  
 akan dipresentasikan sebagai makalah dalam seminar nasional/internasional.\*\*  
 akan diterbitkan dalam jurnal nasional/internasional.\*\*  
 telah dipresentasikan sebagai makalah dalam seminar nasional/internasional ... dan diterbitkan dalam prosiding pada bulan ... tahun ... dengan DOI/URL ... \*\*\*  
 telah diterbitkan dalam jurnal ... dengan DOI/URL artikel ... atau vol./no. ... \*\*\*  
 berisi topik sensitif, data perusahaan/pribadi atau informasi yang membahayakan keamanan nasional.  
 berisi materi yang mengandung hak cipta atau hak kekayaan intelektual pihak lain.  
 terikat perjanjian kerahasiaan dengan perusahaan/organisasi lain di luar Universitas Kristen Duta Wacana selama periode tertentu.  
 Lainnya (mohon dijelaskan)

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\*\*Setelah diterbitkan, mohon informasikan keterangan publikasinya ke repository@staff.ukdw.ac.id.  
\*\*\*Tuliskan informasi kegiatan atau publikasinya dengan lengkap.

Yogyakarta, 30 Juni 2025

Mengetahui,



Centaury Harjani, S.Ds., M.Sn.  
0501018802

Yang menyatakan,

  
BDB4FAMX371123423

Agnes Jennifer Santoso  
62210198

## LEMBAR PENGESAHAN

Tugas akhir dengan judul :

### PENGEMBANGAN AKSESORIS FESYEN *BRAND JANERA LEATHER* DENGAN MEMANFAATKAN SISA POTONGAN KULIT SAPI

telah diajukan dan dipertahankan oleh :

**AGNES JENNIFER SANTOSO**

**62210198**

dalam Ujian Tugas Akhir Program Studi Desain Produk

Fakultas Arsitektur dan Desain

Universitas Kristen Duta Wacana

dan dinyatakan DITERIMA untuk memenuhi salah satu syarat

memperoleh gelar Sarjana Desain

pada tanggal 09 Juni 2025

#### Nama Dosen

#### Tanda Tangan

1. Centaury Harjani, S.Ds., M.Sn.

(Dosen Pembimbing I)

2. Dan Daniel Pandapotan, S.Ds., M.Ds.

(Dosen Pembimbing II)

3. Winta Adhitia Guspara, S.T., M.Sn.

(Dosen Penguji I)

4. Drs. Purwanto, S.T., M.T.

(Dosen Penguji II)

*Centaury H.*

*Dan Daniel Pandapotan*

*Winta Adhitia Guspara*

*Drs. Purwanto*

**DUTA WACANA**

**Yogyakarta, 30 Juni 2025**

**Disahkan oleh :**

Dekan Fakultas Arsitektur dan Desain,



*Imelda Irmawati Damanik*  
Dr. Imelda Irmawati Damanik, S.T.,  
M.A(UD).

Ketua Program Studi Desain Produk,

*Winta T. Satwikasanti*

Winta T. Satwikasanti, M. Sc., Ph.D.

## PERNYATAAN KEASLIAN

Saya menyatakan bahwa sesungguhnya Tugas Akhir dengan judul :

### **PENGEMBANGAN AKSESORIS FESYEN *BRAND JANERA LEATHER* DENGAN MEMANFAATKAN SISA POTONGAN KULIT SAPI**

yang saya kerjakan untuk melengkapi sebagai syarat untuk menjadi Sarjana  
Pada Program Studi Desain Produk, Fakultas Arsitektur dan Desain,  
Universitas Kristen Duta Wacana  
adalah bukan hasil tiruan atau duplikasi dari karya pihak lain di Perguruan Tinggi  
dan instansi mana pun,  
kecuali bagian yang sumber informasinya sudah dicantumkan sebagaimana  
mestinya.

Jika kemudian hari didapati bahwa hasil Tugas Akhir ini adalah hasil plagiasi  
atau tiruan dari karya pihak lain, maka saya bersedia dikenai sanksi yakni  
pencabutan gelar saya.

Yogyakarta, 30 Juni 2025



Agnes Jennifer Santoso

62210198

## PRAKATA

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena berkat rahmat-Nya penulis dapat menyelesaikan penelitian ini. Penulisan ini merupakan bentuk tanggung jawab sebagai mahasiswa dalam panggilannya untuk berpartisipasi secara langsung meninjau permasalahan, menganalisis dan membuahkan hasil yang dilaporkan dalam bentuk karya tulis ilmiah. Pada laporan ini, penulis hendak menyampaikan ucapan terima kasih kepada pihak-pihak yang membantu dalam menyelesaikan penelitian ini, khususnya kepada :

1. Tuhan Yesus Kristus, yang senantiasa memberikan kekuatan, hikmat, dan ketenangan hati di setiap proses yang dijalani penulis sehingga tugas akhir ini dapat terselesaikan dengan baik.
2. Orang tua dan Liem *Family*, yang selalu memberikan dukungan moral, spiritual, finansial, serta menjadi sumber kekuatan utama dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
3. Ibu Centaury Harjani, S.Ds., M.Sn. selaku dosen pembimbing 1, yang telah memberikan arahan, kritik membangun, serta dorongan moral yang sangat berarti dalam proses penyusunan laporan ini.
4. Bapak Dan Daniel Pandapotan, S.Ds., M.Ds. selaku dosen pembimbing 2, yang telah memberikan panduan teknis dan koreksi yang sangat membantu dalam memperbaiki struktur laporan ini.
5. Bapak Winta Adhitia Guspara, S.T., M.Sn. selaku dosen penguji 1 dan Bapak Drs. Purwanto, S.T., M.T. selaku dosen penguji 2, yang telah bersedia memberikan evaluasi dan saran berharga demi penyempurnaan laporan tugas akhir.
6. Para pengrajin kulit lokal, yang telah bersedia bekerja sama dalam pengembangan produk Janera *Leather* dan menjadi bagian penting melalui pengalaman dan keterampilan yang dibagikan.
7. Teman-teman Program Studi Desain Produk angkatan 2021 yang telah memberikan pengalaman berharga selama masa perkuliahan.

8. Cia, Dyani, Isma, dan Karin, yang telah memberikan kenangan, dukungan dan bantuan yang sangat berarti selama masa perkuliahan ini.
9. Sanlaja Kharisma Wibowo, yang telah menjadi *support system* terbaik dalam proses penyusunan hingga penyelesaian tugas akhir.

Yogyakarta, 30 Juni 2025

Agnes Jennifer Santoso



## ABSTRAK

### PENGEMBANGAN AKSESORIS FESYEN *BRAND JANERA LEATHER* DENGAN MEMANFAATKAN SISA POTONGAN KULIT SAPI

Janera *Leather* hadir sebagai solusi inovatif untuk mengatasi permasalahan limbah kulit sapi yang belum dimanfaatkan secara maksimal dalam industri fesyen, yaitu mengolah sisa potongan kulit sapi menjadi produk aksesoris fesyen yang berkualitas, menarik, dan fungsional. Perancangan ini bertujuan untuk mengembangkan desain produk kewirausahaan berbasis limbah kulit sapi yang memiliki daya jual kompetitif serta sesuai dengan kebutuhan wanita aktif usia 20-40 tahun. Metode yang digunakan untuk mengumpulkan data dan merancang produk Janera *Leather* meliputi studi literatur, observasi, wawancara, dan penyebaran kuesioner. Selain itu, menggunakan metode perancangan Collin Clipson dan *Business Model Canvas* (BMC) untuk mendukung proses perancangan produk. Strategi pemasaran 4P+3P serta metode kreatif *SCAMPER* juga diterapkan untuk mengoptimalkan inovasi dan pemasaran produk. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengolahan limbah kulit sapi dengan teknik *patchwork* dapat menghasilkan produk aksesoris fesyen yang bernilai estetis, sekaligus berkontribusi dalam mengurangi limbah industri kulit. Respons positif dari pasar terhadap produk Janera *Leather* membuktikan bahwa aksesoris berbahan sisa kulit sapi memiliki potensi untuk dikembangkan. Perancangan ini memberikan kontribusi dalam memanfaatkan potongan sisa kulit sapi dengan tetap mempertahankan kualitas, keunikan, dan daya tarik bagi segmen pasar wanita modern.

**Kata Kunci:** Fesyen, Kebutuhan Wanita, Kewirausahaan, Kulit Sapi, dan *Patchwork*.

## ABSTRACT

### ***DEVELOPMENT OF FASHION ACCESSORIES BY THE JANERA LEATHER BRAND THROUGH THE UTILIZATION OF LEFTOVER COWHIDE LEATHER***

*Janera Leather presents an innovative solution to the problem of underutilized cowhide waste in the fashion industry by transforming leftover cowhide pieces into high-quality, attractive, and functional fashion accessories. This design project aims to develop entrepreneurial product designs based on cowhide waste that are competitively marketable and tailored to the needs of active women aged 20–40. The methods used to collect data and design Janera Leather products include literature studies, observations, interviews, and questionnaire distribution. In addition, using the Collin Clipson and Business Model Canvas (BMC) design methods to support the product design process. The 4P + 3P marketing strategy and the SCAMPER creative method are also applied to optimize product innovation and marketing.. The research findings indicate that processing cowhide waste using patchwork techniques can produce aesthetically valuable fashion accessories while also contributing to reducing waste in the leather industry. Positive market responses toward Janera Leather products demonstrate that accessories made from leftover cowhide have strong development potential. This design project contributes to maximizing the use of cowhide scraps while maintaining quality, uniqueness, and appeal for the modern female market segment.*

**Keywords:** *Fashion, Women's Needs, Entrepreneurship, Cowhide, and Patchwork.*

DUTA WACANA

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>PRAKATA.....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vi</b>
<b>ABTRACT .....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR ISTILAH .....</b>	<b>xv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	3
1.3 Tujuan dan Manfaat .....	4
1.4 Ruang Lingkup.....	4
1.5 Metode .....	5
1.5.1 Metode Pengambilan Data .....	5
1.5.2 Metode Perancangan .....	6
1.5.3 Metode Kreatif.....	10
1.6 Diagram Skema Bisnis Desain Produk.....	11
<b>BAB II KAJIAN LITERATUR .....</b>	<b>13</b>
2.1 Limbah Dalam Industri Fesyen.....	13
2.2 Material Kulit Sapi.....	13
2.2.1 Karakteristik dan Jenis-Jenis Kulit Sapi .....	13
2.2.2 Limbah Kulit Sapi.....	16
2.2.3 Daya Tarik Produk Kulit Sapi.....	17
2.3 Target Pasar .....	18
2.3.1 Daya Tarik Produk Kulit Sapi bagi Wanita Aktif.....	18
2.3.2 Gaya dan Kebutuhan Produk Kulit Bagi Wanita Aktif.....	19
2.3.3 <i>Patchwork</i> .....	20
<b>BAB III STUDI LAPANGAN.....</b>	<b>21</b>

3.1 Data Lapangan .....	21
3.1.1 Analisis Gaya dan Kebutuhan Wanita .....	21
3.1.2 Analisis Kompetitor Kulit .....	21
3.1.3 Analisis Produk Sejenis .....	23
3.1.4 <i>Positioning Product</i> Janera <i>Leather</i> .....	26
3.1.5 Analisis Perbandingan Strategi Pemasaran 4P+3P Kompetitor .....	27
3.2 Pembahasan Hasil .....	29
3.2.1 <i>Brand</i> Janera <i>Leather</i> .....	29
3.2.2 Penerapan Metode Collin Clipson dalam Mengembangkan Produk Janera <i>Leather</i> .....	30
3.2.3 Penerapan BMC dalam <i>Brand</i> Janera <i>Leather</i> .....	32
3.2.4 Penerapan Strategi 4P+3P dalam <i>Brand</i> Janera <i>Leather</i> .....	33
3.2.5 Penerapan <i>SCAMPER</i> dalam <i>Brand</i> Janera <i>Leather</i> .....	34
3.2.6 Hasil Evaluasi Produk Pada Pameran “ <i>Imago Creare</i> ” .....	35
3.3 Arah Rekomendasi .....	37
<b>BAB IV PERANCANGAN PRODUK .....</b>	<b>38</b>
4.1 <i>Problem Statement</i> .....	38
4.2 <i>Design Brief</i> .....	38
4.3 Atribut Produk .....	38
4.4 <i>Image Board</i> .....	40
4.5 Iterasi .....	43
4.5.1 Iterasi 1 Amora Dompot Koin .....	43
4.5.2 Iterasi 2 Viera 1 <i>Card Holder</i> .....	47
4.5.3 Iterasi 3 Lunaria <i>Bagcharm</i> .....	50
4.5.4 Iterasi 4 Viera 2 <i>Card Holder</i> .....	53
4.5.5 Iterasi 5 Horsi dan Doggo <i>Bagcharm</i> .....	56
4.5.6 Iterasi 6 Serena <i>Pouch</i> .....	60
4.5.7 Iterasi 7 Rosetta <i>Pouch</i> .....	62
4.6 Spesifikasi Produk .....	65
4.7 Prototipe .....	68
4.8 Upaya Pemasaran .....	71
4.9 Hasil Evaluasi Produk Akhir .....	72
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>75</b>
5.1 Kesimpulan .....	75

5.2 Saran .....	75
<b>REFERENSI</b> .....	<b>77</b>
<b>DAFTAR NARASUMBER</b> .....	<b>81</b>
<b>LAMPIRAN</b> .....	<b>82</b>



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Skema Bisnis Desain Produk .....	12
Gambar 2.1 <i>Vegetable Leather</i> .....	14
Gambar 2.2 <i>Full Grain Leather</i> .....	14
Gambar 2.3 <i>Pull-Up Leather</i> .....	15
Gambar 2.4 <i>Suede Leather</i> .....	15
Gambar 2.5 <i>Milled Leather</i> .....	16
Gambar 2.6 <i>Crazy Horse Leather</i> .....	16
Gambar 2.7 Limbah Produksi Kulit di Djoen <i>Leather</i> .....	17
Gambar 3.1 Gantungan Tas Bunga.....	23
Gambar 3.2 Gantungan Tas Kupu-Kupu.....	24
Gambar 3.3 <i>Bagcharm Flower</i> .....	24
Gambar 3.4 <i>Bagcharm</i> Babi.....	24
Gambar 3.5 Dompot Koin .....	25
Gambar 3.6 <i>Pouch Ecoprint</i> .....	25
Gambar 3.7 <i>Positioning Product Janera Leather</i> .....	26
Gambar 3.8 Logo <i>Janera Leather</i> .....	30
Gambar 3.9 Penerapan BMC <i>Janera Leather</i> .....	32
Gambar 3.10 Prototype Produk Awal <i>Janera Leather</i> .....	37
Gambar 4.1 Lifestyle Board.....	41
Gambar 4.2 Mood Board.....	41
Gambar 4.3 Usage Board .....	42
Gambar 4.4 Styling Board.....	43
Gambar 4.5 Sketsa Alternatif Desain Dompot Koin .....	44
Gambar 4.6 Penilaian Sketsa Alternatif Dompot Koin .....	44
Gambar 4.7 Uji Coba Produk Dompot Koin.....	45
Gambar 4.8 Freeze Design Amora .....	46
Gambar 4.9 Studi Model Amora .....	46
Gambar 4.10 Sketsa Alternatif Desain <i>Card Holder</i> 1.....	47

Gambar 4.11 Penilaian Sketsa Alternatif <i>Card Holder</i> .....	48
Gambar 4.12 Uji Coba Produk <i>Card Holder</i> .....	48
Gambar 4.13 <i>Freeze Design</i> Viera 1 .....	49
Gambar 4.14 Studi Model Viera 1 .....	50
Gambar 4.15 Sketsa Alternatif <i>Bagcharm</i> .....	50
Gambar 4.16 Penilaian Sketsa Alternatif <i>Bagcharm</i> .....	51
Gambar 4.17 Uji Coba Produk <i>Bagcharm</i> .....	51
Gambar 4.18 <i>Freeze Design</i> Lunaria .....	52
Gambar 4.19 Studi Model Lunaria.....	53
Gambar 4.20 Sketsa Alternatif Desain Produk <i>Card Holder 2</i> .....	53
Gambar 4.21 Penilaian Sketsa Alternatif Produk <i>Card Holder 2</i> .....	54
Gambar 4.22 Uji Coba Produk <i>Card Holder 2</i> .....	54
Gambar 4.23 <i>Freeze Design</i> Viera 2 .....	55
Gambar 4.24 Studi Model Viera 2 .....	55
Gambar 4.25 Sketsa Alternatif Desain Produk <i>Bagcharm 2</i> .....	56
Gambar 4.26 Penilaian Sketsa Alternatif Produk <i>Bagcharm 2</i> .....	56
Gambar 4.27 Penilaian Sketsa Alternatif Produk <i>Bagcharm 2</i> .....	57
Gambar 4.28 <i>Freeze Design</i> Horsi dan Doggo .....	59
Gambar 4.29 Studi Model <i>Bagcharm</i> Horsi dan Doggo.....	59
Gambar 4.30 Sketsa Alternatif Desain Produk <i>Pouch</i> .....	60
Gambar 4.31 Penilaian sketsa Alternatif Desain Produk <i>Pouch</i> .....	61
Gambar 4.32 Uji Coba Produk <i>Pouch</i> .....	61
Gambar 4.33 <i>Freeze Design</i> Serena.....	61
Gambar 4.34 <i>Studi Model</i> Serena.....	62
Gambar 4.35 Sketsa Alternatif Desain Produk <i>Pouch 2</i> .....	63
Gambar 4.36 Penilaian sketsa Alternatif Desain Produk <i>Pouch 2</i> .....	64
Gambar 4.37 <i>Freeze Design</i> Rosetta.....	65
Gambar 4.38 <i>Studi Model</i> Rosetta .....	66
Gambar 4.39 Proses Produksi Produk.....	68
Gambar 4.40 Media Sosial Janera <i>Leather</i> .....	71
Gambar 4.41 <i>Review</i> Pembeli Produk Janera <i>Leather</i> .....	73

## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Analisis Produk Sejenis .....	23
Tabel 3.2 Perbandingan Kompetitor Kulit 4P+3P.....	27
Tabel 3.3 Penerapan Strategi Pemasaran 4P+3p Janera <i>Leather</i> .....	33
Tabel 3.4 Penerapan <i>SCAMPER</i> Janera <i>Leather</i> .....	35
Tabel 4.1 Atribut Produk .....	39
Tabel 4.2 Perhitungan <i>Fixed Cost</i> atau Biaya Tetap .....	69
Tabel 4.3 Harga Jual Produk Janera <i>Leather</i> .....	70
Tabel 4.4 BEP Unit Produk Janera <i>Leather</i> .....	70
Tabel 4.5 BEP Rupiah Produk Janera <i>Leather</i> .....	70



## DAFTAR ISTILAH

- Aksesoris Fesyen : Produk tambahan untuk melengkapi gaya berbusana, seperti dompet, *pouch*, dan gantungan tas.
- Bagcharm* : Aksesoris gantungan yang dipasang pada tas.
- BEP : Titik impas saat pendapatan sama dengan total biaya.
- Card Holder* : Produk kecil untuk menyimpan kartu seperti ATM, identitas, atau kartu nama.
- Craftmanship* : Keahlian tangan dalam menghasilkan produk berkualitas tinggi dengan perhatian pada detail dan ketelitian.
- Emboss* : Teknik pencetakan timbul pada permukaan kulit untuk menampilkan merek atau motif sebagai ciri khas.
- Handmade* : Produk yang dibuat secara manual tanpa mesin otomatis.
- HPP : Total biaya produksi untuk satu unit produk, termasuk bahan baku, tenaga kerja, dan biaya produksi lainnya.
- Limbah Kulit Sapi : Potongan kulit sisa dari proses produksi utama dan belum dimanfaatkan secara maksimal.
- Patchwork* : Teknik menjahit atau menyatukan potongan kulit kecil dengan warna atau tekstur berbeda menjadi desain baru.
- Pouch* : Wadah kecil serbaguna untuk menyimpan barang pribadi seperti kosmetik.
- Quality Control (QC)* : Proses pengecekan kualitas produk sebelum dipasarkan.
- Sustainable Fashion* : Fesyen yang memperhatikan dampak lingkungan dan sosial secara berkelanjutan.

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Janera *Leather* hadir sebagai solusi terhadap permasalahan limbah kulit yang masih sering diabaikan oleh banyak pelaku industri kulit dengan melihat peluang dari sisa potongan kulit sapi maka, USP (*Unique, Selling, Point*) dari *brand* adalah mengolahnya menjadi produk aksesoris fesyen berkualitas, menarik, dan fungsional yang dibuat secara *handmade* oleh para pengrajin lokal. Setiap produk memiliki karakteristik tersendiri, karena sisa potongan kulit memiliki tekstur dan warna yang bervariasi, sehingga menjadikannya eksklusif dan berbeda satu sama lain, dengan gaya desain modern, fungsional, praktis, dan harga terjangkau. Janera *Leather* menghadirkan berbagai produk aksesoris fesyen seperti dompet koin, *card holder*, *bag charm*, dan *pouch*.

Industri fesyen dan aksesoris berbahan kulit sapi terus berkembang seiring dengan permintaan pasar. Hidayatullah (2024) mengatakan bahwa wanita sebagai salah satu segmen konsumen utama, memiliki ketertarikan tinggi terhadap produk kulit karena memiliki ketahanan, kekuatan, serta umur pakai yang lebih lama dibandingkan dengan bahan lainnya. Hidayatullah (2024) mengatakan bahwa produk berbahan kulit tidak hanya bersifat fungsional, tetapi juga sebagai penunjang penampilan bagi wanita dengan daya beli wanita bervariasi, yaitu pada rentang harga Rp110.000 hingga Rp300.000 yang menunjukkan bahwa meskipun wanita tertarik pada produk kulit, mereka cenderung memilih produk yang terjangkau namun tetap mempertahankan kualitas. Oleh karena itu, Janera *Leather* hadir sebagai *brand* yang menawarkan produk aksesoris berbahan sisa potongan kulit dengan harga yang lebih terjangkau, tetapi tetap mempertahankan kualitas, sehingga dapat memenuhi kebutuhan segmen pasar ini.

Chandra dan Haq (2020) menyatakan bahwa produk berbahan kulit memiliki daya tarik bagi wanita. Berdasarkan hasil observasi dan kuesioner

yang telah dilakukan penulis, wanita berusia 20-40 tahun dengan gaya hidup aktif cenderung menyukai desain modern, fungsional, dan nyaman digunakan dalam beraktivitas. Perkembangan tren fesyen juga membuat wanita semakin selektif dalam memilih produk yang sesuai dengan gaya hidup dan kebutuhan pribadi. Hal ini menunjukkan bahwa inovasi dalam desain sangat diperlukan untuk menarik minat pasar, khususnya dalam menciptakan produk yang tidak hanya estetik, tetapi juga mempunyai nilai guna yang tinggi.

Dibalik potensi pasar yang besar, industri fesyen berbahan kulit menghadapi tantangan dalam pemanfaatan kulit sapi. Alesina dan Lupton (2010) mengungkapkan bahwa sisa potongan kulit sering kali tidak dimanfaatkan secara optimal, padahal bahan ini memiliki kualitas kekuatan dan daya tahan yang hampir setara dengan kulit utuh. Sugiarti et al., (2020) juga mengungkapkan bahwa sampai saat ini, pemanfaatan limbah kulit oleh para pelaku industri kulit masih terbatas pada produk seperti gantungan kunci dan belum dikembangkan menjadi produk yang lebih variatif dan bernilai fungsional maupun estetik. Kurangnya pemanfaatan limbah kulit ini tidak hanya menimbulkan pemborosan bahan, tetapi juga menciptakan tantangan dalam pengelolaan limbah kulit.

Permasalahan utama dalam pengembangan produk *Janera Leather* adalah pemanfaatan sisa potongan kulit yang belum optimal dalam industri fesyen, khususnya dalam produk aksesoris kulit. Selain itu, adanya tantangan dalam mengembangkan produk limbah kulit yang tetap memiliki nilai modern, fungsional, dan daya tarik pasar, terutama bagi wanita yang cenderung selektif dalam memilih produk fesyen. Tantangan lainnya adalah harga dan daya beli wanita yang mencari produk berkualitas dengan harga terjangkau, sehingga memerlukan inovasi desain dalam penggunaan limbah kulit untuk mengembangkan produk yang menarik, berkualitas, dan memiliki nilai jual.

Pemanfaatan sisa potongan kulit sapi dalam perancangan produk *Janera Leather* berlandaskan pada konsep Collin Clipson yang dikemukakan oleh Maulani dan Darwoto (2022), yang menekankan optimalisasi bahan baku

limbah kulit untuk meningkatkan nilai produk. Namun, teori ini hanya berfokus pada aspek desain dan efisiensi bahan saja, sehingga perlu diturunkan ke dalam strategi *Business Model Canvas* (BMC) yang diuraikan oleh Dito et al., (2023), sehingga membantu Janera *Leather* dalam menciptakan kerangka model bisnis, mulai dari *value proposition* (produk eksklusif, harga terjangkau, dan produk *handmade* oleh pengrajin lokal), *customer segmen* (wanita), dan sebagainya. Namun, BMC belum mencakup strategi pemasaran secara rinci, untuk itu diperlukan strategi pemasaran 7P yang dijelaskan oleh Tenda et al., (2022) sebagai pelengkap strategi pemasaran yang mencakup produk, harga, distribusi, promosi, dan elemen pendukung lainnya yang memperkuat *brand* Janera *Leather* di industri fesyen kulit.

Berdasarkan riset yang telah dilakukan, ditemukan bahwa Industri kulit di Yogyakarta, termasuk Djoen *Leather* dan Anantio *Leather*, telah mengupayakan perancangan produk dari sisa potongan kulit, namun hasilnya masih belum maksimal. Hal ini dapat menjadi peluang besar dalam pemanfaatan bahan limbah kulit sapi bagi Janera *Leather* yang berfokus pada bisnis aksesoris fesyen. Pengolahan produknya juga menggunakan salah satu teknik, yaitu *patchwork*. Produk aksesoris Janera *Leather* sudah di luncurkan serta dipamerkan, dan mendapat respons positif dari pasar. Hal ini, menjadi motivasi bagi Janera *Leather* untuk terus berinovasi dalam mengembangkan bisnis aksesoris fesyen yang memanfaatkan limbah kulit sapi dan memiliki daya saing di pasar, tentunya dengan memperhatikan gaya dan kebutuhan wanita.

## 1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana merancang produk dari sisa potongan kulit sapi dalam desain produk kewirausahaan pada *brand* Janera *Leather* agar memiliki nilai jual yang lebih terjangkau daripada produk kompetitor?
2. Bagaimana perancangan desain produk Janera *Leather* yang menarik dengan memanfaatkan sisa potongan kulit sapi yang sesuai dengan gaya dan kebutuhan wanita yang modern, berkualitas, dan praktis?

### 1.3 Tujuan dan Manfaat

#### Tujuan

Adapun tujuan yang dapat diambil dari perancangan ini adalah sebagai berikut:

1. Mengolah sisa potongan kulit sapi menjadi produk aksesoris fesyen yang bernilai jual dan memiliki daya tarik di pasar, khususnya bagi wanita aktif usia 20-40 tahun.
2. Menciptakan bisnis kewirausahaan sebagai *brand* yang berdaya saing dan berkualitas di industri fesyen kulit.

#### Manfaat

Adapun manfaat yang dapat diambil dari perancangan ini adalah sebagai berikut:

1. Meningkatkan nilai ekonomi pada material sisa potongan kulit yang sebelumnya kurang dimanfaatkan dan dianggap sebagai limbah.
2. Menemukan alternatif produk aksesoris sisa kulit yang lebih terjangkau tanpa mengurangi kualitas dan estetika.
3. Memberikan variasi produk aksesoris fesyen dengan kombinasi warna dan tekstur yang menarik bagi wanita.
4. Meningkatkan posisi bisnis Janera Leather sebagai brand dari produk berkualitas di industri fesyen.

### 1.4 Ruang Lingkup

1. Wanita aktif usia 20-40 tahun, termasuk pekerja, mahasiswa, hingga ibu rumah tangga sebagai segmen pasar yang menginginkan produk kulit modern, berkualitas, praktis, dan harga terjangkau.
2. Mengolah sisa potongan kulit sapi sebagai bahan utama dengan kisaran ukuran  $\pm 25\text{cm} \times 10\text{cm}$  (tidak rata) menjadi produk aksesoris fesyen.
3. Menerapkan teknik penyambungan atau penggabungan sisa kulit sapi dengan jahitan dan teknik *patchwork*.

4. Pengembangan produk mencakup aksesoris fesyen, seperti dompet koin, *card holder*, *bag charm*, dan *pouch* yang sesuai dengan kebutuhan wanita aktif.

## 1.5 Metode Desain

### 1.5.1 Metode Penelitian

Metode penelitian dalam perancangan ini menggunakan pendekatan kualitatif yang mencakup

yang dilakukan untuk memperoleh data yang relevan dalam perancangan aksesoris berbahan limbah kulit sapi (Wulandari et al., 2023). Adapun teknik yang digunakan meliputi:

1. Studi literatur melalui berbagai sumber, seperti jurnal, buku, artikel, dan laporan penelitian terdahulu, yang berkaitan dengan pemanfaatan limbah kulit sapi.
2. Observasi langsung pada kompetitor yang bergerak di bidang produksi kulit, yaitu *Djoen Leather* dan *Anantio Leather*, untuk memahami proses pengolahan kulit sapi menjadi produk bernilai jual. Hal ini dilakukan untuk memahami strategi desain, pemasaran, serta keunggulan kompetitif yang dapat diterapkan dalam perancangan.
3. Wawancara dengan pengrajin kulit dan target pasar (wanita aktif usia 20-40 tahun) untuk mengetahui kebutuhan pasar serta preferensi desain dalam produksi aksesoris fesyen berbahan limbah kulit sapi.
4. Penyebaran kuesioner melalui *google form* kepada target pasar (wanita aktif usia 20-40 tahun) untuk mengetahui preferensi terhadap desain, daya beli, dan jenis aksesoris kulit yang mereka sukai. Data ini akan digunakan sebagai dasar dalam menentukan arah desain produk.

## 1.5.2 Metode Perancangan

Metode perancangan aksesoris fesyen berbahan limbah kulit sapi dilakukan untuk menghasilkan produk yang sesuai dengan kebutuhan pasar. Tahapan dalam metode perancangan ini meliputi:

### 1. Metode Collin Clipson

Penggunaan metode Collin Clipson dalam perancangan ini adalah untuk merumuskan kesimpulan akhir mengenai arah pengembangan *brand* Janera *Leather*, yaitu dengan menyusun kerangka strategis yang fokus pada keunikan *brand*, termasuk aspek pembeda yang dapat menarik perhatian target pasar. Berfokus pada pengembangan desain dan inovasi produk berbasis kewirausahaan. Metode ini mengidentifikasi masalah hingga distribusi dan pemasaran produk (Maulani & Darwoto, 2022). Metode ini terdiri dari lima tahapan utama, yaitu sebagai berikut:

- Identifikasi masalah – Tahap ini mengamati dan memahami permasalahan yang dihadapi konsumen dari segi fungsi, estetika, dan kebutuhan pengguna. Tujuannya adalah mengidentifikasi masalah mendasar yang perlu diatasi melalui desain.
- Analisa perencanaan – Mengkaji kebutuhan pasar, tren, serta hambatan dalam pengembangan produk melalui pengumpulan data, studi literatur, dan evaluasi solusi yang sudah ada. Hasil dari analisis ini menjadi dasar untuk merancang strategi desain yang tepat.
- Proses kreatif – Menghasilkan ide-ide inovatif melalui *brainstorming* dan eksplorasi konsep, sebagai solusi untuk masalah yang telah diidentifikasi. Berbagai alternatif desain dapat

dihasilkan, selanjutnya akan dipilih sesuai dengan kriteria yang paling relevan.

- Proses produksi – Dilakukan ketika proses kreatif sudah mendapat desain yang sesuai. Merealisasikan konsep desain menjadi produk nyata, mulai dari pembuatan prototipe, pengujian, dan penyempurnaan desain hingga siap diproduksi massal.
- Distribusi pemasaran – Tahap ini merupakan tahap terakhir setelah produk selesai diproduksi, yaitu merancang strategi pemasaran agar produk dapat diterima oleh target konsumen serta menjawab kebutuhan pasar.

## 2. *Business Model Canvas* (BMC)

BMC merupakan model bisnis yang dirancang oleh Osterwalder dan Yves Pigneur, bertujuan untuk membantu pelaku usaha dalam merancang, mengevaluasi, dan mengoptimalkan strategi bisnis secara menyeluruh (Sukarno & Ahsan, 2021). BMC terdiri dari sembilan elemen utama yang saling berkaitan (Dito et al., 2023). Dalam konteks Janera *Leather*, penerapan BMC tidak hanya digunakan untuk merancang bisnis, tetapi juga meriset strategi bisnis kompetitor untuk memahami nilai yang ditawarkan, segmen pasar, hingga sumber daya utama yang mereka miliki sebagai dasar pengembangan usaha. Berikut adalah penjelasan masing-masing elemen BMC menurut Dito et al., (2023):

- *Customer Segments* (segmentasi pelanggan) – Menentukan kelompok atau target pasar utama yang berpotensi tertarik terhadap produk. Segmentasi ini

dilakukan berdasarkan demografi (usia, gender, pendapatan), geografi (lokasi), psikografi (gaya hidup dan nilai), dan perilaku (kebiasaan belanja dan loyalitas merek).

- *Value Propositions* (proporsi nilai) – Menjabarkan nilai utama yang membuat produk layak dipilih konsumen, seperti desain yang unik, kualitas baik, harga terjangkau, kemudahan penggunaan, dan sebagainya.
- *Channels* (saluran distribusi) – Cara bisnis menjangkau konsumen, baik secara langsung (toko fisik, *website*, e-commerce), tidak langsung (distributor dan reseller), maupun melalui media promosi digital seperti Instagram, TikTok, dan email marketing.
- *Customer Relationships* (hubungan dengan pelanggan) – strategi membangun dan mempertahankan loyalitas pelanggan, misalnya melalui diskon pelanggan tetap, komunitas pengguna, serta rekomendasi produk sesuai preferensi pelanggan.
- *Revenue Streams* (sumber pendapatan) – Menjelaskan bagaimana bisnis menghasilkan pemasukan, seperti melalui penjualan produk secara langsung, penjualan *bundling*, atau pesanan *custom*.
- *Key Resources* (sumber daya utama) – Sumber daya utama untuk menjalankan bisnis, seperti bahan baku, tenaga kerja, dan jaringan distribusi.
- *Key Activities* (aktivitas yang dijalankan) – Kegiatan penting yang perlu dilakukan untuk menjalankan bisnis secara efektif, seperti proses

desain, produksi, kontrol kualitas, pemasaran, serta pengembangan produk baru.

- *Key Partnerships* (mitra utama) – Pihak yang bekerja sama untuk membantu jalannya bisnis, seperti pemasok bahan baku, distributor, atau mitra lainnya.
- *Cost Structure* (struktur biaya) – Semua biaya yang dikeluarkan untuk menjalankan bisnis, seperti biaya produksi, pemasaran, distribusi, dan operasional.

### 3. Strategi Pemasaran 4P+3P

Penggunaan strategi pemasaran 4P+3P adalah untuk membandingkan bisnis kompetitor yang sudah ada dengan Janera *Leather*. Hal ini membantu menciptakan proposisi yang lebih baik, sehingga mampu bersaing di pasar. Strategi Pemasaran 4P+3P atau bauran pemasaran adalah metode yang digunakan perusahaan dalam pemasaran untuk mencapai hasil yang memuaskan. Bauran pemasaran ini terdiri dari tujuh elemen utama yang saling mendukung dan sangat penting dalam membangun strategi pemasaran produk maupun jasa (Tenda et al., 2022). Keempat elemen pertama dikenal sebagai 4P, yaitu:

- *Product* (produk) – Barang atau jasa yang ditawarkan sesuai kebutuhan pelanggan.
- *Price* (harga) – Harga yang harus dibayarkan oleh konsumen untuk mendapatkan barang atau jasa.
- *Place* (tempat) – Saluran distribusi yang digunakan untuk menjangkau konsumen, seperti penjualan langsung di toko, *platform e-commerce*, dan media sosial.

- *Promotion* (promosi) – Cara mengenalkan produk kepada konsumen, melalui strategi seperti iklan, diskon, iklan digital, media sosial, dan pameran.

Tiga elemen tambahan dikenal sebagai 3P, yaitu:

- *People* (orang) – Semua pihak yang terlibat dalam proses bisnis, termasuk pekerja, tim bisnis, hingga konsumen.
- *Process* (proses) – Seluruh aktivitas operasional bisnis, mulai dari produksi, layanan pelanggan, hingga sistem pengiriman kepada konsumen.
- *Physical Evidence* (bukti fisik) – semua elemen yang menunjukkan keberadaan bisnis dan dapat dilihat oleh konsumen, seperti *packaging* produk, lingkungan tempat penjualan produk, dan sebagainya.

### 1.5.3 Metode Kreatif

Metode kreatif dalam perancangan produk Janera *Leather* adalah *SCAMPER* untuk menemukan cara inovatif dalam memanfaatkan sisa kulit dan menemukan ide pengembangan desain produk aksesoris fesyen. *SCAMPER* adalah teknik *brainstorming* untuk membantu memecahkan masalah atau menemukan peluang baru yang terdiri dari 7 (tujuh) teknik berpikir (Serrat, 2017). Berikut penjelasan dari *SCAMPER* :

- *Substitute* (mengganti) – Mengganti elemen, bahan, atau teknik tertentu dari produk atau prosesnya dengan alternatif lain yang lebih efektif.
- *Combine* (menggabungkan) – Menggabungkan dua atau lebih elemen untuk menciptakan sesuatu yang baru.

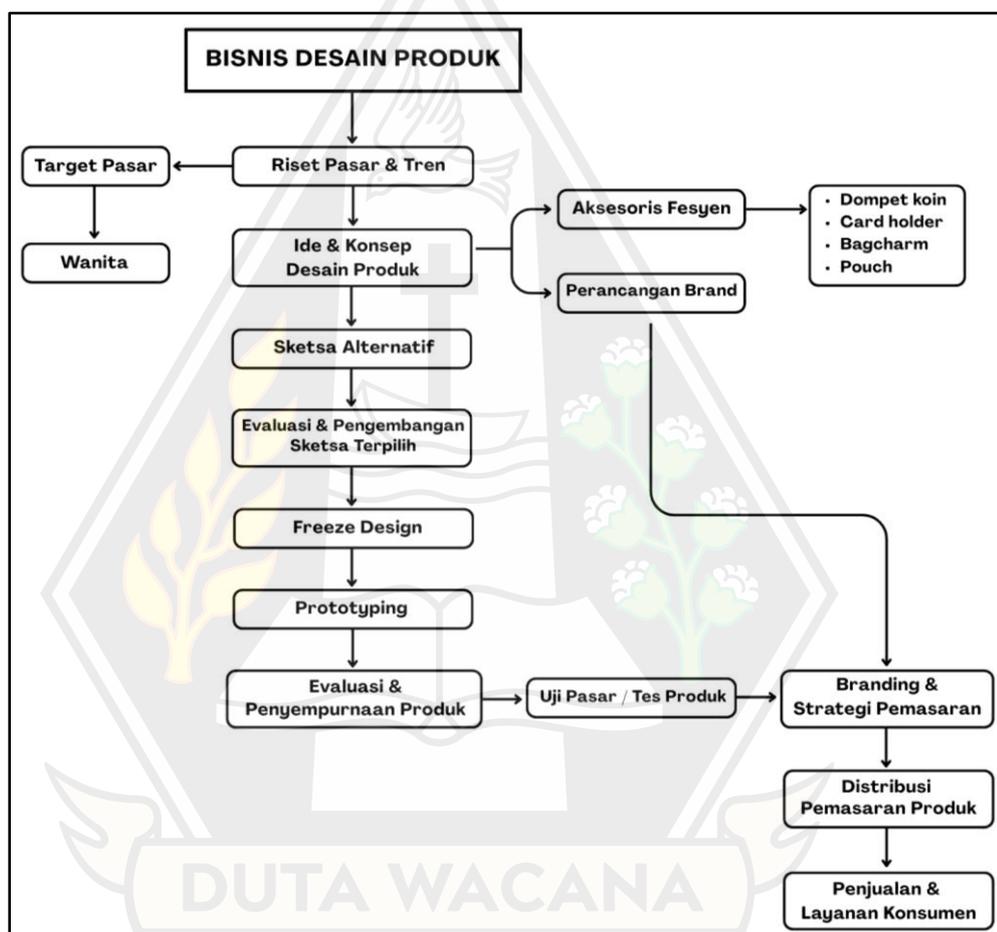
- *Adapt* (menyesuaikan) – Mengadaptasi atau menyesuaikan ide yang sudah ada untuk tujuan dan konteks yang berbeda.
- *Modify* (memodifikasi) – Melakukan perubahan pada ukuran, bentuk, atau atribut lain untuk meningkatkan daya tarik atau fungsi produk.
- *Put to Another Use* (menggunakan untuk tujuan lain) – Menggunakan produk atau proses yang ada untuk tujuan lain yang berbeda dari fungsi semula.
- *Eliminate* (menghilangkan) – Menghilangkan atau menghapus elemen yang dianggap tidak diperlu untuk meningkatkan efisiensi produk.
- *Reverse* (membalik) – Mengubah susunan, urutan, atau arah elemen produk untuk menciptakan variasi desain baru.

Dalam penerapannya, Janera *Leather* hampir menerapkan seluruh teknik *SCAMPER*, kecuali elemen *Eliminate*. Hal ini karena menghilangkan elemen utama seperti sisa potongan kulit justru dapat mengurangi nilai jual produk. Sisa potongan kulit merupakan ciri khas yang menjadi nilai jual utama. Selain itu, setiap komponen saling melengkapi, sehingga menghapus komponen tertentu dapat berpengaruh pada kualitas produk.

## 1.6 Diagram Skema Bisnis Desain Produk

Skema bisnis desain produk ini menggambarkan keseluruhan proses pengembangan produk, mulai dari identifikasi target pasar hingga penjualan dan layanan konsumen. Proses ini diawali dengan riset pasar dan tren yang memberikan informasi penting tentang kebutuhan pasar, terutama bagi wanita, serta potensi produk seperti aksesoris fesyen. Selanjutnya, ide dan konsep

produk difokuskan pada aksesoris fesyen, dilanjutkan dengan pembuatan serta evaluasi sketsa alternatif untuk memilih desain yang tepat. Setelah sketsa terpilih dikembangkan, dilakukan proses *freeze design* dan *prototyping* produk. Produk tersebut kemudian melalui tahap evaluasi dan penyempurnaan dengan melakukan tes pasar kepada calon pengguna. Jika produk sudah sesuai, lanjut ke perancangan strategi *brand* yang mencakup kegiatan *branding*, proses distribusi pemasaran, dan akhirnya tahap penjualan produk.



**Gambar 1.1** Skema Bisnis Desain Produk  
(Sumber: Dokumentasi Penulis, 2025)

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

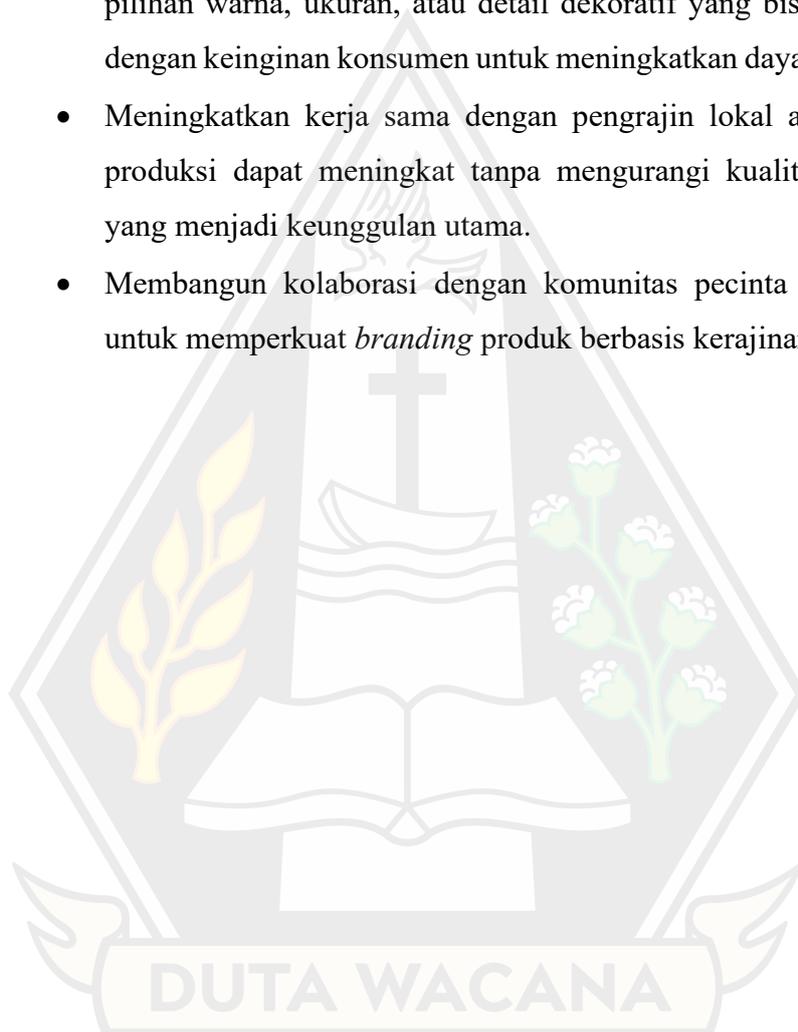
Janera *Leather* berhasil mengembangkan produk sebagai solusi atas pemanfaatan sisa potongan kulit sapi dalam industri fesyen melalui pendekatan desain kewirausahaan. Keberhasilan ini ditunjukkan dengan terciptanya produk-produk aksesoris fesyen seperti Amora (dompet koin), Viera 1 dan 2 (*card holder*), Lunaria, Horsi, dan Doggo (*bagcharm*), serta Serena dan Rosetta (*pouch*) yang menarik secara visual dan harga terjangkau. Berikut adalah kesimpulan dari keseluruhan penelitian, perancangan produk, hingga upaya pemasaran:

- Janera *Leather* memanfaatkan sisa potongan kulit sapi sebagai bahan utama, yang dikembangkan melalui metode Collin Clipson, BMC, dan strategi pemasaran 4P+3P. Hasilnya adalah produk dengan harga jual sekitar Rp40.000 - Rp80.000 yang tetap menjaga kualitas serta nilai estetika, namun lebih terjangkau dibandingkan produk yang ditawarkan oleh kompetitor.
- Desain produk Janera *Leather* telah mempertimbangkan kebutuhan wanita aktif usia 20-40 tahun dengan menghadirkan desain modern, praktis, dan elegan. Penerapan teknik *patchwork* terbukti menyatukan potongan sisa kulit dengan warna dan tekstur yang beragam, sehingga dapat menghasilkan visual yang unik dan eksklusif pada setiap produk. Hasil evaluasi juga menunjukkan bahwa sebagian besar konsumen tertarik dan menilai produk ini menarik baik dari segi desain maupun fungsional.

#### **5.2 Saran**

Saran pengembangan produk Janera *Leather* agar lebih optimal dan sesuai dengan kebutuhan pasar adalah sebagai berikut:

- Mengembangkan variasi desain produk yang lebih beragam dengan mengoptimalkan pemanfaatan sisa potongan kulit sapi dengan teknik *patchwork* atau teknik lainnya, sehingga produk memiliki nilai estetika dan khas.
- Menerapkan pendekatan desain yang lebih personalisasi, misalnya pilihan warna, ukuran, atau detail dekoratif yang bisa disesuaikan dengan keinginan konsumen untuk meningkatkan daya tarik produk.
- Meningkatkan kerja sama dengan pengrajin lokal agar kapasitas produksi dapat meningkat tanpa mengurangi kualitas *handmade* yang menjadi keunggulan utama.
- Membangun kolaborasi dengan komunitas pecinta produk lokal untuk memperkuat *branding* produk berbasis kerajinan lokal.



## REFERENSI

- Alesina, I., & Lupton, E. (2010). *Exploring Materials*. Princeton Architectural Press.  
[https://opac.ukdw.ac.id/slims/index.php?p=show\\_detail&id=45778&keywords=](https://opac.ukdw.ac.id/slims/index.php?p=show_detail&id=45778&keywords=)
- Arief, D. R., Sari, G. P., Saputra, A., & Yuafni. (2024). Pengembangan Sumber Daya Manusia Pelaku UMKM dan Ekonomi Kreatif Kabupaten Padang Pariaman. *Sureq Jurnal Pengabdian Masyarakat Berbasis Seni dan Desain*, 3(2), 109-119. <https://ojs.unm.ac.id/sureq/article/download/65796/28634>
- Chandra, N., & Haq, B. N. (2020). Redesain *Satchel Bag* UKM Zola *Leather* untuk Para Wanita yang Mencintai Produk dalam Negeri. *Jurnal Program Mahasiswa Kreatif*, 4(1), 5-12. <https://pkm.uika-bogor.ac.id/index.php/pkm-p/article/view/582/508>
- Dewi, P. U. (2019). *Pemanfaatan Limbah Potongan Kulit untuk Desain Tas Wanita dengan Konsep Collapsible*. [Skripsi Sarjana, Institut Teknologi Sepuluh Nopember]. [https://repository.its.ac.id/62248/1/0831144000001-Undergraduate\\_Theses.pdf](https://repository.its.ac.id/62248/1/0831144000001-Undergraduate_Theses.pdf)
- Dito, A. H., Maranata, B. H., Widyaningtyas, D. P., Estrini, D. H., Pratiwi, F. A. T., Subagio, I. S., Utama, J. W., Anggraini, M., Santoso, T. R., & Wulandari. (2023). *Panduan Business Model Canvas untuk Pebisnis Pemula*. Yayasan Drestanta Pelita Indonesia. <https://eprints.unkartur.ac.id/id/eprint/59/>
- Hidayahtullah, M. C. (2024). Panduan Perancangan Produk Kulit Berdasarkan Selera Konsumen Gen Z untuk UKM Manding Yogyakarta. *Jurnal Desain*, 11(3), 713-723.  
[https://journal.lppmunindra.ac.id/index.php/Jurnal\\_Desain/article/view/18918/6759](https://journal.lppmunindra.ac.id/index.php/Jurnal_Desain/article/view/18918/6759)
- Hima, M., Hidayat, M. J., & Anam, C. (2018). Pemanfaatan Sisa Hasil Potongan Kulit dari Proses *Finishing* pada Industri Penyamakan Kulit Menjadi Sepatu Wanita. *Prosiding Seminar Nasional Sains dan Teknologi Terapan*, 6(1), 407-412. <https://ejurnal.itats.ac.id/sntekpan/article/view/390/255>

- Kimbarlina, V., & Enrico. (2021). Produk *Fashion* dari Limbah untuk Mendukung Kegiatan *Sustainable Fashion*. *Folio*, 2(2), 1-8.  
<https://journal.uc.ac.id/index.php/FOLIO/article/download/3478/2276/9189>
- Kulitalaku. (2022). *Inilah Jenis Kulit Sapi Sepanjang Zaman*.  
<https://talaleather.com/jenis-kulit-sapi/>
- Laily, O. N. (2019). *Desain Motif Kulit Sapi Untuk Tas Wanita* [Skripsi Sarjana, Institut Teknologi Sepuluh Nopember]. <https://repository.its.ac.id/62359/>
- Lestari, F., Susanto, M. R., Susanto, D., Sugiyamin, & Barriah, I. Q. (2022). Aplikasi Teknik *Ecoprint* pada Media Kulit dalam Pembuatan Tas *Fashion* Wanita dalam Konteks Liminalitas. *Jurnal Seni Rupa Warna*, 10(1), 102-113.  
<https://jsrw.ikj.ac.id/index.php/jurnal/article/view/146/122>
- Maulani, R., & Darwoto. (2022). Pemanfaatan Limbah Perca Kulit untuk *Fashion* Jaket Wanita. *CEJou*, 3(1), 1-18.  
<https://ejournal.unupasuruan.ac.id/index.php/dimensi/article/download/142/140/636>
- Novalia, E. (2020). *Desain Serial Tas Wanita dengan Material Limbah Kulit Sapi* [Skripsi Sarjana Institut Teknologi Sepuluh Nopember]. ITS Repository.  
<https://repository.its.ac.id/107733/>
- Pratama, A. B. (2017). *Identifikasi Jenis Kulit Samak Menggunakan Metode Gray Level Co-Occurrence Matrix (GLCM)* [Skripsi Sarjana, Universitas Telkom].  
<https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/pustaka/138112/identifikasi-jenis-kulit-samak-menggunakan-metode-gray-level-co-occurrence-matrix-g lcm-.html>
- Ratnaningsih, G. A., & Wahyuningsih, S. E. (2022). Nilai Estetika Tas Wanita Motif Batik dengan Pemanfaatan Limbah Serabut Kelapa dan Kombinasi Kulit Sapi. *Fashion and Fashion Education Journal*, 11(1).  
<https://journal.unnes.ac.id/sju/ffe/article/view/55674>
- Ridwan, M. M. (2021). *Mamas (Leather Crafts)* [Skripsi Sarjana, Universitas Islam Indonesia].  
<https://dspace.uui.ac.id/bitstream/handle/123456789/39857/18911101.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

- Serrat, O. (2017). *The SCAMPER Technique*. Asian Development Bank. 10.1007/978-981-10-0983-9\_33
- Somantri, K. (2020, Maret 19). *Penyamakan Kulit: Pengertian, Jenis, Tahapan Proses di Industri*. enjoyleather. <https://enjoyleather.id/penyamakan-kulit/>
- Sugiarti, R., Margana, & Muthmainah. (2020). Pengembangan Wisata Kriya Berbasis Kreasi dan Inovasi di Sentra Industri Kerajinan Kulit Kabupaten Magetan. *Cakra Wisata*, 2(1), 12-25. <https://jurnal.uns.ac.id/cakra-wisata/article/viewFile/41079/27015>
- Sukarno, B. R., & Ahsan, M. (2021). Implementasi Strategi Pengembangan Bisnis dengan *Business Model Canvas*. *Jurnal MANOVA*, 4(2), 51-61. <https://jurnalfebi.uinsa.ac.id/index.php/MANOVA/article/download/456/310/1727>
- Suseno, N. S., Lestari, A., Sofyan, S. D., Nurbayani, I., & Yulianti, K. S. (2021). Pengembangan Pemasaran Produk Kulit Melalui Teknologi Digital di Masa Pandemi *Covid-19* di Sukaregang Kabupaten Garut. *Jurnal Media Pengabdian Komunikasi*, 1(1), 1-11. [https://www.researchgate.net/publication/372214315\\_Pengembangan\\_Pemasaran\\_Produk\\_Kulit\\_melalui\\_Teknologi\\_Digital\\_di\\_Masa\\_Pandemi\\_Covid\\_19\\_di\\_Sukaregang\\_Kabupaten\\_Garut](https://www.researchgate.net/publication/372214315_Pengembangan_Pemasaran_Produk_Kulit_melalui_Teknologi_Digital_di_Masa_Pandemi_Covid_19_di_Sukaregang_Kabupaten_Garut)
- Tenda, Y. J., Kalangi, J. A. F., & Mukuan, D. D. S. (2022). Analisis Bauran Pemasaran dalam Meningkatkan Penjualan Produk Kacang Shangrai di UD Virgin Kawangkoan. *Productivity*, 3(2), 279-285. <https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/productivity/article/view/40840>
- Wibowodjati, M. S. (2023). *Strategi Komunikasi Pemasaran UMKM Kerajinan Kulit di Yogyakarta dalam Menarik Minat Pembeli Selama Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Pada UMKM Djoen Leather dan Ajeng Leather)* [Skripsi Sarjana, Universitas Islam Indonesia]. <https://dspace.uui.ac.id/bitstream/handle/123456789/46847/19321168.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Wulandari, T., Sari, D. P., & Nasution, A. R. (2023). Deskripsi Mendalam untuk Memastikan Keteralihan Temuan Penelitian Kualitatif. *Jurnal Literasiologi*, 11(2), 124-131.

<https://jurnal.literasikitaindonesia.com/index.php/literasiologi/article/download/674/901/2271>

Zuriyah, Z., Salma, I. R., Eskak, E., & Susanto, H. B. (2023). Pemanfaatan Limbah Perca Industri Kulit untuk Pembuatan Tas Anak Muda dengan Teknik *Patchwork* dan Anyaman. *Prosiding Seminar Nasional Industri Kerajinan Dan Batik*, 5(1), 1-12.  
<https://proceeding.batik.go.id/index.php/SNBK/article/view/232>

