

Potensi Komersialisasi Karya Mahasiswa Berbasis Wastra Lokal dengan Pendekatan *Design Thinking*

Jafar Sodik ^{1*} dan Vera Utami Gede Putri ²

¹ Program Studi Pendidikan Tata Busana, Fakultas Teknik, Universitas Negeri Jakarta; jafar.sodik@unj.ac.id

² Program Studi Desain Mode, Fakultas Teknik, Universitas Negeri Jakarta; vugputri@unj.ac.id

* Korespondensi: jafar.sodik@unj.ac.id

Abstrak

Wastra Nusantara memiliki potensi besar untuk dikembangkan dalam industri *fashion* nasional maupun global. Dalam konteks pendidikan vokasi tata busana, pemanfaatan wastra lokal sering kali terbatas pada aspek teknis dan belum mengintegrasikan inovasi berbasis pasar. Studi ini menggunakan analisis kualitatif terhadap literatur yang relevan dan dokumen tugas akhir mahasiswa Program Studi Sarjana Terapan Desain Mode, Fakultas Teknik, Universitas Negeri Jakarta untuk mengevaluasi potensi komersialisasi karya yang menggunakan wastra lokal, dengan menggunakan pendekatan *design thinking* sebagai kerangka analisis dalam menelaah proses pengembangan produk. Temuan dari studi literatur dan analisis dokumen menunjukkan bahwa pendekatan *design thinking* membantu mengidentifikasi peluang inovasi melalui pemahaman nilai budaya, penguatan empati terhadap pengguna, serta penyesuaian rancangan dengan kebutuhan pasar. Hasilnya, karya mahasiswa berpotensi untuk ditransformasikan menjadi produk *fashion* siap jual, seperti pakaian kerja bercorak etnik, *modest wear* kontemporer, hingga *fashion* berkelanjutan. Kajian ini menegaskan bahwa *design thinking* dapat berfungsi sebagai jembatan antara pelestarian budaya dan inovasi produk, sekaligus memperkuat peran pendidikan vokasi tata busana dalam mendorong hilirisasi industri kreatif. Rekomendasi mencakup penguatan kurikulum, pengembangan jejaring dengan UMKM, serta kolaborasi dengan pelaku industri wastra untuk mendorong komersialisasi berkelanjutan.

Kata kunci: wastra lokal, *design thinking*, pendidikan vokasi tata busana, komersialisasi, hilirisasi produk.

Abstract

Nusantara textiles have significant potential for development in the national and global fashion industry. In the context of vocational fashion education, the use of local textiles is often limited to technical aspects and has not yet integrated market-based innovation. This study uses qualitative analysis of relevant literature and final project documents from students in the Applied Bachelor of Fashion Design Program, Faculty of Engineering, Jakarta State University, to evaluate the commercialization potential of works using local textiles. The design thinking approach serves as an analytical framework for examining the product development process. Findings from the literature review and document analysis indicate that the design thinking approach helps identify innovation opportunities through understanding cultural values, strengthening empathy for users, and adapting designs to market needs. As a result, student work has the potential to be transformed into ready-to-sell fashion products, such as ethnic-patterned workwear, contemporary modest wear, and sustainable fashion. This study confirms that design thinking can serve as a bridge between cultural preservation and product innovation, while strengthening the role of vocational fashion education in encouraging the downstream development of the creative industry. Recommendations include strengthening the curriculum, developing networks with MSMEs, and collaborating with textile industry players to encourage sustainable commercialization.

Keywords: *local textiles, design thinking, vocational fashion education, commercialization, product downstreaming.*

1. Pendahuluan

Industri *fashion* global saat ini terus berkembang pesat, dengan tren yang semakin mengarah pada keberlanjutan dan penggunaan bahan berbasis budaya . Di Indonesia, wastra lokal seperti batik, tenun, dan berbagai kain tradisional lainnya memiliki potensi besar untuk memperkaya industri *fashion* nasional maupun internasional. Namun, meskipun nilai budaya wastra lokal sangat kaya, penggunaannya dalam desain *fashion* kontemporer masih terbatas pada aplikasi teknis, seperti pembuatan busana adat atau kostum tradisional . Pemanfaatan wastra dalam pengembangan produk *fashion* yang lebih inovatif dan terhubung dengan pasar global masih jarang dijumpai. Akibatnya, banyak rancangan yang dihasilkan belum mampu bersaing di pasar yang dinamis dan berorientasi pada tren yang terus berkembang .

Pendidikan vokasi tata busana memiliki peran penting dalam menyiapkan tenaga profesional yang kompeten di industri *fashion* . Di Program Studi Sarjana Terapan Desain Mode, Fakultas Teknik, Universitas Negeri Jakarta, kurikulum yang digunakan secara umum masih menitikberatkan pada penguasaan keterampilan teknis dalam proses desain dan produksi. Namun demikian, keterbatasan pendekatan yang berorientasi pada pasar dan kebutuhan konsumen seringkali menjadi hambatan dalam menghasilkan karya yang memiliki nilai komersial . Oleh karena itu, dibutuhkan pendekatan analitis yang lebih holistik dan inovatif guna menjembatani kesenjangan antara keterampilan teknis dan potensi komersialisasi karya.

Design thinking merupakan pendekatan yang berpusat pada pengguna, menekankan empati, eksplorasi kebutuhan, serta penciptaan solusi berbasis konteks. Brown menjelaskan bahwa pendekatan ini memungkinkan desainer untuk memahami kebutuhan pengguna secara lebih mendalam melalui tahapan-tahapan seperti empati, definisi masalah, ideasi, prototipe, dan pengujian . Dengan kerangka ini, desain tidak hanya ditinjau dari aspek estetika dan budaya, tetapi juga dari relevansinya terhadap pasar dan kebutuhan aktual. Dalam konteks penelitian ini, *design thinking* digunakan sebagai kerangka analisis untuk mengevaluasi potensi komersialisasi karya mahasiswa berbasis wastra lokal, dengan mempertimbangkan aspek pengguna, nilai budaya, serta peluang pasar.

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi potensi komersialisasi karya mahasiswa pendidikan vokasi tata busana yang memanfaatkan wastra lokal, dengan menggunakan pendekatan *design thinking* sebagai alat analisis. Meskipun sebagian besar program vokasi telah membekali mahasiswa dengan keterampilan teknis yang baik, kemampuan untuk mengembangkan desain yang relevan dengan pasar masih menjadi tantangan. Seperti diungkapkan oleh Tanjung dan Ibrahim, banyak pelaku usaha yang memiliki keunggulan dalam aspek teknis, namun masih kesulitan menghubungkan nilai budaya dalam desain dengan kebutuhan pasar global secara efektif . Dengan menggunakan kerangka *design thinking*, penelitian ini menelaah bagaimana karya yang berbasis wastra lokal dapat ditinjau dan diarahkan untuk memenuhi potensi pasar melalui strategi desain yang berorientasi pengguna.

Berdasarkan kajian sebelumnya, penggunaan elemen budaya lokal dalam desain *fashion* memerlukan pendekatan yang tidak hanya mengandalkan teknik tradisional. Widakdo menyatakan bahwa penggabungan teknik tradisional dengan pendekatan desain modern merupakan strategi penting untuk menciptakan produk yang mampu

bersaing secara global, sembari tetap mempertahankan keunikan identitas budaya . Hal ini mengharuskan desainer untuk mampu menerjemahkan nilai-nilai budaya lokal ke dalam produk yang kontekstual, menarik, dan sesuai dengan tren global, termasuk tren *sustainable fashion* yang semakin kuat.

Namun demikian, penerapan prinsip inovatif dalam pendidikan vokasi, termasuk integrasi kerangka berpikir seperti *design thinking*, masih menghadapi tantangan. Salah satu isu utama adalah bagaimana menghubungkan kurikulum dengan kebutuhan actual industri *fashion*. Namun aspek pendidikan di program vokasi masih berfokus pada pengembangan keterampilan teknis, sementara aspek komersialisasi produk kerap belum mendapat perhatian yang memadai . Padahal, integrasi perspektif komersialisasi dalam pendidikan vokasi akan membantu mahasiswa untuk lebih siap menghadapi kompetisi pasar, terutama dalam menciptakan dan memasarkan produk berbasis budaya lokal.

Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan rekomendasi konkret dalam pengembangan kurikulum vokasi tata busana yang lebih responsif terhadap kebutuhan industri, memperkuat kolaborasi antara institusi pendidikan dan pelaku industri kreatif, serta mendorong peran inkubator bisnis dalam mendukung hilirisasi produk mahasiswa berbasis budaya lokal yang berkelanjutan.

2. Bahan dan Metode

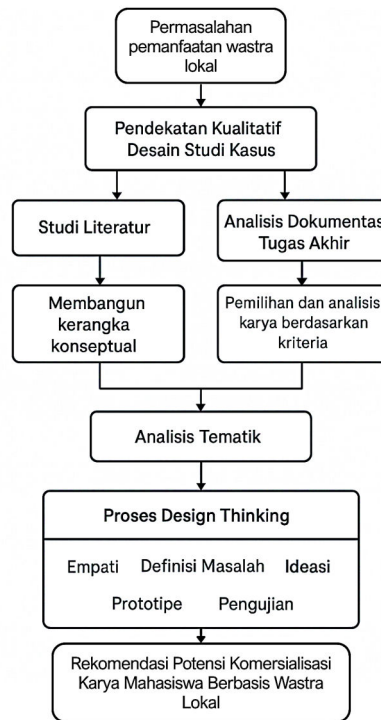
Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain studi kasus untuk mengeksplorasi potensi komersialisasi karya mahasiswa pendidikan vokasi tata busana berbasis wastra lokal, melalui analisis dengan menggunakan kerangka *design thinking*. Penelitian difokuskan pada karya tugas akhir mahasiswa Program Studi Sarjana Terapan Desain Mode, Fakultas Teknik, Universitas Negeri Jakarta dari tahun 2024-2025, yang mengangkat wastra lokal sebagai elemen utama dalam pengembangan produk *fashion*.

Sumber data utama dalam penelitian ini meliputi studi literatur dan analisis dokumentasi tugas akhir mahasiswa. Studi literatur dilakukan untuk menelaah teori-teori dan konsep-konsep terkait *design thinking*, komersialisasi produk berbasis budaya, pendidikan vokasi tata busana, serta integrasi nilai lokal dalam konteks pasar global. Literatur yang dikaji mencakup publikasi ilmiah, buku akademik, dan artikel konferensi yang relevan, dengan tujuan membangun kerangka konseptual untuk menganalisis produk mahasiswa dari sudut pandang pengguna, nilai budaya, serta potensi pasar.

Proses analisis dokumentasi tugas akhir dilakukan dengan terlebih dahulu memperoleh akses terhadap *database* tugas akhir mahasiswa melalui *webiste* Repository UNJ. Kriteria pemilihan data didasarkan pada karya yang secara eksplisit mengangkat wastra lokal sebagai bagian integral dari desain produk. Dokumen tugas akhir yang memenuhi kriteria ini kemudian dianalisis secara mendalam menggunakan teknik analisis tematik.

Analisis tematik dilakukan dengan mengidentifikasi dan mengelompokkan tema-tema utama yang muncul dari dokumen, antara lain jenis produk *fashion* yang dikembangkan, bentuk penerjemahan nilai budaya lokal ke dalam desain, pendekatan estetika dan fungsional yang digunakan, serta indikasi potensi komersialisasi produk. Tahapan-tahapan dalam kerangka *design thinking* (empati, definisi masalah, ideasi,

prototipe, dan pengujian) digunakan sebagai lensa analisis untuk menilai sejauh mana karya mahasiswa menunjukkan kesiapan untuk dikembangkan menjadi produk *fashion* yang relevan dengan pasar, tanpa kehilangan esensi budaya lokal. Adapun alur penelitian ini divisualisasikan melalui diagram pada Gambar 1 berikut ini:



Gambar 1. Diagram Alir Penelitian

3. Hasil

3.1. Temuan dari Studi Literatur

Studi literatur menunjukkan bahwa penerapan *design thinking* dalam pendidikan vokasi tata busana memberikan dampak yang signifikan terhadap pengembangan produk *fashion* berbasis wastra lokal yang dapat dipasarkan. Brown menekankan bahwa *design thinking* membantu desainer untuk memahami kebutuhan pengguna dengan mendalam, memungkinkan mereka untuk mengembangkan produk yang lebih inovatif dan berbasis pasar. Temuan ini sejalan dengan Amelia *et al.* yang menyatakan bahwa mahasiswa yang mengintegrasikan *design thinking* dalam proyek mereka lebih berhasil dalam menciptakan desain yang memenuhi kebutuhan pasar dan tetap menjaga nilai budaya lokal.

Selain itu, Tanjung dan Ibrahim mengungkapkan bahwa penggabungan teknik tradisional dalam desain modern memungkinkan produk berbasis budaya untuk bersaing di pasar global. Dalam penelitian ini, mahasiswa yang mengadopsi *design thinking* berhasil mengembangkan produk yang menggabungkan elemen wastra lokal, seperti tenun dan batik, dengan desain yang sesuai dengan tren pasar global. Temuan ini menunjukkan bahwa dengan pendekatan yang tepat, produk berbasis budaya lokal tidak hanya melestarikan warisan budaya, tetapi juga memiliki potensi besar di pasar

internasional.

Penelitian oleh Amelia *et al.* menekankan bahwa *design thinking* memungkinkan penciptaan solusi kreatif berbasis empati, terutama dalam konteks pendidikan dan inovasi produk . Hal ini diperkuat oleh penelitian Alrazi dan Rachman, yang menjelaskan bahwa penerapan *design thinking* dapat membantu pelajar dalam mengasah kemampuan berpikir kritis, berempati, serta menyelaraskan rancangan dengan dinamika pasar . Aulia *et al.* juga menegaskan bahwa pendekatan ini tidak hanya berorientasi pada estetika, tetapi juga pada keberfungsian, konteks sosial, dan nilai budaya dari produk yang dirancang .

Dalam konteks pendidikan vokasi, pengintegrasian kerangka *design thinking* mendukung proses pembelajaran berbasis proyek (*project-based learning*), di mana peserta didik terlibat dalam proses penciptaan yang menyeluruh mulai dari riset pasar hingga evaluasi desain akhir. Penelitian-penelitian tersebut memberikan landasan teoritis yang kuat untuk menggunakan *design thinking* sebagai kerangka analisis dalam menilai potensi komersialisasi produk mahasiswa berbasis wastra lokal.

3.2. Temuan dari Tugas Akhir Mahasiswa

Berdasarkan hasil identifikasi terhadap 31 judul tugas akhir mahasiswa Program Studi Sarjana Terapan Desain Mode dari tahun 2024 - 2025, ditemukan 8 karya yang secara eksplisit mengangkat elemen wastra lokal sebagai basis pengembangan produknya. Analisis dilakukan untuk menilai keterkaitan antara elemen budaya lokal dengan potensi komersialisasi produk. Rincian analisis dapat dilihat pada Tabel 1 berikut ini:

Tabel 1. Analisis Tugas Akhir Mahasiswa

No	Nama Mahasiswa	Judul Tugas Akhir	Tahun	Elemen Wastra	Nilai Budaya yang Diangkat	Jenis Produk	Potensi Komersial
1	Marthina Claudia M. Sitohang	Penilaian Jaket Bomber dengan Menggunakan Batik Shaho Khas Balikpapan	2025	Batik Shaho	Kearifan lokal Kalimantan Timur, identitas daerah	Jaket Bomber	Tinggi
2	Raihan Puja Kusuma	Penerapan Motif Poleng Bali dengan Teknik Patchwork untuk Busana Ready-to-Wear	2025	Poleng Bali	Simbol dualisme sakral-profan dalam budaya Bali	Ready-to-Wear	Menengah
3	Triyana Suherti	Estetika Batik Purworejo	2025	Batik Purworejo	Motif alam dan filosofi Jawa Tengah	Estetika Busana	Tinggi
4	Widia Putri Wardana	Estetika Produk Outer dengan Kain Wastra Nusantara	2025	Wastra Nusantara	Variasi budaya dari berbagai daerah di Indonesia	Outerwear	Tinggi

5	Aristi Muliandra	Perancangan Vest dengan Teknik Patchwork Menggunakan Kain Perca Motif Batik Tanah Liek	2024	Batik Tanah Liek	Warna tanah alami, filosofi alam Minangkabau	Vest	Menengah
6	Nada Nia Firlana	Penilaian Produk Ready to Wear dari Bahan Lurik Kombinasi Teknik Anyaman	2024	Lurik	Kesederhanaan, ketekunan, simbol strata sosial Jawa	Ready-to-Wear	Tinggi
7	Siti Nuronisa	Penerapan Batik Banten Srimanganti pada Busana Ready to Wear Menggunakan Hanbok	2024	Batik Banten	Motif klasik kerajaan Banten, nilai sejarah dan warisan lokal	Hanbok Modifikasi	Menengah
8	Tsabitah Muttaqinah	Modifikasi Motif Batik Banten pada Motif Printing	2024	Batik Banten	Pelestarian simbol lokal melalui teknik modernisasi desain	Motif Cetak (Printing)	Tinggi

Analisis terhadap karya-karya pada Tabel 1 menunjukkan bahwa mahasiswa telah mengeksplorasi berbagai bentuk pengembangan desain berbasis wastra lokal. Beberapa karya mengadopsi pendekatan desain kontemporer, seperti penggunaan motif batik dalam format printing modern, integrasi batik dalam jaket streetwear, dan kolaborasi elemen tradisional dalam busana fungsional seperti ready-to-wear dan outerwear.

Pada sebagian besar karya, potensi komersialisasi terletak pada kemampuan mahasiswa mengadaptasi nilai-nilai tradisional ke dalam bentuk produk yang sesuai dengan gaya hidup modern. Misalnya, jaket bomber berbahan batik khas Balikpapan menampilkan pendekatan visual kontemporer dengan kekuatan narasi budaya, sehingga produk tidak hanya bernilai estetis tetapi juga memiliki keunikan untuk diferensiasi pasar.

Karya berbasis lurik dan teknik anyaman juga menunjukkan orientasi pada keberlanjutan, dengan menggabungkan teknik tradisional dan material lokal, menjadikan karya ini memiliki nilai tambah dalam pasar yang kini mengarah pada sustainable *fashion*.

3.3. Proses Design Thinking dalam Pendidikan Vokasi

Design thinking, dalam konteks penelitian ini, digunakan sebagai kerangka analisis untuk memahami proses pengembangan produk *fashion* berbasis wastra lokal oleh mahasiswa pendidikan vokasi. Pendekatan ini tidak hanya bertujuan menciptakan solusi desain, tetapi juga menekankan integrasi antara nilai budaya, kebutuhan pengguna, dan kelayakan pasar. Proses ini terdiri atas lima tahap utama, yaitu empati, definisi, ideasi, prototipe, dan pengujian, yang secara berurutan membentuk alur pengembangan produk. Ringkasan alurnya dapat dilihat pada Gambar 2.

Proses *Design Thinking* dalam Pendidikan Vokasi



Gambar 2. Alur Proses *Design Thinking* dalam Pendidikan Vokasi

3.3.1 Empati (*Empathize*)

Tahap awal ini bertujuan menggali pemahaman mendalam terhadap kebutuhan, preferensi, serta kebiasaan calon pengguna produk *fashion*. Dalam praktiknya, mahasiswa melakukan pengamatan terhadap tren pasar melalui riset lapangan, observasi pada *platform e-commerce*, serta wawancara informal dengan target konsumen, seperti generasi muda urban yang memiliki minat terhadap produk *fashion* dengan unsur budaya. Salah satu contoh nyata dapat ditemukan dalam tugas akhir yang merancang jaket bomber dengan motif Batik Shaho dari Balikpapan. Mahasiswa tersebut mengidentifikasi bahwa kalangan profesional muda menginginkan produk *fashion* yang etnik, namun tetap fungsional dan modern.

3.3.2 Definisi (*Define*)

Pada tahap ini, hasil dari tahap empati dikompilasi dan dianalisis untuk merumuskan kebutuhan pengguna secara spesifik, serta merinci kesenjangan atau masalah dalam pasar *fashion* yang belum terjawab. Salah satu contoh nyata tahap definisi ini dapat dilihat pada tugas akhir mahasiswa yang merancang busana ready-to-wear berbasis motif Poleng Bali mengidentifikasi bahwa kebanyakan produk wastra masih bersifat seremonial dan kurang fleksibel untuk konteks pemakaian sehari-hari. Oleh karena itu, formulasi masalah pada tahap ini mencakup kurangnya integrasi antara elemen kultural dan karakteristik desain kontemporer dalam produk *fashion* lokal.

3.3.3 Ideasi (*Ideate*)

Setelah masalah terdefinisi secara jelas, mahasiswa mengembangkan alternatif solusi desain yang mengombinasikan unsur budaya dengan kebutuhan pengguna modern. Pada tahap ideasi ini, dilakukan eksplorasi ide menggunakan sketsa desain, *mood board*, dan eksperimen visual lainnya. Beberapa karya menampilkan inovasi desain yang relevan, seperti integrasi lurik dan teknik anyaman dalam busana kerja, atau penerapan batik Banten dalam bentuk hanbok modifikasi. Tahap ini mendorong mahasiswa tidak hanya meniru bentuk tradisional, tetapi menginterpretasikannya secara kreatif dan kontekstual.

3.3.4 Prototipe (*Prototype*)

Pada tahap prototipe, ide-ide desain yang telah dipilih kemudian dikembangkan menjadi produk nyata dalam bentuk prototipe. Tahapan ini melibatkan proses

produksi busana yang tidak hanya menampilkan aspek estetika, tetapi juga mempertimbangkan aspek teknis seperti kenyamanan, kekuatan material, dan efisiensi produksi. Sebagai contoh, pada tugas akhir mahasiswa yang bekerja dengan batik Tanah Liek memproduksi vest yang menggunakan teknik patchwork dengan mempertahankan warna alami sebagai nilai jual, sembari memperhatikan aspek ergonomi dan daya tahan untuk pemakaian harian.

3.3.5 Pengujian (*Testing*)

Pada tahap pengujian, prototipe yang telah selesai, kemudian diuji coba dengan melibatkan responden yang sesuai dengan segmen pasar sasaran, melalui kegiatan seperti *focus group discussion*, uji pakai terbatas, dan wawancara mendalam. Mahasiswa memperoleh masukan terkait estetika, kenyamanan, relevansi desain, dan potensi pasar. Dalam beberapa kasus, seperti karya tugas akhir yang menggunakan wastra dalam outerwear atau busana kerja, umpan balik positif diperoleh dari calon pengguna yang menyatakan minat untuk membeli jika tersedia di pasar. Kritik yang muncul, misalnya terkait ukuran atau pemilihan kombinasi warna, kemudian digunakan sebagai bahan revisi desain sebelum karya difinalisasi.

Melalui penerapan sistematis lima tahap *design thinking*, proses pembelajaran vokasi di bidang tata busana tidak hanya menghasilkan karya estetis berbasis wastra, tetapi juga produk yang memiliki potensi komersialisasi tinggi. Tahapan ini menunjukkan pergeseran paradigma dari sekadar penguasaan keterampilan teknis menuju pemahaman mendalam terhadap pasar dan budaya, serta kemampuan untuk menciptakan inovasi yang relevan dan berdaya saing. Dalam hal ini *design thinking* berfungsi sebagai instrumen pedagogis sekaligus strategis yang mengarahkan mahasiswa menjadi desainer yang berpikir kritis, berempati, dan terhubung dengan dinamika industri *fashion* secara nyata.

3.4. Transformasi Karya Mahasiswa Menjadi Produk Fashion Siap Jual

Transformasi karya mahasiswa menjadi produk *fashion* siap jual merupakan tahapan krusial dalam menjembatani proses akademik dengan dunia industri. Berdasarkan hasil analisis, karya-karya mahasiswa menunjukkan kesiapan untuk dikembangkan menjadi produk komersial yang kompetitif di pasar domestik maupun internasional. Hal ini ditandai dengan desain yang responsif terhadap pasar, pemanfaatan wastra lokal yang relevan secara budaya, serta pendekatan produksi yang mempertimbangkan keberlanjutan. Adapun untuk memastikan keberlanjutan proses ini, diperlukan langkah strategis berikut:

- Penguatan Kurikulum

Kurikulum pendidikan vokasi tata busana perlu secara eksplisit mengintegrasikan pendekatan *design thinking* sebagai bagian dari strategi pembelajaran berbasis proyek (*project-based learning*). Ini dapat diterapkan melalui mata kuliah seperti “*Technopreneurship* dan Inovasi”, “*Sustainable Fashion*”, dan “*Fashion History and Culture*”, yang mengombinasikan teori desain, riset pasar, dan simulasi bisnis nyata. Setiap mata kuliah harus diarahkan pada penyelesaian masalah dunia nyata dengan fokus pada proses iteratif mulai dari identifikasi kebutuhan pengguna hingga *prototyping* dan validasi produk. Penilaian tugas akhir juga dapat diarahkan untuk menilai potensi komersial dan keberlanjutan desain, bukan hanya

aspek teknis atau estetika.

- Pengembangan Jejaring dengan UMKM

Institusi pendidikan tinggi vokasi perlu membangun sistem kemitraan formal dengan pelaku UMKM di bidang tekstil, kerajinan, dan garmen, khususnya yang bergerak dalam produksi berbasis budaya lokal. Kerja sama ini dapat dimulai dengan program magang tematik, pengembangan produk bersama, hingga *joint production* yang melibatkan mahasiswa sebagai desainer dan pelaku UMKM sebagai produsen atau distributor. Selain membuka jalur distribusi lokal, jejaring ini juga menjadi wahana bagi mahasiswa untuk belajar secara langsung mengenai praktik bisnis, rantai pasok, kendala produksi massal, serta fleksibilitas pasar. Adanya nota kesepahaman atau *MoU* akan memberikan kerangka kerja kolaboratif yang jelas dan berkelanjutan.

- Kolaborasi dengan Pelaku Industri Wastra

Kemitraan aktif dengan pengrajin wastra, desainer profesional, serta komunitas pelestari budaya lokal perlu dijadikan bagian dari program pengembangan produk dan kurikulum. Kegiatan seperti *co-design workshops*, kunjungan lapangan, dan mentoring desain dapat memperkuat pemahaman mahasiswa terhadap nilai-nilai simbolik dan filosofi dari wastra yang digunakan. Selain itu, melibatkan tokoh budaya dan pelaku ekspor dapat memperkaya wawasan pasar dan strategi internasionalisasi produk. Kolaborasi ini juga memberi peluang promosi melalui festival wastra, pameran budaya, dan platform kreatif nasional, sehingga produk mahasiswa dapat menembus pasar ekspor yang menghargai otentisitas dan keberlanjutan.

- Peningkatan Peran Inkubator Bisnis

Lembaga pendidikan perlu memperluas fungsi inkubator bisnis menjadi ruang pendampingan intensif bagi mahasiswa dalam mengembangkan portofolio produk menjadi usaha rintisan (*start-up*). Inkubator ini harus menyediakan layanan mentoring manajemen usaha, perencanaan keuangan, branding, hingga pengurusan legalitas usaha dan hak kekayaan intelektual (HAKI). Selain itu, akses ke pendanaan awal, investor lokal, dan kompetisi kewirausahaan bisa dimaksimalkan melalui kerja sama dengan kementerian, pemerintah daerah, atau organisasi sektor swasta. Dengan demikian, karya mahasiswa tidak hanya berhenti di tataran akademik, tetapi mampu dilanjutkan menjadi unit usaha mandiri.

- Digitalisasi dan *Branding* Produk

Strategi digitalisasi perlu difokuskan pada pengembangan aset digital produk, seperti katalog daring, *lookbook*, dan konten visual media sosial yang profesional. Mahasiswa didorong untuk menguasai teknik fotografi produk, pembuatan konten promosi, hingga pemanfaatan *platform e-commerce* dan *marketplace* lokal maupun global. Selain itu, *branding* berbasis narasi budaya lokal harus dikembangkan dalam bentuk storytelling visual, video dokumenter singkat, dan deskripsi produk yang menekankan nilai historis dan filosofis dari motif atau bahan wastra yang digunakan. Pendekatan ini tidak hanya menciptakan diferensiasi produk, tetapi juga memperluas jangkauan pasar secara emosional dan kultural.

4. Diskusi

Temuan penelitian ini menegaskan bahwa pendekatan *design thinking* mampu mengoptimalkan potensi komersialisasi karya mahasiswa pendidikan vokasi tata busana yang berbasis wastra lokal. Mahasiswa tidak hanya mereplikasi nilai budaya secara visual, tetapi mampu mengintegrasikan makna budaya ke dalam produk yang relevan dengan tren pasar. Proses berpikir kreatif yang sistematis melalui tahapan empati, definisi, ideasi, prototipe, dan pengujian mendorong lahirnya karya yang tidak hanya estetik dan fungsional, tetapi juga memiliki nilai jual. Temuan ini memperlihatkan adanya pergeseran paradigma dalam pendidikan vokasi dari fokus teknis menuju pendekatan strategis yang adaptif terhadap dinamika pasar.

Dari sisi hipotesis kerja, penelitian ini menyatakan bahwa jika mahasiswa didorong untuk mengembangkan karya berbasis budaya lokal dengan kerangka *design thinking*, maka potensi komersialisasi akan meningkat. Hal ini terbukti dari sejumlah karya tugas akhir yang dianalisis, di mana mahasiswa tidak hanya berhasil mengangkat nilai budaya, tetapi juga mengemasnya dalam bentuk produk yang adaptif terhadap pasar kontemporer seperti *outerwear*, *ready-to-wear*, hingga busana kerja etnik. Keberhasilan ini menunjukkan bahwa pendidikan vokasi yang menekankan pemahaman budaya dan kebutuhan pengguna secara simultan memiliki peluang strategis untuk mendukung hilirisasi industri kreatif.

Implikasi dari temuan ini dapat dilihat dari tiga dimensi utama. Pertama, penguatan kurikulum diperlukan untuk secara eksplisit memasukkan kerangka *design thinking* dalam proses perancangan produk *fashion* berbasis budaya. Kurikulum tidak hanya perlu menekankan aspek teknis, tetapi juga aspek riset pasar, pemahaman budaya, serta strategi komersialisasi yang relevan dengan dinamika industri. Kedua, pengembangan jejaring dengan UMKM dan pelaku industri menjadi krusial untuk mempercepat proses hilirisasi. Kolaborasi ini tidak hanya membuka ruang produksi dan distribusi, tetapi juga menjadi medium validasi produk berbasis pengguna secara langsung. Ketiga, kolaborasi lintas sektor, khususnya dengan pelaku industri wastra dan komunitas lokal, perlu diperluas sebagai upaya pelestarian budaya sekaligus komersialisasi berkelanjutan. Strategi ini dapat menciptakan ekosistem yang saling menguntungkan antara akademisi, pelaku bisnis, dan penjaga nilai budaya lokal.

Dalam konteks yang lebih luas, studi ini menyoroti perlunya pendekatan multidisipliner dalam pendidikan vokasi tata busana, yang tidak hanya mengembangkan kompetensi teknis, tetapi juga keterampilan berpikir sistemik, pemecahan masalah berbasis pengguna, dan kemampuan adaptasi terhadap tren pasar global yang dinamis, termasuk dalam isu keberlanjutan dan digitalisasi.

Arah penelitian ke depan dapat difokuskan pada eksplorasi lebih lanjut terhadap model pembelajaran yang mengintegrasikan *design thinking* dalam konteks kolaboratif nyata—misalnya melalui program magang industri berbasis proyek budaya, pengembangan inkubator bisnis berbasis wastra di lingkungan kampus, atau studi longitudinal yang menilai keberlanjutan karya mahasiswa pasca-kelulusan dalam skema pasar aktual. Penelitian juga dapat memperluas ruang lingkupnya pada pendekatan teknologi digital, seperti pemanfaatan AI atau digital *prototyping* dalam desain berbasis budaya untuk mempercepat proses validasi produk dan memperluas daya jangkauan pasar global.

5. Kesimpulan

Penerapan kerangka *design thinking* dalam pendidikan vokasi tata busana berkontribusi signifikan terhadap penguatan potensi komersialisasi karya mahasiswa berbasis wastra lokal. Melalui tahapan empati hingga pengujian, mahasiswa mampu merancang produk yang tidak hanya mencerminkan nilai budaya, tetapi juga relevan dengan kebutuhan pasar global yang terus berkembang. Temuan ini mengindikasikan perlunya penguatan kurikulum berbasis proyek, pengembangan kolaborasi dengan UMKM dan pelaku industri wastra, serta dukungan ekosistem pendidikan yang berorientasi pada hilirisasi produk. Dengan pendekatan yang terstruktur dan berkelanjutan, pendidikan vokasi dapat menjadi motor penggerak dalam pelestarian budaya sekaligus inovasi industri kreatif berbasis lokal.

Referensi