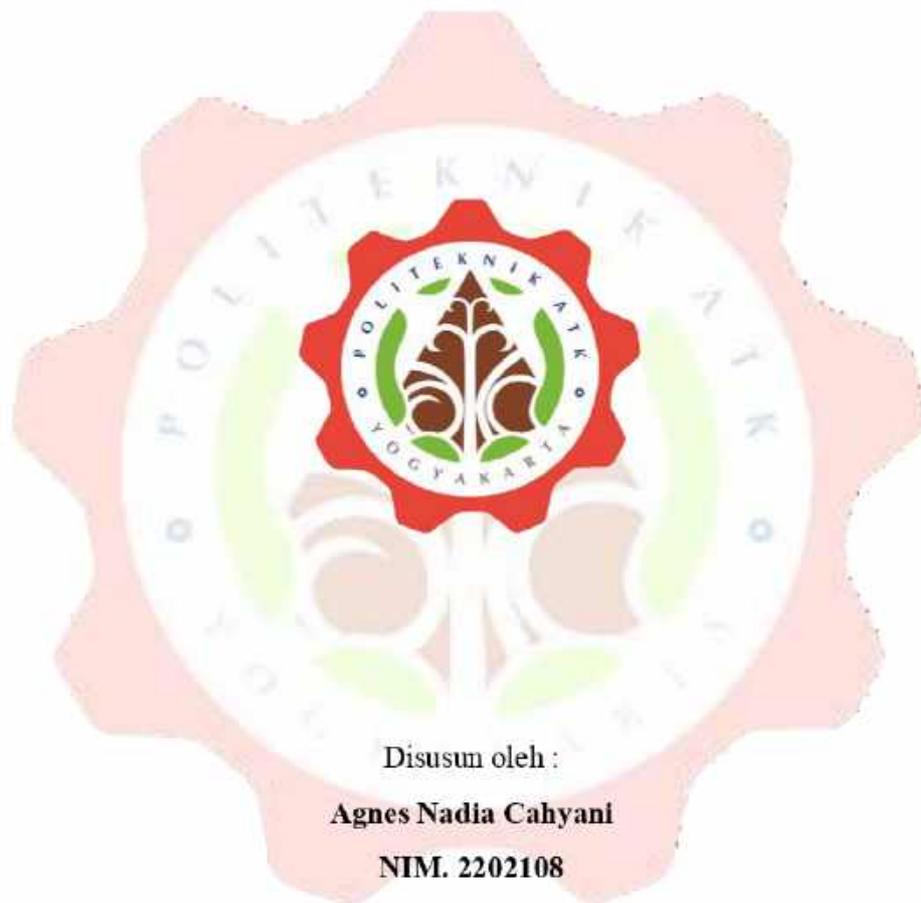


TUGAS AKHIR

**PENGEMBANGAN DESAIN SANDAL KASUAL WANITA
GEMMI-01 BERDASARKAN TEMA IYFDC 2025 “*CULTURAL
CONTINUUM: MEGAPOLITAN PULSE*” DI PT SURYA
DHARMAGATI (CARVIL)**



Disusun oleh :

Agnes Nadia Cahyani

NIM. 2202108

**KEMENTERIAN PERINDUSTRIAN REPUBLIK INDONESIA
BADAN PENGEMBANGAN SUMBER DAYA MANUSIA INDUSTRI
POLITEKNIK ATK YOGYAKARTA**

2025

HALAMAN JUDUL

**PENGEMBANGAN DESAIN SANDAL KASUAL WANITA
GEMMI-01 BERDASARKAN TEMA IYFDC 2025 “*CULTURAL
CONTINUUM: MEGAPOLITAN PULSE*” DI PT SURYA
DHARMAGATI (CARVIL)**



Disusun oleh :

Agnes Nadia Cahyani

NIM. 2202108

**KEMENTERIAN PERINDUSTRIAN REPUBLIK INDONESIA
BADAN PENGEMBANGAN SUMBER DAYA MANUSIA INDUSTRI
POLITEKNIK ATK YOGYAKARTA**

2025

LEMBAR PENGESAHAN
PENGEMBANGAN DESAIN PRODUK ALAS KAKI BERDASARKAN
TEMA IYFDC 2025 “CULTURAL CONTINUUM: MEGAPOLITAN PULSE”
DI PT. SURYA DHARMAGATI (CARVIL)

Disusun Oleh:
Agnes Nadia Cahyani
NIM. 2202108
TEKNOLOGI PENGOLAHAN PRODUK KULIT


Nunik Purwaningsih, S.T., M.Eng.
NIP. 197807257008042001

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji Tugas Akhir dan dinyatakan memenuhi salah satu syarat yang diperlukan untuk mendapatkan Derajat Ahli Madya Diploma III (D3) Politeknik ATK Yogyakarta

Selasa, 26 Agustus 2025
TIM PENGUJI
Ketua


Anwar Hidayat, S.Sn., M.Sn.
NIP. 197412102005021001
Anggota

Pembimbing I,


Nunik Purwaningsih, S.T., M.Eng.
NIP. 197807257008042001

Pembimbing II,


Yuafni, S.Pd., M.Ds.
NIP. 198904012020122002

Yogyakarta, 26 Agustus 2025
Direktur Politeknik ATK Yogyakarta


Dr. Sonny Taufan, S.H., M.H.
NIP. 198402262010121002

PERSEMBAHAN

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas segala limpahan rahmat, nikmat, dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik. Karya ini dengan penuh cinta dan rasa hormat penulis persembahkan kepada:

1. Kepada keluarga tercinta: Ayahanda Almarhum Sunardi, terima kasih atas teladan dan doa yang terus menjadi cahaya dalam setiap langkah; Ibunda Nur Syamsiatun, atas cinta, pengorbanan, dan doa yang tak pernah henti; serta Kakak tersayang, Sarly Sunarsih, atas dukungan dan semangat yang selalu menguatkan sepanjang perjalanan ini.
2. Sahabat tercinta dan teman teman saya khususnya TPPK D Politeknik ATK Yogyakarta, terima kasih atas kebersamaan, kerja sama, Dan untuk teman hidup saya yang sabar menemani berproses Bersama dalam hidup sejak sekolah menengah atas. Semoga tugas akhir ini dapat menjadi bentuk kecil dari rasa terima kasih yang tulus, serta menjadi awal dari langkah-langkah bermanfaat di masa depan.

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya. Tugas akhir yang berjudul “PENGEMBANGAN DESAIN SANDAL KASUAL WANITA GEMMI-01 BERDASARKAN TEMA IYFDC 2025 “*CULTURAL CONTINUUM: MEGAPOLITAN PULSE*” DI PT SURYA DHARMAGATI (CARVIL)” dapat diselesaikan dengan sebaik-baiknya.

Penyusunan Tugas Akhir ini disusun untuk memenuhi persyaratan pendidikan program Diploma III Program Studi Teknologi Pengolahan Produk Kulit di Politeknik ATK Yogyakarta. Penulis menyadari bahwa Tugas Akhir ini tidak dapat selesai tanpa adanya bantuan dari berbagai pihak. Untuk itu penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Sonny Taufan, S.H., M.H., Direktur Politeknik ATK Yogyakarta.
2. Bapak Abimanyu Yogadita Restu Aji, A.Md.Tk., S.Pd., M.Sn. Ketua Program Studi Teknologi Pengolahan Produk Kulit Politeknik ATK Yogyakarta.
3. Ibu Numik Purwaningsih, S.T., M.Eng. Dosen Pembimbing Tugas Akhir.
4. Bapak Wawan Budi Setyawan, S.Pd.T., M.Pd. Selaku dosen pembimbing akademik
5. Dosen dan staff Politeknik ATK Yogyakarta yang telah membimbing dalam proses belajar di masa perkuliahan
6. Bapak Anwar Husein Manager RnD, Ibu Riza Manager E-commerce, Ibu Patricia Ang Manager Konten, Serta seluruh karyawan PT Surya Dharmagati (Carvil) Terima kasih atas kesempatan, arahan, dan dukungan yang diberikan selama pelaksanaan tugas akhir.

Penulis menyadari dalam penulisan Tugas Akhir ini masih terdapat kekurangan. Maka dari itu kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan bagi penulis untuk Tugas Akhir ini. Semoga Tugas Akhir ini dapat bermanfaat bagi banyak orang.

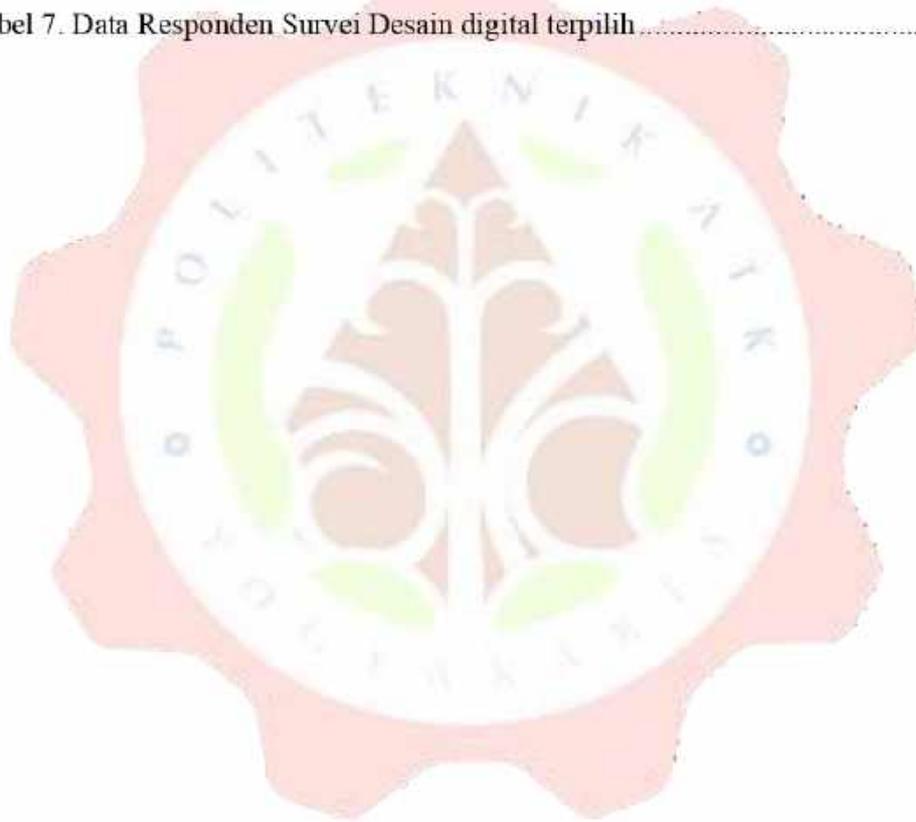
DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
PERSEMBAHAN	ii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR LAMPIRAN	ix
INTISARI	x
ABSTRACT	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan	6
D. Manfaat	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
A. Desain Produk dan Pengembangan Desain	8
B. Alas Kaki, Sandal Kasual	12
C. Sandal Footbed Wanita	12
D. Pengembangan Desain dengan Tema	14
BAB III MATERI DAN METODE TUGAS AKHIR	22
A. Waktu dan Tempat Pelaksanaan	22
B. Materi Tugas Akhir	22

C. Metode Pengumpulan Data	23
1. Data Primer	23
2. Data Sekunder	24
D. Metode Desain	26
1. <i>Discover</i> (Menemukan Permasalahan).....	26
2. <i>Define</i> (Merumuskan Permasalahan)	26
3. <i>Develop</i> (Mengembangkan Solusi).....	27
4. <i>Deliver</i> (Evaluasi Solusi)	27
E. Tahap Perancangan Produk dan Penyelesaian Masalah	28
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	29
A. Pengembangan Desain dengan Double Diamond	29
1. Tahap <i>Discover</i>	29
2. Tahap <i>Define</i>	37
3. Tahap <i>Develop</i>	41
4. Tahap <i>Deliver</i>	64
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	73
A. Kesimpulan	73
B. Saran	74
DAFTAR PUSTAKA	76
LAMPIRAN	79

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Data Perbandingan Penjualan	30
Tabel 2. Kesan Umum & Segmentasi Visual Artikel Gemmi, Kelly 01	33
Tabel 3. Gambaran Representasi Konsumen	38
Tabel 4. Data Kebutuhan Pengguna.....	39
Tabel 5. <i>Brainstorming</i> Pengembangan Desain Gemmi 01.....	44
Tabel 6. Data Responden Survei Sketsa Desain	50
Tabel 7. Data Responden Survei Desain digital terpilih.....	53



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Diagram Alir Pengembangan Desain Metode Double Diamond.....	28
Gambar 2. Sandal Footbed Wanita Mandagi L, Varissa 02, Michasa 01	31
Gambar 3. Sandal Footbed Wanita Gemini 01, Kelly 01	31
Gambar 4. Grafik Analisis Visual Produk	34
Gambar 5. <i>Moodboard</i> Pengembangan Desain Gemmi 01	46
Gambar 6. Sketsa Pengembangan Desain Gemmi 01	50
Gambar 7. Desain Digital Terpilih Pengembangan Desain Gemmi 01	53
Gambar 8. Desain Final Pengembangan Desain Gemmi 01	54
Gambar 9. Desain Awal Parang Curigo	56
Gambar 10. <i>Stilasi</i> Parang Curigo.....	56
Gambar 11. Penempatan Motif Sablon.....	58
Gambar 12. Membalut Acuan Casual Footbed Size 38	60
Gambar 13. Desain Di Atas Bentuk 3 Dimensi	60
Gambar 14. Pola Pengembangan Desain Gemmi 01	61
Gambar 15. Hasil Uji Coba Prototipe	62
Gambar 16. Produk Jadi Pengembangan Desain Produk Gemmi 01	71

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Surat Keterangan Selesai Magan.....	80
Lampiran 2. Lembar kegiatan Prakerin 1.....	81
Lampiran 3. Lembar kegiatan Prakerin 2.....	82
Lampiran 4. Lembar kegiatan Prakerin 3.....	83
Lampiran 5. Lembar kegiatan Prakerin 4.....	84
Lampiran 6. Lembar kegiatan Prakerin 5.....	85
Lampiran 7. Lembar kegiatan Prakerin 6.....	86
Lampiran 8. Lembar kegiatan Prakerin 7.....	87
Lampiran 9. Lembar kegiatan Prakerin 8.....	88
Lampiran 10. Lembar kegiatan Prakerin 9.....	89
Lampiran 11. Lembar kegiatan Prakerin 10.....	90
Lampiran 12. Lembar kegiatan Prakerin 11.....	91
Lampiran 13. Lembar kegiatan Prakerin 12.....	92
Lampiran 14. Lembar kegiatan Prakerin 13.....	94
Lampiran 15. Lembar kegiatan Prakerin 14.....	96
Lampiran 16. Lembar kegiatan Prakerin 15.....	98
Lampiran 17. Lembar kegiatan Prakerin 16.....	99
Lampiran 18. Lembar Konsultasi Tugas Akhir.....	101
Lampiran 19. Evaluasi Produk.....	102
Lampiran 20. blangko Konsultasi Setelah Sidang.....	103

INTISARI

Penelitian tugas akhir ini bertujuan untuk mengembangkan desain sandal kasual wanita GEMMI-01 produksi PT Surya Dharmagati (Carvil), yang tingkat penjualannya paling rendah dibandingkan produk sejenis. Pengembangan desain dilakukan dengan mengadopsi tema “*Cultural Continuum: Megapolitan Pulse*” dari ajang IYFDC 2025, yang menekankan aspek warisan budaya, kehidupan urban, dan keberlanjutan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *Double Diamond*, yang mencakup empat tahapan yaitu *Discover*, *Define*, *Develop*, dan *Deliver*. Data dikumpulkan melalui observasi, wawancara dengan tim internal perusahaan, studi ulasan konsumen, dan penyebaran kuesioner. Berdasarkan hasil analisis, ditemukan bahwa GEMMI-01 memiliki kelemahan dari sisi visual dan nilai estetika. Desain baru dikembangkan dengan mengintegrasikan stilasi motif batik Parang Curigo sebagai representasi budaya lokal yang dikemas dalam visual modern. Desain akhir ditentukan melalui serangkaian proses brainstorming, pembuatan sketsa, survei preferensi visual, dan pembuatan purwarupa. Hasil akhir berupa purwarupa dari desain sandal kasual wanita dengan karakter visual yang lebih kuat, kontekstual, serta relevan dengan preferensi konsumen urban perempuan. Konsep desain ini diharapkan dapat meningkatkan nilai jual produk sekaligus memperkuat citra Carvil sebagai merek alas kaki lokal yang modern, berkualitas, dan memiliki kepedulian terhadap nilai budaya dan keberlanjutan.

Kata kunci: desain produk, sandal, *Double Diamond*, budaya

ABSTRACT

This final project aims to develop the design of the women's casual sandal GEMMI-01, a product of PT Surya Dharmagati (Carvil), which currently records the lowest sales compared to similar products. The design development adopts the theme "Cultural Continuum: Megapolitan Pulse" from the IYFDC 2025, emphasizing cultural heritage, urban lifestyle, and sustainability. The research employs the Double Diamond method, consisting of four stages: Discover, Define, Develop, and Deliver. Data were collected through observation, interviews with the company's internal team, consumer review studies, and questionnaire distribution. The analysis revealed that GEMMI-01 has weaknesses in terms of visual appeal and aesthetic value. To address this, a new design was developed by integrating the stylization of the Parang Curigo batik motif as a representation of local culture, presented in a modern visual form. The final design was determined through a series of brainstorming sessions, sketch development, visual preference surveys, and prototype creation. The result is a prototype of women's casual sandal with stronger visual character, contextual relevance, and alignment with the preferences of urban female consumers. This design concept is expected to enhance the product's market value while strengthening Carvil's image as a local footwear brand that is modern, high-quality, and committed to cultural values and sustainability.

Keywords: *product design, footwear, Double Diamond, culture*

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Industri alas kaki di Indonesia merupakan salah satu sektor yang terus berkembang dan memiliki peran penting dalam perekonomian nasional. Sektor ini tumbuh seiring dengan perubahan tren dan preferensi konsumen yang semakin dinamis. Sebagai bagian dari industri *fashion*, alas kaki tidak hanya berfungsi sebagai pelindung, tetapi juga menjadi simbol ekspresi diri dan gaya hidup. Perkembangan tren mode global telah mendorong industri ini untuk terus berinovasi, baik dalam desain, material, maupun teknologi produksi. Persaingan yang ketat di pasar domestik dan internasional menuntut perusahaan alas kaki untuk menciptakan produk yang tidak hanya memiliki nilai estetika tinggi, tetapi juga inovatif, fungsional, dan berdaya saing.

Salah satu perusahaan yang konsisten berkontribusi dalam industri ini adalah PT Surya Dharmagati (Carvil), yang dikenal dengan produk-produk berkualitas, awet, nyaman, dan terjangkau. Sebagai merek yang sudah lama hadir di pasar Indonesia, Carvil terus berupaya berinovasi agar tetap relevan dengan tren dan kebutuhan konsumen. Namun, dalam beberapa tahun terakhir, perusahaan menghadapi tantangan penjualan pada beberapa produknya. Salah satu contohnya adalah sandal Gemmi 01, yang menunjukkan performa penjualan paling rendah dibandingkan tiga produk *footbed ladies* lainnya yang dirilis pada periode awal tahun (*high season*) yang sama, yaitu Mandagi, Michasa, dan Varissa. Padahal secara harga, Gemmi 01 justru dipasarkan dengan harga paling rendah di antara

produk-produk tersebut, namun masih menyisakan stok dalam jumlah besar hingga saat ini.

Ketimpangan ini semakin mencolok ketika dibandingkan dengan Kelly 01, produk *footbed ladies* lain yang diluncurkan pada 6 bulan terakhir tahun 2023 (*low season*) dan hingga kini masih menjadi produk *best seller*. Berdasarkan data penjualan dari platform *E-commerce* Shopee, penjualan gemmi 01 lebih rendah sekitar 84% dari total penjualan Kelly 01. meskipun keduanya berasal dari kategori yang sama dan diluncurkan pada tahun yang sama. Secara visual, desain kedua produk ini memiliki kemiripan dalam gaya kasual, namun tetap memiliki perbedaan cukup signifikan dari segi estetika, elemen dekoratif, dan struktur *upper* secara garis besar. Fakta ini memunculkan dugaan bahwa aspek desain menjadi salah satu faktor utama yang memengaruhi perbedaan performa penjualan secara signifikan. Produk Kelly 01 yang merupakan *best seller* juga memiliki banyak ulasan positif di platform shopee berkaitan dengan desainnya. Konsumen yang memberikan ulasan positif berkaitan dengan desain, mayoritas mengatakan jika mereka menyukai Kelly 01 karena desainnya yang *elegant*, *timeless*, dan klasik. Oleh karena itu, dibutuhkan pengkajian ulang terhadap desain Gemmi 01 guna menjawab tantangan pasar dan kebutuhan konsumen saat ini.

Menurut penelitian M. Bakhrudin AWA (2019), inovasi produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas konsumen. Studi tersebut menunjukkan bahwa konsumen Carvil di salah satu pusat perbelanjaan di Kudus lebih loyal terhadap produk dengan desain baru dan kenyamanan serta tambahan elemen menarik seperti aksesoris. Hal ini mengindikasikan bahwa desain yang

relevan dan inovatif memiliki peran penting dalam menarik dan mempertahankan konsumen. Maka dari itu, re-desain produk menjadi langkah strategis yang tidak hanya ditujukan untuk memperbaiki performa penjualan, tetapi juga memperkuat loyalitas konsumen. Dalam industri mode modern, desain alas kaki tidak hanya berfokus pada fungsi, tetapi juga mencerminkan identitas, nilai budaya, dan gaya hidup. Pengembangan desain perlu memperhatikan aspek visual, ergonomi, pemilihan material, serta keunikan karakter produk. Salah satu pendekatan yang potensial dalam pengembangan desain adalah dengan mengadaptasi tema dari ajang kompetisi desain nasional bergengsi seperti Indonesia Young Fashion Designers Competition (IYFDC), yang pada tahun 2025 mengusung tema "*Cultural Continuum: Megapolitan Pulse*".

Sebagai rangkaian kegiatan dari Indonesia Fashion Week (IFW), IYFDC menunjukkan kontribusi signifikan terhadap perkembangan industri mode nasional. Jika pada awal perkembangan mode masih didominasi oleh rumah mode dari desainer senior maupun merek *fashion* internasional, kini semakin banyak merek lokal yang mampu menembus pasar dan tampil di pusat-pusat perbelanjaan ternama. Hal ini mencerminkan peran ajang tahunan ini dalam membuka ruang bagi munculnya talenta-talenta muda di bidang mode serta mendorong pertumbuhan ekosistem *fashion* lokal (Alisjhabana, dalam wawancara, tahun 2023). IFW khususnya juga menggambarkan perkembangan dunia *fashion* yang bergerak dinamis, mulai dari eksplorasi warisan budaya yang kaya hingga interpretasi tren modern yang inovatif, dan menjadi platform interaksi lintas generasi yang mendukung keberlanjutan industri *fashion* Indonesia.

Tema *Cultural Continuum: Megapolitan Pulse* ini berfokus pada tiga aspek yaitu penyajian potret kehidupan metropolitan urban, desain berbasis warisan budaya (*heritage-driven design*) dan nilai keberlanjutan (*sustainability*). Tema ini mengangkat perpaduan antara nilai budaya dan dinamika kehidupan urban, mencerminkan semangat kosmopolitan yang berkembang di kota-kota besar Indonesia. Pendekatan tema ini sejalan dengan kebutuhan konsumen urban yang menginginkan produk fungsional namun tetap stylish dan bernilai budaya. Tema tersebut juga sejalan dengan karakteristik Carvil yang selama ini dikenal melalui gaya kasual yang klasik, dan tahan lama. Selain itu, nilai keberlanjutan yang ditekankan dalam IFW dan IYFDC, seperti kampanye anti *fast fashion*, menjadi relevan dengan identitas Carvil yang sejak lama dikenal karena kualitas dan keawetannya. Banyak testimoni konsumen menyatakan bahwa produk Carvil sangat tahan lama hingga bertahun-tahun dan tidak kunjung rusak.

Desain berbasis warisan budaya (*heritage-driven design*) dapat diwujudkan melalui penerapan elemen-elemen visual seperti omamen, motif, atau aksesoris yang merepresentasikan kekayaan budaya Indonesia. Salah satu bentuk visual yang dapat diadaptasi adalah motif batik, mengingat batik Indonesia memiliki keragaman jenis dan makna simbolik yang luas. Pemilihan motif yang tepat memungkinkan penciptaan identitas visual produk yang sejalan dengan nilai dan citra merek.

Maka dari itu, pengembangan desain yang berbasis pada tema IYFDC 2025 membuka peluang untuk redesain Gemmi 01 agar tidak hanya menarik dari sisi estetika, tetapi juga memperkuat *brand image* Carvil sebagai produsen alas kaki berkualitas yang sadar nilai budaya serta nilai keberlanjutan. Melalui pendekatan

ini, perusahaan dapat menghadirkan desain baru yang lebih inovatif, modern, dan adaptif terhadap gaya hidup konsumen urban. Strategi ini diharapkan mampu meningkatkan daya tarik produk, memperluas segmen pasar, dan pada akhirnya mendongkrak kembali performa penjualan yang sebelumnya menurun. Pengembangan desain berbasis tema IYFDC juga mendorong lahirnya produk dengan karakter kuat yang mampu bersaing di pasar domestik maupun internasional.

Dengan demikian, pengembangan desain produk alas kaki berdasarkan tema IYFDC 2025 bukan hanya menjadi solusi terhadap peningkatan performa penjualan Gemmi 01, tetapi juga menjadi strategi branding dan inovasi jangka panjang yang memperkuat posisi Carvil di industri alas kaki nasional. Berdasarkan hal tersebut, penulis mengangkat penelitian tugas akhir yang berjudul :

“PENGEMBANGAN DESAIN SANDAL KASUAL WANITA GEMMI-01 BERDASARKAN TEMA IYFDC 2025 ‘*CULTURAL CONTINUUM: MEGAPOLITAN PULSE*’ DI PT SURYA DHARMAGATI (CARVIL)”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, terdapat beberapa permasalahan yang dapat dirumuskan dalam penelitian ini:

1. Apa saja faktor yang menyebabkan desain sandal kasual wanita Gemmi 01 kurang diminati oleh konsumen pada platform *e-commerce* seperti Shopee, TikTok Shop, Lazada, Tokopedia, Blibli, dan Zalora?
2. Bagaimana penerapan tema "*Cultural Continuum: Megapolitan Pulse*" (IYFDC) 2025 pada pengembangan desain dari produk sandal wanita Gemmi 01?

3. Apa solusi yang dapat diterapkan untuk mengatasi permasalahan terkait desain produk sandal kasual wanita Gemmi 01 agar lebih sesuai dengan kebutuhan pasar?

C. Tujuan

Penelitian ini bertujuan untuk:

1. Mengetahui penyebab rendahnya minat konsumen terhadap produk sandal kasual wanita Gemmi 01 pada berbagai platform *e-commerce* seperti Shopee, TikTok Shop, Lazada, Tokopedia, Blibli, dan Zalora.
2. Mengembangkan konsep desain yang selaras dengan tema Indonesia Young Fashion Designers Competition (IYFDC) 2025, "*Cultural Continuum: Megapolitan Pulse*", untuk diterapkan dalam proses desain produk sandal kasual wanita Gemmi 01.
3. Mewujudkan konsep desain pengembangan sandal kasual wanita Gemmi 01 ke dalam prototipe sebagai upaya untuk meningkatkan daya tarik dan minat beli konsumen pada platform *e-commerce*.

D. Manfaat

1. Bagi Penulis
 - a. Memberikan pengalaman langsung dalam dunia kerja industri alas kaki melalui kegiatan Prakerin di PT Surya Dharmagati (Carvil).
 - b. Menambah wawasan dan keterampilan dalam mengembangkan desain produk alas kaki yang inovatif dan sesuai tren global.

- c. Meningkatkan kemampuan dalam menerapkan teori yang diperoleh selama perkuliahan ke dalam praktik nyata.
 - d. Menjadi bekal profesional untuk menghadapi dunia kerja di bidang desain produk kulit dan alas kaki.
2. Bagi Politeknik ATK Yogyakarta
- a. Menunjukkan peran aktif institusi dalam menghasilkan lulusan yang kompeten dan siap menghadapi tantangan industri.
 - b. Menjadi salah satu bentuk kontribusi nyata mahasiswa dalam mengembangkan inovasi desain yang dapat membawa nama baik kampus di dunia industri dan kreatif.
 - c. Menambah koleksi karya ilmiah dan tugas akhir yang dapat dijadikan referensi bagi mahasiswa lain di masa mendatang.
3. Bagi Masyarakat
- a. Mendorong terciptanya produk alas kaki yang tidak hanya nyaman dan fungsional, tetapi juga mencerminkan nilai-nilai budaya lokal.
 - b. Memberikan pilihan produk lokal berkualitas yang mampu bersaing dengan merek global, sehingga meningkatkan apresiasi terhadap produk buatan Indonesia.
 - c. Menginspirasi generasi muda untuk mencintai dan melestarikan budaya Indonesia melalui pendekatan desain modern.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Desain Produk dan Pengembangan Desain

Desain Produk adalah proses strategis untuk menciptakan solusi yang inovatif dan bernilai melalui perpaduan antara fungsi, estetika, dan kebutuhan konsumen terhadap suatu produk (Surahman, 2020). Dalam konteks industri kreatif, desain produk tidak hanya sekedar bentuk visual, tetapi juga mencerminkan identitas, budaya, dan pengalaman pengguna. Menurut Firdaus et al. (2022), desain produk yang baik dapat meningkatkan kualitas produk dan menjadi salah satu faktor penentu daya saing perusahaan di tengah persaingan pasar yang semakin kompetitif. Desain yang menarik, ergonomis, dan sesuai tren akan meningkatkan minat beli serta kepuasan konsumen. Gumulya dan Helmi (2016) menyebutkan bahwa dalam proses perancangan produk, penting untuk memperhatikan aspek silang budaya sebagai bentuk inovasi desain. Hal ini juga relevan dengan tren global saat ini, yang menekankan keberlanjutan dan nilai-nilai lokal dalam produk modern.

Menurut Wicaksono dan Rahmawati (2023), maksud utama dari desain produk adalah menciptakan produk yang inovatif, efisien, dan kompetitif di pasar. Tujuannya tidak terbatas pada aspek visual semata, melainkan juga mencakup efisiensi produksi, kenyamanan pengguna, dan keberlanjutan lingkungan.

Adapun beberapa maksud dan tujuan desain produk antara lain :

1. Menghindari Kegagalan Produk di Pasar.

Perencanaan desain yang matang sejak awal, dapat meminimalkan risiko kesalahan produksi dan meningkatkan akurasi terhadap kebutuhan pasar (Taufik, 2021).

2. Memilih Metode Produksi yang Tepat.

Desain produk membantu perusahaan merancang produk sesuai kapasitas produksi dan sumber daya, sehingga menghasilkan efisiensi biaya dan waktu (Setiawan & Kurniawan, 2022).

3. Meningkatkan Daya Saing Perusahaan.

Produk dengan desain yang unggul memberikan keunikan tersendiri, yang dapat menjadi nilai jual dibandingkan kompetitor (Wicaksono & Rahmawati, 2023).

4. Meningkatkan Kepuasan Pelanggan.

Desain produk yang mengutamakan kenyamanan, fungsionalitas, dan nilai estetika berdampak langsung pada loyalitas pelanggan (Yusmalindar, 2022).

5. Memperkuat Citra Perusahaan dan Merek.

Desain yang konsisten dengan nilai-nilai merek memperkuat persepsi positif di benak konsumen, sekaligus memperluas segmentasi pasar (Surahman, 2020). Pengembangan desain merupakan tahap lanjutan yang fokus pada inovasi dan perbaikan produk agar sesuai dengan tren pasar dan kebutuhan konsumen (Cooper, 2019). Selain itu, pengembangan desain merupakan fase penting yang melibatkan inovasi dan iterasi demi meningkatkan kualitas produk. Proses ini harus adaptif dan responsif terhadap perubahan kebutuhan pasar dan teknologi baru.

Salah satu metode yang banyak diterapkan dalam pengembangan desain adalah model *Double Diamond*. *Double Diamond* merupakan salah satu metode

desain yang mengadopsi pendekatan *design thinking*. Pendekatan ini menitikberatkan pada penyelesaian masalah dan pengembangan proses desain sebagai fokus utamanya (Design Council, 2007). Model ini dianggap efektif untuk memastikan hasil desain yang inovatif dan relevan.

Metode yang digunakan dalam tugas akhir ini adalah model *Double Diamond* yang dikembangkan oleh Design Council UK (2007). Model ini membagi proses desain menjadi empat tahap utama: *Discover*, *Define*, *Develop*, dan *Deliver*. Setiap tahap mengandung pola berpikir divergen dan konvergen yang mencerminkan eksplorasi luas dan penyempitan fokus solusi desain secara sistematis. Dalam model ini, proses desain dibagi menjadi empat tahapan utama:

1. *Discover*

Pada tahap ini, peneliti mengidentifikasi dan memahami masalah penelitian dengan mengumpulkan informasi melalui berbagai metode yang sesuai untuk memenuhi kebutuhan pengguna.

2. *Define*

Pada tahap ini, masalah didefinisikan secara lebih spesifik, ide-ide solusi dihasilkan, keputusan diambil untuk memilih ide yang akan diteruskan ke tahap berikutnya, dan kebutuhan sistem diperjelas melalui analisis hasil informasi yang telah dikumpulkan.

3. *Develop*

Pada tahap ini, fokus diberikan pada pengembangan ide-ide yang telah dirancang untuk memecahkan masalah yang diidentifikasi. Proses ini mencakup pembuatan desain solusi berupa prototipe, dengan tujuan

memberikan gambaran menyeluruh kepada pengguna tentang solusi yang direncanakan.

4. *Deliver*

Tahap akhir dalam metode *Double Diamond* melibatkan konsep konvergensi, dengan penekanan pada kebutuhan pengguna. Sebelum produk atau layanan diperkenalkan ke pasar, dilakukan pengujian untuk menilai kualitasnya. Pengujian ini melibatkan sejumlah kecil pengguna, dengan tujuan mendapatkan umpan balik dari perspektif mereka. Umpan balik ini sangat berharga karena dapat digunakan untuk terus memperbaiki produk atau layanan, sehingga kualitasnya dapat terus ditingkatkan di masa mendatang.

Keefektifan model *Double Diamond* dalam proses pengembangan desain telah dibuktikan melalui sejumlah penelitian terdahulu. Cakra dan Waskito (2021) menerapkan metode ini dalam perancangan sepatu lari untuk generasi milenial dengan konsep *urban streetwear*. Melalui tahapan yang sistematis, mulai dari identifikasi kebutuhan pengguna hingga pembuatan prototipe menggunakan teknologi cetak 3D, penelitian ini berhasil menghasilkan produk alas kaki yang ergonomis, fungsional, dan sesuai tren. Sementara itu, Mashluhi dan Hidayati (2021) menggunakan pendekatan serupa dalam pengembangan busana pengantin wanita yang terinspirasi dari ragam hias tradisional Kakando. Hasil desain diuji oleh lima ahli busana dan memperoleh nilai akhir 97,06, yang dikategorikan sebagai sangat baik. Penelitian ini juga menekankan pentingnya pembuatan prototipe miniatur dalam tahap *develop* untuk mengurangi kesalahan produksi. Di sisi lain, Cheng (2023) memadukan metode *Double Diamond* dengan teknologi kecerdasan

buatan generatif (AI) dalam proses pengembangan desain sepatu. Melalui platform visual Midjourney, proses eksplorasi ide pada tahap *develop* dapat dilakukan dengan lebih cepat dan bervariasi. Hasil desain kemudian dievaluasi oleh para ahli berdasarkan aspek kreativitas, kelayakan, dan kesesuaian terhadap instruksi desain. Ketiga penelitian tersebut menunjukkan bahwa model *Double Diamond* dapat digunakan secara fleksibel dan efektif pada berbagai bidang desain, baik secara konvensional maupun berbasis teknologi, serta mampu menghasilkan solusi desain yang inovatif dan berpusat pada kebutuhan pengguna.

B. Alas Kaki, Sandal Kasual

Alas kaki adalah produk yang berfungsi melindungi kaki sekaligus sebagai media ekspresi gaya hidup dan budaya (Hussain, 2017). Dalam konteks *fashion*, alas kaki terbagi ke dalam berbagai jenis seperti sepatu, sandal, dan lain-lain, dengan berbagai fungsi dan desain sesuai kebutuhan pengguna (Shamsudin & Hamid, 2016).

Sandal adalah salah satu jenis alas kaki yang memiliki desain terbuka dan biasanya digunakan untuk kenyamanan dalam aktivitas sehari-hari (Kumar & Singh, 2020). Sandal wanita kasual umumnya memiliki desain yang sederhana, nyaman, dan modis sehingga sesuai untuk kegiatan sehari-hari dan santai (Sari & Wulandari, 2021).

C. Sandal *Footbed* Wanita

Salah satu kategori sandal kasual wanita adalah sandal *footbed*. *Footbed* sendiri merujuk pada desain sol sandal yang menyesuaikan bentuk kaki dengan

bantalan khusus untuk kenyamanan dan ergonomi (Gao et al., 2019). Sandal *footbed* adalah jenis sandal yang dirancang dengan *insole* yang mengikuti kontur anatomi kaki, memberikan dukungan pada lengkungan kaki dan kenyamanan maksimal saat digunakan. Desain ini pertama kali diperkenalkan oleh merek Birkenstock dari Jerman, yang bertujuan menciptakan alas kaki yang nyaman, terutama bagi penderita masalah kaki. Menurut penelitian dari Nurdin (2019), sandal *footbed* memiliki desain unik yang mengikuti bentuk dan kontur telapak kaki manusia, sehingga sangat nyaman saat dikenakan. Sandal *footbed* banyak diaplikasikan dalam produk alas kaki kasual karena memberikan keseimbangan antara fungsi dan estetika (Smith et al., 2018).

1. Bagian-Bagian Sandal *Footbed*

Bagian-bagian utama sandal *footbed* meliputi sol luar (*outsole*), bantalan sol (*midsole/footbed*), tali atau *upper*, dan elemen pengikat (Velasquez, 2020). Menurut Nasution (2024), Sandal *footbed* terdiri dari beberapa komponen utama yang masing-masing memiliki fungsi spesifik:

- a. *Upper*: Bagian atas sandal yang menutupi punggung kaki, biasanya terbuat dari bahan kulit, kain, atau sintetis.
- b. *Insole (Footbed)*: Lapisan dalam tempat kaki berpijak, dirancang mengikuti kontur kaki untuk memberikan kenyamanan dan dukungan.
- c. *Midsole*: Lapisan antara *insole* dan *outsole* yang berfungsi menyerap guncangan dan memberikan stabilitas.
- d. *Outsole*: Bagian bawah sandal yang bersentuhan langsung dengan permukaan tanah, terbuat dari bahan tahan aus seperti karet.

- e. *Heel*: Bagian tumit yang memberikan elevasi dan mendukung postur tubuh.
- setiap komponen sandal memiliki karakteristik teknis yang perlu diperhatikan dalam proses desain dan produksi.

2. Pola-Pola Desain Sandal *Footbed*

Dalam merancang sandal *footbed*, pola desain memainkan peran krusial dalam menentukan kenyamanan dan estetika produk. Beberapa pola desain yang umum digunakan antara lain:

- a. Pola *Upper*: Menentukan bentuk dan ukuran bagian atas sandal, disesuaikan dengan bentuk kaki dan gaya yang diinginkan.
- b. Pola *Insole*: Mengikuti kontur anatomi kaki, termasuk lengkungan dan tumit, untuk memberikan dukungan optimal.
- c. Pola *Outsole*: Dirancang dengan tekstur tertentu untuk meningkatkan traksi dan mencegah slip.

Proses pembuatan pola biasanya dimulai dengan pembuatan prototipe menggunakan bahan seperti kertas atau karton, kemudian diuji dan disesuaikan sebelum produksi massal. Penggunaan teknologi seperti CAD (*Computer-Aided Design*) juga umum dalam merancang pola yang presisi dan efisien.

D. Pengembangan Desain dengan Tema

Pengembangan desain berbasis tema merupakan pendekatan yang digunakan dalam proses perancangan produk dengan mengacu pada suatu gagasan utama yang telah ditentukan sebelumnya. Pendekatan ini tidak hanya memperhatikan aspek estetika dan fungsi produk, tetapi juga memasukkan unsur nilai, cerita, serta latar

sosial dan budaya yang relevan. Dalam dunia desain *fashion*, penerapan tema membantu perancang untuk menciptakan karya yang memiliki makna dan mampu menanggapi isu-isu aktual, seperti pelestarian budaya, keberlanjutan lingkungan, atau gaya hidup masyarakat perkotaan. Desain yang dihasilkan melalui pendekatan tematik memiliki nilai tambah karena mampu membangun keterikatan emosional antara produk dan penggunanya. Di tengah persaingan industri *fashion* yang semakin ketat, desain produk tidak hanya dilihat dari tampilannya saja, melainkan juga dari pesan dan nilai yang dikandungnya.

Penerapan pendekatan tematik dalam pengembangan desain telah diterapkan pada berbagai penelitian, salah satunya oleh Makki, Maysepheny, dan Putri (2017) yang mengembangkan motif kain tenun ikat Garut berdasarkan *Indonesia Trend Forecasting 2016–2017*. Penelitian tersebut menggabungkan elemen kontemporer seperti subtema *Virology* dan *Monstrous* dari tren *Biopop* dan *Refugiun* dengan nilai-nilai budaya lokal Garut, termasuk inspirasi dari gerak tangan “ukel” dalam tari Jaipong dan bentuk kepala pada Wayang Golek. Hasilnya adalah desain tenun ikat yang tidak hanya mengikuti arah tren masa kini, tetapi juga memperkuat identitas budaya tradisional. Pendekatan ini membuktikan bahwa tema tidak hanya berfungsi sebagai panduan estetika, melainkan juga dapat menjadi landasan naratif dan kultural yang kuat dalam menciptakan karya desain yang bermakna dan kontekstual.

Pendekatan pengembangan desain berbasis tema inilah yang kemudian diterapkan dalam ajang Indonesia Young Fashion Designers Competition (IYFDC) 2025, di mana setiap desainer berbakat ditantang untuk merancang karya yang

merefleksikan tema besar “*Cultural Continuum: Megapolitan Pulse*” sebagai wujud integrasi antara nilai budaya lokal dan dinamika kehidupan urban modern dalam produk *fashion* yang kontekstual dan inovatif. Poin dari tema yang diangkat dalam IYFDC 2025 kali ini melingkupi megapolitan dan kehidupan urban, desain berbasis warisan budaya (*heritage-driven design*), dan keberlanjutan (*sustainability*).

Dari tiga aspek utama dalam tema IYFDC 2025, yaitu desain berbasis warisan budaya, dan keberlanjutan, dan kehidupan urban megapolitan. dua pendekatan yang paling sering digunakan oleh para desainer adalah *heritage-driven design* dan *sustainability*. Kedua pendekatan ini dianggap penting karena dapat memberikan nilai tambah pada produk, baik dari sisi estetika, makna budaya, maupun tanggung jawab sosial dan lingkungan.

Desain berbasis warisan budaya merupakan metode yang banyak diterapkan oleh desainer Indonesia karena negara ini memiliki kekayaan budaya yang sangat beragam. Motif-motif tradisional seperti batik, tenun, dan simbol-simbol khas daerah sering dijadikan inspirasi utama dalam perancangan produk *fashion*. Dengan pendekatan ini, desainer dapat mengangkat identitas lokal dalam bentuk visual yang lebih modern dan sesuai dengan selera konsumen masa kini. Misalnya, motif batik parang, kawung, atau tenun ikat sering digunakan dalam bentuk yang disederhanakan (stilasi) agar lebih cocok diterapkan pada busana atau aksesoris modern.

Sementara itu, prinsip keberlanjutan (*sustainability*) menjadi perhatian penting dalam industri *fashion* global saat ini. Banyak desainer mulai

mempertimbangkan dampak lingkungan dari proses produksi, bahan baku, dan pola konsumsi masyarakat. Karena itu, mereka beralih ke penggunaan material yang lebih ramah lingkungan, seperti kain daur ulang atau pewarna alami, serta memilih teknik produksi yang mengurangi limbah dan energi. Selain itu, mereka juga merancang produk yang tahan lama dan tidak mudah rusak, agar tidak cepat dibuang seperti dalam sistem *fast fashion*. Kesadaran akan pentingnya keberlanjutan ini juga tercermin dalam berbagai ajang mode nasional, salah satunya melalui penyelenggaraan Indonesia Fashion Week (IFW).

1. *Heritage-Driven Design* (Desain Berbasis Warisan Budaya)

Desain berbasis warisan budaya merupakan pendekatan yang mengintegrasikan elemen-elemen budaya tradisional ke dalam produk modern (Darmawan, 2019). Pendekatan ini membantu menjaga nilai budaya sekaligus memberikan keunikan dan diferensiasi produk di pasar (Kartika & Arifin, 2021). Pendekatan ini tidak hanya diterapkan secara teori, tetapi juga telah banyak diimplementasikan oleh berbagai merek *fashion* lokal Indonesia.

Beberapa merek lokal seperti IKAT Indonesia, Sejauh Mata Memandang, dan Biyan dikenal konsisten mengusung unsur budaya tradisional dalam rancangan mereka. Hal ini menunjukkan bahwa desain tidak hanya berfungsi sebagai penampilan visual, tetapi juga sebagai sarana pelestarian budaya. Konsistensi penggunaan elemen budaya oleh para desainer lokal tersebut menunjukkan bahwa strategi ini telah menjadi bagian penting dalam industri *fashion* Indonesia secara lebih luas.

Dalam industri *fashion* Indonesia, penggunaan motif, warna, dan simbol tradisional yang dikemas secara modern menjadi strategi penting untuk mengangkat nilai budaya sekaligus memperkuat identitas produk (Nugroho, 2020). Hal ini sejalan dengan tema IFW dan IYFDC yang mengedepankan kontinuitas budaya dalam perkembangan mode modern.

2. Keberlanjutan (*Sustainability*) dalam Industri *Fashion*

Keberlanjutan menjadi isu krusial dalam industri *fashion* global, termasuk alas kaki. Konsep *sustainability* menekankan pentingnya produksi yang ramah lingkungan, penggunaan material yang dapat didaur ulang, serta praktik bisnis yang etis dan bertanggung jawab sosial (Fletcher, 2014).

Menurut Niimimaki et al. (2020), *sustainable fashion* tidak hanya mengurangi dampak negatif terhadap lingkungan, tetapi juga meningkatkan kesadaran konsumen terhadap produk yang lebih berkualitas dan tahan lama. Dalam konteks alas kaki, pengembangan produk yang mengedepankan *sustainability* dapat meningkatkan nilai jual sekaligus mendukung kampanye anti *fast fashion* yang merusak lingkungan (McNeill & Moore, 2015).

Desainer seperti Restu Anggraini (Etu) dan merek seperti CottonInk menjadi contoh dari pelaku industri *fashion* lokal yang menerapkan prinsip keberlanjutan dalam karya mereka. Pendekatan ini menunjukkan bahwa *fashion* dapat menjadi lebih bertanggung jawab, tidak hanya dari segi penampilan, tetapi juga dalam memperhatikan keseimbangan sosial dan lingkungan.

Tema IYFDC 2025 yang mengangkat prinsip keberlanjutan sebagai salah satu dasarnya sejalan dengan tren global untuk mendorong mode yang lebih bertanggung jawab dan berbasis pada nilai-nilai lingkungan dan sosial (Wicaksono & Sari, 2023).

Contoh konkret penerapan pendekatan *heritage-driven design* dan *sustainability* dalam praktik perancangan *fashion* dapat dilihat dari karya para pemenang *Indonesia Young Fashion Designers Competition (IYFDC) 2025*. Juara pertama diraih oleh Airin Sulaiman dari Serpong, yang mengusung tema “*Greener in Blue*”. Koleksi ini mengangkat isu lingkungan dengan mengolah limbah denim menjadi busana siap pakai yang estetik dan ramah lingkungan. Airin menunjukkan bahwa desain berkelanjutan tidak hanya memperhatikan proses produksi yang bertanggung jawab, tetapi juga mengolah kembali material sisa menjadi karya yang memiliki nilai pakai dan nilai estetik tinggi (Trenddjakarta.com, 2025).

Juara kedua, Andrian NR dari Yogyakarta, menampilkan koleksi bertema “Tumbuh”, yang terinspirasi dari proses perjalanannya sebagai desainer muda. Koleksi ini menekankan integrasi budaya melalui penggunaan elemen batik, menjadikan Andrian sebagai representasi pendekatan *heritage-driven design* yang kuat. Batik digunakan bukan hanya sebagai ornamen, tetapi juga sebagai simbol transformasi dan kesinambungan budaya di tengah dinamika dunia mode modern (Trenddjakarta.com, 2025).

Sementara itu, juara ketiga diraih oleh Waway dari Bandung melalui koleksi berjudul “Kala Sang Surya Tenggelam”, yang mengangkat suasana senja di kota metropolitan sebagai sumber inspirasi. Koleksi ini memanfaatkan kain lurik dari

sisia produksi, membuktikan bahwa material tradisional pun dapat digunakan dalam konteks modern sekaligus menekankan prinsip keberlanjutan. Selain memperkuat makna lokal, pendekatan ini juga mengurangi limbah produksi melalui pemanfaatan kembali tekstil tradisional yang tersisa (Trenddjakarta.com, 2025). Ketiga koleksi tersebut menunjukkan bahwa penggabungan nilai budaya dan prinsip keberlanjutan tidak hanya memperkuat identitas desain, tetapi juga menjawab kebutuhan pasar masa kini yang semakin sadar akan pentingnya tanggung jawab sosial dan lingkungan dalam industri *fashion*.

Kesadaran akan pentingnya keberlanjutan ini juga tercermin dalam berbagai ajang mode nasional, salah satunya melalui penyelenggaraan Indonesia Fashion Week (IFW). Indonesia Fashion Week (IFW) merupakan salah satu ajang mode terbesar di Indonesia yang berperan sebagai wadah pengembangan dan promosi industri *fashion* lokal (Santosa, 2019). IFW juga menjadi platform penting bagi desainer muda melalui Indonesia Young Fashion Designers Competition (IYFDC), yang menjadi ajang kompetisi untuk menampilkan karya-karya inovatif dan kreatif anak muda dalam bidang *fashion* (Lestari & Purwanto, 2021).

Menurut Sari dan Widjaja (2023), IFW dan IYFDC berkontribusi besar dalam membangun identitas *fashion* Indonesia melalui tema-tema yang menggabungkan modernitas dan nilai-nilai budaya lokal. Tema "*Cultural Continuum: Megapolitan Pulse*" pada IYFDC 2025 menggambarkan bagaimana warisan budaya dapat bertransformasi dan tetap relevan di tengah kehidupan urban metropolitan yang dinamis. Salah satu aspek terakhir yaitu Tema Megapolitan dan Kehidupan Urban di kota-kota besar seperti Jakarta memiliki karakter yang unik dan dinamis, sering

disebut sebagai megapolitan, yaitu urbanisasi yang sangat padat dan kompleks (Sugiarto & Setiawan, 2020). Fenomena megapolitan membawa dampak terhadap gaya hidup dan budaya masyarakat yang cenderung mengadopsi modernitas tanpa kehilangan akar budaya (Wicaksono, 2018). Dalam konteks desain *fashion*, kehidupan megapolitan menuntut produk yang tidak hanya mengikuti tren global, tetapi juga mampu mencerminkan identitas budaya yang berkelanjutan dan relevan dengan kebutuhan masyarakat urban (Purwanto, 2022).



BAB III

MATERI DAN METODE TUGAS AKHIR

A. Waktu dan Tempat Pelaksanaan

Pelaksanaan magang untuk penyusunan Tugas Akhir dilaksanakan selama enam bulan, terhitung sejak tanggal 14 Oktober 2024 hingga 30 April 2025. Kegiatan magang ini didukung dengan dokumentasi berupa lembar harian. Sebagai bukti pelaksanaan.

Waktu : 14 Oktober 2024 – 30 April 2025

Tempat : PT. Surya Dharmagati (Carvil), Komplek Sentra Industri Terpadu III, Jl. Pantai Indah Selatan Jl. Pantai Indah Kapuk No. 1–9 Blok C, RT.3/RW.3, Kapuk Muara, Penjaringan, Jakarta Utara, DKI Jakarta 14440, Indonesia.

B. Materi Tugas Akhir

Materi Tugas Akhir ini berfokus pada pengembangan desain ulang sandal kasual wanita Gemmi 01 produksi PT Surya Dharmagati (Carvil). Produk ini mengalami performa penjualan yang rendah meskipun termasuk dalam kategori sandal *footbed* wanita dan dipasarkan pada *high season* 2023. Berdasarkan hasil observasi dan analisis visual, Gemmi 01 dinilai kurang memiliki daya tarik estetika dan karakter visual yang kuat dibandingkan produk sejenis. Pengembangan desain dilakukan dengan mengadopsi tema “*Cultural Continuum: Megapolitan Pulse*” dari IYFDC 2025, melalui pendekatan visual yang menggabungkan nilai budaya dan gaya hidup urban. Proses desain meliputi analisis produk eksisting, eksplorasi

motif batik Parang Curigo, pembuatan sketsa, seleksi material, hingga realisasi purwarupa.

C. Metode pengumpulan data

Metode yang digunakan dalam proses pengumpulan data selama kegiatan magang di PT Surya Dharmagati mencakup observasi langsung dan wawancara dengan tim *E-Commerce* serta tim *Research and Development* (RnD). Penyusunan Tugas Akhir ini dilakukan dengan pendekatan metode campuran (*mixed methods*), yaitu menggabungkan metode kualitatif dan kuantitatif, serta pendekatan desain yang mengedepankan integrasi unsur budaya pada produk sandal wanita kasual Gemmi 01.

Adapun jenis data yang digunakan terbagi menjadi dua kategori, yaitu:

1. Data Primer

Data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung oleh penulis dari sumber utama, yaitu PT Surya Dharmagati. Adapun beberapa teknik pengumpulan data primer yang digunakan adalah sebagai berikut:

a. Observasi Lapangan

Metode ini merupakan teknik pengumpulan data yang dilaksanakan melalui proses pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap seluruh aktivitas maupun objek penelitian yang dilakukan secara langsung di PT Surya Dharmagati (Carvil), Jakarta Utara, DKI Jakarta. Pendekatan ini bertujuan untuk memperoleh data empiris mengenai objek yang diteliti, sehingga dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam serta mendukung perumusan solusi yang sesuai dengan kebutuhan penelitian.

b. Wawancara Dengan Narasumber Terkait

Metode ini dilakukan melalui teknik wawancara secara langsung dengan narasumber yang memiliki keahlian di bidangnya, guna memperoleh data yang valid dan relevan. Narasumber dalam wawancara ini meliputi karyawan bagian *Research and Development* (RnD) yang bertanggung jawab dalam desain dan pembuatan sampel, serta karyawan bagian *E-Commerce* yang bertugas sebagai admin toko online Carvil Official di PT Surya Dharmagati (Carvil), Jakarta Utara, DKI Jakarta.

c. Kuesioner Yang Disebarkan Kepada Responden Yang Relevan

Metode ini digunakan untuk mengumpulkan data dari responden melalui penyebaran pertanyaan yang dirancang sesuai dengan kebutuhan penelitian. Pertanyaan-pertanyaan dalam kuesioner disusun untuk memperoleh informasi yang relevan dan mendukung tujuan penelitian. Pelaksanaan survei dilakukan secara offline dan kuesioner online dengan *Google form* dengan mendatangi responden langsung.

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan studi literatur yang diperoleh dari berbagai sumber tertulis dan dokumentasi yang relevan untuk mendukung proses analisis dalam penyusunan tugas akhir ini. Penggunaan data sekunder bertujuan untuk memperkuat kerangka teoritis, mendukung temuan lapangan, serta memberikan konteks yang lebih luas terhadap isu dan permasalahan yang dikaji dalam penelitian. Dalam penelitian ini, data sekunder dikumpulkan melalui beberapa sumber berikut :

a. Studi Literatur

Studi literatur dilakukan dengan menelaah berbagai referensi seperti jurnal ilmiah, buku teks, artikel akademik, dan publikasi industri yang membahas topik-topik terkait desain produk, industri alas kaki, metode desain *Double Diamond*, desain berbasis warisan budaya (*heritage-driven design*), serta prinsip keberlanjutan dalam industri *fashion*. Literatur-literatur ini memberikan dasar konseptual dan teoritis dalam merumuskan pendekatan desain serta menyusun kriteria desain yang sesuai dengan kebutuhan pengguna dan konteks budaya.

Studi Literatur diperoleh dari berbagai sumber daring, termasuk artikel *fashion*, laporan tren industri, serta dokumentasi kegiatan Indonesia Fashion Week (IFW) dan Indonesia Young Fashion Designers Competition (IYFDC). Sumber ini digunakan untuk memahami konteks tema "*Cultural Continuum: Megapolitan Pulse*", serta tren pasar dan preferensi konsumen dalam industri alas kaki wanita.

b. Dokumentasi Perusahaan

Penulis juga memperoleh data sekunder berupa dokumentasi internal perusahaan dari PT Surya Dharmagati (Carvil), seperti laporan penjualan, katalog produk, data stok, serta dokumentasi visual produk (foto, spesifikasi teknis, dan deskripsi produk). Data ini digunakan untuk menganalisis performa penjualan Gemmi 01 dibandingkan dengan produk lain, serta memahami karakter visual dan posisi pasar masing-masing produk.

D. Metode Desain

Metode desain yang digunakan dalam tugas akhir ini adalah model *Double Diamond* yang dikembangkan oleh Design Council UK (2007). Model ini membagi proses desain menjadi empat tahap utama, yaitu *Discover*, *Define*, *Develop*, dan *Deliver*. Setiap tahap mengandung pola berpikir divergen dan konvergen yang mencerminkan eksplorasi luas dan penyempitan fokus solusi desain secara sistematis. Adapun penerapan keempat tahap tersebut dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Discover (Menemukan Permasalahan)

Tahap ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan memahami permasalahan secara menyeluruh. Penulis melakukan pengumpulan informasi melalui observasi produk GEMMI 01, analisis data penjualan, studi ulasan konsumen, serta wawancara dengan tim RnD dan *E-Commerce* PT Surya Dharmagati (Carvil). Proses ini membantu menemukan faktor-faktor penyebab rendahnya penjualan serta menggali preferensi konsumen terhadap desain sandal kasual wanita.

2. Define (Merumuskan Permasalahan)

Informasi yang diperoleh pada tahap sebelumnya kemudian dianalisis dan disintesis untuk merumuskan fokus utama permasalahan. Tahap ini menghasilkan penyusunan *problem statement*, penetapan *user persona*, identifikasi kebutuhan pengguna (*user needs*), serta kriteria desain yang akan menjadi dasar pengembangan solusi. Dengan demikian, arah perancangan

desain GEMMI 01 lebih terarah dan sesuai dengan kebutuhan konsumen perempuan urban.

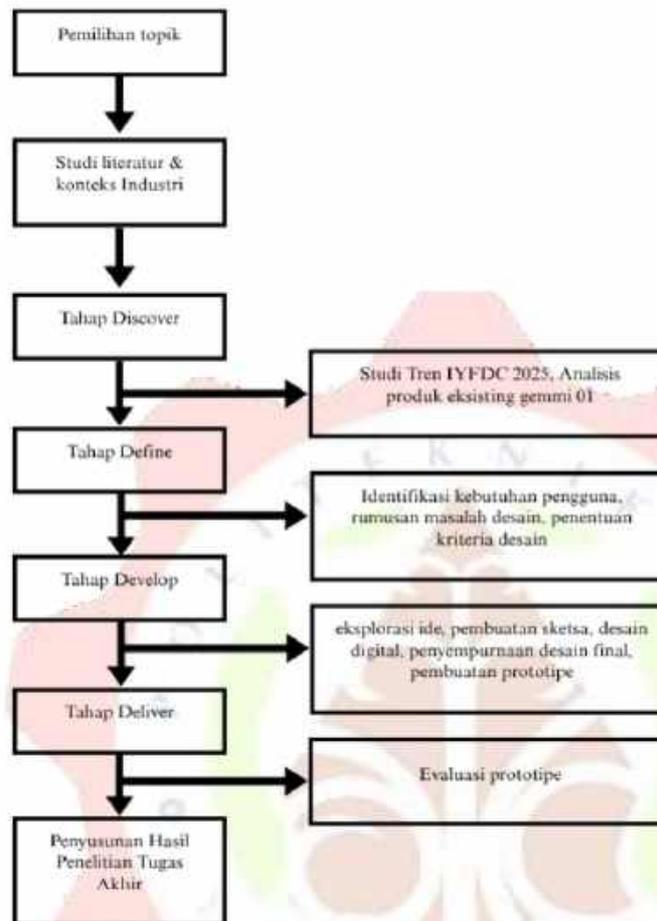
3. *Develop* (Mengembangkan Solusi)

Tahap ini merupakan fase eksploratif yang menghasilkan berbagai alternatif solusi desain. Penulis melakukan *brainstorming* ide, penyusunan *moodboard*, eksplorasi visual, serta pengembangan sketsa desain. Pada tahap ini juga dilakukan eksplorasi motif batik Parang Curigo yang distilasi agar sesuai untuk diaplikasikan pada sandal kasual wanita, serta pemilihan warna dan material yang mendukung tema IYFDC 2025 “*Cultural Continuum: Megapolitan Pulse*”.

4. *Deliver* (Evaluasi Solusi)

Tahap akhir merupakan proses konvergen untuk mengevaluasi desain terpilih berdasarkan kriteria yang telah ditetapkan. Pada penelitian ini, tahap *Deliver* berupa evaluasi desain dari segi estetika/visual, fungsi dan kenyamanan, serta kesesuaian dengan identitas merek Carvil dan tema IYFDC 2025. Evaluasi ini dilakukan untuk memastikan bahwa desain akhir layak dan relevan dengan kebutuhan pengguna serta citra perusahaan.

E. Tahap Perancangan Produk dan Penyelesaian Masalah



Gambar 1. Diagram Alir Pengembangan Desain Dengan Metode *Double Diamond*

Untuk membuat prototipe dan menyelesaikan tugas akhir, diperlukan proses yang sistematis seperti pada gambar 1, Yang menjelaskan diagram alir Pengembangan Desain Dengan Metode *Double Diamond*. Berikut tahapan proses dalam sebuah diagram alur :