

URGENSI PENGEMBANGAN DESAIN TAROMPA DATUAK DALAM PENINGKATAN PEREKONOMIAN PERAJIN DAN KONSITENSI USAHANYA

Amrizal

Fakultas Seni Rupa dan Desain, Institut Seni Indonesia Padangpanjang
Email: amrimuchtar2i@gmail.com

Sumadi

Fakultas Seni Rupa dan Desain, Institut Seni Indonesia Padangpanjang
Email: sumadibagong@yahoo.com

ABSTRACT

Tarompa Datuak is sociocultural footwear which is a cultural product inspired by a replica of "capal Rasul" brought by merchants from Arab and India. In accordance with the Minang proverb "sakali aie gadang sakali tapian barubah" (time change) in the socio-cultural context of tarompa which was originally shaped replica capal Rasul transforme by craftsmen in Malay land into "capal Malays" and in Ranah Minang called "tarompa datuak", due to part of Datuak greatness clothes. As a craft product that is synonymous with Minang culture, it needs to be developed, in order to remain sustainable and sought by the wider community. The development of the design and the empowerment of craftsmen becomes imperative in the context of sociocultural change, because the potential of tarompa datuak can be transformed optimally into leather handicraft products that provide prosperity for the supporting community. For that, it is necessary to do this research with the aim of developing the design and ability of tarompa datuak crafters as well as improving the managerial system of his business, so that the potential of tarompa datuak handicraft is optimized and become a competitive handicraft amid the global cultural arena. The method used in this research refers to qualitative research methodology, namely participatory observation method is active observation. To make tarompa designs datuak, then conducted several stages of research, namely: a survey to the center of tarompa datuak craft; exploration; analysis and synthesis; designing by considering the factor of performance, function factor, marketing factor and consumer interest; and then transformed into a prototype tarompa datuak.

Keywords: *Tarompa datuak, design, competitiveness*

PENDAHULUAN

Kerajinan *tarompa datuak* (sendal datuk) adalah bagian dari Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) tradisional yang sampai saat ini masih ada di Sumatera Barat. Namun kalau diperhatikan pertumbuhan dan perkembangan kerajinan *tarompa datuak*, ibarat pituah (petuah) orang Minang, *karakok di ateh batu, iduik sagan mati ndak namuah* " (tanaman sirih yang tumbuh di atas batu besar, hidup segan mati tidak mau), artinya: perkembangan usahanya lambat dan atau hampir tidak jalan, tetapi masih bertahan. Disisi lain, UMKM merupakan motor penggerak pembangunan Indonesia yang menyentuh semua lini (KADIN, 2009: 43). Kerajinan *tarompa datuak*, merupakan usaha kecil yang perlu dilindungi, diberdayakan dan diberikan peluang usaha agar mampu dan sejajar dengan pelaku ekonomi lainnya sehingga peran sertanya dalam pembangunan dapat optimal. Untuk itu perlu terbangun kemitraan yang strategis dengan pihak-pihak terkait, seperti dengan usaha menengah dan usaha besar termasuk di dalamnya Perguruan Tinggi dengan memperhatikan

prinsip saling memerlukan, saling memperkuat dan saling menguntungkan (Keputusan Presiden Republik Indonesia Nomor 127 Tahun 2001 tentang bidang/jenis usaha yang dicadangkan untuk usaha kecil dan bidang/jenis usaha yang terbuka untuk usaha menengah atau besar dengan syarat kemitraan, 2001).

Kerajinan *tarompa datuak* adalah salah satu bentuk kriya yang sudah lama berkembang di Sumatera Barat, pada zaman penjajahan Belanda juga sudah ada, ini sesuai dengan penjelasan Datuak Imuih (82thn) bahwa orang tua beliau yang bernama Datuak Putih sudah membuat kerajinan ini sejak zaman Belanda (Amrizal, 2014: 341-342). Namun secara pasti kapan munculnya kerajinan ini belum ada data yang menjelaskan, akan tetapi keberadaanya dapat dilihat sebagai lokal *genius* masyarakat Minangkabau.

Pada tahun 1960-an di Padangpanjang, kerajinan ini sudah mencapai puncak kesempurnaan bentuknya dan *tarompa datuak* tidak hanya dipakai oleh *Datuak* tetapi dipakai oleh orang-orang kaya diwaktu itu. Anwar Datuak Rajo Pangulu (63 thn) menjelaskan bahwa *tarompa datuak* awalnya termasuk

barang mewah, dan hanya dipakai oleh orang-orang kaya. Datuak termasuk orang kaya di kaumnya, sehingga dia juga memakai *tarompa* tersebut (Amrizal, 2014: 2). Hal ini juga sejalan dengan penjelasan Manggis (Panghoeloe, Karim, & Bagindo, 1976: 3) bahwa syarat menjadi *datuak* harus kaya, agar setelah menjadi *datuak* tidak menyusahkan anak kemenakannya dalam memenuhi kebutuhan hidupnya sehari-hari. Untuk membedakan *tarompa* yang dipakai Datuak dengan *tarompa* yang dipakai orang kaya atau masyarakat biasa, Datuak Rajo Pangulu menjelaskan bahwa *tarompa datuak* diberi ragam hias atau kain songket pada mukaannya, sedangkan *tarompa* yang dipakai orang kaya bentuk mukaannya polos.

Sebagai salah satu bentuk usaha dibidang kriya yang sudah lama berkembang, seharusnya usaha kerajinan *tarompa datuak* semakin pesat perkembangannya, namun kenyataannya usaha *tarompa datuak* saat ini sudah tergerus oleh waktu. Pada saat ini jumlah perajinnya semakin berkurang dan tidak ada regenerasinya. Para perajin pada umumnya sudah berumur di atas 50 tahunan dan generasi barunya boleh dikatakan tidak ada. Datuak Mudo dan Datuak Arlen mengungkapkan bahwa anak muda/generasi muda sekarang lebih memilih cara berwirausaha yang instan (cepat dapat uang/pagi bekerja sorenya langsung memperoleh uang), mereka sulit diajak untuk berusaha dibidang kerajinan *tarompa datuak* ini, karena prosesnya lama dan lambat menghasilkan uang. Di Bukittinggi sekitarnya, perajin yang ada secara umum beralih usaha keproduk-*tarompa* yang laku dipasar (Muzakir, wawancara 5 Mei 2017). Penyebab terjadinya hal itu, karena kurang lancar dan bagusnya pemasaran *tarompa datuak*, produk *tarompa datuak* kalah dalam persaingan dengan produk *tarompa* lain yang desain produknya lebih variatif, proses pembuatannya mempergunakan teknologi modern dan harganya lebih murah. Sehingga dengan demikian disisi ekonomi usaha kerajinan *tarompa datuak* tidak dapat mencukupi biaya kebutuhan hidup keluarga para perajinnya. Selain itu, menurut Datuak Arlen bahan baku *tarompa datuak* terutama kulit samak nabati sulit mendapatkannya. Disisi lain kalau kita cermati produk *tarompa datuak*, kita pakai atau gunakan sendiri setiap hari, ternyata belum nyaman rasanya, karena masih terasa berat, keras atau tidak empuk, hak terlalu tinggi dan pada paku sol terlalu mencolok sehingga kurang elegan. (Amrizal & Yuliarni, 2016: 10)

Perkembangan usaha kerajinan *tarompa datuak* semakin lama semakin tergerus oleh waktu.

Pada saat ini jumlah perajinnya semakin berkurang dan tidak ada regenerasinya, para perajin pada umumnya sudah berumur di atas 50 tahunan dan generasi barunya boleh dikatakan tidak ada. Generasi muda sekarang lebih memilih cara berwirausaha yang instan (cepat dapat uang), mereka sulit diajak untuk berusaha dibidang kerajinan *tarompa datuak*, karena proses pembuatannya lama dan lambat menghasilkan uang. Para perajin yang ada secara umum beralih usaha keproduk-*tarompa* yang laku dipasar atau sandal trendi. Penyebab terjadinya hal itu, karena kurang lancar dan bagusnya pemasaran *tarompa datuak*, produk *tarompa datuak* kalah dalam persaingan dengan produk *tarompa* lain (sandal trendi) yang desain produknya lebih variatif, proses pembuatannya mempergunakan teknologi sehingga dan harganya bisa lebih murah. Berdasarkan hal itu, maka usaha kerajinan *tarompa datuak* dilihat dari sisi ekonomi tidak dapat menjanjikan kesejahteraan bagi para perajinnya.

Sehubungan dengan uraian diatas, sebagai produk kriya fungsional atau lebih tepatnya disebut dengan "kriya desain", yaitu benda atau produk untuk kepentingan ekonomi komersial (MA, 2016: 11), produk *tarompa datuak* perlu dikaji secara komprehensif untuk pengembangan desainnya agar keberadaannya tetap lestari serta perajinnya tetap termotivasi untuk selalu aktif berproduksi. Sesuai dengan hal tersebut, maka penelitian yang dilakukan diarahkan pada pokok permasalahan: pertama, masalah bagaimana mengembangkan desain *tarompa datuak* agar dapat mengikuti selera zamannya, dan kedua bagaimana memberdayakan perajin *tarompa datuak*, agar perajin dan usaha kerajinannya tumbuh dan berkembang dengan baik, sehingga perajinnya sejahtera serta usaha yang sudah mentradisi tersebut tetap lestari. Sukoco & Muhyi, (2015: 158), mengatakan bahwa potensi usaha yang prospektif akan terus berkembang apabila para pengusaha termasuk perajin yang bergerak dibidang usaha tersebut mampu menumbuhkan usahanya dari waktu ke waktu secara berkelanjutan.

Pengembangan desain merupakan suatu upaya peningkatan kualitas produk *tarompa datuak* agar punya daya saing yang lebih baik di pasar yang lebih luas. Upaya peningkatan kualitas produk harus dibarengi dengan peningkatan kemampuan sumber daya manusianya (SDM), terutama dalam penguasaan teknologi, karena perkembangan teknologi selalu diikuti oleh peningkatan keinginan masyarakat (Rofiqah Wahdah & Amalia, 2016: 94). Rufaidah & Sutisna, (2015: 63) juga menjelaskan bahwa SDM

yang bergerak pada UMKM dituntut memiliki kompetensi yang perlu dikembangkan setiap saat, sesuai dengan perkembangan selera pasar.

Untuk memberdayakan perajin agar tetap berproduksi dan tidak terputus generasinya, perlu dilakukan pelatihan untuk menumbuhkan jiwa berwirausahanya (Rofiqah Wahdah & Amalia, 2016: 97). Pemberdayaan perajin ini, peneliti merujuk kepada faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan pemberdayaan masyarakat miskin yang dikemukakan oleh Daraba, (2015: 167), yaitu: komunikasi, sumberdaya, disposisi, dan struktur birokrasi. Komunikasi antara peneliti atau pembimbing atau pendamping dengan perajin arus lancar, jelas dan konsisten. Memaksimalkan sumberdaya yang ada dengan disposisi yang terstruktur jelas dan profesional.

KAJIAN LITERATUR DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Tarompa datuak menurut Datuk Imuih (Amrizal & Yuliarni, 2016: 4), dalam hal bentuknya sangat sesuai dengan pakaian kebesaran *Datuak* yang lainnya dan serasi. Artinya bentuk *tarompa* dengan pakai hak tinggi lebih kurang 3 cm, talinya 3 tancapan (1 di depan dan 2 di belakang) dan dibuat dengan kulit asli, sehingga menjadikan *tarompa* tersebut sangat serasi dan sangat cocok dipakai oleh *Datuak*. *Tarompa* tersebut serasi bentuknya dengan pakaian kebesaran *Datuak* yang lainnya, yaitu: destar, baju hitam besar lengan panjang, celana hitam besar kaki, kain sandang, kain samping, keris, tongkat, dan asesoris lainnya yang dipakai saat upacara adat, hal itu jelas menambah wibawa seorang *Datuak* dihadapan kaumnya/anak kemenakannya. Bila seandainya *Datuak* pakai sepatu, justru sangat tidak serasi dengan pakaian kebesaran *Datuak* yang lainnya, bahkan akan kelihatan tidak pantas/janggal. Celana hitam besar kaki yang terpasang di atas mata kaki (isbal) sangat serasi di gandengkan dengan alas kaki berupa *tarompa datuak* dari pada dengan memakai sepatu, *Datuak* akan tampil lebih berwibawa dan fleksibel dalam bergerak, terutama pada setiap upacara adat di Ranah Minang.

Pengembangan pada dasarnya merupakan suatu usaha untuk meningkatkan kemampuan konseptual, teoritis, teknis dan moral individu sesuai dengan kebutuhan pekerjaan dan jabatan melalui pendidikan dan pelatihan (Alyas & Rakib, 2017: 116). Widagdo (2005: 8a), menjelaskan bahwa istilah desain sangat luas pengertiannya, jadi yang dimaksud dalam

tulisan ini adalah wujud perancangan yang menghasilkan wujud benda untuk memenuhi kebutuhan hidup manusia dalam lingkup seni rupa dan desain yang berorientasi ekonomi pasar serta produksi masa. Sementara itu dalam hal pengembangan desain yang dimaksudkan dalam penelitian ini adalah usaha untuk melakukan inovasi terhadap produk yang sudah ada sehingga produk tersebut lebih variatif sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen atau selera pasar melalui langkah-langkah penciptaan karya/produk sehingga memiliki makna bagi perkembangan peradaban masyarakat.

Desain sebuah produk menjadi faktor yang penting dalam pengembangan produk. Bagi pengusaha desain produk yang baik adalah yang mudah diproduksi dan didistribusikan, sedangkan bagi konsumen desain produk yang baik adalah yang menyenangkan mata dan mudah dibuka, dipasang, digunakan, diperbaiki dan dibuang (Mahmud & Eko Agus Alfianto, 2014: 30). Secara umum faktor penentu keberhasilan produk terletak pada konsumen, untuk itu desain yang dibuat harus disesuaikan dengan kebutuhan dan keinginan konsumen (Haryono & Bariyah, 2014: 71). Selain itu dalam mendesain sandal, nilai kenyamanan si pemakai harus menjadi prioritas utama dan dalam menentukan ukuran harus mengikuti standar ukuran yang baku (Abdullatif & Iswari, 2002: 3). Untuk itu keinginan pengusaha (produsen) dengan keinginan konsumen harus sinkron dalam sebuah desain.

METODE PENELITIAN

Untuk memudahkan proses penelitian, maka ditetapkan sebuah metode penelitian yang dapat menuntun dalam memecahkan permasalahan yang dikemukakan dengan cara ilmiah. Metode penelitian yang digunakan di sini adalah metode *participation observation* yang disebut juga dengan observasi aktif (Soedarsono, 2001: 149). Metode ini diharapkan dapat memandu peneliti mengikuti langkah-langkah sesuai prosedur penelitian.

Dalam perwujudan desain *tarompa datuak* nantinya akan menggunakan alat dan bahan yang mengacu pada bahan dan alat yang digunakan dalam industri sandal dan persepataan yang berkembang saat ini. Alat dan bahan itu sebagaimana yang diuraikan dalam buku Abdullatif & Iswari, (2002: 7-10) terdiri dari: alat pres, plong pembuat nama, kayu kasbuk/*so/as*, mesin gerinda, jarum, pengaris, gunting, mesin jahit, talenan, palu, open dan *cutter*. Sedangkan bahannya terdiri dari: lem, karet bergelombang/*sol*, karet *simplex*/karet keras, karet ati/

penganjal dasar, kulit tersamak, karton duplek, tripleks, *magic tape*/perekat, gesper, slang kecil dan vuring/kain pelapis.

Mulya & Mutmainah, (2017: 378), menjelaskan langkah awal dalam pembuatan desain yaitu: memikirkan model desain yang layak untuk dikembangkan (pencarian ide kreatif); mewujudkan dalam berbagai macam model produk (sketsa alternatif); kemudian dilanjutkan dengan menentukan ukuran dan memilih model yang nyaman, serasi dan menarik (membuat gambar kerja); langkah selanjutnya melakukan validasi kepada ahlinya (kriyawan atau perajin yang empu), agar desain yang dibuat maksimal sebelum dibuat menjadi produk yang siap untuk dipasarkan. Pendapat itu sejalan dengan yang dipaparkan oleh SP.Gustami (2007: 329), yaitu terdapat tiga tahap penciptaan produk kriya: (1) eksplorasi (problem solving, acuan visual); (2) perancangan (menvisualkan ide dalam bentuk sketsa yang berlanjut sampai gambar kerja, prototipe); dan (3) perwujudan (buat produk sesuai prototipe, evaluasi/ uji kelayakan).

Pada saat akan mendesain *tarompa datuak*, pendekatan terhadap kebutuhan pasar, serta tujuan peneliti di jadikan acuan untuk menentukan konsep awal dari desain ini. Pengembangan desain *tarompa datuak* dilakukan pada bagian tampilan bentuk tali sendal, lapisan cetak, hak dan solnya agar semakin menarik untuk dilihat serta mampu menampilkan sebuah *image* baru dari *tarompa datuak*. Kemudian pengembangan *tarompa datuak* dilakukan melalui pengembangan bahan baku, bentuk, *accessories* serta kenyamanan dalam pemakaian. Adanya pengembangan yang melahirkan *image* baru tersebut maka diharapkan selera pasar terhadap *tarompa datuak* meningkat, *tarompa datuak* punya nilai tawar yang baik ditengah-tengah masyarakat dan menjadi kerajinan yang punya daya saing ditengah percaturan budaya global.

Untuk itu dalam mendesain *tarompa datuak* sebagai suatu aktivitas dan karya budaya yang memiliki makna bagi perkembangan peradaban masyarakat Minang perlu diadopsi konsep estetika Jepang yang dijelaskan oleh Kenji Ekuhan (Sachari, 1986:18-34). Ekuhan menyatakan bahwa dalam mendesain ada dikenal dengan konsep "estetika kesederhanaan" yaitu mempertemukan elemen-elemen yang kompleks menjadi satu kesatuan untuk melahirkan bentuk-bentuk yang sederhana. Pada estetika kesederhanaan dimana kompleksitas (keruwetan) tertanam dalam simplisitas

(kesederhanaan), sederhana tapi bernilai, berkualitas, mempesonakan dan mencapai kemewahan.

Sebagaimana dalam merancang desain ada "estetika kesederhanaan", dalam kewirausahaan ada "kekuatan kesederhanaan" (*the power of simplicity*). Seorang wirausaha bisa kreatif, berani, bisa bertindak dan berpikir cepat, menjadi ahli dan menguasai keadaan, karena mereka menikmati kekuatan dari kesederhanaan, mereka berfikir tidak ruwet, mereka mengerjakan yang mereka kenali dan segala hal yang sulit mereka cari dan buat menjadi sederhana. Thomas A. Edison mengungkapkan bahwa "karena berpakaian yang kompleks dan menggunakan cara berfikir seperti orang bekerja, banyak peluang yang hilang". Banyak orang berfikir dirinya dipandang hebat kalau mereka bisa membuat yang mudah menjadi sulit, dalam kewirausahaan sebaliknya harus dilakukan, kalau anda membuatnya menjadi kompleks tidak akan bertahan. (Kasali, 2010: 55-57)

Ciputra, (2009: 61-62) mengatakan bahwa seorang *entrepreneur* pasti seorang pengusaha tetapi tidak semua pengusaha adalah *entrepreneur*, seorang *entrepreneur* adalah orang yang mampu mengubah kotoran dan rongsokan menjadi emas. Jadi pengembangan kemampuan *entrepreneur* ini dimaksudkan sebagai suatu usaha untuk meningkatkan kemampuan konseptual, teoritis, teknis dan moral perajin untuk dapat memiliki jiwa kewirausahaan, agar usaha kerajinan *tarompa datuak* tetap tumbuh dan berkembang dengan baik, sehingga kehidupan perajinnya sejahtera dan usaha yang sudah mentradisi di Ranah Minang tetap lestari.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Saidani, Rachman, & Rizan, (2013: 205) menjelaskan bahwa desain menawarkan tiga hal, yaitu: fungsi, estetika dan daya tarik. Seterusnya Mahmud & Alfianto (2014: 30), juga menegaskan bahwa masalah desain dari sebuah produk sangat perlu mendapatkan perhatian serius pihak produsen, karena untuk dapat bersaing disetiap segmen pasar, suatu produk harus mampu memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumennya, baik dari aspek fungsi, estetika ataupun daya tarik yang dimiliki produk tersebut. Untuk itu, maka pengembangan desain *tarompa datuak* dimulai dari tahap mentransformasikan *tarompa datuak* menjadi produk yang bukan sekedar menjadi pakaian kebesaran para Datuk saja, melainkan sudah menjadi produk untuk semua segmen pasar dan termasuk untuk industri pariwisata. Yoety (2008: 27) mengatakan industri pariwisata turut

melestarikan dan mendorong kreatifitas para perajin serta sekaligus memperluas pasar ke dunia internasional.

Pembuatan desain *tarompa datuak* diawali dari melakukan eksplorasi seluruh produk *tarompa datuak* yang ada di sentra-sentra kerajinan *tarompa datuak* yang ada di Padangpanjang dan di Bukittinggi sekitarnya serta ditambah dengan browsing aneka model sandal di internet untuk mendapatkan ide kreatif. Produk yang ada disentra-sentra atau di toko tersebut di foto, sebagian dibeli untuk contoh *real* dalam pengembangan desain. Perkembangan model sandal yang di pasar-pasar juga difoto dan yang di-*browsing* di internet di *print*, sehingga dapat jadi inspirasi dalam mendapatkan model yang sesuai dengan trendi.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukandi Padang Panjang dan Bukittinggi sekitarnya ditemukan beberapamodel dan ukuran *Tarompa datuak* yang kemudian digunakan sebagai inspirasi untuk pengembangan desain atau pembuatan desain baru dalam penelitian ini. *Tarompa datuak* itu ada yang model biasa/model standar, model klasik dan model petak. Tali atau mukaan ada yang polos dan ada yang diberi hiasan dengan di cap, di sulam, di anyam dan di beri tenun songket. Sedangkan sol ada yang berbentuk standar dan ada yang berbentuk klasik serta ketebalan sol antara 1 – 1.5 Cm dan hak 3 – 3.5 Cm

Untuk bahan yang digunakan sudah beraneka ragam, ada yang menggunakan kulit samak nabati kombinasi songket Panadai Sikek untuk *tarompa datuak* yang asli dan kulit samak *chroom*, dan ada yang memakai kulit samak nabati kombinasi oscar, vinil dan karet ati untuk *tarompa datuak* yang sudah bertransformasi. Produk yang asli sol dan hak semuanya menggunakan bahan kulit samak nabati dan untuk membuat ketebalannya,kulit sol itu di tempelkan dengan menggunakan paku, sedangkan *tarompa datuak* yang sudah bertransformasi solnya menggunakan karet ati dan untuk menambah ketebalannya karet ati ditempelkan dengan menunakan lem sintetis. Dihat dari sisi beratnya produk, *tarompa datuak* yang asli dengan sudah bertransformasi juga berbeda, yang asli beratnya lebih kurang 700 gram sampai dengan 800 gram, sedangkan yang sudah bertransformasi beratnya hanya 450 gram samapai dengan 500 gram.

Setelah eksplorasi dianggap cukup, maka dilakukan perancangan yang diawali dari membuat sketsa-sketsa alternatif, kemudian sketsa dipilih yang terbaik dan dipindahkan menjadi gambar kerja. Pada

gambar kerja sudah tergambar ukuran yang jelas dan pecah pola sesuai elemen-elemen *tarompa* yang dirancang. Gambar kerja tersebut sebelum diwujudkan menjadi sebuah prototipe, terlebih dahulu di konsultasikan atau divalidasi ke-perajin di Padangpanjang dan Bukittinggi, dan setelah itu diwujudkan menjadi sebuah prototipe. Prototipe ini setelah dievaluasi/uji kelayakan, maka desain baru tarompa datuak siap untuk diproduksi.



Gambar 1. Bentuk Desain *Tarompa Datuak* yang Asli dalam Dimensi Ruang dan Waktu (Foto: Amrizal, 2017)



Gambar 2: Desain Tarompa Untuk Model Penembanan Desain Amrizal, 2017

Produk alas kaki merupakan salah satu produk yang dibutuhkan konsumen untuk semua kalangan. Dewasa ini, alas kaki tidak sekedar untuk melindungi kaki agar tidak kotor atau cidera, tetapi sudah menjadi bagian dari gaya hidup. *Tarompa datuak* bukan sekedar menjadi pakaian kebesaran para Datuk, melainkan sudah menjadi produk untuk semua segmen pasar. Jadi dengan demikian sangat diperlukan desain baru dan pemberdayaan perajin agar usaha kerajinan *tarompa datuak* tumbuh dan berkembang sesuai zamannya.

Untuk meningkatkan daya saing usaha kerajinan *tarompa datuak* di tengah percaturan budaya global, perlu di adopsi strategi yang dikemukakan (Nurzamzami & Siregar, 2014: 29), yaitu: mengadakan pelatihan motivasi, pelatihan kewirausahaan, peningkatan mutu dan kinerja perajin; memperluas pangsa pasar dengan memanfaatkan media semua promosi; meningkatkan kualitas dan karakter produk; serta menggunakan teknologi untuk menghasilkan produk yang bermutu, inovatif dan promosi yang efektif. Harefa & Siadari, (2008: 16-24) mengatakan bahwa orang yang berjiwa wirausaha/berbakat wirausaha atau sedikit memiliki bakat atau tidak merasa memiliki bakatwirausaha perlu di motivasi melalui pembelajaran yang berkelanjutan, lingkungan yang kondusif, terbuka, mengakui keunggulan orang lain dan belajar dari kesuksesan orang lain.

Setelah diadakan pelatihan motivasi kewirausahaan, peningkatan mutu dan kinerja perajin, maka untuk mengukur keberhasilannya dapat digunakan konsep *entrepreneurial marketing* yang dikemukakan oleh Septiani, Sama, & Limbong, (2013: 92,108). *Entrepreneurial marketing* merupakan sebuah pendekatan yang berorientasi pada inovasi dan penerapan strategi *bottom-up* (penyesuaian produk dengan permintaan konsumen). Perbaikan dalam hal pemberdayaan perajin *tarompa datuak* dapat dikatakan berhasil apabila terjadi peningkatan kemampuan daya saing yang tercermin dari indikator: peningkatan jumlah pelanggan, peningkatan cakupan wilayah pemasaran, peningkatan jumlah penjualan produk kepada pelanggan baru.

SIMPULAN

Tarompa datuak merupakan *tarompa* pakaian kebesaran Datuk di Ranah Minang Sumatera Barat. Pengembangan desain *tarompa datuak* merupakan sebuah keharusan, karena tidak lepas dari konteks perubahan sosiokultural. Berdasarkan dimensi ruang dan waktu kerajinan *tarompa datuak* berkembang

mengikuti perubahan perilaku masyarakat pendukungnya. Proses pembuatan *tarompa datuak* pada dasarnya sangat sederhana, seiring perjalanan waktu, proses pembuatan *tarompa datuak* mengikuti perkembangan proses produk alas kaki secara umum. Pembuatan desain *tarompa datuak* diawali dari melakukan eksplorasi seluruh produk *tarompa datuak* yang ada di sentra-sentra kerajinan *tarompa datuak* yang ada di Padangpanjang dan Di Bukittinggi sekitarnya serta ditambah dengan browsing aneka model sandal di internet untuk mendapatkan ide kreatif; kemudian dilakukan perancangan yang diawali dari membuat sketsa-sketsa alternatif, kemudian sketsa dipilih yang terbaik dan dipindahkan menjadi gambar kerja; dan terakhir diwujudkan menjadi sebuah prototipe. Prototipe ini setelah dievaluasi/uji kelayakan, maka desain baru *tarompa datuak* siap untuk diproduksi.

Untuk pemberdayaan perajin *tarompa datuak* diadakan pelatihan motivasi, pelatihan kewirausahaan, peningkatan mutu dan kinerja perajin; workshop memperluas pangsa pasar dengan memanfaatkan semua media promosi. Disamping itu juga diadakan workshop untuk meningkatkan kualitas dan karakter produk; serta pelatihan menggunakan teknologi untuk menghasilkan produk yang bermutu, inovatif dan promosi yang efektif.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullatief, & Iswari, D. (2002). *Membuat Sandal & Sepatu Santai untuk Wirausaha*. Jakarta: Pustaka Swara.
- Alyas, & Rakib, M. (2017). Strategi Pengembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah dalam Penguatan Ekonomi Kerakyatan (Studi Kasus Pada Usaha Roti Maros di Kabupaten Maros). *Sosiohumaniora*, 19(2), 115–121.
- Amrizal. (2014). Kerajinan Kulit Padangpanjang: Antara Peluang dan Tantangan. *Jurnal Ranah Seni: Jurnal Seni Dan Desain*, 7(2), 339–352.
- Amrizal, & Yuliarni. (2016). *Proses Produksi Kerajinan Tarompa Datuk*. Padangpanjang: LPPMPP ISI Padangpanjang.
- Ciputra. (2009). *Ciputra Quantum Leap: Entrepreneurship mengubah Masa Depan Bangsa dan Masa Depan Anda*. Jakarta: Gramedia.
- Daraba, D. (2015). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keberhasilan Program Pemberdayaan Masyarakat Miskin Di Kecamatan

- Polongbangkeng Utara Kabupaten Takalar Propinsi Sulawesi Selatan. *Sosiohumaniora*, 17(2), 168–169.
- FD, C. F., & Rizkiantono, R. E. (2013). Perancangan Identitas Visual Kampoeng Sepatu Sandal Krian sebagai Kampoeng Wisata Industri di Sidoarjo. *Jurnal Sains Dan Seni Pomits*, 2(1), 23–27.
- Harefa, A., & Siadari, E. E. (2008). *The Ciputra Way Praktik Terbaik Menjadi Entrepreneur Sejati*. Jakarta: Gramedia.
- Haryono, M., & Bariyah, C. (2014). Perancangan Konsep Produk Alas Kaki Dengan Menggunakan Integrasi Metode Kansei Engineering Dan Model Kano. *Jurnal Ilmiah Teknik Industri*, 13(1), 71–82.
- Kasali, R. (2010). *Wirausaha Muda Mandiri: Ketika Anak Sekolah Berbisnis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Keputusan Presiden Republik Indonesia Nomor 127 Tahun 2001 Tentang Bidang/Jenis Usaha Yang Dicadangkan Untuk Usaha Kecil Dan Bidang/Jenis Usaha Yang Terbuka Untuk Usaha Menengah Atau Besar Dengan Syarat Kemitraan Presiden (2001).
- MA, Z. A. (2016). Kriya Dan Desain Menuju Perkembangan Kekriyaan Indonesia. *Jurnal Disprotek*, 7(2), 1–12.
- Mahmud, & Alfianto, E. A. (2014). Pengaruh Desain Produk Dan Layanan Purna Jual Terhadap Keputusan Konsumen Membeli Sepeda Motor Yamaha Merek New V-IXION FI (Full Injection) (Studi Pada Konsumen Sepeda Motor Yamaha Merek NEW V-IXION FI (Full Injection) di Adiguna Sakti Motor Pandaan). *Jurnal Sketsa Bisnis*, 1, 1130–1132.
- Mulya, A. N., & Mutmainah, S. (2017). Pengembangan Desain Produk Anyam Bambu di Desa Sukolilo Kecamatan Sukodadi Kabupaten Lamongan. *Jurnal Seni Rupa*, 5(2), 375–384.
- Muzakir. (2017). *Perajin Tarompa Datuak di Panta, Kabupaten Agam*. Bukittinggi.
- Nurzamzami, A., & Siregar, E. H. (2014). Peningkatan Daya Saing UMKM Alas Kaki di Kecamatan Ciomas, Kabupaten Bogor dan Implikasinya terhadap Strategi Pemasaran. *Jurnal Manajemen Dan Organisasi*, V(1), 15–29.
- Panghoeloe, M. R. M. D. R., Karim, A., & Bagindo, S. S. (1976). *Limpapeh: Adat Minangkabau* (jilid II). Bukittinggi: Perc. Unit II Bkt.
- Rofiqah Wahdah, & Amalia, H. S. (2016). Pengembangan Daya Saing Produk Pada Sentra Kerajinan Purun Di Kabupaten Hulu Sungai Utara Kalimantan Selatan. *Jurnal Spread*, 6(2), 89–99.
- Rufaidah, P., & Sutisna. (2015). Kapabilitas Dinamis UMKM Industri Kreatif Jawa Barat. *Sosiohumaniora*, 17(1), 60–66.
- Sachari, A. (1986). *Seni Desain dan Teknologi: Antologi Kritik, Opini dan Filosofi*. Bandung: Pustaka.
- Sachari, A. (2007). *Budaya Visual Indonesia: Membaca Makna Perkembangan Gaya Visual Karya Desain di Indonesia abad ke-20*. Jakarta: Erlanga.
- Saidani, B., Rachman, M. A., & Rizan, M. (2013). Pengaruh Kualitas Produk dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Olahraga Futsal Adidas Di Wilayah Jakarta Timur. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)*, 4(2), 201–217.
- Septiani, S., Sarma, M., & Limbong, W. H. (2013). Pengaruh Entrepreneurial Marketing dan Kebijakan Pemerintah terhadap Daya Saing Industri Alas Kaki di Bogor. *Jurnal Manajemen Dan Organisasi*, IV(2), 91–111.
- Soedarsono, R. M. (2001). *Metode Penelitian Seni Pertunjukan dan Seni Rupa*. Bandung: Masyarakat Seni Pertunjukan Indonesia.
- SP.Gustami. (2007). *Butir-Butir Mutiara Estetika Timur: Ide Dasar Penciptaan Seni Kriya Indonesia*. Yogyakarta: Prasista.
- Sukoco, I., & Muhyi, H. A. (2015). Ecopreneurship Dalam Menumbuhkan Usaha Berwawasan Lingkungan Pada Sentra Industri Penyamakan Kulit Sukaregang Kabupaten Garut. *Sosiohumaniora*, 17(2), 156–165.
- Yoety, O. A. (2008). *Ekonomi Pariwisata: Introduksi, Informasi dan Implementasi*. Jakarta: Kompas.