

STRATEGI PENGEMBANGAN GAYA PRODUK UMKM AKSESORIS SOUVENIR DAYAK DI DESA BUDAYA PAMPANG

Dewi Yunita Surang ¹, Purwaningsih ²

Abstrak

Aksesoris souvenir Dayak di Desa Budaya Pampang merupakan salah satu sektor ekonomi kreatif lokal, UMKM souvenir Dayak menjadi salah satu sektor yang berperan dalam meningkatkan perekonomian masyarakat sekaligus menjadi pelestarian budaya Dayak. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pengembangan gaya produk UMKM souvenir Dayak di Desa Wisata Budaya Pampang dalam mempertahankan identitas budaya lokal serta menyesuaikan kebutuhan pasar. penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, dokumentasi dan wawancara terhadap individu pelaku UMKM aksesoris souvenir Dayak, serta beberapa pihak seperti kepala kelurahan, dan ketua pokdarwis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pengembangan gaya produk UMKM souvenir Dayak dilakukan melalui berbagai inovasi produk dengan tetap mempertahankan unsur budaya, Pengembangan gaya produk dilakukan melalui inovasi seperti bentuk, penggunaan warna khas Dayak, pemilihan material, dan penyesuaian model produk sesuai perkembangan tren pasar dan kebutuhan konsumen. Produk yang sebelumnya didominasi bentuk tradisional kini mengalami perkembangan menjadi lebih modern dan variative. Penggunaan warna seperti hijau merah, hitam, kuning, putih, dan oren merupakan warna khas Dayak yang paling sering digunakan. penggunaan material tradisional menjadi unsur utama dalam produk souvenir Dayak upaya meningkatkan kualitas, daya tahan, dan nilai jual produk. beberapa kendala dalam pengembangan produk, khususnya pada aspek packing yang masih menggunakan kemasan sederhana akibat keterbatasan modal usaha.

Kata Kunci : Strategi Pengembangan Gaya Produk, UMKM, Souvenir Dayak, Desa Wisata Budaya Pampang.

¹ Mahasiswa Program S1 Pembangunan Sosial, Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman. Email : dyunita463@gmail.com

² Dosen Pembimbing Program Studi Pembangunan Sosial, Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman.

Pendahuluan

UMKM mempunyai peran yang cukup penting dalam peningkatan dan pemerataan pendapatan masyarakat, serta ikut mendorong pertumbuhan ekonomi yang dapat mewujudkan stabilitas nasional (Djabbar & Baso, 2019). Usaha adalah suatu kegiatan yang dilakukan oleh setiap individu maupun kelompok untuk mencapai tujuan tertentu, terutama dalam memperoleh suatu keuntungan atau memenuhi kebutuhan hidup, berbagai jenis usaha dapat terus dikembangkan sesuai dengan kondisi sosial, ekonomi, dan teknologi yang ada, secara umum usaha dapat dikategorikan menjadi Usaha Mikro, Kecil, Menengah (UMKM).

Pengembangan ekonomi di daerah pedesaan saat ini menghadapi tantangan dalam memanfaatkan potensi lokal untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat (Kadeni & Srijani, 2020). UMKM memainkan peran vital dalam pengembangan ekonomi desa, terutama di daerah yang memiliki potensi pariwisata (Abdillah, 2016). Konteks Desa Wisata, UMKM menjadi jembatan dalam mengembangkan perekonomian dan melestarikan budaya. Desa dengan potensi alam dan pariwisata yang kaya merupakan daerah yang menarik untuk dikembangkan sebagai destinasi ekonomi berbasis potensi lokal (Achmad & Nurwati, 2023).

UMKM mempunyai peran yang cukup penting dalam peningkatan dan pemerataan pendapatan masyarakat, serta ikut mendorong pertumbuhan ekonomi yang dapat mewujudkan stabilitas nasional (Djabbar & Baso, 2019). Usaha adalah suatu kegiatan yang dilakukan oleh setiap individu maupun kelompok untuk mencapai tujuan tertentu, terutama dalam memperoleh suatu keuntungan atau memenuhi kebutuhan hidup, berbagai jenis usaha dapat terus dikembangkan sesuai dengan kondisi sosial, ekonomi, dan teknologi yang ada, secara umum usaha dapat dikategorikan menjadi Usaha Mikro, Kecil, Menengah (UMKM).

Desa Wisata Budaya Pampang di Kalimantan Timur, Kota Samarinda menjadi salah satu destinasi wisata yang unggul dikarenakan pelestarian budaya Dayak yang masih terjaga, desa ini dikenal dengan kekayaan budaya suku Dayak Kenyah dan memiliki potensi daya tarik utama wisatawan lokal maupun mancanegara dalam pertunjukan tari - tarian khas Dayak Kenyah. Potensi pariwisata yang besar ini membuka peluang besar bagi masyarakat lokal untuk meningkatkan pendapatan melalui sektor-sektor terkait, khususnya UMKM yang bergerak di bidang aksesoris souvenir Dayak. UMKM di Desa Wisata Budaya Pampang termasuk kategori UMKM mandiri karena mampu mengembangkan usahanya dengan memanfaatkan kekayaan budaya sebagai

identitas produk lokal. Dulunya jumlah UMKM yang berjualan hanya sekitar jumlah 20an orang dan namun saat ini memiliki jumlah sekitar 80an orang pelaku UMKM yang memiliki usaha yang berjualan di Lamin Adat Desa Wisata Budaya Pampang, meningkatnya UMKM yang ada Desa Wisata Budaya Pampang ini menjadi salah satu penopang ekonomi masyarakat setempat.

Pengembangan produk souvenir Dayak saat ini tidak hanya mempertahankan bentuk gaya produk tradisional, tetapi juga mulai mengombinasikan unsur budaya lokal dengan sentuhan modern melalui pengembangan gaya produk. Gaya produk merupakan salah satu unsur penting yang dapat memengaruhi daya tarik suatu produk di mata konsumen. Pengembangan gaya produk dilakukan melalui inovasi desain, bentuk, penggunaan warna khas Dayak, pemilihan material, serta penyesuaian model produk sesuai dengan perkembangan tren pasar. Penggunaan warna khas seperti merah, hitam, kuning, putih, dan oren, hijau. menjadi salah satu identitas budaya yang tetap dipertahankan dalam produk souvenir Dayak. Selain berfungsi sebagai unsur estetika, warna-warna tersebut memiliki makna simbolis yang mencerminkan nilai budaya masyarakat Dayak. Material yang digunakan dalam pembuatan produk juga mengalami perkembangan dengan memadukan bahan tradisional seperti manik-manik, rotan, dan kayu dengan bahan modern untuk meningkatkan kualitas produk. Meskipun demikian, proses pengembangan produk masih menghadapi berbagai tantangan, seperti keterbatasan modal usaha, pengemasan produk yang masih sederhana, serta kebutuhan inovasi yang terus berkembang mengikuti selera pasar.

Masyarakat memiliki peran penting dalam melihat dan menilai strategi pengembangan gaya produk UMKM souvenir Dayak. Pengembangan gaya produk dilihat sebagai upaya yang mampu meningkatkan daya tarik produk serta memperluas minat konsumen terhadap produk lokal souvenir Dayak. Masyarakat menilai bahwa inovasi pada bentuk, desain, dan variasi produk dapat memberikan nilai tambah sehingga produk souvenir Dayak menjadi lebih menarik dan mampu mengikuti perkembangan pasar. Namun demikian, masyarakat juga berpendapat bahwa pengembangan produk harus tetap mempertahankan unsur budaya Dayak agar identitas dan nilai budaya lokal tidak hilang akibat adanya perubahan dan modernisasi produk. Tujuan dalam penelitian ini ingin melihat bagaimana pengembangan gaya produk yang ada di Desa Budaya Pampang. Dengan demikian, strategi pengembangan gaya produk tidak hanya berorientasi pada peningkatan nilai ekonomi, tetapi juga menjadi bagian dari upaya pelestarian budaya lokal.

Kondisi tersebut menunjukkan bahwa pengembangan gaya produk menjadi bagian penting dalam strategi UMKM untuk meningkatkan daya saing pada gaya produk sekaligus mempertahankan identitas budaya lokal. Pelaku UMKM terus menyesuaikan gaya produk dengan kebutuhan pasar tanpa menghilangkan nilai budaya yang menjadi ciri khas produk souvenir Dayak. Oleh karena itu, penelitian mengenai strategi pengembangan gaya produk UMKM souvenir Dayak di Desa Wisata Budaya Pampang menjadi penting dilakukan untuk mengetahui bagaimana pelaku usaha mengembangkan produk yang mampu bersaing di pasar namun tetap mempertahankan identitas budaya lokal. Berdasarkan pendahuluan tersebut, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: Bagaimana strategi pengembangan gaya produk UMKM souvenir Dayak di Desa Wisata Budaya Pampang

Kerangka Dasar Konsep

Strategi pengembangan gaya produk

Strategi pengembangan gaya produk merupakan salah satu unsur penting dalam pengembangan suatu produk yang berkaitan dengan penampilan fisik, bentuk, karakteristik, dan ciri khas yang dapat membedakan suatu produk dari produk lainnya. Strategi harus memiliki sifat perencanaan jangka panjang, mencakup rencana umum yang jelas, selain itu strategi juga harus mampu beradaptasi dengan perubahan lingkungan, baik itu perubahan pasar, teknologi, maupun regulasi, untuk memastikan bahwa perusahaan dapat tetap kompetitif dan relevan di masa depan (Wahyusari, 2022). Oleh karena itu, strategi bukan hanya sekadar rencana, tetapi juga alat untuk bertahan dan berkembang dalam dunia bisnis yang kompetitif (Musnaeni et al., 2022). Gaya produk berfungsi sebagai identitas visual yang mampu memberikan daya tarik kepada konsumen sehingga dapat memengaruhi minat dan keputusan pembelian. Menurut (Tarmizi, 2018) Strategi juga harus mampu beradaptasi dengan perubahan lingkungan, baik itu perubahan pasar, teknologi, maupun regulasi, untuk memastikan bahwa perusahaan dan usaha dapat tetap kompetitif dan relevan di masa depan. Gaya produk yang menarik dapat meningkatkan nilai tambah suatu produk karena konsumen cenderung lebih tertarik pada produk yang memiliki desain unik dan karakter yang jelas. Strategi ini bukan hanya sekadar menghadirkan sesuatu yang baru, tetapi juga memastikan bahwa setiap pembaruan atau pengembangan memberikan manfaat nyata bagi pelanggan dan mampu mendukung pertumbuhan usaha secara berkelanjutan. Di lihat dari definisi strategi dan pengembangan, maka dapat

dikesimpulan bahwa strategi pengembangan merupakan serangkaian rencana atau keputusan guna memenuhi tujuan menjadi lebih efektif secara sistematis dan terstruktur (Choirunnisa & Karmilah, 2018).

pengembangan

Secara umum, pengembangan adalah suatu proses atau upaya untuk meningkatkan, memperluas, atau memperbaiki sesuatu agar menjadi lebih baik dan optimal. Pengembangan dapat diartikan sebagai suatu usaha untuk meningkatkan kemampuan konseptual, teoritis, teknis dan moral individu sesuai dengan kebutuhan pekerjaan atau jabatan melalui pendidikan dan pelatihan (Alyas & Rakib, 2017). Dalam konteks ekonomi, pengembangan sering dikaitkan dengan upaya meningkatkan kesejahteraan melalui pertumbuhan usaha, pengembangan ini harus dirancang dengan strategi yang terencana. Pengembangan adalah proses perluasan atau pendalaman materi pembelajaran yang bertujuan untuk menghasilkan produk yang lebih baik dan lebih berkualitas (Ilmiawan & Arif, 2018). Pengembangan adalah suatu upaya yang dilakukan guna meningkatkan kemampuan, keahlian, suatu nilai dan moral maupun variasi tertentu yang sesuai dengan apa yang diinginkan (Choirunnisa & Karmilah, 2018).

UMKM

UMKM merupakan jenis usaha yang dijalankan oleh individu, kelompok, atau badan usaha dengan skala kecil hingga menengah, UMKM memiliki peran penting dalam perekonomian, terutama dalam menciptakan lapangan pekerjaan, meningkatkan kesejahteraan masyarakat, dan mendorong pertumbuhan ekonomi lokal, selain itu UMKM memiliki berkontribusi dalam mengurangi tingkat pengangguran, dan saat ini telah menjadi kompetitor bagi usaha berskala besar. Potensi UMKM sangat besar dalam menyerap tenaga kerja, sehingga perlu dikembangkan dan dimaksimalkan (Piliang, 2024). Kebijakan pemerintah saat ini mendukung akses permodalan untuk keberlangsungan UMKM, meskipun masih ada tantangan terkait kesulitan modal yang dihadapi oleh UMKM (Husriadi & Nurjanah, 2024). UMKM memiliki beberapa peran meliputi 1.) UMKM berfungsi sebagai penyedia lapangan kerja. Dengan lebih banyaknya usaha kecil dan menengah, jumlah pekerjaan yang tersedia bagi masyarakat terus meningkat. 2.) UMKM berkontribusi dalam peningkatan pendapatan Masyarakat. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa pengembangan gaya produk menjadi bagian penting dalam strategi UMKM untuk meningkatkan

daya saing pada gaya produk sekaligus mempertahankan identitas budaya lokal. Pelaku UMKM terus menyesuaikan gaya produk dengan kebutuhan pasar tanpa menghilangkan nilai budaya yang menjadi ciri khas produk souvenir Dayak

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif yang bertujuan untuk memahami dan mendeskripsikan secara mendalam mengenai strategi pengembangan gaya produk UMKM souvenir Dayak di Desa Budaya Pampang. Informan dalam penelitian ada 8 yang mencakupi pelaku UMKM pemerintah desa, ketua pokdarwis, kepala adat Buadaya Pampang dan konsumen. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Dengan demikian, metode penelitian ini dihadapkan dapat memberikan gambaran yang jelas dan mendalam mengenai strategi pengembangan gaya produk UMKM souvenir Dayak di Desa Budaya Pampang.

Hasil Penelitian

Desa Budaya Pampang Sebagai Desa souvenir Dayak

Gambaran umum Desa Wisata Budaya Pampang yang terletak di Samarinda merupakan salah satu destinasi wisata budaya unggulan di Kalimantan Timur yang dikenal melalui pertunjukan tari tradisional dan produk souvenir khas. Secara administratif, desa ini terdiri atas lima Rukun Tetangga (RT) dengan karakteristik sosial-budaya yang beragam, yaitu RT 1 yang didominasi suku Bugis (kampung Bugis), RT 2–4 yang dihuni mayoritas suku Dayak Kenyah (kampung Dayak), serta RT 5 yang dikenal sebagai kampung Jawa dan. Berdasarkan data monografi tahun 2025, wilayah ini memiliki luas 33.384,2 Ha dengan jumlah penduduk sebanyak 1.725 jiwa. Desa Budaya Pampang merupakan salah satu Desa Adat yang terletak di wilayah Kota Samarinda, Kalimantan Timur. Desa ini dihuni oleh dengan mayoritas masyarakat Dayak Kenyah yang berasal dari daerah pedalaman. Pada awalnya, sekitar tahun 1960-an, rombongan masyarakat Dayak Kenyah memutuskan untuk berpindah dari daerah asal mereka, Pemilihan lokasi Pampang sebagai tempat bermukim bukan tanpa alasan, daerah ini dipilih karena memiliki lahan yang cukup luas untuk dijadikan pemukiman dan ladang, serta memiliki sumber air yang melimpah dari sungai di sekitarnya. Selain itu, lokasinya yang tidak terlalu jauh dari pusat Kota Samarinda.

Salah satu ikon utama desa ini adalah Lamin Adat Pampang, yaitu rumah adat Dayak Kenyah yang berfungsi sebagai pusat kegiatan budaya dan sosial masyarakat. Pada tahun 1990an sebagian masyarakat khususnya ibu – Ibu rumah tangga, mulai membuat dan menjual aksesoris souvenir Dayak secara sederhana. Jumlah pelaku usaha saat berjualan pada di masa itu masih terbatas terbatas yaitu sekitar 20-an orang, bangunan lamin yang memanjang dan dengan bahan kayu ulin yang dihiasi ukiran makna filosofis serta menjadi lokasi utama pelaksanaan berbagai kegiatan, termasuk festival pesta panen tahunan sebagai bentuk syukur masyarakat. Selain itu, lamin adat juga menjadi pusat pertunjukan seni rutin setiap akhir pekan yang menarik wisatawan, sekaligus mendorong aktivitas ekonomi lokal melalui penjualan souvenir dan produk UMKM khas Dayak.

Pertunjukan seni tari dan musik tradisional Dayak hanya diadakan di setiap hari minggu pada siang hari pukul 14.00 WITA, pertunjukan ini menjadi daya tarik utama Desa Wisata Budaya Pampang karena menampilkan 13 tarian tradisional. Walaupun pertunjukan tari – tarian hanya diadakan di hari minggu saja, namun tempat Lamin Adat Desa Wisata Budaya Pampang ini masih dibuka untuk umum setiap hari. Dengan demikian, lamin adat tidak hanya berperan sebagai simbol identitas budaya, tetapi juga sebagai pusat pengembangan ekonomi kreatif berbasis budaya di Desa Wisata Budaya Pampang.

Pengembangan Gaya Produk Souvenir Dayak

Hasil penelitian menunjukkan bahwa gaya produk aksesoris souvenir Dayak di Desa Wisata Budaya Pampang, Samarinda mengalami perkembangan yang signifikan sebagai bagian dari strategi pengembangan produk UMKM. Pelaku usaha tidak lagi hanya mempertahankan bentuk tradisional, tetapi mulai mengombinasikan unsur budaya lokal dengan sentuhan modern melalui variasi bentuk, warna, dan desain produk. Inovasi ini dilakukan untuk menyesuaikan dengan selera pasar yang semakin beragam, baik wisatawan lokal maupun mancanegara. Produk yang dihasilkan kini lebih variatif, seperti gelang, kalung, tas, hingga pakaian bermotif Dayak, dengan tetap mempertahankan ciri khas warna dan motif yang memiliki makna simbolik budaya. Selain itu, interaksi dengan konsumen turut mendorong munculnya inovasi gaya produk, di mana permintaan terhadap variasi model dan warna menjadi sumber inspirasi bagi pelaku UMKM dalam mengembangkan produk agar tidak monoton dan lebih menarik.

- **Manik – manik**
Manik-manik adalah khas kerajinan Dayak yang digunakan sebagai souvenir seperti tas, gelang, kalung, dan pakaian adat sebagai simbol keindahan dan identitas budaya.
- **Rotan**
merupakan bahan alami yang digunakan dalam pembuatan kerajinan seperti tas dan hiasan karena memiliki daya tahan yang baik serta mencerminkan pemanfaatan sumber daya alam lokal.
- **Tulang**
sebagai bahan kerajinan dan aksesoris souvenir Dayak yang memiliki nilai seni dan menunjukkan kreativitas masyarakat dalam memanfaatkan bahan alami.
- **Baju bordir**
Bordir adalah teknik hias pada pakaian moderen Dayak yang menggunakan motif khas budaya untuk menambah nilai estetika dan keunikan produk.

Packaging (Kemasan Produk)

pengemasan produk souvenir Dayak di Desa Wisata Budaya Pampang masih dilakukan secara sederhana dengan menggunakan plastik bening atau kemasan seadanya. Kondisi tersebut disebabkan oleh keterbatasan modal usaha sehingga pelaku UMKM lebih memprioritaskan penggunaan modal untuk pembelian bahan baku dan proses produksi dibandingkan pembuatan packaging khusus. Pengemasan sederhana dianggap lebih efisien untuk mengurangi pengeluaran usaha, mengingat produk souvenir Dayak membutuhkan biaya produksi yang cukup besar. Selain itu, penggunaan kemasan sederhana juga memudahkan konsumen untuk langsung melihat dan mencoba produk sebelum membeli. Hal tersebut didukung oleh pernyataan yang diungkapkan oleh pelaku informan UMKM, yaitu sebagai berikut :

“Produk souvenir yang kami jual belum pakai packaging khusus. Selama ini kalau ada yang beli, langsung kami bungkus pakai plastik. karena menurut kami biar pelanggannya biasa langsung coba produknya, mungkin salah satu alasan kami belum ada packaging khusus karena mau mengurangi modal juga soalnya produk souvenir ini juga perlu modal cukup besar.” (wawancara, 29 September 2025)
Informan utama ibu T.

“Belum ada kemasan khusus untuk souvenir yang dijual ini. untuk pengemasannya masih kaya biasa ajah karena mengurangi biaya juga. punya saya sama kaya yang lain juga kalo ada yang beli tetap dikasih plastik bening dulu barangnya biar tetap bagus” (wawancara, 03 September 2025) Informan utama ibu Ew.

Meskipun demikian, pelaku UMKM menyadari bahwa packaging memiliki peran penting dalam meningkatkan nilai jual produk, menarik minat konsumen, serta memperkenalkan identitas usaha dan budaya Dayak melalui desain kemasan yang khas. Temuan penelitian menunjukkan bahwa aspek pengemasan masih menjadi bagian yang perlu dikembangkan dalam strategi pengembangan UMKM souvenir Dayak di Desa Wisata Budaya Pampang. Penggunaan packaging khusus diharapkan mampu meningkatkan daya tarik produk, memperkuat identitas budaya lokal, serta memberikan kesan yang lebih profesional sehingga produk souvenir Dayak dapat memiliki daya saing yang lebih baik di pasar.

Warna Khas Produk Dayak

Berdasarkan hasil penelitian warna khas yang digunakan dalam produk souvenir Dayak memiliki warna ciri khas seperti warna oren, hitam, kuning, putih, merah. Warna tersebut memiliki makna budaya dan menjadi identitas masyarakat Dayak. Warna hitam melambangkan kekuatan dan keteguhan, merah melambangkan keberanian, kuning melambangkan kemuliaan, putih melambangkan kesucian dalam penggunaan

Produk-produk yang mengadopsi pada gaya dalam produk memiliki tampilan seperti warna warna mencolok dengan kontras seperti warna kuning, merah, oren dan hitam, yang dimana ini secara simbolis menjadi warna utama dalam nilai budaya Dayak dan juga memiliki maknanya tersendiri. Hal tersebut didukung oleh pernyataan yang diungkapkan oleh salah satu pelaku informan UMKM yaitu ibu EB, yaitu sebagai berikut :

“iya ada, setiap warna warna yang pada motif yang ada produk souvenir itu selalu memiliki makna makna khusus dan itu juga menjadi salah satu ciri khas yang melambangkan salah satu budaya Dayak Kenyah pada produk, warna warna khas merah, oren, kuning, hijau” (wawancara, 25 Agustus 2025)

Dapat diketahui bahwa penggunaan warna khas pada produk souvenir Dayak tidak hanya berfungsi sebagai unsur estetika, tetapi juga menjadi identitas budaya yang memiliki makna simbolis bagi masyarakat Dayak.

Warna-warna seperti merah, hitam, kuning, putih, dan oren digunakan sebagai ciri khas yang mencerminkan nilai budaya, keberanian, kekuatan, kemuliaan, serta kesucian dalam kehidupan masyarakat Dayak. Penggunaan warna khas tersebut juga menjadi salah satu daya tarik produk souvenir karena mampu memperlihatkan keunikan budaya lokal kepada konsumen maupun wisatawan.

Dengan demikian, warna khas pada produk souvenir Dayak menjadi bagian penting dalam strategi pengembangan produk UMKM di Desa Wisata Budaya Pampang. Keberadaan warna tradisional tidak hanya mempertahankan identitas budaya Dayak, tetapi juga memberikan nilai keistimewaan pada produk sehingga mampu membedakan produk souvenir Dayak dengan produk kerajinan lainnya.

Bentuk Produk sebagai strategi pengembangan UMKM

Berdasarkan hasil penelitian, bentuk produk menjadi salah satu strategi pengembangan UMKM souvenir Dayak di Desa Wisata Budaya Pampang dalam meningkatkan daya tarik konsumen dan mempertahankan keberlangsungan usaha. Pelaku UMKM tidak hanya mempertahankan bentuk produk tradisional, tetapi juga melakukan inovasi dengan menyesuaikan produk terhadap perkembangan tren dan kebutuhan pasar. Bentuk produk yang awalnya hanya digunakan untuk keperluan adat kini mulai dikembangkan menjadi produk yang lebih modern dan fungsional seperti tas, dompet, gantungan kunci, aksesoris, dan hiasan dekoratif dengan tetap menggunakan motif khas Dayak.

Salah satu informan menyampaikan bahwa perubahan bentuk produk dilakukan agar konsumen tidak merasa bosan dengan model yang sama. Selain itu, inovasi produk juga dilakukan berdasarkan permintaan pasar dan selera konsumen yang mulai menyukai produk dengan tampilan lebih modern. Hal tersebut disampaikan oleh informan ibu RK sebagai berikut:

“Iya, pernah. Soalnya kalau terus buat model yang sama, kadang pembeli bosan juga. Jadi kami coba buat variasi lagi, misalnya dari bentuknya sedikit diubah, atau tambahkan hiasan manik yang beda warnanya. Terus kadang juga kami lihat dari permintaan konsumen, misalnya mereka minta yang agak modern, ya kadang sesuaikan sedikit.” (Wawancara, 05 september 2025).

Berdasarkan pernyataan tersebut dapat diketahui bahwa inovasi bentuk produk dilakukan sebagai upaya untuk menjaga minat konsumen dan meningkatkan daya saing produk UMKM. Perubahan bentuk tidak sepenuhnya menghilangkan ciri khas budaya Dayak, melainkan hanya menyesuaikan

tampilan produk agar lebih menarik dan relevan dengan perkembangan zaman. Dengan adanya pengembangan bentuk produk, UMKM souvenir Dayak mampu mempertahankan identitas budaya lokal sekaligus mengikuti kebutuhan pasar yang terus berkembang.

Material Produk souvenir Dayak

Material yang digunakan dalam pembuatan produk souvenir Dayak di Desa Wisata Budaya Pampang terdiri dari bahan alami dan bahan modern. Material alami yang digunakan meliputi manik-manik, kayu, rotan, kain, dan bahan tradisional lainnya yang masih mempertahankan unsur budaya Dayak. Penggunaan bahan-bahan tersebut bertujuan untuk menjaga keaslian dan ciri khas produk souvenir agar tetap mencerminkan identitas budaya lokal. Selain memberikan nilai budaya, material tradisional juga memberikan nilai estetika pada produk karena menampilkan kesan khas dan unik dari kerajinan masyarakat Dayak.

Selain menggunakan bahan alami, pelaku UMKM juga mulai memanfaatkan bahan modern sebagai pendukung dalam proses produksi untuk meningkatkan kualitas, ketahanan, dan tampilan produk agar lebih menarik sesuai dengan perkembangan pasar. Perpaduan antara material tradisional dan modern menunjukkan adanya inovasi yang dilakukan pelaku UMKM tanpa menghilangkan unsur budaya Dayak pada produk souvenir yang dihasilkan. Pemilihan material yang berkualitas juga menjadi bagian penting dalam meningkatkan daya tarik dan nilai jual produk sehingga mampu mendukung pengembangan UMKM souvenir Dayak di Desa Wisata Budaya Pampang.

Pembahasan

Pengembangan Gaya Produk Souvenir Dayak

Pengembangan gaya produk souvenir Dayak salah satu upaya para pelaku UMKM yang ada di Desa Budaya Pampang untuk menciptakan tampilan gaya produk yang lebih menarik melalui inovasi pada gaya produk dan membuat bentuk variasi pada produk agar terlihat lebih modern tanpa menghilangkan identitas Dayak yang melekat pada produk. Pengembangan gaya produk di Desa Budaya Pampang terus meningkat dengan memadukan gaya tradisional dengan sentuhan moderen, hal ini untuk menyesuaikan dengan perkembangan zaman dan kebutuhan pasar yang makin meningkat serta meningkatkan daya tarik pada konsumen.

Packaging (Kemasan Produk)

Packaging pada produk souvenir merupakan salah satu unsur utama dalam meningkatkan kualitas pada produk dan membuat suatu produk menarik

memiliki nilai jual serta menjadi media promosi usaha, akan tetapi packaging pada souvenir di desa budaya pampang masih menggunakan plastik bening untuk produk dan belum memiliki plastik khusus dengan nama toko diplastik, hal tersebut dikarenakan para pelaku usaha memiliki keterbatasan modal usaha. Meskipun demikian, pelaku UMKM tetap menyadari bahwa kemasan yang lebih menarik dan berciri khas dayak dan inisial usaha dapat menciptakan citra produk dan menambah daya tarik.

Bentuk Gaya Produk sebagai strategi pengembangan UMKM

Bentuk produk menjadi salah satu strategi yang tepat untuk meningkatkan daya tarik, bentuk produk dapat mempengaruhi fungsi, keindahan, dan minat konsumen, hasil penelitian menunjukkan bahwa pelaku UMKM melakukan inovasi pada bentuk produk dengan mengembangkan produk yang sebelumnya hanya digunakan untuk kebutuhan secara khusus menjadi produk yang lebih fungsional. Inovasi pada bentuk gaya produk dilakukan untuk mengikuti perkembangan serta memenuhi kebutuhan pasar tanpa menghilangkan motif dan ciri khas budaya Dayak.

Material Produk souvenir Dayak

Material dalam produk merupakan bahan yang digunakan dalam proses pembuatan suatu produk yang mempengaruhi kualitas, nilai, estetika, dan karakter pada produk tersebut. hasil penelitian menunjukkan bahwa pelaku usaha dan pengrajin menggunakan material tradisional seperti manik, rotan, tulang, dan kain bordir bermotif Dayak hal tersebut merupakan bentuk dalam pelestarian identitas budaya, selain itu penggunaan material modern juga mendukung kualitas dan ketahanan produk sehingga lebih sesuai dengan kebutuhan pasar.

Strategi pengembangan UMKM souvenir Dayak di Desa Wisata Budaya Pampang dilakukan melalui inovasi gaya produk dengan tetap mempertahankan identitas budaya lokal. Pelaku UMKM tidak hanya mempertahankan bentuk tradisional, tetapi juga mulai mengembangkan produk dengan sentuhan modern agar sesuai dengan perkembangan tren dan kebutuhan konsumen. Inovasi tersebut terlihat dari variasi bentuk produk seperti tas, gelang, kalung, pakaian bermotif Dayak, hingga aksesoris dekoratif yang lebih modern dan fungsional. Pengembangan gaya produk ini menjadi salah satu upaya pelaku UMKM dalam meningkatkan daya tarik konsumen serta memperluas pasar tanpa menghilangkan ciri khas budaya Dayak yang terdapat pada motif, warna, dan desain produk.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, strategi pengembangan UMKM souvenir Dayak di Desa Wisata Budaya Pampang dilakukan melalui pengembangan gaya produk, bentuk produk, penggunaan warna khas, material produk, serta pengemasan produk. Pelaku UMKM tidak hanya mempertahankan unsur budaya tradisional Dayak, tetapi juga melakukan inovasi dengan menyesuaikan produk terhadap perkembangan tren dan kebutuhan pasar. Pengembangan tersebut terlihat pada variasi bentuk produk yang lebih modern dan fungsional, penggunaan warna khas Dayak yang memiliki makna simbolis budaya, serta pemanfaatan material alami dan modern untuk meningkatkan kualitas dan daya tarik produk.

Selain itu, hasil penelitian menunjukkan bahwa unsur budaya Dayak tetap menjadi identitas utama dalam setiap produk souvenir yang dihasilkan. Motif, warna, dan material tradisional dimana tetap dipertahankan sebagai ciri khas budaya lokal meskipun telah dipadukan dengan sentuhan modern. Namun, dalam aspek packaging atau pengemasan produk ditemukan masih menggunakan kemasan biasa dan tidak memiliki identitas toko pada kemas packaging, keterbatasan tersebut dikarena sebagian besar pelaku UMKM mengurangi keterbatasan modal usaha. Oleh karena itu, pengembangan packaging khusus menjadi salah satu hal yang perlu diperhatikan agar mampu meningkatkan nilai jual, memperkuat identitas usaha, serta meningkatkan daya saing produk souvenir Dayak di pasar yang lebih luas.

Saran

Hasil penelitian dan pembahasan, penulis akan memberikan rekomendasi kepada pelaku UMKM dan pemerintah desa dan pihak terkait. Mengenai strategi pengembangan gaya produk souvenir Dayak kedepannya yaitu:

1. bagi pelaku UMKM souvenir Dayak di desa budaya pampang, diharapkan dapat terus melakukan inovasi dalam pengembangan gaya produk dengan tetap mempertahankan identitas budaya. Selain itu, pelaku UMKM perlu memperhatikan aspek packaging melalui penggunaan kemasan yang lebih menarik dan membuat identitas usaha dalam kemasan agar dapat meningkatkan nilai jual, dan memperluas identitas usaha.
2. bagi pemerintah dan pihak terkait, diharapkan dapat memberikan dukungan berupa pelatihan, pendampingan, serta bantuan permodalan kepada pelaku UMKM, khususnya dalam bidang desain produk, pengemasan, dan pemasaran. Dukungan tersebut diperlukan agar pengembangan produk souvenir Dayak dapat dilakukan secara berkelanjutan sehingga mampu melestarikan budaya lokal sekaligus meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Daftar pustaka

- Abdillah, Y. (2016). *Inovasi dan pengembangan produk ukm handikraf untuk pasar pariwisata di bali*.
- Achmad, W., & Nurwati, N. (2023). *Community Economic Empowerment Through The Development Of Micro And Small And Medium Enterprises : A Case Study In Alamendah TOURISM*. 06(02), 99–104.
- Arianto, B., Handayani, B., & Marwati, M. (2024). Pengembangan bisnis pondok pesantren berbasis sociopreneur dalam mewujudkan semangat santripreneur. *PRAXIS: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 2(3), 66–77.
- 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), 114–120.
- Choirunnisa, I., & Karmilah, M. (2018). Strategi Pengembangan Pariwisata Budaya Studi Kasus: Kawasan Pecinan Lasem, Kampung Lawas Maspati, Desa Selumbung. *Jurnal Kajian Ruang*, 1(2), 89–109. <http://jurnal.unissula.ac.id/index.php/kr>
- Djabbar, I., & Baso, S. (2019). *Pengembangan Usaha Kecil & Menengah (UKM) Berbasis Kinerja Di Kabupaten Kolaka Utara*. 7(2), 116–129.
- Huda, R. (2020). *Pengembangan Ekonomi Lokal Melalui Sektor Pariwisata di Desa Serang , Kecamatan Karangreja , Kabupaten Purbalingga Local Economic Development through Tourism Sector at Serang Village , Karangreja District , Purbalingga Regency Pendahuluan Upaya pembanguana*. 11(2), 157–170. <https://doi.org/10.22212/aspirasi.v11i2.1470>
- Husriadi, M., & Nurjanah, A. (2024). Tantangan Dan Peluang Dalam Mengembangkan Umkm Di Kota Kendari: Analisis Strategis Dan Implikasinya. *Jurnal Ilmu Ekonomi (Jie)*, 3(1), 36–48.
- Ihza, K. N. (2020). Dampak Covid-19 Terhadap Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) (Studi Kasus UMKM Ikhwa Comp Desa Watesprojo, Kemlagi, Mojokerto). *Jurnal Inovasi Penelitian*, 1(3), 599–597.
- Janianda, M., Albaris, M. S., Nafisa, S. K., Agustina, D. R., & Nada, N. S. (2024). *Peran Usaha-Usaha Kecil Di Palembang Terhadap Perekonomian*

Nasional Provinsi Sumatera Selatan Indonesia yang mempunyai Usaha Mikro , Kecil dan Menengah mempengaruhi pertumbuhan ekonomi Indonesia . pertumbuhan ekonomi dibandingkan tahun sebelumnya . Menuru. 2(1), 118–132.

- Kadeni, & Sriyani, N. (2020). *Peran Umkm (Usaha Mikro Kecil Menengah) Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat*. 191–200.
- Lestari, S., Watini, S., & Rose, D. E. (2024). Impact of self-efficacy and work discipline on employee performance in sociopreneur initiatives. *Aptisi Transactions on Technopreneurship (ATT)*, 6(2), 270–284.
- Piliang, L. H. (2024). *UMKM Penggerak Roda Perekonomian Nasional*. 8(1), 1–8.
- Putri Meli Handayani Catur, P. N. T. P. (2022). Local Economic Development Sebagai Upaya Terwujudnya Pembangunan Berkelanjutan. *Convergence: The Journal of Economic Development*, 4(1), 41–53. <https://doi.org/10.33369/convergencejep.v4i1.23018>
- Rizkiyah Noor, S. (2021). *Strategi Pengembangan Ekonomi Lokal Melalui Kawasan Desa Wisata Berbasis Komoditas Unggulan Kopi Liberika (KBA) Di Desa Kumpai Batu Atas Kecamatan Arut Selatan Local Economic Development Strategy Through A Tourism Village Area Based On The Leading Commo*. 7(2), 1572–1584.
- Sarfiah, S. N., Atmaja, H. E., & Vrawati, D. M. (2019). *Umkm Sebagai Pilar Membangun Ekonomi Bangsa*. 4(1), 137–146.
- Tarmizi, A. (2018). *Strategi pemasaran umkm : literature review*. 3(2), 7502.