

KAJIAN PENGEMBANGAN EKOSISTEM IKM TAPIS LAMPUNG MELALUI PENERAPAN *DESIGN THINKING*

Hadi Kurniawan

*Institusi Seni Budaya Indonesia, Bandung¹
hadi.kurniawan@isbi.ac.id*

Abstrak

Tapis adalah salah satu kerajinan kain Indonesia yang bernilai seni dan estetika tinggi dari wilayah Lampung. Industri kecil menengah (IKM) Tapis Lampung memiliki potensi besar sebagai sektor bisnis unggulan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Para pelaku IKM Tapis Lampung menghadapi berbagai bidang permasalahan dalam menjalankan bisnis sehingga menghambat kelancaran dan kemajuan kegiatan usaha. Beberapa contoh permasalahan yang menjadi tantangan IKM Tapis Lampung dalam kegiatan bisnis antara lain keterbatasan akses pemasaran, permodalan, transformasi digital, regenerasi pelaku usaha, ketersediaan bahan baku, dsb. Berdasarkan hal tersebut perlu adanya upaya-upaya untuk mendukung pengembangan ekosistem bisnis IKM Tapis Lampung agar dapat memecahkan permasalahan serta meningkatkan kemajuan bidang tersebut. Penelitian ini bertujuan mengkaji permasalahan dan menemukan solusi untuk pengembangan ekosistem bisnis sehingga bisa menjadi salah satu rujukan dalam upaya memajukan IKM Tapis Lampung. Metode penelitian ini menggunakan *Design Thinking* yang terdiri dari lima tahap yaitu *empathize, define, ideate, prototype, test*. Hasil penelitian berupa rancangan program kegiatan yang diklasifikasikan dalam sembilan dimensi ekosistem bisnis untuk menjadi solusi masalah-masalah yang dihadapi IKM Tapis Lampung serta meningkatkan kemajuan sektor tersebut.

Kata kunci: IKM Tapis Lampung, *ekosistem bisnis, design thinking*.

Abstract

Tapis is one of Indonesian textile craft that have high art and aesthetic value from Lampung region. Tapis Lampung small and medium industries (IKM) have great potential as a leading business sector to improve community welfare. The Tapis Lampung SMEs face many problems in running their business that can hamper the smoothness and progress business activities. Some problem examples that challenge SME Tapis Lampung in business activities are limited access to marketing, capital, digital transformation, regeneration of business actors, availability of raw materials, etc. Based on the matters, that are needed to many efforts to support the business

ecosystem development of IKM Tapis Lampung so that it can solve problems and increase progress in this field. This research aims to examine problems and find solutions for developing the business ecosystem so that it can become a reference in efforts to advance IKM Tapis Lampung. This research method uses Design Thinking which consists of five stages, there are empathise, define, ideate, prototype, test. The results of this research is the programs and activities design form that are classified into nine dimensions of business ecosystem to provide problems solutions that's faced IKM Tapis Lampung and increase the economy progress of this sector.

Key words: *IKM Tapis Lampung, business ecosystem, design thinking*

PENDAHULUAN

Tapis termasuk kerajinan tekstil yang menjadi kekayaan budaya wastra Nusantara berasal dari masyarakat Lampung. Kerajinan tradisional tersebut adalah kerajinan bernilai seni dan estetika tinggi yang diciptakan oleh para kriyawan dengan kreatifitas serta imajinasi berpadu teknik tradisional yang mengandalkan ketrampilan tangan, kesabaran dan kesungguhan dalam mewujudkan karya. Proses penciptaan karya Tapis yang memiliki tingkat intensitas tinggi tersebut membuat kerajinan ini memiliki nilai jual ekonomi yang relatif tinggi dibandingkan dengan produk modern yang diproduksi secara massal menggunakan teknologi mesin. Hal ini menunjukkan bahwa kain Tapis memiliki potensi besar sebagai produk unggulan untuk sektor industri kreatif dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Salah satu komponen penopang perekonomian di Indonesia adalah IKM. Komponen ini mengambil peran dalam memperluas lapangan kerja, memberikan pelayanan ekonomi.

Merujuk data survei Badan Pusat Statistika terdapat serapan tenaga kerja dengan jumlah 9,58 juta jiwa (atau 49,88 persen dibandingkan dengan pekerja sektor manufaktur) dari sektor industri mikro dan kecil pada tahun 2019 dan 48,22 persennya merupakan pekerja wanita (BPS, 2020). IKM secara luas mampu berperan untuk proses pemerataan dan peningkatan pendapatan masyarakat, mendorong pertumbuhan ekonomi serta mewujudkan stabilitas nasional. Hal tersebut bukan berarti menjadikan sektor ini sebagai komponen utama dalam perekonomian karena para pelaku IKM Tapis masih berkebutuhan pada permasalahan – permasalahan utama seperti permodalan, kemampuan manajerial yang terbatas,

keterbatasan teknologi, dan akses pasar, dll. Beberapa tantangan tersebut menjadi penghambat kelancaran kegiatan usaha dan kemajuan ekosistem bisnis sehingga dibutuhkan upaya untuk mengatasi permasalahannya.

Hasil penelitian dari Haratua dan Wijaya (2020), mengungkapkan bahwa ekosistem kewirausahaan dan bisnis di Indonesia perlu dikembangkan agar terjadi mutualisme antar para aktor dan faktor di dalamnya sehingga memberikan pertumbuhan positif signifikan pada wirausaha baru di Indonesia. Konsep dan definisi dari ekosistem bisnis dan kewirausahaan adalah interaksi yang terjadi antara para pemangku kepentingan institusional dan individu sehingga dapat mendorong kewirausahaan, inovasi dan pertumbuhan usaha kecil dan menengah (UKM) (Isenberg, 2011). Model dari ekosistem kewirausahaan sejatinya menitikberatkan keterkaitan antar aktor untuk dapat menghasilkan kewirausahaan yang produktif dan melahirkan wirausaha baru (Stam & Spiegel, 2016).

Berdasarkan hal tersebut penelitian ini berfokus pada mengkaji permasalahan dan menemukan solusi yang ada pada ekosistem bisnis IKM Tapis Lampung. Penelitian ini dilakukan untuk merancang program dan kegiatan berdasarkan fenomena yang menjadi hambatan dan kebutuhan untuk mendukung upaya kelancaran serta kemajuan usaha IKM Tapis Lampung. Harapannya melalui hasil penelitian ini bisa menjadi rujukan bagi para pelaku usaha dan pihak yang terkait dalam mengembangkan ekosistem bisnis IKM Tapis Lampung.

KAJIAN TEORI

IKM Tapis Lampung

Wastra Tapis Lampung pada awalnya digunakan oleh masyarakat adat sebagai piranti pakaian untuk kebutuhan ritual adat dan budaya. Seiring perkembangan zaman, keindahan dari kain tradisional ini memiliki potensi yang sangat baik pada segi ekonomi. Kain ini memiliki nilai jual yang tinggi karena terkandung nilai seni dan estetika luar biasa. Melalui kreatifitas dan imajinasi para pelaku kerajinan ini melakukan inovasi yang menjadikan Tapis sebagai produk unggulan untuk kebutuhan sehari-hari. Berbagai varian produk berbahan kain Tapis sudah tersedia di pasar untuk memenuhi kebutuhan sandang masyarakat seperti kemeja, tas, topi maupun aksesoris lainnya. Proses pembuatan Tapis yang masih

dilakukan secara tradisional serta penuh dengan sentuhan tangan terampil para pengrajin menjadikan usaha industri kreatif pada sektor ini banya menyerap tenaga kerja sehingga mampu berperan sebagai komponen bisnis dalam usaha meningkatkan pemerataan kesejahteraan masyarakat.

Ekosistem Bisnis

Ekosistem bisnis menitik-beratkan pada terjadinya interaksi antara individu dengan pihak inistitusi pemangku kepentingan dalam upaya mendukung kelancaran dan kemajuan dunia bisnis industri kecil dan menengah. Pertumbuhan kemajuan sektor industri kecil dan menengah di Indonesia perlu didukung dengan hubungan mutualisme yang kondusif antar pelaku usaha dan pihak pemangku kepentingan baik pemerintah maupun swasta sehingga ekosistem bisni bisa berjalan lancar dan terus berkembang. Hasil penelitian dari para ahli dapat ditarik benang merah bahwa ekosistem bisni memiliki sembilan dimensi yang dapat mendukung kemajuan bidang industri kecil dan menengah. Sembilan dimensi ekosistem bisnis tersebut antara lain kebijakan pemerintah, infrastruktur, dukungan sosial dan budaya, sumber daya manusia, keterbukaan akses pasar, pendidikan-pendampingan, dukungan sumber daya keuangan, dukungan teknologi, dan kondisi lingkungan alam (Fortunisa, 2022, 4 (02), pp. 87-101)

Design Thinking

Design thinking bisa dijadikan suatu metode pendekatan berfokus pada menemukan solusi dari hasilkan inovasi dan pengembangan ide kreatif atas dasar permasalahan yang dihadapi oleh pelaku individu sehingga bisa menjadi faktor pendorong kemajuan bisnis. Menurut Plattner, Meinel, & Ulrich (2019) proses design thinking terdiri dari lima langkah proses dengan *loop* iterasi: *empathise*, *define*, *idea*, *prototype* dan uji. Berikut ini penjelasan dari lima tahap tersebut, sebagai berikut:

Fase Pertama “Memahami” (Memahami Masalah):

Pada tahap pertama pertama-tama tentang pengembangan pemahaman terhadap tantangan/ masalah/ kebutuhan atau kebutuhan (*problem understanding*). Banyak metode yang dapat digunakan untuk ini, seperti wawancara, survei tertulis, observasi dengan rekaman melalui foto atau bahkan video. Hasilnya adalah klarifikasi kondisi umum, definisi yang tepat dari kelompok sasaran dan pemahaman yang komprehensif tentang pelanggan dan kebutuhan dan perilakunya.

Fase Kedua “*Define*” (Menentukan masalah):

Setelah observasi, temuan selanjutnya harus diringkas menjadi pengguna prototipe tunggal yang masalah/ kebutuhannya akan diringkas dalam pertanyaan yang didefinisikan dengan jelas.

Fase Ketiga “*Ideate*” (Menemukan dan memilih ide)

Hanya dalam fase inilah proses *brainstorming* yang sebenarnya terjadi. Ide-ide kemudian dapat dianalisis dengan cara berorientasi pelanggan untuk mengidentifikasi titik-titik lemah, dan keputusan pemilihan dapat dibuat berdasarkan evaluasi ide.

Fase Keempat “*Prototype*” (Mengembangkan prototipe)

Dalam fase yang sangat penting ini, ide harus divisualisasikan secepat mungkin, dibuat nyata, dibuat sketsa, dirancang, dimodelkan/ disimulasikan dan lain-lain. Mengikuti bidang teknis seseorang dapat berbicara disini tentang “Prototipe Cepat”, di mana pengembangan prototipe berlaku jelas tidak hanya untuk produk, tetapi juga untuk layanan.

Fase Kelima “Uji”

Pada fase terakhir ini, ide-ide tersebut akan dikembangkan dan diuji lebih lanjut melalui eksperimen lebih lanjut dan umpan balik pelanggan. Selain itu, pengembangan penting, produksi dan masalah pasar harus diklarifikasi.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode *Design Thinking*, yang prosesnya terdapat lima tahap terdiri dari *empathy, define, idea, prototype, testing*. Terkadang tahapan dalam *design thinking* ini tidak selalu berurutan, dan sering kali dijalankan secara paralel, tidak berurutan, dan berulang (*Stanford Design School, 2008*). Tahap pertama, *empathise* atau memahami, berfokus untuk memperoleh

pemahaman empati tentang permasalahan dan kebutuhan. Langkah ini dilakukan melalui wawancara narasumber dari Disperindag Provinsi Lampung serta literasi terkait ekosistem bisnis IKM Tapis Lampung. Penggalan data-data terkait permasalahan dan kebutuhan IKM Tapis merujuk pada sembilan dimensi ekosistem bisnis. Tahap kedua yaitu *define* bertujuan untuk mengeksplorasi permasalahan dari berbagai dimensi ekosistem bisnis untuk mendapatkan solusi. Masalah-masalah yang ditemukan dikelompokkan berdasarkan kategori yang sesuai. Tahap ketiga dalam proses *design thinking* didedikasikan untuk ideasi dengan merumuskan *HMW Questions* untuk mengkomunikasikan dan memicu lebih banyak ide-ide kreatif serta *brainstroming*. Tahap keempat yaitu *prototype* yang mana ide-ide disimulasikan pada matriks pengembangan ekosistem bisnis IKM Tapis Lampung. *Prototyping* ini dibuat untuk mengetahui berbagai permasalahan serta program dan kegiatan sebagai solusi dalam pengembangan ekosistem bisnis IKM Tapis Lampung. Tahap kelima yaitu *testing* atau uji yang mana hasil dari tahap *prototype* akan diuji untuk mendapatkan solusi yang paling tepat. Pengujian hasil pengembangan dilakukan kepada seluruh sampel penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hal yang telah dilakukan dalam penelitian ini diantaranya studi literatur dan pengamatan fenomena yang terjadi saat ini, kemudian proses *design thinking* (*empathize, define, ideate, prototype, dan testing*), setelah itu dilakukan analisis hasil pembahasan. Pada penelitian ini dihasilkan rekomendasi desain pengembangan ekosistem bisnis IKM Tapis Lampung yang diharapkan dapat meningkatkan pemerataan dan kesejahteraan ekonomi bagi masyarakat. Berikut merupakan hasil dan pembahasan dari penelitian ini, yaitu:

Empathise (Memahami)

Berbagai permasalahan dilakukan melalui eksplorasi data-data berdasarkan studi literasi dari sumber pustaka dan wawancara dengan narasumber dengan merujuk pada sembilan dimensi ekosistem bisnis. Hasil penggalian data melalui wawancara Yulvan dari Disperindag Lampung pada tanggal 2-3 Januari 2023, yaitu belum optimalnya pemasaran IKM Tapis skala lokal-global, keterbatasan akses permodalan, kurangnya manajemen keuangan, rendahnya inovasi, keterbatasan mitra pemasok bahan baku, teknologi, rendahnya manajemen pengembangan wirasusaha, belum optimalnya kebijakan pemerintah.

Permasalahan yang terdapat dalam IKM Tapis di Sumberejo Kab. Tanggamus yaitu manajemen kelola kurang efektif, kurangnya ketersediaan bahan baku, upah kerja rendah, harga jual produk rendah, keterbatasan akses permodalan (Sofiatun, 2017). Permasalahan yang dihadapi IKM Tapis di Batanghari Kab. Lampung Timur yaitu etos kerja dan konsistensi belum optimal, keterbatasan akses pasar online, fluktuasi keuangan internal (Berliana, 2020). Permasalahan IKM Tapis di Desan Negeri Katon Kab. Pesawaran-Lampung yaitu rendahnya pemanfaatan sumber daya, Tingkat ketrampilan pengrajin rendah, fasilitasi pelatihan terbatas, promosi produk kurang, pemasaran online rendah (Handayani, 2023).

Define

Tahap ini mendefinisikan masalah sebagai pernyataan masalah yang terpusat pada *stakeholder* yang telah dipilih. Hasil pada tahap *define* adalah *Point of View (PoV)*, penetapan *PoV Madlib* dan *HMW Question*. IKM Tapis sebagai *user* memiliki kebutuhan dari *PoV Madlib* yaitu kebijakan pemerintah optimal, perluasan akses mitra dan ketersediaan bahan baku, edukasi produk ke konsumen, pelestarian budaya Tapis, inovasi produk, etos kerja tinggi, manajemen kelola optimal, perluasan akses pasar *online* dan *offline*, kemudahan akses permodalan, pemanfaatan teknologi dan sumber daya optimal. Berdasarkan beberapa kebutuhan tersebut menghasilkan pertanyaan-pertanyaan melalui *HmW* yang bisa menstimulasi ide-ide melalui *brainstorming* untuk mendapatkan solusi. Berikut beberapa pertanyaan antara lain bagaimana pengadaan dan peningkatan regulasi dari pemerintah, bagaimana perluasan akses mitra pemasok, bagaimana pengadaan

sarana dan prasarana alternatif bahan baku, bagaimana peningkatan minat beli konsumen, bagaimana peningkatan kelestarian budaya Tapis, bagaimana peningkatan inovasi produk, bagaimana perluasan pasar, bagaimana peningkatan sumber daya manusia dan manajemen usaha, bagaimana peningkatan pemanfaatan teknologi, bagaimana peningkatan potensi sumber daya alam?

Idea

Setelah mendefinisikan masalah dan kebutuhan stakeholder pada *Point of View*, *PoV Madlib* dan *HMW Question* maka tahap selanjutnya adalah ideasi. Tahap ini merupakan tahap untuk menghasilkan ide-ide. Pertanyaan terkait bagaimana pengadaan dan peningkatan regulasi pemerintah, melalui *brainstorming* dapat menghasilkan ide-ide yaitu analisa kebutuhan IKM Tapis, melibatkan pihak pihak terkait dalam pembuatan regulasi, membentuk tim ahli penyusunan *draft* regulasi, pengesahan dan pelaksanaan regulasi, pengawasan dan evaluasi kinerja regulasi, sosialisasi regulasi. Pertanyaan terkait bagaimana perluasan mitra dan ketersediaan bahan baku, melalui *brainstorming* dapat menghasilkan ide-ide yaitu pemetaan mitra bahan baku, membangun jejaring komunikasi, pemetaan alternatif bahan baku lokal, peningkatan kelola manajemen bahan baku, pengadaan lembaga mandiri penyedia bahan baku.

Pertanyaan terkait bagaimana peningkatan minat beli konsumen, melalui *brainstorming* dapat menghasilkan ide-ide yaitu membangun jejaring komunikasi antar IKM dan konsumen, pengadaan ruang kreatif kolaborasi, peningkatan pemahaman konsumen. Pertanyaan terkait bagaimana peningkatan kelestarian budaya Tapis, melalui *brainstorming* dapat menghasilkan ide-ide yaitu membangun ruang komunikasi dan edukasi kepada generasi muda, mendorong generasi muda menjadi pelaku usaha IKM Tapis. Pertanyaan terkait bagaimana upaya peningkatan inovasi produk, melalui *brainstorming* dapat menghasilkan ide-ide yaitu membangun jejaring dan kerjasama antar IKM dan lembaga riset, peningkatan ketrampilan, fasilitasi bantuan dana riset. Pertanyaan terkait peningkatan etos kerja dan konsistensi kualitas produk, melalui *brainstorming* dapat menghasilkan ide-ide yaitu pemetaan standar kualitas produk, studi banding dengan industri terkait, peningkatan manajemen pengendalian mutu. Pertanyaan terkait bagaimana upaya perluasan akses pasar IKM, melalui *brainstorming* dapat

menghasilkan ide-ide yaitu pemetaan mitra pasar, kerjasama dengan mitra distributor, aktifitas promosi produk skala lokal-global, peningkatan ketrampilan pasar digital. Pertanyaan terkait bagaimana peningkatan manajemen kelola usaha, melalui *brainstorming* dapat menghasilkan ide-ide yaitu peningkatan ketrampilan manajemen perencanaan dan diversifikasi bisnis, manajemen keuangan, resiko dan perlindungan aset dan literasi keuangan digital.

Pertanyaan terkait bagaimana peningkatan akses permodalan usaha, melalui *brainstorming* dapat menghasilkan ide-ide yaitu mendorong kerjasama dengan lembaga pembiayaan, peningkatan ketrampilan tata cara pengajuan modal usaha, pengadaan pinjaman modal terjangkau. Pertanyaan terkait bagaimana peningkatan ketrampilan teknologi, melalui *brainstorming* dapat menghasilkan ide-ide yaitu menambah wawasan pasar digital, pengadaan *platform* pasar digital, sosialisasi *platform* digital kepada konsumen. Pertanyaan terkait bagaimana peningkatan pemanfaatan potensi sumber daya alam, melalui *brainstorming* dapat menghasilkan ide-ide yaitu pemetaan SDA lokal, pemberdayaan masyarakat dan kerjasama IKM.

Prototype

Pada tahap *prototype* hasil ideasi diwujudkan dalam bentuk yang lebih tampak atau simulasi sampel dengan mengubah ide-ide menjadi beberapa *prototype* dalam bentuk kegiatan untuk solusi permasalahan. Ide-ide terkait regulasi dapat diupayakan melalui beberapa kegiatan yaitu kajian regulasi, bincang budaya perspektif norma adat, pelatihan dan pendampingan regulasi, fasilitasi regulasi upah kerja pengrajin, fasilitasi regulasi hari Tapis dan penyerapan produk pada industri pariwisata. Ide-ide terkait bahan baku dapat diupayakan melalui beberapa kegiatan yaitu pemetaan mitra pemasok, FGD mitra dan IKM Tapis, pelatihan *e-commerce* untuk jejaring mitra, fasilitasi partisipasi IKM pada pameran mitra pemasok, pelatihan manajemen kelola bahan baku, riset bahan baku alternatif, pendirian koperasi bahan baku, pendampingan kelola koperasi. Ide-ide terkait minat beli konsumen diupayakan melalui beberapa kegiatan yaitu penyelenggaraan pameran produk dan pekan kreatif, fasilitasi sentra edukasi Tapis pembuatan literasi pustaka dan digital, pembuatan *platform* digital edukasi.

Ide-ide terkait kelestarian budaya Tapis diupayakan melalui beberapa kegiatan yaitu penyelenggaraan festival budaya, kompetisi desain produk, pelatihan pengrajin muda, dana insentif pengrajin muda. Ide-ide terkait inovasi produk diupayakan melalui beberapa kegiatan yaitu pelatihan kreatif dan inovasi, FGD kreatif antar IKM, pemerintah dan akademik, kerjasama riset inovasi produk, pengadaan dana hibah riset, pendirian pusat riset inovasi produk, pelatihan aplikasi digital 3D desain. Ide-ide terkait konsistensi kualitas produk diupayakan melalui beberapa kegiatan yaitu pemetaan standar kualitas, pelatihan manajemen pengendalian mutu, *benchmarking* standar kualitas produk. Ide-ide terkait etos kerja dan manajemen SDM diupayakan melalui beberapa kegiatan yaitu pelatihan kewirausahaan, pelatihan organisasi usaha, pendampingan perubahan manajemen, fasilitasi sertifikasi kompetensi. Ide-ide terkait akses pemasaran diupayakan melalui beberapa kegiatan yaitu pemetaan konsumen potensial, FGD mitra distributor, even promosi tahunan, partisipasi IKM Tapis pada even pameran skala lokal-global. Ide-ide terkait manajemen perencanaan bisnis diupayakan melalui beberapa kegiatan yaitu pelatihan pengembangan dan diversifikasi bisnis. Ide-ide terkait manajemen keuangan bisnis diupayakan melalui beberapa kegiatan yaitu pelatihan manajemen keuangan, pengelolaan alur kas usaha, ketrampilan aplikasi keuangan digital, pelatihan manajemen resiko dan perlindungan aset bisnis.

Ide-ide terkait akses permodalan diupayakan melalui beberapa kegiatan yaitu fasilitasi pembiayaan modal terjangkau, kerjasama IKM dan industri keuangan, dana hibah IKM unggul, pelatihan pengajuan permodalan, pelatihan *platform crowdfunding*. Ide-ide terkait teknologi diupayakan melalui beberapa kegiatan yaitu pelatihan *marketing online* sosial media, pengadaan aplikasi *mobile* pasar *online*, pelatihan dan sosialisasi aplikasi *mobile*. Ide ide terkait sumber daya alam diupayakan melalui beberapa kegiatan yaitu pemetaan potensi SDA, FGD dan pendampingan desa wisata Tapis.

Tahap Uji (*Testing*)

Setelah prototipe, maka hasil yang telah diprototipe dilakukan pengujian untuk mengetahui *feedback*. Pada studi ini tahap *testing* dilakukan menggunakan metode kuesioner untuk penilaian kesesuaian antara prototipe solusi program kegiatan dengan permasalahan yang merujuk pada sembilan dimensi ekosistem

bisnis. Dimensi kebijakan pemerintah untuk pengembangan ekosistem bisnis IKM Tapis melalui kegiatan kajian regulasi, bincang budaya perspektif norma adat, pelatihan dan pendampingan regulasi, fasilitasi regulasi upah kerja pengrajin, fasilitasi regulasi hari Tapis dan penyerapan produk pada industri wisata memiliki kesesuaian dengan tujuan capaian. Dimensi infrastruktur bahan baku untuk pengembangan ekosistem bisnis IKM Tapis melalui kegiatan pemetaan mitra pemasok, FGD mitra dan IKM Tapis, pelatihan *e-commerce* untuk jejaring mitra, fasilitasi partisipasi IKM pada pameran mitra pemasok, pelatihan manajemen kelola bahan baku, riset bahan baku alternatif, pendirian koperasi bahan baku, pendampingan kelola koperasi memiliki kesesuaian dengan tujuan capaian. Dimensi sosial dan budaya untuk pengembangan ekosistem bisnis IKM Tapis melalui kegiatan penyelenggaraan festival budaya, kompetisi desain produk, pelatihan pengrajin muda, dana insentif pengrajin muda, penyelenggaraan pameran produk dan pekan kreatif, fasilitasi sentra edukasi Tapis pembuatan literasi pustaka dan digital, pembutaan *platform* digital edukasi memiliki kesesuaian dengan tujuan capaian.

Dimensi sumber daya manusia untuk pengembangan ekosistem bisnis IKM Tapis melalui kegiatan pelatihan kreatif dan inovasi, FGD kreatif antar IKM, pemerintah dan akademik, kerjasama riset inovasi produk, pengadaan dana hibah riset, pendirian pusat riset inovasi produk, pelatihan aplikasi digital 3D desain, pemetaan standar kualitas, pelatihan manajemen pengendalian mutu, *benchmarking* standar kualitas produk, pelatihan kewirausahaan, pelatihan organisasi usaha, pendampingan perubahan manajemen, fasilitasi sertifikasi kompetensi memiliki kesesuaian dengan tujuan capaian. Dimensi keterbukaan akses pasar untuk pengembangan ekosistem bisnis IKM Tapis melalui kegiatan pemetaan konsumen potensial, FGD mitra distributor, even promosi tahunan, partisipasi IKM Tapis pada even pameran skala lokal-global memiliki kesesuaian dengan tujuan capaian. Dimensi pendidikan dan pendampingan untuk pengembangan ekosistem bisnis IKM Tapis melalui kegiatan pelatihan manajemen keuangan, pengelolaan alur kas usaha, ketrampilan aplikasi keuangan digital, pelatihan manajemen resiko dan perlindungan aset bisnis, pelatihan pengembangan dan diversifikasi bisnis memiliki kesesuaian dengan tujuan capaian. Dimensi sumber daya keuangan untuk

pengembangan ekosistem bisnis IKM Tapis melalui kegiatan fasilitasi pembiayaan modal terjangkau, kerjasama IKM dan industri keuangan, dana hibah IKM unggul, pelatihan pengajuan permodalan, pelatihan *platform crowdfunding* memiliki kesesuaian dengan tujuan capaian. Dimensi teknologi untuk pengembangan IKM Tapis melalui kegiatan pelatihan *marketing online* sosial media, pengadaan aplikasi *mobile* pasar *online*, pelatihan dan sosialisasi aplikasi *mobile* memiliki kesesuaian dengan tujuan capaian. Dimensi sumber daya alam untuk pengembangan IKM Tapis melalui kegiatan pemetaan potensi SDA, *FGD* dan pendampingan desa wisata Tapis memiliki kesesuaian dengan tujuan capaian.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Melalui penerapan design thinking menghasilkan solusi kegiatan dalam memecahkan masalah yang dihadapi pelaku usaha untuk pengembangan ekosistem bisnis IKM Tapis Lampung. Permasalahan digali berdasarkan keterangan para pelaku usaha IKM Tapis dan pihak terkait menghasilkan rumusan masalah dan kebutuhan. Data tersebut dirumuskan sehingga menghasilkan pernyataan masalah menggunakan pendekatan *Pov Madlib* dan *HmW* didapatkan pertanyaan pertanyaan yang memancing ide melalui *brainstroming*. Hasil ide-ide digunakan sebagai solusi pemecahan masalah yang diterjemahkan menjadi prototipe program kegiatan pengembangan ekosistem bisnis IKM Tapis Lampung.

Saran

Penelitian ini masih bisa dikembangkan lagi dengan menambah sumber data dari lintas institusi pemerintahan dan swasta sehingga akan didapatkan infoemasi dan fenomena yang memiliki sudut pandang lebih luas. Hasil penelitian bisa menjadi rujukan untuk program kegiatan pengembangan ekosistem IKM Tapis Lampung dan diperlukan tindaklanjut *FGD* oleh para pelaku usaha dan pihak terkait untuk menyatukan pandangan agar selaras dalam menjalankan rancangan ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik. 2020. Profil Industri Mikro dan Kecil 2020. Badan Pusat Statistik. Diakses dari <https://www.bps.go.id/publication.html>
- Berliana, Clara. 2020. *Analisis Strategi Pemasaran Produk Tradisional Tapis Lampung Melalui Media Digital Dilihat Dari Perspektif Etika Bisnis Islam*. FEB Islam UIN Raden Intan Lampung.
- Handayani, Agustuti, dkk. 2023. Pemberdayaan Masyarakat Dalam Pengembangan Ekowisata Berbasis Kain Tapis Di Desa Negeri Katon Kabupaten Pesawaran. *Jurnal Pengabdian UMKM Universitas Bandar Lampung*. Vol. 2. No. 2. Hal 91-97.
- Haratua, A. & Wijaya, C. 2020. Membangun Ekosistem Kewirausahaan untuk Usaha Mikro dan Kecil di Indonesia: Sebuah Tinjauan Literatur. *Jurnal Ilmu Administrasi Negara*. Vol. 16. No. 2. Hal 36-47.
- Isenberg, D. 2011. *The Entrepreneurship Ecosystem Strategy as a New Paradigm of Economics Policy: Principle of Cultivating Entrepreneurship*. Institute of International and European Affairs, Ireland.
- Plattner, H., Meinel, C. & Ulrich, W. 2019. *Design-Thinking*. Munchen. mi-Wirtschaftsbuch.
- Roterberg, C. 2018. *Handbook of Design Thinking*. Diakses dari [researchgate.net](https://www.researchgate.net)
- Sofiatun, Umi. 2017. *Analisis Manajemen Pengelolaan Usaha Tapis dan Peran Pemerintah dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Perspektif Islam*. Bandar Lampung. FEB UIN Raden Intan Lampung.
- Stanford Design School. 2008. An introduction to design thinking-Process guide. In Hasso Plattner Institute of Design at Stanford University. Diakses pada tanggal 10 Desember, 2021, dari: <https://dschoolold.stanford.edu/sandbox/groups/designresources/wiki/36873/attachments/74b3d/ModeGuideBOOTCAMP2010L.pdf>
- Stam, E. & Spiegel, B. 2016. Entrepreneurial Ecosystems. *Discussion Paper Series Utrecht School of Economics*, Vol. 16. No. 13. Hal 1-15.