

## Pelestarian Kain Tapis Lampung melalui Inovasi Produk pada UMKM Thasya Ethnic Bandar Lampung

Pijar Syiffa Aditama<sup>1</sup>, Ghina Roudhotul Jannah<sup>2</sup>, Sultan Naufal Muzakki<sup>3</sup>,  
Annisa Nisfisyahrini Halim<sup>3</sup>, Muhammad Surya Santoso<sup>3</sup>, Ihsan Fadillah Putra<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Hubungan Internasional, Universitas Lampung

\*Email: [2316071001@students.unila.ac.id](mailto:2316071001@students.unila.ac.id)

### Histori Artikel:

Diajukan:  
15/06/2026

Diterima:  
17/06/2026

Diterbitkan:  
25/06/2026

### Abstract

*Lampung tapis cloth is a cultural heritage of Lampung that represents rich philosophical values and a strong cultural identity. However, globalization, changing lifestyles, and the declining interest of younger generations have posed significant challenges to its preservation. This study aims to analyze the product innovation strategies implemented by Thasya Ethnic, a local small and medium-sized enterprise (SME), in preserving Lampung tapis cloth while enhancing its relevance in the modern market. The research employed a qualitative approach with a case study design. Data were collected through observation, in-depth interviews with the owner of the enterprise, and documentation, and were analyzed using the interactive model of Miles, Huberman, and Saldaña. The findings indicate that Thasya Ethnic adopts a product diversification strategy by transforming tapis cloth into various modern products, including fashion items, accessories, souvenirs, and home décor. This innovation enables the cultural values of tapis to remain integrated into everyday life, expands market reach, enhances its appeal to younger generations, and creates economic opportunities for entrepreneurs and local artisans. In addition to serving as a business strategy, Thasya Ethnic's product innovation has proven to be an effective instrument for cultural preservation, as it maintains the cultural identity of Lampung without compromising the cultural meanings embedded in the cloth. Therefore, local culture-based product innovation can serve as a relevant approach to ensuring the sustainability of cultural heritage amid the dynamics of modernization and the digital economy.*

**Keywords:** *tapis cloth; cultural preservation; product innovation; small and medium-sized enterprises (SMEs); Thasya Ethnic*

### Abstrak

Kain tapis merupakan warisan budaya khas Lampung yang memiliki nilai filosofis dan identitas budaya yang kuat. Namun, perkembangan globalisasi, perubahan gaya hidup, dan menurunnya minat generasi muda menyebabkan eksistensi kain tapis menghadapi berbagai tantangan. Penelitian ini bertujuan menganalisis strategi inovasi produk yang dilakukan UMKM Thasya Ethnic dalam melestarikan kain tapis Lampung sekaligus meningkatkan relevansinya di pasar modern. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain studi kasus. Data diperoleh melalui observasi, wawancara mendalam dengan pemilik usaha, dan dokumentasi, kemudian dianalisis menggunakan model interaktif Miles, Huberman, dan Saldaña. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Thasya Ethnic menerapkan strategi diversifikasi produk dengan mentransformasikan kain tapis ke dalam berbagai bentuk produk modern seperti busana, aksesoris, souvenir, dan dekorasi rumah. Inovasi tersebut memungkinkan nilai budaya tapis tetap hadir dalam kehidupan sehari-hari masyarakat, memperluas jangkauan pasar, meningkatkan daya tarik bagi generasi muda, serta menciptakan peluang ekonomi bagi pelaku usaha dan pengrajin lokal. Selain berfungsi sebagai strategi bisnis, inovasi produk Thasya Ethnic terbukti menjadi instrumen pelestarian budaya yang efektif karena mampu mempertahankan identitas budaya Lampung tanpa menghilangkan makna yang terkandung dalam kain tapis. Dengan demikian, inovasi produk berbasis budaya lokal dapat menjadi pendekatan yang relevan dalam menjaga keberlanjutan warisan budaya di tengah dinamika modernisasi dan ekonomi digital.

**Kata Kunci** : Kain tapis; Pelestarian budaya; Inovasi produk; UMKM; Thasya Ethnic

### Pendahuluan

Indonesia merupakan negara yang dikenal negara multikultural yang memiliki keragaman suku, bahasa, adat istiadat, dan budaya. Keanekaragaman menjadi aset utama bagi identitas bangsa di tingkat nasional maupun internasional. Keanekaragaman tersebut tercermin melalui berbagai warisan budaya, seperti suku, bahasa, seni tradisional, kerajinan tangan, hingga pakaian adat yang berkembang di setiap daerah Indonesia. Selain itu, di Indonesia terdapat pelbagai kain tradisional yang menyajikan berbagai motif yang khas, memiliki daya tarik, serta mengandung nilai-nilai luhur yang cukup mendalam.

Beragam warisan budaya yang tersebar di Pulau Sumatera, salah satunya yang amat memukau yakni Lampung. Dengan letak geografis yang strategis, Lampung dikenal sebagai pintu gerbang Sumatera yang menyajikan keindahan pariwisata bahari, budaya, hingga suku. Terletak di penghujung Pulau Sumatera, Provinsi Lampung terdapat dua kelompok masyarakat adat pada suku Lampung, yakni kelompok adat Saibatin dan Pepadun. Pengelompokan masyarakat adat Lampung didasarkan pada kebiasaan dan nilai-nilai kehidupan sehari-hari. Budaya yang terdapat di Suku Lampung tercermin dalam berbagai aspek kehidupan masyarakat, mulai dari sistem kekerabatan, upacara adat, seni pertunjukan, hingga kerajinan tradisional yang diwariskan secara turun-temurun. Keberagaman budaya tersebut menjadi bagian penting dalam menjaga identitas masyarakat Lampung di tengah arus modernisasi dan globalisasi (Khasanah, 2025).

Masyarakat Lampung memandang kain tapis sebagai representasi identitas budaya yang sarat makna filosofis dan memiliki kekayaan makna dan nilai filosofis sesungguhnya. Bagi masyarakat Lampung, kain tapis merupakan benda pakaian yang dianggap berpamor. Setiap motif tenunan yang dikerjakan menyuguhkan makna sejarah Lampung. Selain itu, teknik penyulamannya mempresentasikan simbol-simbol yang diyakini sebagai hubungan antarsesama manusia dengan Tuhan, serta lingkungan sosial (Martini dkk., 2025). Secara umum dan terkenal, kain tapis yang bermotif layaknya berayun mencerminkan representasi struktur sosial dan kehidupan sosial masyarakat Lampung sebagaimana adanya sistem kekerabatan, utamanya di Suku Lampung.

Bagi masyarakat Lampung, kain tapis adalah simbol keagungan. Karena itu dikenakan pada kaum perempuan. Terlebih, masyarakat Lampung memegang pandangan falsafah yakni Piil Pessengiri, yang berdasar pada nilai kehormatan, harga diri, serta menaruh penghargaan terhadap adat dan tradisi (Martini dkk., 2025). Kain tapis tidak hanya berfungsi sebagai busana adat, namun Kain Tapis telah menjadi representasi Lampung yang tidak hanya sekadar kain tenun adat sekaligus pelengkap pakaian adat saja. Kain tapis merupakan kain tenun yang berwujud sulaman benang emas atau perak (Sjaiful dkk., 2025). Kain Tapis berfungsi sebagai pelengkap pakaian adat Lampung. Selain itu, biasanya kain tapis juga dapat dimanfaatkan sebagai pernikahan adat bagi suku Lampung, hingga penyambutan tamu.

Dalam kehidupan masyarakat Lampung, kain tapis memiliki peranan penting untuk dijadikan berbagai kegiatan adat, seperti upacara pernikahan, pemberian gelar adat, dan perayaan tradisional lainnya. Sebagaimana pentingnya, kain

tapis mencerminkan kedudukan sosial dalam pemakainya (Dahlan dkk., 2012). Di samping itu, keberadaan kain tapis sudah menjadi hal yang tidak dapat dipisahkan di mana bagi masyarakat asli Lampung. Keunikan motif, teknik pembuatan, serta nilai budaya yang terkandung di dalamnya perlu dilestarikan. Maka, kain tapis merupakan aset dan identitas bagi masyarakat Lampung karena corak berwarna emas yang menciptakan gaya unik dan upaya mengomunikasikan karakter.

Begitu kencangnya arus globalisasi dan perkembangan teknologi memungkinkan menggeser perubahan gaya hidup sehingga masyarakat menghadapi tantangan dalam mempertahankan keberlanjutannya pada warisan budaya. Menurut UNESCO, warisan budaya takbenda perlu dijaga melalui proses pewarisan, adaptasi, dan partisipasi masyarakat agar tetap relevan dengan perkembangan zaman (UNESCO, t.t.). Sejumlah tantangan terhadap budaya kontemporer, keberadaan kain tapis mengalami penurunan minat masyarakat terhadap kain tapis. Utamanya, kaum muda cenderung memandang kain tapis sebagai produk yang dipergunakan untuk kegiatan adat ataupun seremonial semata. Pada kenyataannya, promosi kain tapis di Lampung sebagai busana sehari-hari masih relatif terbatas, terutama untuk penggunaan di lingkungan kerja, institusi pendidikan, maupun kegiatan masyarakat. Hal ini berdampak pada eksistensi kain tapis sebagai simbol budaya Lampung yang akan mengalami degradasi nilai-nilai identitas Lampung sendiri di masa mendatang. Oleh sebab itu, upaya pelestarian kain tapis Lampung perlu ditingkatkan dan tidak hanya berorientasi pada perlindungan budaya, akan tetapi kain tapis menjadi sebuah kebutuhan dan preferensi pasar modern. Hal tersebut yang dilakukan oleh Thasya Ethnic.

Thasya Ethnic merupakan industri kreatif yang bergerak pada bidang promosi budaya, khususnya kreasi kain tapis. Didirikan oleh Ibu Nuraini, Thasya Ethnic merupakan toko usaha mikro kecil dan menengah atau selanjutnya dapat disingkat UMKM yang menyediakan aneka cenderamata, *home decor* busana pakaian yang dimodifikasi oleh adat Lampung (Thasya Ethnic, t.t.). Hingga kini, Thasya Ethnic juga memperkenalkan pelbagai produk unggulan yaitu kain tapis dengan beragam jenis dan desain yang menunjukkan inovasi produk kepada masyarakat khalayak, tanpa menghilangkan makna dan nilai yang melekat. Upaya tersebut, Thasya Ethnic dapat mengembangkan potensi produk budaya lokal Lampung melalui kerajinan-kerajinan tangan sesuai kepopuleran zaman sehingga efektif dalam menjaga keberlanjutan warisan budaya Lampung, sekaligus meningkatkan daya saing produk lokal di tengah perkembangan industri kreatif.

Penelitian mengenai pelestarian warisan budaya tekstil lokal dalam konteks modernisasi dan globalisasi telah mendapat perhatian yang cukup signifikan dalam beberapa dekade terakhir. Martini et al. (2025) menegaskan bahwa kain tapis Lampung bukan sekadar produk sandang, melainkan manifestasi identitas kultural, refleksi struktur sosial, dan representasi nilai-nilai filosofis yang terinternalisasi dalam kehidupan masyarakat Lampung. Kajian ini memberikan landasan pentingnya mempertahankan dimensi simbolik kain tapis di tengah arus perubahan zaman. Dengan adanya dominasi tekstil berbasis industri dan pergeseran selera generasi muda mendorong degradasi praktik tenun tradisional serta berkurangnya minat generasi penerus untuk mewarisi keahlian tersebut. Sementara itu, Wantoro dan Kasmana (2017) menambahkan bahwa minimnya integrasi kain tapis dalam kehidupan sehari-hari memperburuk ancaman keberlangsungan warisan budaya ini, sehingga diperlukan upaya pelestarian yang terstruktur dan adaptif terhadap konteks kehidupan modern.

Dari perspektif UMKM, inovasi produk merupakan salah satu strategi penting untuk mempertahankan keberlanjutan usaha sekaligus merespons perubahan kebutuhan pasar. Tatik (2021) menunjukkan bahwa pelaku UMKM mampu bertahan melalui berbagai bentuk adaptasi, termasuk diversifikasi produk dan penyesuaian strategi usaha. Dalam konteks kain tapis Lampung, Purnama et al. (2023) menemukan bahwa pengembangan produk turunan tapis mampu memperluas pemanfaatan warisan budaya tersebut ke segmen pasar yang lebih beragam.

Pada tataran konseptual, kerangka Glocalization yang dikembangkan oleh Amiruddin dan Manda (2024) menawarkan perspektif bagaimana nilai-nilai lokal dapat diadaptasi secara strategis dalam menghadapi tekanan globalisasi. Setiawan et al. (2025) memperkuat argumen ini dengan menunjukkan potensi teknologi digital, seperti augmented reality, sebagai medium untuk memperluas promosi dan memperkenalkan warisan budaya tekstil kepada audiens yang lebih luas. Keseluruhan kajian tersebut secara bersama membangun kesadaran bahwa pelestarian budaya tidak dapat dipisahkan dari inovasi strategis yang responsif terhadap dinamika pasar. Meskipun demikian, literatur yang ada masih menyisakan kesenjangan mendasar yang belum terjawab secara memadai. Kajian pelestarian kain tapis yang cenderung berhenti pada dokumentasi nilai simbolik dan ancaman degradasinya, tanpa menelusuri secara empiris bagaimana mekanisme inovasi produk dapat menjadi instrumen pelestarian budaya yang berkelanjutan. Dimensi budaya dan dimensi strategi bisnis masih diperlakukan sebagai dua ranah yang terpisah, padahal keduanya saling menentukan keberhasilan pelestarian warisan budaya lokal. Penelitian Halim et

al. (2026) yang menganalisis strategi Glocalization Thasya Ethnic secara holistik dalam merespons dinamika ekonomi digital memang telah mencatat praktik efisiensi operasional dan adaptasi produk, namun belum mendalami secara spesifik bagaimana inovasi produk berbasis kain tapis berperan sebagai strategi pelestarian budaya yang disengaja, bukan sekadar respons pasar yang reaktif. Dimensi kesadaran budaya dalam setiap keputusan inovasi produk belum mendapat perhatian analitis yang memadai. Untuk menjembatani kesenjangan tersebut, penelitian ini menggunakan konsep Glocalization sebagai benang merah teoretis utama yang mengintegrasikan teori resiliensi UMKM dan teori keberlanjutan budaya. Hubungan antarteori ini berpijak pada premis bahwa kemampuan bertahan hidup (survival) bisnis UMKM dan eksistensi nilai budaya tidak bergerak secara dikotomis atau saling mengorbankan, melainkan bersifat konvergen. Melalui lensa Glocalization, strategi adaptasi ekonomi UMKM ditingkatkan dari tindakan taktis yang reaktif menjadi strategi pelestarian yang disengaja (deliberate strategy), di mana komersialisasi digital tidak menggerus nilai intrinsik tekstil tradisional, melainkan menjadi sirkuit baru bagi transmisi budaya lokal di pasar kontemporer.

Lebih jauh, belum ada penelitian yang secara eksplisit memetakan relasi antara inovasi produk kain tapis dengan keberlangsungan nilai kultural yang terkandung di dalamnya. Pertanyaan mengenai sejauh mana transformasi tapis ke dalam bentuk modern seperti dekorasi rumah dan aksesoris fashion masih mempertahankan esensi budaya yang melekat padanya, atau justru menggerusnya, belum pernah dijawab secara sistematis. Kesenjangan inilah yang mendorong penelitian ini hadir dengan pendekatan yang lebih terfokus pada dimensi budaya dan strategi pelestarian yang spesifik, guna mengidentifikasi bagaimana strategi pemasaran digital UMKM Thasya Ethnic mengintegrasikan edukasi nilai kultural untuk meningkatkan relevansi pasar sekaligus mempertahankan identitas budaya Lampung di pasar kontemporer.

Melalui rumusan tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi desain dan pola pemasaran digital Thasya Ethnic sebagai upaya pelestarian kain tapis Lampung dalam konteks transformasi budaya dan ekonomi digital. Di samping itu, kajian ini berupaya memetakan sejauh mana nilai filosofis dan identitas makna simbolik kain tapis dapat dipertahankan melalui diversifikasi produk modern yang dikembangkan oleh Thasya Ethnic. Pada akhirnya, luaran dari penelitian ini diharapkan mampu merumuskan sebuah model strategi pelestarian budaya berbasis inovasi produk dan pemasaran kultural (*cultural branding*) yang dapat menjadi referensi adaptif bagi UMKM industri kreatif lokal

lainnya dalam menghadapi tekanan globalisasi serta perubahan pola konsumsi digital.

### **Medote Penelitian**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Pilihan ini didasarkan pada kesesuaian antara karakter masalah yang diteliti dengan cara kerja pendekatan tersebut. Ketika objek kajian menyangkut budaya, identitas, dan makna, angka dan statistik tidak cukup untuk menjelaskan apa yang sesungguhnya terjadi. Creswell (2014) menjelaskan bahwa penelitian kualitatif bertujuan untuk memahami makna yang diberikan individu atau kelompok terhadap suatu persoalan sosial, bukan untuk mengukur seberapa besar atau seberapa sering persoalan itu terjadi (Creswell, 2014). Dengan kata lain, pendekatan ini bekerja dengan pertanyaan-pertanyaan terbuka, menggali pengalaman langsung dari lapangan, dan menyusun pemahaman dari fakta-fakta kecil menuju gambaran yang lebih utuh.

Dalam konteks penelitian ini, alasan memilih pendekatan kualitatif menjadi semakin jelas. (Moleong, 2017) menegaskan bahwa penelitian kualitatif bertumpu pada pandangan bahwa realitas sosial bersifat subjektif dan terbentuk melalui konstruksi bersama di dalam masyarakat. Artinya, untuk benar-benar memahami bagaimana Thasya Ethnic menjaga nilai budaya lokal di tengah tekanan globalisasi dan pasar digital, peneliti perlu masuk ke dalam konteksnya, berbicara langsung dengan pelakunya, dan menafsirkan apa yang ditemukan, bukan sekadar mencatat data di permukaan.

Penelitian ini juga sejalan dengan apa yang dijelaskan (Sugiyono, 2019) bahwa dalam penelitian kualitatif peneliti sendiri adalah instrumen utama. Artinya, pemahaman tidak datang dari kuesioner atau angket, melainkan dari keterlibatan langsung peneliti di lapangan, kepekaan dalam mendengarkan, dan kemampuan membaca situasi secara kontekstual. Data dikumpulkan dari berbagai sumber sekaligus, dianalisis secara bertahap, dan hasilnya lebih mengutamakan kedalaman makna daripada kesimpulan yang bisa digeneralisasi ke mana-mana. Pendekatan seperti ini tepat untuk memahami Thasya Ethnic secara menyeluruh, karena yang ingin diungkap bukan sekadar angka penjualan atau jumlah produk, melainkan bagaimana nilai budaya, identitas lokal, dan inovasi pasar berjalan beriringan dalam satu usaha kecil yang bertahan di tengah arus digitalisasi global.

Desain penelitian yang digunakan adalah studi kasus yakni Thasya Ethnic. Pendekatan ini dipilih karena penelitian tidak bermaksud mengukur atau

membandingkan banyak objek sekaligus, melainkan ingin memahami satu fenomena secara mendalam dalam konteks nyatanya. (Yin, 2018) menjelaskan bahwa studi kasus adalah cara yang tepat ketika peneliti ingin menjawab pertanyaan “bagaimana” dan “mengapa” sesuatu bisa terjadi, terutama ketika peneliti tidak bisa mengendalikan atau memanipulasi peristiwa yang sedang diamati (Yin, 2018).

Thasya Ethnic dipilih sebagai kasus tunggal dalam penelitian ini karena dinilai merepresentasikan praktik pelestarian kain tapis Lampung yang dilakukan melalui strategi inovasi produk pada sektor UMKM. Usaha ini dirintis dan dikelola langsung oleh Ibu Nur'aini, seorang pengrajin yang memahami kain tapis bukan hanya sebagai produk, tetapi sebagai bagian dari identitas budaya Lampung. Di saat yang sama, ia mampu membaca perubahan pasar dan melakukan inovasi produk tanpa melepaskan akar budayanya. Kasus ini menarik justru karena merupakan cerminan dari tantangan yang dihadapi banyak pelaku usaha kreatif berbasis budaya lokal di tengah arus digitalisasi dan globalisasi.

Penelitian ini dilakukan langsung di tempat usaha Thasya Ethnic, yang sekaligus menjadi kediaman pemiliknya, Nur'aini. Beralamat di Jalan Purnawirawan IX, Kelurahan Gunung Terang, Kecamatan Tanjung Karang Barat, Kota Bandar Lampung. Lokasi ini dipilih karena di sinilah seluruh aktivitas usaha berlangsung, mulai dari produksi, pengelolaan, hingga interaksi dengan pelanggan. Bandar Lampung sebagai pusat kota sekaligus ibu kota provinsi juga menjadi konteks yang relevan, karena di sinilah tekanan antara modernisasi dan pelestarian budaya lokal terasa paling nyata. Pengumpulan data di lapangan dilaksanakan dalam empat tahap kunjungan, yaitu pada tanggal 10, 12, 13, dan 14 April 2026, dengan pembagian aktivitas yang berbeda pada setiap kunjungan guna memastikan cakupan data yang lebih komprehensif terhadap berbagai aspek operasional usaha.

Data dalam penelitian ini dikumpulkan melalui tiga cara: observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Observasi dilakukan secara langsung di lokasi usaha dalam empat kali kunjungan yang dilaksanakan pada tanggal 10, 12, 13, dan 14 April 2026. Pada kunjungan pertama tanggal 10 April 2026, peneliti memfokuskan pengamatan pada kondisi umum lokasi usaha, proses produksi kain tapis, dan pola kerja yang berlangsung di ruang produksi. Pada kunjungan kedua tanggal 12 April 2026, pengamatan diperluas dengan memperhatikan cara produk dipasarkan, interaksi dengan konsumen, serta pengambilan dokumentasi foto terhadap variasi produk yang dihasilkan. Kunjungan ketiga pada tanggal 13 April 2026 difokuskan pada pengamatan

proses pengambilan *footage* video yang mencakup detail produk, suasana lingkungan usaha, serta berlangsungnya sesi wawancara terakhir. Kunjungan keempat pada tanggal 14 April 2026 digunakan untuk mengamati proses pengelolaan konten digital, meliputi editing video dan finalisasi aset dokumentasi yang akan diserahkan kepada pihak mitra. Pada setiap kunjungan, peneliti tidak ikut terlibat dalam kegiatan produksi itu sendiri, dan perhatian konsisten difokuskan pada hal-hal yang berkaitan dengan nilai budaya, seperti teknik pembuatan, penggunaan motif tradisional, dan cara produk dikemas untuk konsumen modern.

Selanjutnya, proses wawancara dilakukan dengan Ibu Nur'aini selaku informan kunci dalam penelitian ini. Pemilihan Ibu Nur'aini sebagai informan kunci didasarkan pada pertimbangan bahwa beliau merupakan pendiri sekaligus pengelola utama Thasya Ethnic yang terlibat secara langsung dalam seluruh aspek pengelolaan usaha, meliputi proses produksi, pengembangan inovasi produk, strategi pemasaran, serta interaksi langsung dengan konsumen. Wawancara dilaksanakan sebanyak tiga sesi yang dijadwalkan pada tiga hari kunjungan yang berbeda. Sesi pertama dilaksanakan pada tanggal 10 April 2026 dengan topik sejarah pendirian usaha dan latar belakang pengembangan produk berbasis kain tapis. Sesi kedua dilaksanakan pada tanggal 12 April 2026 dengan topik strategi inovasi produk, cara mempertahankan identitas budaya dalam setiap produk, serta tantangan yang dihadapi dalam menghadapi perubahan selera konsumen. Sesi ketiga dilaksanakan pada tanggal 13 April 2026 bersamaan dengan kegiatan pengambilan *footage* video, dengan topik pemanfaatan media digital sebagai sarana promosi dan pandangan jangka panjang terhadap keberlanjutan kain tapis Lampung. Setiap sesi berlangsung rata-rata 30 menit dengan menggunakan panduan wawancara yang cukup fleksibel agar informan dapat bercerita secara terbuka.

Proses dokumentasi dimulai dari pengambilan foto kondisi lokasi usaha, suasana ruang produksi, dan variasi produk yang dihasilkan Thasya Ethnic. Selanjutnya, tim melakukan pengambilan *footage* video dalam beberapa segmen, mencakup detail produk untuk memperlihatkan kualitas pengerjaan, pengambilan gambar saat produk digunakan oleh model, serta suasana sekitar lokasi untuk mendukung tampilan visual yang lebih hidup dan autentik. Variasi sudut pengambilan gambar juga diterapkan agar hasil video terlihat lebih dinamis. Setelah seluruh *footage* terkumpul, dilakukan proses editing hingga menghasilkan dua produk konten digital, yaitu video promosi produk dan video wawancara bersama pemilik usaha. Kedua konten tersebut kemudian dipublikasikan melalui platform TikTok, Instagram, dan YouTube sebagai bagian

dari kegiatan promosi digital Thasya Ethnic sekaligus bentuk dokumentasi kegiatan penelitian. Konten yang telah diproduksi juga diserahkan kepada pihak mitra sebagai aset digital yang dapat dimanfaatkan secara mandiri untuk keperluan promosi ke depannya.

Analisis data mengikuti model interaktif (Miles dkk., 2014), yang berjalan tidak secara linear melainkan berulang dan saling terhubung. Prosesnya dimulai dari kondensasi data, yakni menyaring dan memilih informasi yang paling relevan dari catatan lapangan, transkrip wawancara, dan dokumentasi. Data yang terpilih kemudian disajikan dalam bentuk narasi yang terorganisir agar lebih mudah dianalisis dan ditarik kesimpulannya. Untuk memastikan data yang diperoleh dapat dipercaya, penelitian ini menggunakan triangulasi sumber, yaitu membandingkan informasi dari ketiga teknik pengumpulan data yang digunakan. Jika temuan dari observasi, wawancara, dan dokumentasi saling mendukung, maka kesimpulan yang dihasilkan lebih kuat dan mencerminkan kondisi yang sebenarnya di lapangan.

## Hasil dan Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa inovasi produk menjadi salah satu strategi yang diterapkan pelaku usaha kerajinan tapis dalam menjaga keberlanjutan budaya sekaligus meningkatkan daya saing produk di tengah perkembangan pasar yang semakin dinamis. Inovasi tersebut dilakukan melalui transformasi kain tapis yang semula identik dengan pakaian adat dan perlengkapan upacara tradisional menjadi berbagai produk modern yang memiliki nilai guna lebih luas. Bentuk transformasi yang ditemukan meliputi penggunaan motif tapis pada tas, dompet, aksesoris fesyen, hiasan interior, souvenir, hingga produk fesyen kontemporer yang dapat digunakan dalam aktivitas sehari-hari.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Nur'aini selaku pemilik Thasya Ethnic, inovasi dilakukan karena kain tapis tidak hanya dipandang sebagai produk fesyen atau perlengkapan adat semata, tetapi perlu dikembangkan ke berbagai bentuk produk yang lebih dekat dengan kebutuhan masyarakat modern. Sebagaimana disampaikan oleh Nur'aini:

*“Thasya Ethnic ini berdiri pada tahun 2016 yang cikal bakalnya hanyalah produk fesyen dengan brand Thasya busana, kemudian terjadinya pandemi karena Covid kita menciptakan beberapa produk yang tidak hanya fesyen saja, kita memproduksi juga home décor dan souvenir, pada saat itu kita setiap bulannya pada saat pandemi itu 8000 pcs masker tapis. 2021 untuk itu kami*

*memulai membenah diri dengan Thasya busana Bahwa brand ini tidak bisa dengan tata busana saja karena produknya tidak hanya produk fesyen tetapi ada banyak produk, untuk itu kami tetap mengangkat etnik Lampung dengan brand Thasya Ethnic” (N. Nur’aini, komunikasi pribadi, 10 April 2026).*



Gambar 1. Wawancara Thasya Ethnic

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa inovasi produk yang dilakukan Thasya Ethnic tidak semata-mata bertujuan memperluas pasar, tetapi juga menjadi strategi adaptasi dalam mempertahankan keberlanjutan usaha berbasis budaya. Diversifikasi produk ke sektor *home decor*, souvenir, dan produk nonfesyen lainnya menunjukkan upaya memperluas fungsi kain tapis tanpa mengabaikan identitas budaya Lampung

Transformasi ini menunjukkan adanya upaya adaptasi terhadap perubahan preferensi konsumen tanpa menghilangkan identitas budaya Lampung yang terkandung dalam motif tapis. Produk-produk inovatif tersebut memungkinkan tapis untuk menjangkau segmen pasar yang lebih luas, khususnya generasi muda yang cenderung menyukai produk dengan desain praktis, modern, dan multifungsi. Persepsi konsumen terhadap inovasi produk terbukti berpengaruh positif terhadap minat membeli produk berbasis warisan budaya (Duan dkk., 2023). Dengan demikian, nilai budaya yang terkandung dalam tapis tidak hanya dipertahankan dalam konteks tradisional, tetapi juga diintegrasikan ke dalam kehidupan modern sehingga tetap relevan dengan perkembangan zaman.

Dari perspektif pelestarian budaya, inovasi produk berperan sebagai bentuk revitalisasi budaya lokal. Revitalisasi ini terjadi ketika unsur budaya tradisional dikemas kembali dalam bentuk yang sesuai dengan kebutuhan dan

tren masyarakat kontemporer tanpa kehilangan nilai dan identitas budayanya (Yan & Li, 2023). Transformasi tapis menjadi produk modern tidak mengubah makna dasar sebagai warisan budaya Lampung, melainkan menjadi sarana untuk memperkenalkan budaya tersebut kepada masyarakat modern melalui inovasi produk budaya kreatif (Sun & Liu, 2022). Melalui penggunaan produk-produk berbasis tapis dalam kehidupan sehari-hari, eksistensi budaya lokal dapat terus terjaga karena masyarakat memiliki kesempatan untuk berinteraksi secara langsung dengan unsur budaya tersebut.

Selain berkontribusi terhadap pelestarian budaya, inovasi produk juga memberikan manfaat ekonomi bagi pelaku usaha. Diversifikasi produk memungkinkan peningkatan peluang pasar karena produk tidak lagi terbatas pada kebutuhan adat atau acara tertentu. Kondisi ini menciptakan sumber pendapatan yang lebih beragam serta membuka peluang untuk memasuki pasar nasional maupun internasional. Dengan meningkatnya permintaan terhadap produk inovatif berbasis tapis, keberlangsungan produksi kerajinan tradisional juga dapat dipertahankan sehingga mendukung kesejahteraan para perajin.



Gambar 2. Produk Thasya Ethnic

Temuan ini memperlihatkan bahwa inovasi produk tidak hanya berfungsi sebagai strategi bisnis, tetapi juga sebagai instrumen pelestarian budaya

Pengembangan desain dan diversifikasi produk berbasis warisan budaya terbukti dapat meningkatkan keberlanjutan budaya sekaligus memperluas nilai ekonominya (Sun & Liu, 2022). Transformasi tapis menjadi produk modern mencerminkan kemampuan pelaku usaha dalam mengombinasikan nilai tradisional dengan kebutuhan pasar kontemporer. Melalui strategi tersebut, budaya lokal tidak hanya dipertahankan sebagai warisan masa lalu, tetapi juga dikembangkan menjadi aset ekonomi kreatif yang mampu beradaptasi dengan perubahan lingkungan global. Dengan kata lain, inovasi produk menjadi jembatan antara upaya pelestarian identitas budaya Lampung dan tuntutan modernisasi yang terus berkembang.

Pengembangan aksesoris berbasis tapis menunjukkan adanya upaya pelaku usaha dalam menyesuaikan produk budaya lokal dengan kebutuhan konsumen modern. Berbeda dengan kain tapis yang umumnya digunakan pada acara adat atau kegiatan tertentu, aksesoris berbasis tapis dapat digunakan oleh berbagai kalangan tanpa terikat pada konteks budaya formal. Hal ini menjadikan tapis lebih mudah diterima oleh masyarakat luas, khususnya generasi muda yang cenderung mengutamakan produk yang praktis dan memiliki nilai estetika tinggi.

Dari perspektif pelestarian budaya, aksesoris berbasis tapis berperan sebagai media promosi budaya yang efektif. Penggunaan motif tapis pada produk-produk berukuran kecil memungkinkan identitas budaya Lampung hadir dalam kehidupan sehari-hari masyarakat. Semakin sering produk tersebut digunakan, semakin besar pula peluang masyarakat untuk mengenal dan mengapresiasi nilai budaya yang terkandung di dalamnya. Dengan demikian, aksesoris berbasis tapis tidak hanya memiliki fungsi estetis, tetapi juga menjadi sarana edukasi budaya secara tidak langsung.

Selain mendukung pelestarian budaya, inovasi dalam bentuk aksesoris juga memberikan nilai ekonomi bagi pelaku usaha. Produk aksesoris umumnya membutuhkan bahan baku yang lebih sedikit dibandingkan produk fesyen utama sehingga biaya produksi dapat ditekan. Kondisi ini memungkinkan pelaku usaha untuk memanfaatkan sisa bahan tapis secara lebih optimal sekaligus menghasilkan produk bernilai jual. Diversifikasi produk melalui aksesoris juga membuka peluang pasar yang lebih luas, terutama pada sektor souvenir, oleh-oleh khas daerah, dan produk ekonomi kreatif berbasis budaya.



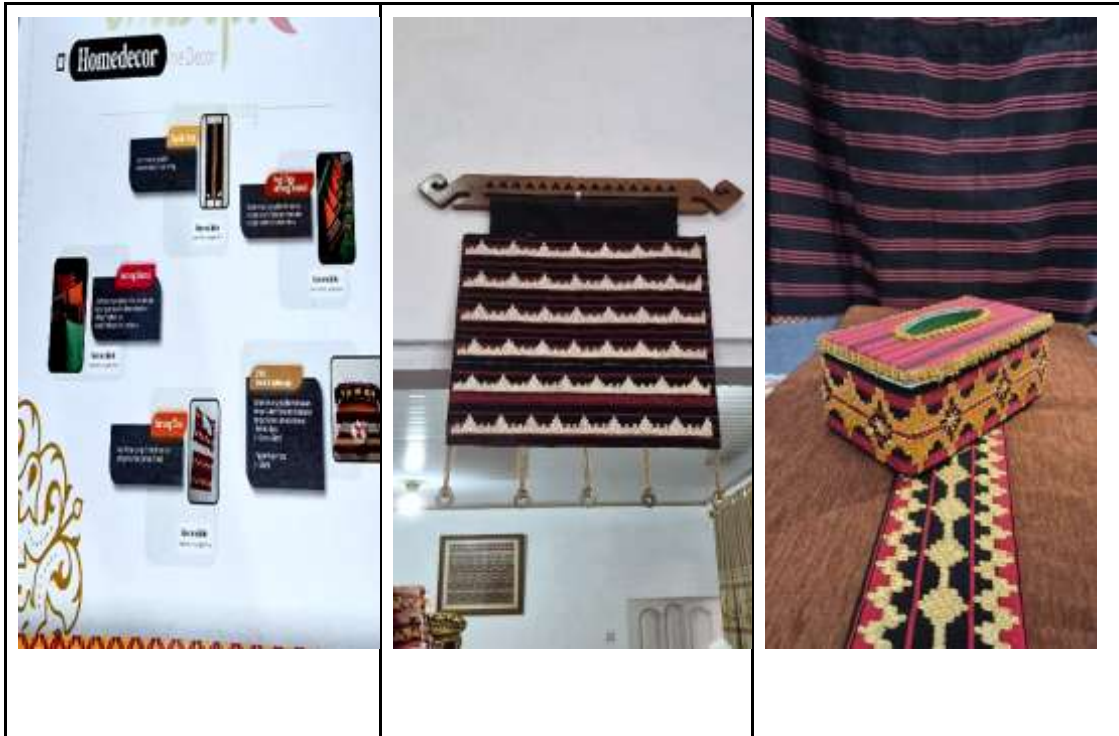
Gambar 3 Pengembangan Produk Tapis

Pengembangan aksesoris berbasis tapis mencerminkan upaya untuk menghubungkan pelestarian budaya dengan penguatan nilai ekonomi produk kerajinan. Penerapan motif tapis pada berbagai jenis aksesoris memungkinkan unsur budaya Lampung tetap hadir dan dikenal oleh masyarakat dalam bentuk yang lebih praktis serta relevan dengan kebutuhan masa kini. Inovasi ini tidak hanya memperluas fungsi tapis di luar penggunaan tradisional, tetapi juga meningkatkan daya tarik produk di tengah perubahan selera konsumen. Oleh sebab itu, aksesoris berbasis tapis berperan sebagai media pelestarian budaya yang sekaligus memberikan nilai tambah dan peluang pengembangan bagi industri kerajinan lokal.

Pemanfaatan tapis dalam produk dekorasi rumah mencerminkan upaya penyesuaian budaya lokal dengan perkembangan kebutuhan dan preferensi konsumen modern yang semakin tertarik pada konsep interior bernilai etnik. Penerapan motif tapis pada berbagai elemen dekoratif tidak hanya menghadirkan keunikan visual, tetapi juga memberikan karakter budaya yang kuat pada suatu ruangan. Melalui inovasi tersebut, tapis tidak lagi terbatas pada fungsi tradisional, melainkan berkembang menjadi bagian dari desain interior yang mampu mengikuti tren dan gaya hidup masyarakat masa kini.

Produk dekorasi rumah berbasis tapis berperan sebagai sarana untuk memperluas eksposur budaya Lampung kepada masyarakat. Kehadiran motif tapis pada berbagai perlengkapan interior memungkinkan unsur budaya lokal tetap hadir dalam kehidupan sehari-hari sehingga lebih mudah dikenali dan diapresiasi. Interaksi yang berkelanjutan dengan produk-produk tersebut dapat meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap nilai dan makna yang terkandung dalam warisan budaya Lampung. Oleh karena itu, pemanfaatan tapis pada dekorasi rumah menjadi salah satu bentuk pelestarian budaya yang dilakukan melalui pendekatan yang lebih adaptif dan kontekstual.

Di samping nilai budayanya, pengembangan produk dekorasi berbasis tapis juga membuka peluang ekonomi yang menjanjikan. Variasi produk yang semakin beragam memungkinkan pelaku usaha menjangkau kelompok konsumen yang memiliki ketertarikan terhadap dekorasi interior, produk kerajinan, maupun barang bernilai budaya. Selain digunakan sebagai pelengkap interior, produk-produk tersebut juga berpotensi dipasarkan sebagai souvenir eksklusif dan oleh-oleh khas daerah yang memiliki nilai estetika serta identitas lokal yang kuat.



Gambar 4. Pengembangan Produk Dekorasi Rumah

Pengembangan *home decoration* berbasis tapis menunjukkan bahwa inovasi dapat menjadi sarana untuk menghubungkan pelestarian budaya dengan

pengembangan ekonomi kreatif. Integrasi motif tapis ke dalam berbagai produk interior memungkinkan warisan budaya Lampung tetap terjaga sekaligus memiliki fungsi yang relevan dengan kebutuhan masyarakat modern. Dengan demikian, inovasi ini tidak hanya memperluas pemanfaatan tapis, tetapi juga memperkuat daya saing produk kerajinan lokal serta mempertahankan keberadaan identitas budaya di tengah arus modernisasi.

Thasya Ethnic merupakan salah satu UMKM yang ikut berperan dalam melestarikan kain tapis Lampung melalui produk fesyen berbasis budaya lokal. UMKM ini memanfaatkan kain tapis sebagai bahan utama dalam berbagai produk modern sehingga mampu menarik minat masyarakat terhadap budaya tradisional Lampung, terutama generasi muda.

Melalui desain yang lebih modern dan mengikuti perkembangan fesyen saat ini, Thasya Ethnic berhasil membuat kain tapis terlihat lebih menarik dan dapat digunakan dalam kehidupan sehari-hari. Produk yang dihasilkan tidak hanya cocok digunakan pada acara adat, tetapi juga dapat dipakai untuk kegiatan santai maupun formal. Hal ini menjadi salah satu bentuk upaya pelestarian budaya agar kain tapis tetap relevan dengan perkembangan zaman. Selain memperkenalkan budaya Lampung melalui produk fesyen, Thasya Ethnic juga membantu mendukung keberlangsungan para pengrajin tapis lokal. Dalam proses produksinya, UMKM ini bekerja sama dengan pengrajin daerah sehingga dapat membantu meningkatkan pendapatan masyarakat sekaligus menjaga keterampilan menenun yang sudah diwariskan secara turun-temurun.

Di sisi lain, Thasya Ethnic juga memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi dan edukasi budaya. Tidak hanya memasarkan produk, mereka juga memperkenalkan makna serta nilai budaya yang terkandung dalam kain tapis Lampung. Dengan cara tersebut, masyarakat menjadi lebih mengenal kain tapis bukan hanya sebagai produk fesyen, tetapi juga sebagai bagian dari identitas budaya daerah.

Meski demikian, terdapat beberapa tantangan yang dihadapi dalam upaya pelestarian budaya melalui UMKM. Persaingan dengan produk fesyen modern, tingginya biaya produksi kain tapis, serta kurangnya minat sebagian masyarakat terhadap budaya tradisional menjadi hambatan tersendiri bagi pengembangan usaha berbasis budaya lokal, terutama bagi kaum atau generasi muda. Sebagaimana yang dijelaskan oleh Ibu Nur'aini pada wawancaranya

*“Untuk anak-anak muda, khususnya di Lampung, jangan malu deh. Dari kita mencintai budaya kita untuk melestarikan ke depannya. Kalau sekarang kita*

*malu menggunakan yang ada etnik Lampungnya, khususnya Tapis, maka generasi ke depan akan lebih malu lagi untuk menggunakan itu gitu kan”*

*“Untuk itu mari sama-sama kita lestarikan budaya Lampung, karena Tapis ini adalah warisan budaya yang memang harus kita lestarikan. Jadi, kalau bahasa Lampungnya itu ‘lemen mak gham siapa lagi’ kalau gak kita siapa lagi”* (N. Nur’aini, komunikasi pribadi, 10 April 2026)

Walaupun menghadapi berbagai tantangan, keberadaan Thasya Ethnic tetap memberikan dampak positif terhadap pelestarian kain tapis Lampung. Melalui inovasi produk dan pemasaran yang kreatif, UMKM ini berhasil menunjukkan bahwa budaya tradisional dapat tetap berkembang dan memiliki nilai ekonomi di tengah era modern.

**Tabel 1. Bentuk Inovasi Produk Kain Tapis pada UMKM Thasya Ethnic sebagai Strategi Pelestarian Budaya**

Kategori produk	Bentuk Produk	Nilai Pelestarian budaya
Fesyen	Atasan casual bermotif tapis, gamis modern, budana adat kontemporer	Memperkenalkan kain tapis dalam penggunaan sehari-hari sehingga meningkatkan relevansi budaya di kalangan masyarakat modern
Aksesori	Tas, dompet, dan kopiah berbasis tapis	Memperluas pemanfaatan motif tapis serta memperkenalkan identitas budaya Lampung kepada berbagai segmen konsumen

Dekorasi rumah	Hiasan dinding, kotak dekoratif, dan produk dekorasi rumah berbasis tapis	Menghadirkan unsur budaya Lampung dalam ruang domestik sehingga meningkatkan eksposur dan apresiasi terhadap kain tapis
----------------	---	---

---

*Sumber: Hasil observasi dan wawancara dengan pemilik Thasya Ethnic (2026)*

### **Conclusions and Recommendations**

Kesimpulan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa inovasi produk merupakan strategi yang efektif dalam mendukung pelestarian kain tapis Lampung di tengah perkembangan globalisasi dan perubahan preferensi konsumen. Melalui diversifikasi produk berbasis kain tapis, seperti busana modern, aksesoris, dan dekorasi rumah, Thasya Ethnic berhasil mengadaptasikan warisan budaya lokal ke dalam bentuk yang lebih relevan dengan kebutuhan masyarakat modern tanpa menghilangkan identitas budaya yang melekat pada kain tapis.

Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa inovasi produk tidak hanya berkontribusi terhadap pelestarian budaya, akan tetapi berdampak pada peningkatan nilai ekonomi bagi para pelaku usaha dan pengrajin lokal. Transformasi kain tapis ke dalam berbagai produk modern berpotensi memperluas jangkauan pasar, meningkatkan daya tarik bagi kaum muda, serta menciptakan peluang usaha yang mendukung keberlanjutan industri kreatif yang berbasis budaya.

Adapun beberapa rekomendasi yang dapat diberikan berdasarkan hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Pemerintah daerah diharapkan dapat meningkatkan dukungan secara penuh terhadap UMKM berbasis budaya melalui program pelatihan, fasilitasi promosi, serta bantuan pengembangan usaha guna memperkuat pelestarian kain tapis sebagai warisan budaya Lampung.
2. Pelaku UMKM perlu konsisten pada pengembangan inovasi produk berbasis tapis tanpa menghilangkan nilai budaya yang terkandung di dalamnya.

3. Perlunya pemanfaatan teknologi digital dan media sosial secara optimal sebagai sarana promosi dan edukasi budaya agar kain tapis Lampung dapat menjangkau masyarakat yang lebih luas, baik di tingkat nasional maupun internasional.
4. Generasi muda Lampung perlu mengenal, menggunakan, dan mengapresiasi produk berbasis kain tapis sebagai bentuk partisipasi dalam menjaga keberlanjutan warisan budaya Lampung.

### Ucapan Terima Kasih

Tim penulis turut menyampaikan terima kasih pula kepada Ibu Nur'aini sebagai pemilik Toko UMKM Thasya Ethnic Bandar Lampung atas dukungan, kerja sama, serta kesediaannya untuk memberikan akses penelitian dan informasi pada toko Thasya Ethnic sebagai objek penelitian. Dukungan tersebut sangat membantu dalam penyelesaian penelitian mengenai kain tapis Lampung melalui inovasi produk.

### Daftar Pustaka

- Creswell, J. W. (2014). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (4. ed). SAGE.
- Dahlan, M. H., Rosmana, T., Gufron, A., S, A. S., Nashirudin, P., Harsono, T. D., Setiawan, I., Budiman, H. G., Sudarman, S., & Madiyo, M. (2012). *Kain Tradisional Masyarakat Lampung*. Balai Pelestarian Nilai Budaya (BPNB) Bandung. <http://repositori.kemendikdasmen.go.id/id/eprint/29859>
- Duan, L., Khan, M. S., & Raju, V. (2023). A Study on The Influence of Perceived Product Innovation on The Purchase Intention of Rangbala Intangible Cultural Heritage Products (IChP). *International Journal of Membrane Science and Technology*, 10(4), 1777–1789. <https://doi.org/10.15379/ijmst.v10i4.2323>
- Halim, A. N., Jannah, G. R., Muzakki, S. N., Aditama, P. S., Putra, I. F., & Santoso, M. S. (2026). Strategi Glocalization UMKM Industri Kreatif Lokal dalam Menghadapi Dinamika Ekonomi Digital: Studi Kasus Thasya Ethnic Bandar Lampung. *Sinesia : Journal of Community Service*, 3(2), 90–106. <https://doi.org/10.69836/sinesia-jcs.v3i2.832>
- Khasanah, U. (2025). *Ragam tradisi Lampung: Mengungkapkan filosofi di balik ritual dan seni* (Cetakan I). Nafal Publishing.
- Martini, M., Artu, D. D., Prayogi, R., & Riyadi, B. (2025). Makna Simbolik Kain Tapis Lampung sebagai Identitas Budaya Lampung. *Jurnal Punyimbang*, 5(1), 30–36. <https://doi.org/https://doi.org/10.23960/punyimbang.v5i1.825>

- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2014). *Qualitative data analysis: A methods sourcebook* (Edition 3). Sage.
- Moleong, L. J. (2017). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. PT.Remaja Rosdakarya.
- Purnama, H., Pujiati, A., Dewi, N. S., & Dewi, A. S. (2023). PELATIHAN PRODUK TURUNAN TAPIS DI BANDAR LAMPUNG. *EJOIN: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(12), 1438–1442. <https://doi.org/10.55681/ejoin.v1i12.2004>
- Setiawan, A. T., Dika Hastanto, Dian Resha Agustina, Adi Permana, & Dewi Tresnawati, D. T. (2025). Augmented Reality Menggunakan Marker Based Tracking Untuk Informasi Sejarah Kain Tapis Lampung. *Jurnal Algoritma*, 22(1), 1050–1059. <https://doi.org/10.33364/algoritma/v.22-1.2261>
- Sjaiful, E., Irnaldi, I., Hamartoni, H., & Ekawati, C. (2025). KONSTRUKSI KAIN TAPIS LAMPUNG. *Tpet Journal (Where Theory, Practice, Experience, & Talent meet) Community Service Journal*, 5(1). <https://doi.org/https://doi.org/10.58890/tpet.v5i1.543>
- Sugiyono, S. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Cetakan ke-26). Alfabeta.
- Sun, Y., & Liu, X. (2022). How Design Technology Improves the Sustainability of Intangible Cultural Heritage Products: A Practical Study on Bamboo Basketry Craft. *Sustainability*, 14(19), 12058. <https://doi.org/10.3390/su141912058>
- Tatik, T. (2021). Analisis Pengambilan Keputusan Taktis Pelaku UMKM (Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah) Di Masa Pandemi Covid'19. *RELASI: JURNAL EKONOMI*, 17(1), 165–180. <https://doi.org/10.31967/relasi.v17i1.416>
- Thasya Ethnic, T. E. (t.t.). Tentang Kami. *Thasya Ethnic*. Diambil <https://thasyaethnic.id/about>
- UNESCO, U. (t.t.). *Intangible Cultural Heritage*. Diambil <https://www.unesco.org/en/intangible-cultural-heritage>
- Wantoro, W., & Kasmana, K. (2017). Perancangan Font Tapych Berbasis Karakter Visual Motif Tapis Lampung. *ANDHARUPA: Jurnal Desain Komunikasi Visual & Multimedia*, 3(01), 81–91. <https://doi.org/10.33633/andharupa.v3i01.1260>
- Yan, W.-J., & Li, K.-R. (2023). Sustainable Cultural Innovation Practice: Heritage Education in Universities and Creative Inheritance of Intangible Cultural Heritage Craft. *Sustainability*, 15(2), 1194. <https://doi.org/10.3390/su15021194>
- Yin, R. K. (2018). *Case study research and applications: Design and methods* (Sixth edition). SAGE.