



## Dompot Desain Budaya Sebagai Tren Masa Kini

Ihham Amri<sup>1\*</sup>, Immanuel Tobing<sup>2</sup>, Khairani Liza<sup>3</sup>, Syareefa Reihan Maryam<sup>4</sup>, Osberth Sinaga<sup>5</sup>

<sup>1-5</sup>FBS Universitas Negeri Medan, Indonesia

Alamat: Jl. William Iskandar Ps. V, Kenangan Baru, Kec. Percut Sei Tuan, Kabupaten Deli Serdang, Sumatera Utara 20221

Korespondensi Penulis: [lizakhairanidahlan@gmail.com](mailto:lizakhairanidahlan@gmail.com)\*

**Abstract.** *In the era of globalization, fashion accessories are no longer limited to functional purposes but have evolved into instruments of personal and cultural expression. Wallets, as one of the most widely used accessories, are now experiencing a shift in design orientation toward cultural values. This study aims to analyze the phenomenon of culturally designed wallets as an emerging modern trend through a comprehensive literature review. The research explores various academic and industry sources published between 2018 and 2024 to understand how cultural elements are integrated into wallet designs and how these influence consumer preferences. The study identifies three primary factors that drive consumer interest in culturally themed wallets: aesthetic value, sustainability, and innovation. Aesthetic value refers to the visual and symbolic appeal of cultural motifs, which resonate with consumers seeking uniqueness and identity. Sustainability reflects the growing awareness among younger generations—especially Millennials and Gen Z—regarding ethical consumption and the use of eco-friendly materials. Innovation in design, such as the fusion of traditional patterns with modern functionality, also plays a crucial role in maintaining market relevance. The findings suggest that culturally inspired wallets have a distinctive market niche, appealing to consumers who value both cultural heritage and modern fashion sensibilities. Moreover, these products support the preservation and promotion of local culture in the context of global commerce. This study contributes to the growing body of literature on culture-based product development and provides insights for stakeholders in the creative industry to enhance product innovation, cultural storytelling, and market competitiveness in the global fashion landscape.*

**Keywords:** *Creative industry, Cultural design wallet, Cultural identity, Fashion trend, Symbolic consumption*

**Abstrak.** Di era globalisasi, aksesoris fesyen tidak lagi hanya berfungsi secara praktis, melainkan telah berkembang menjadi sarana ekspresi personal dan budaya. Dompot, sebagai salah satu aksesoris yang paling umum digunakan, kini mengalami pergeseran orientasi desain yang mengarah pada nilai-nilai budaya. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis fenomena dompot dengan desain budaya sebagai tren modern yang tengah berkembang melalui pendekatan tinjauan pustaka. Studi ini mengeksplorasi berbagai sumber akademik dan industri yang diterbitkan antara tahun 2018 hingga 2024 untuk memahami bagaimana elemen budaya diintegrasikan ke dalam desain dompot dan bagaimana hal tersebut memengaruhi preferensi konsumen. Penelitian ini mengidentifikasi tiga faktor utama yang mendorong minat konsumen terhadap dompot bertema budaya, yaitu nilai estetika, keberlanjutan, dan inovasi. Nilai estetika merujuk pada daya tarik visual dan simbolik dari motif budaya, yang resonan dengan konsumen yang mencari keunikan dan identitas. Keberlanjutan mencerminkan kesadaran yang meningkat di kalangan generasi muda—terutama Milenial dan Gen Z—terhadap konsumsi etis dan penggunaan material ramah lingkungan. Inovasi dalam desain, seperti perpaduan antara pola tradisional dan fungsi modern, juga memainkan peran penting dalam menjaga relevansi di pasar. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dompot yang terinspirasi budaya memiliki ceruk pasar yang khas, menarik bagi konsumen yang menghargai warisan budaya sekaligus selera fesyen modern. Selain itu, produk-produk ini mendukung pelestarian dan promosi budaya lokal dalam konteks perdagangan global. Penelitian ini memberikan kontribusi terhadap literatur pengembangan produk berbasis budaya serta menawarkan wawasan bagi pelaku industri kreatif dalam meningkatkan inovasi produk, narasi budaya, dan daya saing pasar di lanskap fesyen global.

**Kata kunci:** Dompot desain budaya, Identitas budaya, Industri kreatif, Konsumsi simbolik, Tren fashion

## **1. LATAR BELAKANG**

Dalam era globalisasi dan digitalisasi yang semakin pesat, perubahan dalam dunia fesyen dan aksesoris mengalami dinamika yang signifikan. Konsumen masa kini tidak hanya mencari produk yang praktis dan fungsional, tetapi juga memiliki nilai estetika dan makna simbolis. Hal ini terlihat dari meningkatnya popularitas produk-produk yang mengandung unsur budaya lokal, termasuk dalam kategori aksesoris seperti dompet. Dompet kini tidak lagi dipandang sekadar sebagai alat penyimpanan uang dan kartu, tetapi juga sebagai media ekspresi diri dan representasi identitas budaya. Transformasi fungsi ini mencerminkan adanya perubahan preferensi konsumen yang lebih sadar terhadap nilai-nilai budaya dan keberlanjutan.

Tren dompet dengan desain budaya menunjukkan bahwa konsumen mulai menghargai produk yang mencerminkan kekayaan lokal, baik melalui motif tradisional seperti batik, tenun, dan songket, maupun melalui teknik produksi yang mengusung nilai-nilai kearifan lokal. Produk-produk seperti ini bukan hanya menarik secara visual, tetapi juga mengandung cerita dan filosofi yang mendalam. Hal ini menciptakan pengalaman emosional antara konsumen dan produk, yang berpotensi meningkatkan loyalitas serta nilai jual produk tersebut. Dalam konteks ini, desain budaya menjadi nilai tambah yang membedakan produk lokal di tengah dominasi produk massal yang seragam secara global.

Lebih lanjut, preferensi terhadap produk budaya sangat dipengaruhi oleh kesadaran generasi muda, khususnya Milenial dan Gen Z, terhadap pentingnya pelestarian budaya dan konsumsi yang bertanggung jawab. Generasi ini dikenal memiliki ketertarikan pada produk yang tidak hanya estetis, tetapi juga memiliki misi sosial, termasuk keberpihakan pada pelaku UMKM dan pengrajin lokal. Selain itu, perkembangan teknologi digital juga mendukung penyebaran dan promosi produk berbasis budaya melalui media sosial dan e-commerce, sehingga memperluas jangkauan pasar secara global.

Meskipun tren ini menunjukkan potensi yang besar, masih terdapat kesenjangan penelitian mengenai bagaimana tren dompet dengan desain budaya dapat memengaruhi perilaku konsumen, serta bagaimana pelaku industri kreatif dapat mengembangkan dan memasarkan produk tersebut secara optimal. Beberapa tantangan yang muncul antara lain adalah keterbatasan inovasi desain, rendahnya kapasitas produksi lokal, serta kurangnya strategi pemasaran yang efektif dalam menjangkau konsumen yang lebih luas. Oleh karena itu, perlu kajian yang mendalam mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi daya tarik konsumen terhadap dompet budaya, serta dampaknya terhadap penguatan ekonomi kreatif berbasis lokal.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis fenomena dompet dengan desain budaya sebagai tren masa kini, dengan fokus pada faktor-

faktor yang memengaruhi preferensi konsumen, seperti nilai estetika, keberlanjutan, dan inovasi. Selain itu, penelitian ini juga membahas kontribusi tren ini terhadap pertumbuhan industri kreatif dan dampaknya bagi ekonomi lokal. Dengan demikian, hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan bagi pelaku industri kreatif, perancang produk, serta pembuat kebijakan dalam mengembangkan strategi pemasaran dan inovasi produk berbasis budaya yang berdaya saing di pasar global.

## **2. KAJIAN TEORITIS**

Budaya dan Identitas dalam Produk Fashion menurut Hofstede (1991), budaya merupakan nilai-nilai dan norma yang dianut oleh suatu kelompok masyarakat yang kemudian tercermin dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam produk fashion. Produk fashion, seperti dompet dengan desain budaya, menjadi sarana bagi individu untuk mengekspresikan identitas dan afiliasi budayanya. Dalam industri fashion, budaya menjadi faktor penting dalam menentukan tren desain yang berkembang.

Teori Konsumsi Simbolik, Solomon (2018) menjelaskan bahwa konsumsi simbolik adalah cara individu memilih produk berdasarkan makna simbolis yang melekat pada produk tersebut. Dalam konteks ini, dompet dengan desain budaya tidak hanya memiliki fungsi utilitarian, tetapi juga merepresentasikan nilai budaya dan status sosial pemiliknya. Konsumen memilih produk berdasarkan identitas dan preferensi budaya mereka, yang memperkuat keterikatan emosional terhadap produk.

Tren dan Inovasi dalam Industri Kreatif, Rogers (2003) dalam teori difusi inovasi menyatakan bahwa suatu produk atau tren baru dapat diterima oleh masyarakat melalui tahap inovasi, adopsi, dan difusi. Dalam hal ini, dompet desain budaya menjadi bagian dari tren yang berkembang melalui inovasi dalam desain dan material, serta dukungan dari industri kreatif. Inovasi ini meliputi penggunaan bahan ramah lingkungan, teknologi produksi modern, serta integrasi motif tradisional dengan desain kontemporer.

Keberlanjutan dalam Produk Fashion Budaya menjadi faktor penting dalam industri fashion modern. Menurut Fletcher & Grose (2012), konsep keberlanjutan dalam fashion mencakup aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan. Dompet dengan desain budaya yang diproduksi dengan metode ramah lingkungan dan melibatkan pengrajin lokal dapat meningkatkan kesadaran akan pentingnya keberlanjutan dalam konsumsi fashion.

Penelitian Terdahulu yaitu penelitian oleh Setyawan & Lestari (2020) menemukan bahwa motif batik pada aksesoris fashion memiliki daya tarik tersendiri bagi generasi milenial, terutama dalam konteks identitas budaya. Studi oleh Wijaya (2021) menunjukkan bahwa

produk dengan unsur budaya lokal memiliki keunggulan kompetitif dibandingkan produk tanpa identitas budaya yang jelas. Riset oleh Prasetyo et al. (2022) menyatakan bahwa konsumen cenderung lebih memilih produk dengan nilai historis dan budaya yang kuat, terutama di era digital yang memungkinkan promosi produk berbasis budaya secara lebih luas..

### **3. METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan metode kajian literatur atau studi pustaka, yang bertujuan untuk menganalisis tren dompet desain budaya sebagai bagian dari industri kreatif. Kajian literatur dilakukan dengan mengumpulkan dan menganalisis berbagai sumber ilmiah yang relevan, termasuk jurnal akademik, buku, laporan penelitian, serta artikel dari media terpercaya.

#### **Pendekatan Penelitian**

Pendekatan penelitian ini bersifat kualitatif deskriptif, yang berfokus pada analisis teori, konsep, dan hasil penelitian sebelumnya terkait tren produk fashion berbasis budaya, perilaku konsumen, serta pengaruh keberlanjutan dalam industri kreatif.

#### **Sumber Data**

Data dalam penelitian ini diperoleh melalui:

- Jurnal akademik yang membahas aspek budaya dalam desain produk fashion.
- Buku referensi yang menjelaskan teori konsumsi simbolik, tren industri kreatif, serta keberlanjutan dalam desain produk.
- Laporan penelitian terdahulu yang membahas minat dan preferensi konsumen terhadap produk berbasis budaya.
- Artikel dari media terpercaya yang memberikan wawasan terkini mengenai tren dompet desain budaya di pasar global maupun lokal.

#### **Teknik Analisis Data**

Data yang diperoleh dianalisis dengan menggunakan teknik analisis isi (content analysis), yaitu:

- Mengidentifikasi pola dan tren dari berbagai literatur yang dikaji.
- Membandingkan hasil penelitian terdahulu untuk menemukan kesenjangan penelitian (research gap).

- Menyusun sintesis temuan untuk menjawab pertanyaan penelitian mengenai faktor yang mempengaruhi popularitas ompet desain budaya, peran industri kreatif, serta implikasi bagi keberlanjutan.

#### **4. HASIL DAN PEMBAHASAN**

Berdasarkan hasil kajian literatur, ompet desain budaya semakin populer dalam industri kreatif, didorong oleh kesadaran masyarakat terhadap identitas budaya dan tren keberlanjutan dalam fashion. Berikut adalah hasil sintesis dari berbagai sumber yang dikaji.

##### **Tren Ompet Desain Budaya dalam Industri Kreatif**

Tren ompet dengan desain budaya mengalami peningkatan dalam beberapa tahun terakhir. Menurut penelitian Setyawan & Lestari (2020), motif etnik dan lokal semakin diminati oleh generasi milenial dan Gen Z, yang menganggap produk dengan unsur budaya memiliki nilai eksklusif. Selain itu, laporan dari Wijaya (2021) menunjukkan bahwa pasar internasional juga mulai mengapresiasi desain berbasis budaya sebagai bagian dari gerakan slow fashion.

##### **Faktor yang Mempengaruhi Popularitas Ompet Desain Budaya**

###### **a. Identitas Budaya dalam Produk Fashion**

Konsumen tertarik pada produk yang mencerminkan identitas budaya mereka. Berdasarkan teori konsumsi simbolik (Solomon, 2018), individu memilih produk yang dapat merepresentasikan nilai dan status sosial mereka. Ompet dengan motif batik, songket, atau ukiran khas daerah menjadi daya tarik utama karena menawarkan makna budaya yang kuat.

###### **b. Dukungan terhadap Produk Lokal**

Studi Prasetyo et al. (2022) menunjukkan bahwa meningkatnya kesadaran terhadap produk lokal mendorong pertumbuhan industri kreatif berbasis budaya. Pemerintah dan pelaku usaha semakin aktif mempromosikan produk dengan sentuhan budaya lokal melalui berbagai platform digital.

###### **c. Keberlanjutan dan Etika Produksi**

Menurut Fletcher & Grose (2012), aspek keberlanjutan menjadi faktor utama dalam keputusan pembelian konsumen modern. Ompet desain budaya yang menggunakan bahan

ramah lingkungan dan memberdayakan pengrajin lokal memiliki daya saing lebih tinggi dibandingkan produk massal yang diproduksi secara konvensional.

#### **d. Perbandingan dengan Penelitian Sebelumnya**

Temuan dalam penelitian ini sejalan dengan beberapa studi terdahulu:

1. Setyawan & Lestari (2020) menemukan bahwa motif budaya dalam fashion memiliki daya tarik yang lebih tinggi dibandingkan produk tanpa elemen budaya.
2. Wijaya (2021) menegaskan bahwa produk berbasis budaya memiliki keunggulan kompetitif dalam industri fashion.
3. Studi Prasetyo et al. (2022) menambahkan bahwa keberlanjutan menjadi faktor yang semakin penting dalam keputusan pembelian konsumen modern.

Namun, terdapat perbedaan dalam perspektif industri. Beberapa penelitian lebih menekankan aspek estetika dan daya saing produk, sedangkan penelitian ini mengidentifikasi peran keberlanjutan sebagai elemen penting dalam tren dompet desain budaya.

#### **e. Implikasi bagi Industri Kreatif**

Berdasarkan analisis literatur, implikasi dari tren ini terhadap industri kreatif meliputi:

1. Peningkatan inovasi desain: Perusahaan perlu mengombinasikan motif tradisional dengan desain modern agar tetap menarik bagi konsumen muda.
2. Pemasaran berbasis digital: Media sosial dan e-commerce menjadi platform utama dalam mempromosikan produk berbasis budaya.
3. Sertifikasi produk berkelanjutan: Labelisasi ramah lingkungan dan fair trade dapat meningkatkan nilai jual dompet desain budaya di pasar domestik dan internasional.

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

Berdasarkan kajian literatur yang telah dilakukan, penelitian ini menunjukkan bahwa dompet dengan desain budaya memiliki daya tarik yang semakin meningkat dalam industri kreatif. Faktor utama yang mempengaruhi tren ini meliputi identitas budaya, dukungan terhadap produk lokal, serta keberlanjutan dalam produksi dan konsumsi fashion. Konsumen cenderung memilih produk yang tidak hanya fungsional, tetapi juga memiliki nilai simbolik dan estetika yang mencerminkan warisan budaya. Selain itu, inovasi desain dan strategi pemasaran digital berperan penting dalam meningkatkan daya saing dompet desain budaya di pasar lokal maupun internasional. Implikasi dari temuan ini menunjukkan bahwa pelaku industri kreatif perlu lebih aktif dalam mengembangkan produk dengan desain budaya yang

inovatif, ramah lingkungan, dan memiliki nilai ekonomi yang tinggi. Dukungan dari berbagai pihak, termasuk pemerintah dan komunitas kreatif, diperlukan untuk memperkuat posisi produk berbasis budaya di industri fashion.

Penelitian ini memiliki keterbatasan karena hanya didasarkan pada kajian literatur tanpa adanya data empiris dari konsumen atau produsen. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan untuk melakukan studi lapangan guna mendapatkan data yang lebih mendalam mengenai preferensi konsumen serta strategi efektif dalam pemasaran produk berbasis budaya. Selain itu, eksplorasi lebih lanjut terhadap potensi ekspor dan kolaborasi dengan desainer internasional dapat menjadi topik menarik untuk penelitian mendatang.

### **UCAPAN TERIMA KASIH**

Penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan dalam penyusunan penelitian ini. Ucapan terima kasih disampaikan kepada institusi akademik yang telah memberikan akses terhadap sumber literatur dan fasilitas penelitian. Selain itu, apresiasi juga diberikan kepada para reviewer dan rekan sejawat yang telah memberikan masukan konstruktif dalam penyempurnaan artikel ini.

Penelitian ini merupakan bagian dari kajian akademik yang bertujuan untuk mengembangkan wawasan mengenai tren produk berbasis budaya dalam industri kreatif. Semoga hasil penelitian ini dapat memberikan kontribusi positif bagi pengembangan ilmu pengetahuan serta mendorong inovasi dalam industri fashion dan ekonomi kreatif.

### **DAFTAR REFERENSI**

- Fletcher, K., & Grose, L. (2012). *Fashion & sustainability: Design for change*. Laurence King Publishing.
- Gunarso, D. (2019). *Globalisasi dan dampaknya pada produk budaya: Kasus kerajinan tangan*. Penerbit Grafindo.
- Haryono, E. (2020). *Desain dan budaya: Memahami estetika dalam karya seni dan kerajinan tradisional*. Penerbit Universitas Indonesia.
- Hofstede, G. (1991). *Cultures and organizations: Software of the mind*. McGraw-Hill.
- Kusuma, P. (2019). Fesyen dan identitas budaya: Menganalisis penggunaan motif tradisional dalam pakaian sehari-hari. *Jurnal Desain Budaya*, 7(2), 45–57.
- Ningsih, S. (2021). Menggali nilai budaya dalam produk kerajinan tangan: Dompêt dan fesyen. *Kerajinan Tangan Indonesia*.  
<https://www.kerajinantanganindonesia.com/artikel/dompêt-dan-budaya>

- Prasetyo, R., Nugroho, D., & Rahmawati, A. (2022). Digitalisasi dan tren produk berbasis budaya dalam industri kreatif. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Kreatif*, 20(1), 34–50.
- Rahayu, D. (2020). Kerajinan tangan Indonesia di pasar internasional: Dompot batik sebagai produk budaya yang menarik [Laporan penelitian]. Lembaga Penelitian Ekonomi dan Budaya.
- Rogers, E. M. (2003). *Diffusion of innovations* (5th ed.). Free Press.
- Santoso, S. (2017). *Budaya dan desain: Menjembatani kreativitas dan tradisi*. Penerbit Adi Karya.
- Sari, N. (2021). Dompot sebagai media pengenalan budaya: Studi kasus produk batik dan tenun dalam kerajinan tangan. *Jurnal Seni dan Budaya*, 14(3), 123–136.
- Setyawan, B., & Lestari, D. (2020). Motif batik dalam aksesoris fashion: Studi preferensi konsumen milenial. *Jurnal Desain & Budaya*, 12(1), 45–60.
- Solomon, M. R. (2018). *Consumer behavior: Buying, having, and being*. Pearson.
- Wijaya, A. (2018). *Industri kreatif dan pemberdayaan ekonomi lokal: Peluang dan tantangan*. Pustaka Kreativa.
- Wijaya, T. (2021). Produk dengan unsur budaya lokal: Keunggulan kompetitif dalam industri fashion. *Jurnal Ekonomi Kreatif*, 15(2), 89–104.