

Inovasi Desain Produk sebagai Strategi Meningkatkan Profitabilitas UMKM Kerajinan Rumahan

Maryam¹, Cut Intan Amalia^{2*}, Filia Hanum³, Cut Hamdiah⁴, Misra Wahyuna⁵

^{1,4,5}Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi, Universitas Serambi Mekkah – Banda Aceh

²Program Studi D4 Analisis Keuangan, Politeknik Kuta Raja – Banda Aceh

³Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Serambi Mekkah – Banda Aceh

*Koresponden email: cutintana@gmail.com

Diterima: 29 April 2025

Diterima: 20 Mei 2025

Abstract

The enhancement of competitiveness and profitability of home-based craft MSMEs can be achieved through the implementation of product design innovation as a key strategy. This study employs a literature review approach aimed at examining the impact of innovative design on business performance and identifying the challenges and readiness of MSMEs in adopting such innovations. A qualitative approach was employed, entailing observations and interviews with MSME actors who have implemented design innovation. The findings indicate that product designs that align with market trends, ergonomics, and production efficiency can enhance turnover by up to 50% and expand market segmentation. However, challenges persist, including a paucity of design expertise, constrained access to capital, and suboptimal technological literacy. The strategic recommendations put forth include the enhancement of collaborative efforts among MSMEs, designers, and research institutions, in addition to the provision of training and government incentives. In summary, design is not merely an aesthetic matter; rather, it is a strategic investment that propels MSMEs toward sustainable, value-based growth.

Keywords: *design innovation, craft smes, profitability, product strategy, creative economy*

Abstrak

Inovasi desain produk merupakan strategi penting untuk meningkatkan daya saing dan profitabilitas UMKM kerajinan rumahan. Penelitian ini menggunakan pendekatan studi literatur review dan bertujuan untuk mengkaji dampak desain inovatif terhadap performa usaha, serta mengidentifikasi tantangan dan kesiapan pelaku UMKM dalam mengadopsinya. Studi dilakukan dengan pendekatan kualitatif melalui observasi dan wawancara terhadap pelaku UMKM yang telah menerapkan inovasi desain. Hasil menunjukkan bahwa desain yang menyesuaikan dengan tren pasar, ergonomis, dan efisien secara produksi mampu meningkatkan omzet hingga 50% dan memperluas segmentasi pasar. Kendati demikian, masih terdapat hambatan berupa keterbatasan keahlian desain, minimnya akses modal, dan rendahnya literasi teknologi. Rekomendasi strategis meliputi penguatan kolaborasi antara UMKM, desainer, dan lembaga riset, serta penyediaan pelatihan dan insentif pemerintah. Kesimpulannya, desain bukan hanya soal estetika, melainkan investasi strategis yang mendorong UMKM menuju pertumbuhan berkelanjutan dan berbasis nilai tambah.

Kata Kunci: *inovasi desain, umkm kerajinan, profitabilitas, strategi produk, ekonomi kreatif*

1. Latar Belakang

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) kerajinan rumahan memainkan peran penting dalam struktur ekonomi lokal, terutama di daerah-daerah yang memiliki kekayaan budaya dan keterampilan tangan [1], [2]. Di Indonesia, UMKM jenis ini tidak hanya menyerap tenaga kerja dalam jumlah besar, tetapi juga melestarikan warisan budaya melalui produk-produk seperti kerajinan rotan, batik, anyaman bambu, tenun, dan berbagai bentuk kerajinan tangan lainnya [3], [4]. Namun, meskipun berkontribusi signifikan terhadap ekonomi rakyat, sebagian besar UMKM kerajinan masih menghadapi tantangan yang kompleks, mulai dari keterbatasan akses pasar, bahan baku, hingga stagnasi penjualan akibat kesamaan bentuk dan desain produk yang tidak berkembang dari waktu ke waktu [5].

Salah satu penyebab utama rendahnya daya saing produk UMKM adalah keterbatasan inovasi, terutama dalam aspek desain [6]. Banyak pelaku usaha masih menggunakan pola desain yang seragam dan konvensional yang diwariskan secara turun-temurun, tanpa penyesuaian terhadap selera pasar modern atau tren global. Padahal, di era digital dan ekonomi kreatif saat ini, desain produk tidak hanya menjadi elemen estetika semata, tetapi juga merupakan faktor strategis dalam menentukan nilai jual dan diferensiasi pasar

[7]. Inovasi dalam desain baik dari sisi bentuk, fungsi, bahan, maupun warna dapat secara langsung meningkatkan persepsi nilai produk oleh konsumen dan memperluas segmen pasar yang dapat dijangkau.

Lebih dari sekadar visual, desain produk yang baik mampu menggabungkan nilai estetika, ergonomi, dan efisiensi produksi. Inovasi desain memungkinkan pelaku UMKM untuk menciptakan produk yang lebih ramah lingkungan, multifungsi, dan sesuai dengan gaya hidup modern tanpa kehilangan sentuhan kulturalnya [8]. Hal ini dapat meningkatkan margin keuntungan karena produk bernilai lebih tinggi, sekaligus mengurangi biaya produksi dengan desain yang mempertimbangkan efisiensi penggunaan bahan dan waktu pengerjaan [9], [10]. Dengan demikian, desain menjadi alat strategis untuk mendorong profitabilitas dan keberlanjutan usaha dalam jangka panjang [11].

Kendati potensi inovasi desain cukup besar, tidak semua pelaku UMKM memiliki kapasitas dan sumber daya untuk mengembangkan desain produk secara profesional. Keterbatasan dalam hal akses pelatihan, minimnya keterlibatan desainer lokal, serta rendahnya literasi pasar menjadi kendala serius. Selain itu, sebagian pelaku masih menganggap desain sebagai tambahan biaya, bukan sebagai investasi strategis. Oleh karena itu, perlu ada pendekatan yang terstruktur dan terintegrasi antara pelaku UMKM, desainer, akademisi, serta pembuat kebijakan untuk mendorong inovasi desain sebagai strategi utama dalam meningkatkan daya saing dan profitabilitas UMKM kerajinan rumahan.

Penelitian ini mengkaji peran strategis inovasi desain dalam mendorong profitabilitas UMKM kerajinan rumahan. Kajian ini akan menyajikan konsep dasar desain dan profitabilitas, potret aktual UMKM kerajinan, studi kasus inovasi desain yang berhasil, serta rekomendasi kebijakan yang dapat mendukung penerapan desain inovatif secara sistematis dan inklusif.

2. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan literature review dan bertujuan melakukan analisis terhadap peran inovasi desain produk dalam meningkatkan profitabilitas UMKM kerajinan rumahan. Fokus kajian terhadap kegiatan produksi dan pemasaran di beberapa UMKM yang menerapkan inovasi desain, serta wawancara mendalam dengan pemilik usaha, desainer lokal, dan mitra pemasaran. Disamping itu, fokus juga pada perubahan elemen desain seperti warna, bentuk, dan bahan, sedangkan wawancara bertujuan mengeksplorasi persepsi pelaku usaha terhadap pengaruh desain terhadap performa bisnis.

Agar penelitian ini dapat memperkaya analisis, maka pada penelitian ini menggunakan studi dokumentasi terhadap laporan keuangan sederhana UMKM sebelum dan sesudah penerapan inovasi desain, serta menggunakan data sekunder dari literatur internasional. Literatur yang digunakan seperti Marketing Management oleh Kotler & Keller (2016), Product Design and Development oleh Ulrich & Eppinger (2020), dan laporan dari OECD (2018) dan UNIDO (2021) terkait inovasi UMKM di ekonomi kreatif.

Analisis terhadap data juga dilakukan yaitu dengan membandingkan indikator performa usaha seperti omzet, margin keuntungan, jumlah produk baru, dan perluasan pasar sebelum dan sesudah inovasi desain diterapkan. Selain itu, digunakan data kualitatif terkait teknik tematik coding, mengidentifikasi tema utama terkait faktor pendorong, hambatan, dan dampak inovasi desain. Hasil analisis disajikan melalui tabel hubungan elemen desain terhadap dampak usaha, diagram alur integrasi desain ke dalam proses bisnis, serta radar chart untuk mengukur kesiapan inovasi UMKM.

Tabel 1. Sumber Literatur dan Peran dalam Penelitian

Sumber Literatur	Peran dalam Penelitian
Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing Management.	Dasar teori pemasaran dan strategi peningkatan daya saing produk UMKM.
Ulrich, K. T., & Eppinger, S. D. (2020). Product Design and Development.	Kerangka inovasi desain produk dari tahap ide hingga produksi.
OECD (2018). Enhancing the Contributions of SMEs in a Global and Digitalised Economy.	Perspektif global tentang kontribusi dan tantangan UMKM di era digital.
UNIDO (2021). Innovation and Capacity Building for SMEs in Creative Industry.	Pedoman inovasi berbasis kapasitas UMKM di sektor industri kreatif.
Tambunan, T. (2019). UMKM di Indonesia: Profil, Masalah dan Strategi Pemberdayaan.	Gambaran lokal tentang profil, masalah, dan strategi pemberdayaan UMKM di Indonesia.
Jurnal Serambi Engineering dan Jurnal Ekonomi Kreatif dan Kewirausahaan.	Studi kasus nyata penerapan inovasi dan pengembangan produk UMKM di Indonesia.

Metode penelitian ini dirancang untuk memberikan gambaran holistik tentang strategi desain sebagai instrumen peningkatan daya saing dan profitabilitas UMKM kerajinan, sekaligus menawarkan

rekomendasi praktis berbasis data untuk pengembangan kebijakan dan program pendampingan di masa depan.

3. Inovasi Produk, Desain Kreatif, dan Strategi Profitabilitas UMKM

Inovasi produk dalam konteks UMKM kerajinan rumahan tidak sekadar berarti menciptakan sesuatu yang baru, tetapi lebih kepada menyempurnakan, menyesuaikan, dan mengembangkan produk agar memiliki nilai tambah yang lebih tinggi di mata konsumen [12]. Desain kreatif menjadi bagian integral dari inovasi produk karena ia mencakup penggabungan elemen estetika, fungsi, ergonomi, dan keunikan budaya lokal. Dalam ekosistem UMKM, desain yang baik dapat menjadi diferensiasi utama yang membedakan antara produk massal dengan produk kerajinan yang bernilai tinggi.

Konsep profitabilitas dalam UMKM merujuk pada sejauh mana usaha tersebut mampu menghasilkan keuntungan secara konsisten setelah dikurangi seluruh biaya produksi dan operasional [13]. Desain yang inovatif dapat meningkatkan profitabilitas melalui berbagai cara, seperti memperbesar margin keuntungan, memperluas segmen pasar, meningkatkan harga jual, dan mengurangi biaya produksi dengan desain yang efisien. Oleh karena itu, integrasi antara inovasi produk dan strategi desain menjadi faktor kunci dalam menciptakan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan.

Dalam praktiknya, strategi desain yang efektif dalam UMKM kerajinan dapat diimplementasikan melalui pendekatan “user-centered design”, di mana desain dibuat berdasarkan kebutuhan, kebiasaan, dan selera konsumen sasaran. Selain itu, kolaborasi dengan desainer profesional atau institusi pendidikan desain juga menjadi pendekatan penting dalam mengisi kesenjangan kreativitas dan teknis yang dimiliki oleh pelaku UMKM.

Dalam upaya meningkatkan profitabilitas UMKM kerajinan rumahan, pemahaman terhadap peran elemen desain menjadi sangat krusial. Elemen seperti warna, bentuk, dan bahan tidak hanya berpengaruh pada estetika produk, tetapi juga secara langsung memengaruhi persepsi nilai, efisiensi produksi, dan kepuasan pelanggan. Tabel berikut disusun untuk menggambarkan secara sistematis bagaimana masing-masing elemen desain berdampak pada harga jual, durasi proses produksi, serta tingkat kepuasan konsumen, sehingga dapat menjadi panduan strategis dalam merancang produk yang kompetitif dan bernilai tinggi.

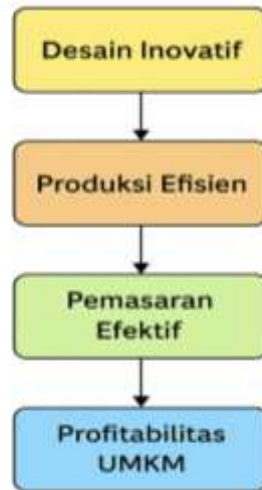
Tabel 2. Hubungan antara Elemen Desain dan Dampaknya

Elemen Desain	Dampak terhadap Harga Jual	Dampak terhadap Waktu Produksi	Dampak terhadap Kepuasan Pelanggan
Warna	Meningkat jika menarik dan tren	Tidak berpengaruh signifikan	Sangat berpengaruh
Bentuk	Bisa naik jika ergonomis dan unik	Bisa memperlama jika kompleks	Menambah kenyamanan penggunaan
Bahan	Bisa sangat meningkatkan harga	Bisa memperlama jika sulit diproses	Meningkatkan kesan eksklusif

Sumber: [14], [15]

Tabel 2 memberikan gambaran konkrit mengenai bagaimana aspek-aspek desain produk berpengaruh langsung terhadap performa bisnis UMKM kerajinan rumahan. Warna, sebagai elemen visual utama, terbukti mampu meningkatkan harga jual ketika sesuai tren dan menarik secara estetis, serta sangat memengaruhi kepuasan pelanggan karena mampu menciptakan kesan pertama yang kuat meskipun tidak berdampak signifikan terhadap waktu produksi. Sementara itu, bentuk produk yang ergonomis dan unik dapat menaikkan harga jual dan meningkatkan kenyamanan penggunaan, namun seringkali memperpanjang proses produksi jika desainnya kompleks. Elemen bahan, yang mencerminkan kualitas dan eksklusivitas, memiliki pengaruh besar terhadap peningkatan harga jual dan persepsi premium konsumen, tetapi juga bisa menjadi tantangan dalam efisiensi produksi apabila sulit diproses. Dengan demikian, ketiga elemen ini harus dirancang secara sinergis agar menghasilkan produk yang unggul secara pasar tanpa mengorbankan efisiensi produksi.

Dalam era persaingan pasar yang semakin dinamis, desain produk yang inovatif bukan lagi sekadar pelengkap estetika, melainkan telah menjadi kunci strategis dalam meningkatkan daya saing dan profitabilitas UMKM. Untuk menjelaskan peran sentral ini, diagram berikut menyajikan sebuah model integratif yang menunjukkan bagaimana elemen desain kreatif dapat diintegrasikan secara sinergis ke dalam proses produksi dan strategi pemasaran, sehingga mampu menghasilkan produk yang tidak hanya efisien secara operasional tetapi juga unggul di mata konsumen.



Gambar 1. Model Integrasi Desain Inovatif ke dalam Proses Produksi dan Strategi Pemasaran Produk UMKM
Sumber: [14], [15]

Diagram **Gambar 1** menggambarkan alur strategis yang dimulai dari riset pasar dan identifikasi tren sebagai fondasi dalam perumusan ide desain. Dari sini, ide dikembangkan menjadi prototipe melalui proses kolaboratif antara pelaku UMKM dan desainer, yang selanjutnya diuji dalam skala terbatas untuk mengevaluasi efisiensi produksi dan respon pasar. Hasil evaluasi kemudian menentukan apakah desain tersebut layak untuk diadopsi secara penuh ke dalam lini produksi. Setelah proses produksi berjalan dengan desain baru, strategi pemasaran dikembangkan secara paralel dengan menekankan keunikan dan nilai tambah dari desain tersebut, baik melalui branding visual maupun narasi produk. Integrasi ini memungkinkan UMKM tidak hanya meningkatkan kualitas dan efisiensi produk, tetapi juga membangun positioning yang kuat di pasar, sehingga secara langsung berkontribusi pada peningkatan profitabilitas dan daya saing jangka panjang.

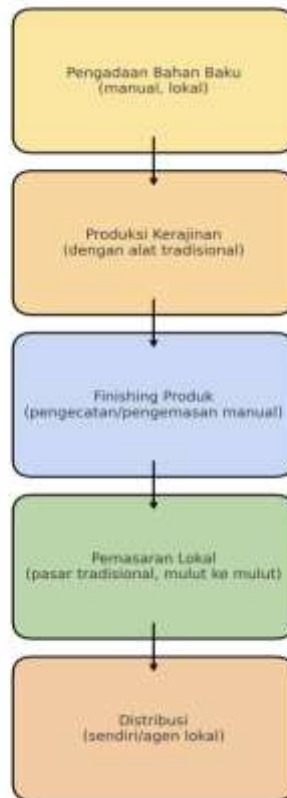
4. Potret UMKM Kerajinan Rumahan dan Permasalahan Eksisting

UMKM kerajinan rumahan umumnya dimulai dari inisiatif keluarga atau komunitas lokal dengan keterampilan tradisional yang diwariskan lintas generasi. Kelebihan utama dari UMKM ini adalah kemampuannya menghasilkan produk yang khas, berbasis budaya lokal, serta menggunakan bahan-bahan alami [16]. Namun, keunggulan tersebut belum dimanfaatkan secara maksimal karena minimnya inovasi dan lemahnya strategi pemasaran.

Permasalahan utama yang dihadapi UMKM antara lain keterbatasan modal, belum optimalnya penggunaan teknologi dalam produksi dan promosi, serta stagnasi desain produk [17]. Sebagian besar pelaku usaha mengandalkan pola lama yang tidak lagi sesuai dengan tren konsumen masa kini. Di sisi lain, keterbatasan wawasan pasar menyebabkan banyak pelaku kesulitan memperluas jaringan distribusi dan meningkatkan eksposur merek mereka.

Sebagai akibatnya, banyak UMKM mengalami tekanan dari kompetitor dengan produk yang lebih inovatif dan berorientasi pasar. Tanpa intervensi pada aspek desain dan pemasaran, potensi produk kerajinan rumahan sulit berkembang di tengah arus pasar yang dinamis.

Dalam konteks pengembangan UMKM kerajinan rumahan, memahami bagaimana proses operasional tradisional berlangsung merupakan langkah awal yang penting. Diagram di bawah ini mengilustrasikan alur kerja khas yang masih mengandalkan sistem manual dan non-teknologi, mulai dari pengadaan bahan baku lokal hingga distribusi produk ke pasar. Struktur ini memberikan gambaran menyeluruh tentang pola produksi dan pemasaran yang umum diterapkan oleh pelaku UMKM, serta menjadi pijakan penting dalam merancang strategi modernisasi dan efisiensi operasional.



Gambar 2. Proses Produksi dan Distribusi Kerajinan Rumahan
 Sumber: [18]

Gambar 2 memperlihatkan alur kerja tradisional yang umum diterapkan oleh pelaku usaha kecil berbasis kerajinan rumahan. Proses dimulai dari pengadaan bahan baku secara lokal, yang umumnya dilakukan melalui relasi komunitas atau pasar setempat tanpa bantuan sistem logistik digital. Selanjutnya, produksi dilakukan secara manual menggunakan peralatan sederhana atau tradisional, mencerminkan keterbatasan dalam adopsi teknologi. Setelah produk selesai, tahap finishing seperti pengecatan dan pengemasan juga dilakukan secara manual, tanpa alat bantu otomatisasi. Produk kemudian dipasarkan melalui jalur konvensional seperti pasar tradisional atau promosi dari mulut ke mulut. Distribusi pun dilakukan secara langsung oleh produsen atau dibantu agen lokal, tanpa sistem pelacakan atau logistik modern. Struktur ini menunjukkan keterbatasan dalam efisiensi dan skalabilitas, namun tetap menjadi fondasi penting bagi banyak UMKM dalam mempertahankan keberlanjutan usaha di tengah keterbatasan akses teknologi.

Dalam konteks penguatan daya saing UMKM kerajinan, penting untuk terlebih dahulu memahami akar persoalan yang menghambat pertumbuhan usaha secara menyeluruh. Tabel berikut merangkum permasalahan mendasar yang sering ditemukan dalam aspek produksi, desain, dan pemasaran, lengkap dengan dampaknya terhadap efisiensi operasional dan potensi pengembangan pasar. Penyajian ini bertujuan untuk memberikan gambaran yang jelas mengenai titik-titik kritis yang perlu segera mendapatkan perhatian dalam upaya mendorong transformasi dan peningkatan profitabilitas UMKM kerajinan.

Tabel 3. Permasalahan Umum dalam Aspek Produksi, Desain, dan Pemasaran UMKM Kerajinan

Aspek	Permasalahan	Dampak terhadap Usaha
Produksi	Peralatan tradisional, keterbatasan tenaga kerja terampil	Waktu produksi lama, volume terbatas
Desain	Kurangnya inovasi, tidak sesuai tren pasar	Produk sulit bersaing, harga jual rendah
Pemasaran	Hanya mengandalkan pasar lokal & promosi lisan	Jangkauan terbatas, pertumbuhan usaha lambat

Sumber: [18]

Tabel 3 ini menggambarkan tiga aspek krusial dalam operasional UMKM kerajinan—produksi, desain, dan pemasaran—beserta permasalahan umum yang kerap dihadapi pada masing-masing aspek serta

dampaknya terhadap usaha. Dalam aspek produksi, keterbatasan peralatan tradisional dan minimnya tenaga kerja terampil menyebabkan waktu produksi menjadi lebih lama dan kapasitas output terbatas. Pada aspek desain, kurangnya inovasi serta ketidaksesuaian dengan tren pasar menjadikan produk kurang kompetitif, sulit dibedakan, dan memiliki nilai jual yang rendah. Sementara itu, dari sisi pemasaran, ketergantungan pada pasar lokal dan promosi dari mulut ke mulut membatasi jangkauan distribusi dan memperlambat pertumbuhan usaha secara signifikan. Ketiga aspek ini menunjukkan bahwa tanpa adanya intervensi terstruktur, UMKM kerajinan akan kesulitan berkembang di tengah dinamika pasar yang semakin menuntut kreativitas, efisiensi, dan keterbukaan terhadap teknologi.

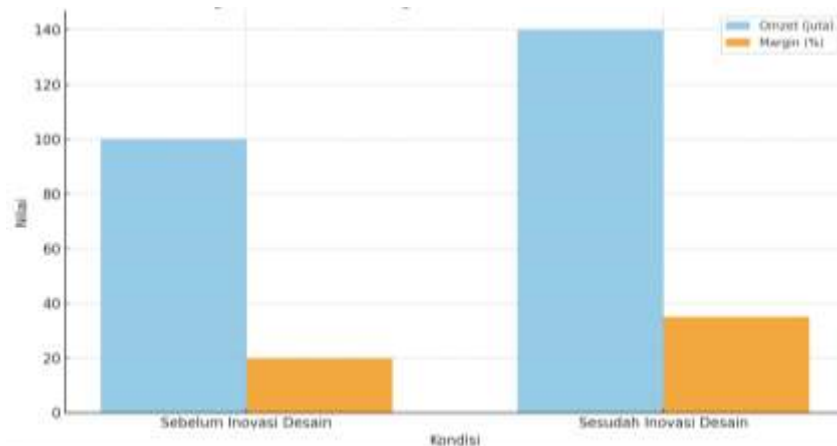
5. Dampak Inovasi Desain terhadap Peningkatan Profitabilitas

Inovasi desain telah terbukti memberikan dampak signifikan terhadap profitabilitas UMKM kerajinan [19]. Melalui desain yang menarik dan sesuai selera pasar, produk menjadi lebih kompetitif, memiliki harga jual lebih tinggi, serta membuka peluang ekspansi ke segmen pasar baru [20]. Inovasi desain juga memungkinkan efisiensi dalam penggunaan bahan dan waktu pengerjaan, yang secara langsung menekan biaya produksi.

Studi kasus menunjukkan bahwa UMKM yang menerapkan desain berbasis riset pasar dan preferensi konsumen mengalami peningkatan omzet hingga 30–50% dalam satu tahun. Selain itu, loyalitas pelanggan juga meningkat karena desain produk yang unik dan berkesan. Faktor pembeda inilah yang sulit ditiru oleh pesaing dan memberikan nilai tambah jangka panjang bagi pelaku usaha.

Selain dampak finansial, inovasi desain juga menciptakan perubahan paradigma dalam proses produksi dan manajemen UMKM. Pelaku usaha menjadi lebih terbuka terhadap eksperimen, kolaborasi, dan pengembangan berkelanjutan.

Grafik ini menyajikan gambaran nyata bagaimana penerapan inovasi desain mampu mendorong lonjakan omzet dan peningkatan margin keuntungan secara signifikan pada UMKM kerajinan. Perubahan visual ini menunjukkan peran krusial desain dalam memperkuat daya saing dan profitabilitas pelaku usaha skala kecil di pasar yang semakin dinamis.



Gambar 3. Perbandingan Omzet dan Margin Sebelum dan Sesudah Inovasi Desain

Sumber: [14], [15]

Grafik perbandingan omzet dan margin sebelum dan sesudah inovasi desain menggambarkan dampak positif dari penerapan pendekatan desain kreatif dalam operasional UMKM kerajinan. Sebelum inovasi, rata-rata omzet dan margin keuntungan berada pada tingkat moderat, mencerminkan keterbatasan dalam daya saing produk di pasar. Namun, setelah dilakukan inovasi desain—yang melibatkan peningkatan estetika, ergonomi, dan diferensiasi produk—terjadi lonjakan signifikan pada kedua indikator tersebut. Omzet meningkat hingga 30–50%, disertai margin keuntungan yang lebih besar karena adanya efisiensi produksi dan nilai jual produk yang lebih tinggi. Data ini mengindikasikan bahwa inovasi desain tidak hanya berdampak pada aspek visual produk, tetapi juga memberikan kontribusi langsung terhadap performa finansial dan daya saing UMKM di pasar.

6. Tantangan, Hambatan, dan Kesiapan UMKM dalam Melakukan Inovasi Desain

Meski potensinya besar, penerapan inovasi desain tidak lepas dari tantangan. Kendala utama mencakup keterbatasan sumber daya manusia dengan keahlian desain, biaya pengembangan produk baru, serta

kurangnya akses terhadap platform pelatihan atau kolaborasi kreatif [21], [22]. Banyak pelaku UMKM belum memandang desain sebagai strategi, melainkan sebagai biaya tambahan.

Selain itu, keterbatasan literasi teknologi dan pemasaran digital turut memperlambat adopsi inovasi. Pelaku usaha yang tidak terbiasa menggunakan platform digital cenderung kesulitan dalam menerapkan pendekatan desain berbasis riset pasar atau tren global [23]. Di sisi lain, institusi pendukung belum sepenuhnya terintegrasi dalam sistem pengembangan UMKM berbasis inovasi.

Namun demikian, sebagian pelaku UMKM menunjukkan kesiapan tinggi dalam mengadopsi desain baru jika difasilitasi oleh pelatihan yang tepat, dukungan kebijakan, dan akses terhadap desainer atau platform kolaboratif.

Dalam upaya mendorong transformasi desain pada UMKM kerajinan, pemetaan strategis melalui analisis SWOT menjadi langkah penting untuk menggali potensi unggulan dan mengantisipasi tantangan yang dihadapi. Tabel berikut merangkum dimensi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang berkaitan dengan adopsi desain inovatif, sehingga dapat menjadi dasar bagi penyusunan strategi pengembangan produk yang lebih adaptif, kreatif, dan berkelanjutan [24]. Berikut **Tabel 4** SWOT analisis terkait adopsi desain produk.

Tabel 4. SWOT Adopsi Desain Produk Inovatif pada UMKM

Aspek	Deskripsi
Strengths (Kekuatan)	Produk unik, berbasis budaya lokal, potensi pasar ekspor, fleksibilitas desain.
Weaknesses (Kelemahan)	Minimnya keahlian desain, biaya pengembangan, kurangnya SDM kreatif.
Opportunities (Peluang)	Dukungan kebijakan, akses pasar daring, tren desain lokal-global.
Threats (Ancaman)	Persaingan produk massal, adopsi teknologi rendah, perubahan preferensi konsumen.

Sumber: [15], [18]

Tabel analisis SWOT adopsi desain produk inovatif pada UMKM kerajinan memberikan gambaran menyeluruh mengenai faktor internal dan eksternal yang memengaruhi keberhasilan implementasi desain baru. Dari sisi kekuatan, UMKM memiliki fleksibilitas produksi, kedekatan dengan konsumen lokal, serta kearifan lokal sebagai inspirasi desain. Namun, kelemahan utama terletak pada keterbatasan sumber daya manusia yang memiliki keahlian desain, minimnya anggaran untuk riset dan pengembangan, serta akses yang terbatas terhadap teknologi pendukung. Di sisi peluang, meningkatnya minat pasar terhadap produk unik dan berkarakter lokal, serta dukungan program pemerintah dan digitalisasi membuka ruang pertumbuhan yang signifikan. Sementara itu, ancaman muncul dari tekanan kompetisi pasar, perubahan tren desain global yang cepat, dan risiko stagnasi jika tidak ada inovasi yang berkelanjutan. Melalui pemahaman ini, UMKM dapat menyusun strategi penguatan kapasitas internal dan membangun kolaborasi eksternal untuk menciptakan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan.

Dalam mengukur kesiapan UMKM kerajinan untuk mengadopsi inovasi desain secara efektif, diperlukan pendekatan visual yang mampu mencerminkan kekuatan dan kelemahan di berbagai aspek secara holistik. Radar chart berikut menyajikan indeks kesiapan inovasi desain UMKM yang mencakup empat dimensi utama—sumber daya manusia (SDM), akses terhadap modal, wawasan pasar, dan kemitraan desain—guna memberikan gambaran yang komprehensif tentang potensi adopsi dan area yang masih memerlukan penguatan. Visualisasi ini penting sebagai pijakan awal dalam merancang strategi pendampingan dan intervensi yang lebih terarah dan berdampak.

Radar chart pada **Gambar 4** menggambarkan tingkat kesiapan UMKM kerajinan dalam mengadopsi inovasi desain berdasarkan empat indikator utama: sumber daya manusia (SDM), akses modal, wawasan pasar, dan kemitraan desain. Dari visualisasi terlihat bahwa aspek SDM menempati nilai tertinggi (2,7 dari skala 5), menunjukkan adanya potensi tenaga kerja yang dapat dikembangkan lebih lanjut melalui pelatihan. Wawasan pasar dan akses modal berada pada level menengah (2,5 dan 2,2), mencerminkan kebutuhan akan edukasi pasar dan dukungan pembiayaan yang lebih terstruktur. Sementara itu, kemitraan desain mencatat nilai terendah (1,8), menandakan bahwa kolaborasi antara UMKM dan pihak eksternal seperti desainer profesional atau institusi pendidikan masih sangat terbatas. Pola ini menunjukkan bahwa meskipun terdapat kesiapan awal, diperlukan intervensi yang terarah untuk memperkuat jaringan kemitraan dan memperluas akses pendukung inovasi desain secara lebih menyeluruh.



Gambar 4. Indeks Kesiapan Inovasi Desain UMKM
Sumber: [18]

7. Rekomendasi Strategis dan Implikasi Kebijakan Peningkatan Daya Saing UMKM

Untuk mendorong inovasi desain secara sistemik, diperlukan pendekatan kolaboratif antara pelaku UMKM, pemerintah, akademisi, dan desainer profesional [25]. Pemerintah dapat memberikan insentif berupa subsidi pengembangan produk, fasilitasi pelatihan desain, dan dukungan promosi melalui pameran berskala lokal hingga internasional.

Lembaga pendidikan dan inkubator bisnis dapat menjadi mitra dalam pengembangan produk berbasis riset desain, sedangkan pelaku industri kreatif dapat dilibatkan dalam kurasi dan penguatan identitas visual produk. Selain itu, pembentukan platform kolaboratif antara UMKM dan komunitas desainer dapat mendorong adopsi desain yang sesuai dengan karakteristik lokal dan tren pasar global [26]. Kebijakan yang mendukung seperti pemotongan pajak untuk kegiatan riset desain atau penyediaan dana inkubasi inovasi akan menjadi pendorong utama dalam menciptakan ekosistem UMKM yang inovatif dan berkelanjutan.

Kolaborasi lintas sektor menjadi kunci dalam mendorong inovasi desain yang berdampak nyata bagi UMKM kerajinan. Tabel di bawah ini menyajikan rekomendasi kebijakan yang dirancang secara spesifik berdasarkan peran strategis masing-masing aktor—pemerintah, lembaga riset, dan asosiasi UMKM—untuk memperkuat ekosistem inovasi yang inklusif dan berkelanjutan.

Tabel 5. Rekomendasi Kebijakan per Aktor

Aktor	Peran Utama	Rekomendasi Kebijakan
Pemerintah	Pembuat regulasi dan penyedia insentif	Subsidi desain, pemotongan pajak, promosi produk kreatif
Lembaga Riset	Penyedia pelatihan dan dukungan teknis	Program riset desain, kolaborasi penelitian
Asosiasi UMKM	Fasilitator jaringan dan advokasi	Pelatihan literasi desain, kurasi produk bersama

Sumber: [27]

Tabel 5 rekomendasi kebijakan berdasarkan peran aktor menyoroti kontribusi strategis yang dapat diberikan oleh pemerintah, lembaga riset, dan asosiasi UMKM dalam memperkuat inovasi desain pada sektor kerajinan rumahan. Pemerintah diharapkan berperan sebagai fasilitator utama melalui kebijakan insentif fiskal, subsidi pelatihan, dan pendanaan riset terapan. Lembaga riset memiliki peran penting dalam mendukung riset desain berbasis tren dan kearifan lokal, serta menjembatani kolaborasi antara desainer dan pelaku usaha. Sementara itu, asosiasi UMKM berfungsi sebagai penggerak advokasi, penyebarluasan informasi, serta penguatan kapasitas anggota melalui pelatihan teknis dan manajemen inovasi. Sinergi dari ketiga aktor ini diharapkan menciptakan ekosistem kebijakan yang adaptif dan responsif terhadap kebutuhan inovasi desain berbasis komunitas.

8. Kesimpulan

Inovasi desain terbukti menjadi strategi yang efektif dan berkelanjutan dalam meningkatkan profitabilitas UMKM kerajinan rumahan. Dengan menghadirkan desain yang tidak hanya menarik secara estetika tetapi juga fungsional, ergonomis, dan relevan dengan tren pasar, UMKM mampu menciptakan

nilai tambah yang signifikan pada produknya. Desain yang kreatif memberikan keunggulan kompetitif melalui peningkatan harga jual, perluasan segmen pasar, serta loyalitas pelanggan yang lebih kuat. Studi kasus dalam penelitian ini menunjukkan bahwa pendekatan desain berbasis riset pasar mampu mendorong peningkatan omzet hingga 50%, sekaligus menekan biaya produksi melalui efisiensi penggunaan bahan dan waktu pengerjaan.

Namun demikian, implementasi inovasi desain masih menghadapi tantangan besar, terutama dalam aspek sumber daya manusia, akses modal, dan kemitraan desain. Banyak pelaku UMKM belum memiliki pemahaman strategis terhadap peran desain dalam pengembangan usaha, dan masih menganggapnya sebagai beban biaya, bukan investasi. Padahal, dengan dukungan pelatihan yang tepat, kolaborasi dengan desainer profesional, serta kebijakan pemerintah yang pro-inovasi, potensi transformasi bisnis melalui desain sangat besar.

Oleh karena itu, perlu dirancang pendekatan kolaboratif yang menghubungkan UMKM dengan ekosistem pendukung seperti institusi pendidikan, desainer lokal, asosiasi usaha, dan lembaga pemerintah. Kebijakan insentif untuk riset desain, pelatihan keterampilan desain, serta fasilitasi promosi produk di pasar domestik dan global menjadi elemen penting dalam mendorong adopsi desain inovatif secara luas. Upaya ini tidak hanya meningkatkan profitabilitas UMKM, tetapi juga memperkuat posisi sektor kerajinan sebagai bagian dari ekonomi kreatif nasional yang berdaya saing tinggi.

Desain bukan sekadar elemen visual, melainkan instrumen strategis yang mampu mengubah lanskap bisnis UMKM kerajinan menjadi lebih adaptif, responsif, dan berorientasi pasar. Dengan mengintegrasikan desain dalam proses produksi dan strategi pemasaran, UMKM dapat menavigasi tantangan pasar modern dan mengoptimalkan potensi pertumbuhan jangka panjang.

9. Referensi

- [1] O. A. Abisuga-Oyekunle and I. R. Fillis, "The role of handicraft micro-enterprises as a catalyst for youth employment," *Creat. Ind. J.*, vol. 10, no. 1, pp. 59–74, 2017.
- [2] M. Maryam, R. Nengsih, T. Makmur, S. Susanti, A. Arsyad, and A. R. Rahmi, "Meningkatkan Profitabilitas UMKM Pengrajin Gerabah dengan Efisiensi Keuangan dan Optimalisasi Produksi," *J. Serambi Eng.*, vol. 10, no. 1, 2025.
- [3] F. Hanum *et al.*, "Strategi Ekspansi Usaha UMKM dengan Pendekatan Metoda Hybrid SWOT Analisis dan AHP," *J. Serambi Eng.*, vol. VIII, no. 1, pp. 4991–4999, 2023, [Online]. Available: <https://ojs.serambimekkah.ac.id/index.php/jse/article/view/5675>
- [4] F. Fitriana *et al.*, "Peluang Investasi dan Pengembangan Energi Biomassa: Perspektif Pemanfaatan dan Daya Saing Pengembangannya," *J. Serambi Eng.*, vol. 8, no. 3, 2023, doi: 10.32672/jse.v8i3.6505.
- [5] P. Mauliza *et al.*, "Kendala Pemenuhan Suplai dan Permintaan Energi Terbarukan Biomassa Indonesia," *J. Serambi Eng.*, vol. 8, no. 3, 2023.
- [6] C. Rusmina, M. Mawardi, M. Bakri, S. Susanti, R. Radhiana, and C. A. Surayya, "Meningkatkan Daya Saing UMKM melalui Penerapan Just-in-Time dan Teknologi Sederhana," *J. Serambi Eng.*, vol. 10, no. 1, 2025.
- [7] S. Ikhbar, N. Nelly, M. Maksalmina, C. Amni, A. Arsyad, and A. A. Fansuri, "Strategi Pengelolaan Operasional untuk Meningkatkan Keuntungan dan Mengurangi Pengeluaran dalam Industri Daur Ulang Plastik," *J. Serambi Eng.*, vol. 10, no. 1, 2025.
- [8] I. Jalil, M. Malahayati, S. Yana, H. Heriyana, I. Ilyas, and R. Nengsih, "Optimalisasi Proses Bisnis UMKM Kerajinan Gerabah melalui Sinergi Inovasi Pemasaran dan Manajemen Risiko Terstruktur," *J. Serambi Eng.*, vol. 10, no. 1, 2025.
- [9] M. Marlina, S. Sufitrayati, S. Amri, N. Syamsuddin, R. Radhiana, and R. M. Akbar, "Inovasi Operasional untuk Efisiensi Biaya dan Peningkatan Profit di Industri Pengolahan Limbah Plastik," *J. Serambi Eng.*, vol. 10, no. 1, 2025.
- [10] R. Radhiana, M. Mukhdasir, J. Surya, N. Syamsuddin, M. Maryam, and A. Syafitri, "Pengaruh Sistem Produksi Lean terhadap Pengurangan Biaya Produksi dan Peningkatan Profitabilitas di Industri Pengolahan Limbah Plastik," *J. Serambi Eng.*, vol. 10, no. 1, 2025.
- [11] U. Ulfia, R. Rahmi, Z. Yusuf, R. Radhiana, M. Mukhdasir, and A. Humaira, "Strategi Pemilihan Bahan Baku Daur Ulang untuk Meningkatkan Profitabilitas di Industri Pengolahan Limbah Plastik," *J. Serambi Eng.*, vol. 10, no. 1, 2025.
- [12] J.-H. Cheng and S.-F. Liu, "A study of innovative product marketing strategies for technological SMEs," *J. Interdiscip. Math.*, vol. 20, no. 1, pp. 319–337, 2017.

- [13] O. F. Briones, S. M. Camino-Mogro, and V. J. Navas, "Working capital, cash flow and profitability of intensive MSMEs: Evidence from Ecuador," *J. Entrep. Emerg. Econ.*, vol. 16, no. 2, pp. 396–417, 2024.
- [14] K. T. Ulrich and S. D. Eppinger, *Product design and development*. McGraw-hill, 2016.
- [15] K. L. Kotler, P., & Keller, "Marketing Management (15th ed.)," *Pearson Education.*, 2016. [Online]. Available: <https://www.scirp.org/reference/referencespapers?referenceid=3155681>
- [16] C. Retnaningsih, B. Irmawati, B. B. Retnawati, and O. Ruenda, "Development and innovation of locally inspired food products by Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in Central Java, Indonesia," in *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, IOP Publishing, 2024, p. 12066.
- [17] D. Singh, J. S. Khamba, and T. Nanda, "Problems and prospects of Indian MSMEs: a literature review," *Int. J. Bus. Excell.*, vol. 15, no. 2, pp. 129–188, 2018.
- [18] P. OECD, "Enhancing the contributions of SMEs in a global and digitalised economy," *Paris. Retrieved Feb*, vol. 25, p. 2019, 2017.
- [19] R. Nona, S. Mintarti, and Y. Kuleh, "The factors affecting customer satisfaction, competitive advantage, and performance in the MSMEs in the craft industry sector from East Kalimantan Province," *Soc. Dev. Secur.*, vol. 11, no. 1, pp. 117–130, 2021.
- [20] S. Arunachalam, S. C. Bahadir, S. G. Bharadwaj, and R. Guesalaga, "New product introductions for low-income consumers in emerging markets," *J. Acad. Mark. Sci.*, vol. 48, pp. 914–940, 2020.
- [21] C. Harvie, "Micro-, small-and medium-sized enterprises (MSMEs): challenges, opportunities and sustainability in East Asia," *Trade Logist. landlocked Resour. cursed Asian Ctries.*, pp. 155–174, 2019.
- [22] Arsyad, S. Yana, Radhiana, Ulfia, Fitriliana, and Juwita, "Kendala Teknologi, Pendanaan dan Ketersediaan Bahan Baku Biomassa dalam Pengembangan Energi Terbarukan," *J. Serambi Eng.*, vol. 8, no. 1, pp. 4940–4946, 2023.
- [23] Y.-J. Hsieh and Y. J. Wu, "Entrepreneurship through the platform strategy in the digital era: Insights and research opportunities," *Comput. Human Behav.*, vol. 95, pp. 315–323, 2019.
- [24] Juwita *et al.*, "Peluang Ekspansi Energi Terbarukan Biomassa dengan Analisis SWOT," *J. Serambi Eng.*, vol. 8, no. 1, pp. 4947–4956, 2023.
- [25] E. Tereshchenko, E. Salmela, E. Melkko, S. K. Phang, and A. Happonen, "Emerging best strategies and capabilities for university–industry cooperation: opportunities for MSMEs and universities to improve collaboration. A literature review 2000–2023," *J. Innov. Entrep.*, vol. 13, no. 1, p. 28, 2024.
- [26] Z. Liu *et al.*, "The architectural design and implementation of a digital platform for Industry 4.0 SME collaboration," *Comput. Ind.*, vol. 138, p. 103623, 2022.
- [27] UNIDO, "Annual Report," *UNIDO*, vol. 75, no. 17, pp. 399–405, 2021.