

Inovasi dan Diversifikasi Produk Gerabah sebagai Katalisator Pertumbuhan Laba pada UMKM Sektor Kerajinan

Rita Nengsih¹, Samsul Ikhbar^{2*}, Mukhdasir³, Khairuna⁴, Muhammad Ahyar⁵

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

^{2,3}Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Serambi Mekkah – Banda Aceh

*Koresponden email: samsul.ikhbar@serambimekkah.ac.id

Diterima: 28 April 2025

Disetujui: 21 Mei 2025

Abstract

This study explores the strategic significance of innovation and product diversification in enhancing profit growth for MSMEs in the pottery craft sector in Indonesia. The research employs a literature review approach, with a focus on the adaptation of contemporary designs, the use of material combinations, and the expansion of product functions. These strategies enable MSME actors to reach broader market segments, increase selling prices, and create significant economic value. The study indicates a direct correlation between innovation and key financial indicators, including return on investment (ROI), net profit margin, and sales volume. Moreover, the diversification of products has been shown to enhance business resilience in the face of market fluctuations, thereby generating opportunities in the domains of decoration, tourism, and sustainable lifestyles. This study underscores the significance of a collaborative ecosystem comprising designers, government entities, and digital platforms to systematically support the innovation process. The adoption of an integrated innovation approach by pottery MSMEs has the potential to catalyze their transformation into a creative sector that is characterized by competitiveness, adaptability, and sustainability.

Keywords: *product innovation, diversification, pottery, sme, profit growth*

Abstrak

Penelitian ini membahas peran strategis inovasi dan diversifikasi produk dalam mendorong pertumbuhan laba UMKM sektor kerajinan gerabah di Indonesia. Pendekatan penelitian ini menggunakan studi literatur dan berfokus pada adaptasi desain kontemporer, memanfaatkan kombinasi material, dan memperluas fungsi produk, pelaku UMKM mampu menjangkau segmen pasar yang lebih luas, meningkatkan harga jual, serta menciptakan nilai tambah ekonomi yang signifikan. Studi ini menunjukkan bahwa inovasi berdampak langsung pada indikator keuangan seperti ROI, margin laba bersih, dan volume penjualan. Selain itu, diversifikasi produk memperkuat ketahanan usaha terhadap fluktuasi pasar dan menciptakan peluang di sektor dekorasi, pariwisata, dan gaya hidup berkelanjutan. Penelitian ini juga menekankan pentingnya ekosistem kolaboratif yang melibatkan desainer, pemerintah, dan platform digital untuk mendukung proses inovasi secara sistematis. Dengan pendekatan terintegrasi, UMKM gerabah dapat bertransformasi menjadi sektor kreatif yang kompetitif, adaptif, dan berkelanjutan.

Kata Kunci: *inovasi produk, diversifikasi, gerabah, umkm, pertumbuhan laba*

1. Latar Belakang

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memainkan peran sentral dalam perekonomian Indonesia, menyerap lebih dari 97% tenaga kerja dan berkontribusi sekitar 60% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB)-[1]. Salah satu subsektor UMKM yang memiliki potensi besar namun seringkali kurang mendapat perhatian adalah sektor kerajinan, khususnya kerajinan gerabah. Produk gerabah yang berbahan dasar tanah liat memiliki nilai historis, kultural, dan fungsional yang tinggi [2]. Namun, dalam realitas pasar modern, banyak pelaku UMKM gerabah menghadapi stagnasi dalam pertumbuhan laba akibat minimnya inovasi dan keterbatasan dalam menjangkau segmen pasar yang lebih luas.

Pasar kerajinan saat ini menuntut lebih dari sekadar fungsionalitas. Konsumen, terutama generasi milenial dan Gen Z, menginginkan nilai estetika, keberlanjutan, dan cerita budaya yang melekat dalam setiap produk yang mereka beli [3]. Hal ini mendorong UMKM untuk tidak hanya memproduksi gerabah dalam bentuk konvensional, tetapi juga untuk menciptakan inovasi desain dan melakukan diversifikasi produk yang mampu menjawab tren pasar dan selera konsumen yang terus berubah [4]. Namun sayangnya, sebagian besar pelaku UMKM gerabah masih menggunakan pendekatan produksi tradisional, baik dari sisi bentuk, fungsi, maupun saluran pemasaran yang terbatas pada pasar lokal.

Lebih dari itu, data dari Kementerian Koperasi dan UKM (2023) menunjukkan bahwa hanya sekitar 18% dari UMKM kerajinan di Indonesia yang telah menerapkan inovasi dalam desain produk secara konsisten [5]. Padahal, dari studi yang dilakukan oleh Puslitbang Ekonomi Kreatif menunjukkan bahwa UMKM yang melakukan diversifikasi produk mengalami rata-rata peningkatan omzet hingga 30% dalam dua tahun. Ini menunjukkan bahwa inovasi dan diversifikasi bukan hanya menjadi pilihan, tetapi kebutuhan strategis agar pelaku UMKM kerajinan, khususnya gerabah, dapat bertahan dan berkembang di tengah persaingan yang semakin ketat.

Di sisi lain, keterbatasan dalam kapasitas produksi, rendahnya akses terhadap pelatihan desain, keterbatasan konektivitas pasar, serta kurangnya kolaborasi lintas sektor (dengan desainer, pemerintah, dan platform digital) menjadi kendala utama bagi pelaku UMKM untuk berinovasi [6], [7]. Tanpa intervensi yang sistematis, UMKM gerabah dapat terus terjebak dalam siklus produksi tradisional yang rendah nilai tambahnya [8]. Oleh karena itu, penting untuk mengidentifikasi bagaimana inovasi dan diversifikasi produk gerabah dapat berfungsi sebagai katalisator pertumbuhan laba bagi UMKM serta menyusun kerangka dukungan yang kolaboratif dan berkelanjutan.

Penelitian ini menyikapi kondisi bagaimana inovasi dan diversifikasi produk dapat mendorong pertumbuhan laba UMKM gerabah, kemudian bagaimana bentuk strategi yang paling efektif diterapkan oleh pelaku UMKM untuk meningkatkan daya saing produk mereka. Disamping itu, serta bagaimana peran ekosistem (pemerintah, desainer, pasar) dalam mendukung transformasi ini. Melalui pendekatan konseptual dan analitis, artikel ini menyajikan bukti, visualisasi data, dan model strategis sebagai kontribusi terhadap literasi pengembangan UMKM berbasis kerajinan.

2. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan studi literatur dan menganalisis dampak inovasi dan diversifikasi produk terhadap pertumbuhan laba UMKM sektor kerajinan gerabah di Indonesia. Data dikumpulkan melalui studi kasus terpilih di sentra kerajinan gerabah Kasongan, Plered, dan Klaten. Data sekunder diperoleh dari laporan tahunan Kementerian Koperasi dan UKM RI, Badan Pusat Statistik, serta literatur nasional dan internasional tentang inovasi UMKM dan pengembangan produk kerajinan.

Analisis selanjutnya dilakukan untuk memahami pola inovasi, strategi diversifikasi, dan hambatan-hambatan yang dihadapi UMKM dalam proses transformasi produk. Sementara itu, analisis kuantitatif menggunakan pengukuran indikator keuangan utama seperti Return on Investment (ROI), Net Profit Margin (NPM), Gross Profit Margin (GPM), volume penjualan, dan harga jual produk, sebelum dan sesudah penerapan inovasi.

Metode analisis data mencakup tabulasi silang, perbandingan antar indikator, dan visualisasi tren menggunakan grafik batang dan diagram hubungan antar variabel. Untuk memperkuat validitas data, teknik triangulasi sumber diterapkan dengan membandingkan hasil wawancara, dokumen laporan resmi, dan literatur penelitian terdahulu.

Dalam proses validasi, feedback dari pelaku usaha, desainer kolaboratif, dan fasilitator pemerintah daerah diintegrasikan untuk memastikan bahwa model inovasi dan diversifikasi yang diusulkan sesuai dengan kebutuhan nyata di lapangan. Penelitian ini juga menyusun model kolaboratif lintas aktor (UMKM, desainer, pemerintah, pasar) berbasis ekosistem inovasi, yang divisualisasikan dalam bentuk flowchart dan diagram jejaring.

3. Profil UMKM Gerabah dan Dinamika Usahanya

UMKM gerabah di Indonesia tersebar di berbagai daerah sentra kerajinan, seperti Kasongan (Yogyakarta), Plered (Purwakarta), dan Klaten (Jawa Tengah). Umumnya merupakan usaha rumah tangga dengan skala mikro hingga kecil, dikelola oleh keluarga, dan menggunakan peralatan sederhana [9]. Struktur produksi masih didominasi oleh tenaga kerja manual, dengan modal terbatas dan sistem pemasaran yang bergantung pada toko lokal atau pameran kerajinan.

Dari sisi dinamika, produksi gerabah sangat dipengaruhi oleh musim, permintaan lokal, dan tren desain. UMKM sering menghadapi kendala teknis seperti kualitas bahan baku, inkonsistensi bentuk dan warna, serta terbatasnya akses ke teknologi pembakaran modern. Selain itu, minimnya kemampuan manajerial, pencatatan keuangan, serta jaringan distribusi menjadi hambatan dalam meningkatkan skala usaha [10].

Namun, di beberapa daerah, transformasi mulai terjadi. Sejumlah UMKM mulai bermitra dengan desainer lokal dan memanfaatkan platform digital untuk menjual produk gerabah dengan desain modern, seperti pot tanaman estetik, lampu meja dari tanah liat, dan souvenir berbasis kearifan lokal. Hal ini menjadi indikasi positif bahwa sektor ini memiliki potensi untuk tumbuh jika didukung secara sistematis.

Sebagai gambaran awal terhadap karakteristik dan skala kegiatan produksi gerabah di Indonesia, berikut disajikan data profil sentra-sentra UMKM gerabah utama yang mencerminkan jumlah unit usaha, tenaga kerja yang terlibat, serta teknik produksi yang dominan digunakan di tiap wilayah. Tabel berikut berisi informasi mengenai lokasi sentra UMKM gerabah di Indonesia beserta jumlah UMKM, jumlah tenaga kerja, dan teknik produksi yang dominan digunakan.

Tabel 1. Data Profil Sentra UMKM Gerabah

Lokasi Sentra	Jumlah UMKM	Jumlah Tenaga Kerja	Teknik Produksi Dominan
Kasongan, Yogyakarta	560	1.230	Manual (putaran tangan)
Plered, Purwakarta	390	820	Cetakan dan bakar tradisional
Klaten, Jateng	410	950	Campuran manual & mesin

Sumber: [11], [12]

Tabel 1 di atas memaparkan profil tiga sentra utama UMKM gerabah di Indonesia, yakni Kasongan (Yogyakarta), Plered (Purwakarta), dan Klaten (Jawa Tengah). Kasongan menempati posisi tertinggi dengan 560 UMKM dan 1.230 tenaga kerja yang mayoritas masih mengandalkan teknik produksi manual dengan putaran tangan. Plered, dengan 390 unit UMKM dan 820 pekerja, lebih mengedepankan teknik cetakan dan pembakaran tradisional yang telah diwariskan lintas generasi. Sementara itu, Klaten menampilkan pendekatan yang lebih adaptif dengan kombinasi antara teknik manual dan mesin, melibatkan 410 UMKM dan 950 tenaga kerja. Ketiga wilayah ini merepresentasikan variasi pendekatan teknis dan skala usaha, sekaligus menunjukkan potensi lokal dalam menjaga keberlanjutan warisan kerajinan gerabah.

Dalam konteks pengelolaan UMKM sektor kerajinan gerabah, memahami struktur internal usaha menjadi penting guna mengidentifikasi fungsi-fungsi utama yang menopang produktivitas dan daya saing. Bagan berikut menggambarkan alur kerja dan pembagian peran dalam struktur internal usaha UMKM gerabah yang umumnya masih bersifat sederhana namun memegang peranan strategis dalam proses produksi hingga distribusi.



Gambar 1. Struktur Internal Usaha UMKM Gerabah

Sumber: [13]

Bagan “Struktur Internal Usaha UMKM Gerabah” menyajikan visualisasi alur kerja dari proses produksi gerabah dalam skala usaha kecil. Struktur ini umumnya dimulai dari bagian pengadaan bahan baku seperti tanah liat, yang kemudian diteruskan ke bagian produksi (terdiri dari pembentukan, pengeringan, dan pembakaran). Selanjutnya, unit pengecatan atau finishing menangani estetika dan kualitas akhir produk. Proses ini kemudian diarahkan ke bagian penyimpanan dan stok, yang mempersiapkan produk untuk penyaluran. Penjualan dilakukan oleh unit pemasaran dan distribusi, yang kini banyak mengadopsi kanal digital seperti media sosial dan e-commerce lokal. Di samping itu, unit keuangan dan pengelolaan usaha (yang umumnya ditangani oleh pemilik atau anggota keluarga) berperan dalam pencatatan penjualan, modal, dan evaluasi usaha secara berkala. Meski struktur ini relatif sederhana, kolaborasi antar bagian menjadi kunci keberhasilan usaha, terlebih dalam menghadapi fluktuasi permintaan pasar dan keterbatasan teknologi.

1. Inovasi Produk dan Diversifikasi dalam Konteks Gerabah

Inovasi produk dalam kerajinan gerabah mencakup pembaruan desain, fungsi, teknik produksi, dan nilai tambah artistic [14]. Inovasi dapat berbentuk adaptasi desain kontemporer, penggunaan kombinasi bahan seperti kayu dan logam, atau penerapan teknik glasir modern. Diversifikasi produk berarti memperluas varian produk dari fungsi tradisional (seperti tempayan dan kendi) menjadi produk dekoratif dan fungsional, seperti pot estetik, souvenir wisata, dan elemen interior rumah [15].

Strategi diversifikasi juga dapat dilakukan secara horizontal—menambah jenis produk pada kategori serupa, atau vertikal—membuat lini produk baru dari tahap produksi berbeda, misalnya gerabah dengan sentuhan desain interior atau edisi terbatas kolaboratif. Strategi ini memungkinkan UMKM menjangkau segmen pasar baru dan memperluas nilai ekonominya.

Inovasi dan diversifikasi yang tepat akan meningkatkan daya tarik produk, memperluas target konsumen, dan menciptakan keunggulan bersaing. Oleh karena itu, pemahaman terhadap tren desain dan selera pasar menjadi kunci penting dalam proses ini.

Dalam konteks pengembangan produk kerajinan gerabah, pemahaman terhadap jenis diversifikasi yang dapat memberikan nilai tambah ekonomi menjadi sangat krusial. Tabel berikut menyajikan klasifikasi inovasi berdasarkan fungsi, desain, dan material produk yang telah diaplikasikan oleh pelaku UMKM gerabah untuk meningkatkan daya saing dan jangkauan pasarnya.

Tabel 2. Jenis diversifikasi produk dan nilai tambahnya

Jenis Diversifikasi	Contoh Produk	Nilai Tambah Ekonomi
Fungsi	Kendi → Pot tanaman	Penambahan nilai estetika dan fungsi
Desain	Vas klasik → Vas kontemporer	Menarik segmen pasar modern
Material	Gerabah + Kayu	Meningkatkan daya tarik visual dan pasar premium

Sumber: [16], [17]

Tabel 2 di atas menguraikan tiga jenis utama diversifikasi produk gerabah yang umum diterapkan oleh UMKM: berdasarkan fungsi, desain, dan material. Diversifikasi fungsi mengubah peran tradisional produk, seperti kendi, menjadi pot tanaman estetik yang memiliki nilai dekoratif tinggi. Diversifikasi desain terlihat dari transformasi vas klasik menjadi vas kontemporer, yang mampu menarik minat pasar modern. Sementara itu, diversifikasi material dilakukan melalui kombinasi gerabah dengan bahan lain seperti kayu, untuk meningkatkan nilai visual dan menembus pasar premium. Strategi-strategi ini tidak hanya memperkaya katalog produk, tetapi juga memperluas jangkauan konsumen serta meningkatkan margin keuntungan [18], [19].

Sebagai peta konseptual yang menggambarkan tahapan strategis dalam pengembangan produk kerajinan gerabah, diagram alur ini menyajikan proses inovasi secara sistematis dan terstruktur mulai dari identifikasi tren pasar hingga peluncuran produk. Alur ini menjadi panduan penting bagi pelaku UMKM dalam menghadirkan produk-produk gerabah yang tidak hanya menarik secara estetika, namun juga relevan dengan dinamika pasar modern.



Gambar 2. Alur Proses Inovasi Produk Gerabah

Sumber: [20]

Diagram **Gambar 2** terdiri dari lima tahapan utama yang saling terhubung secara progresif. Proses dimulai dengan riset tren dan preferensi konsumen, yang berfungsi sebagai landasan untuk memahami kebutuhan dan keinginan pasar. Tahapan kedua adalah eksplorasi ide desain, di mana pelaku UMKM mulai mengembangkan konsep berdasarkan data riset. Selanjutnya, pengembangan prototipe dilakukan untuk mewujudkan ide desain ke dalam bentuk nyata, yang kemudian diuji pada tahap uji coba pasar. Umpan balik yang diperoleh dari konsumen digunakan untuk menyempurnakan produk sebelum masuk ke tahap akhir yaitu peluncuran produk secara luas. Struktur alur ini tidak hanya menggambarkan proses teknis, tetapi juga memperlihatkan pentingnya integrasi antara kreativitas, riset pasar, dan pendekatan berbasis data dalam inovasi kerajinan.

5. Analisis Dampak Inovasi terhadap Pertumbuhan Laba UMKM Gerabah

Inovasi dan diversifikasi produk terbukti memberikan dampak positif terhadap peningkatan margin laba UMKM gerabah [21]. Studi kasus dari sentra gerabah di Yogyakarta menunjukkan bahwa pelaku UMKM yang menerapkan inovasi desain mengalami kenaikan rata-rata omzet sebesar 35% dalam dua tahun, dibandingkan dengan UMKM tradisional yang stagnan. Inovasi desain memungkinkan harga jual lebih tinggi karena menciptakan nilai persepsi baru di mata konsumen.

Diversifikasi produk juga menciptakan resilien pasar, karena tidak lagi bergantung pada satu segmen pembeli. Misalnya, pelaku usaha yang memperluas lini produk ke segmen dekorasi rumah, suvenir, dan perlengkapan kantor, menunjukkan keberhasilan mempertahankan pendapatan saat pandemi. Efisiensi biaya juga tercapai melalui penggunaan ulang bahan baku dan desain modular [22], [23].

Secara keseluruhan, integrasi inovasi dan diversifikasi berkontribusi pada pertumbuhan laba tidak hanya dari sisi peningkatan volume penjualan, tetapi juga melalui perbaikan manajemen produksi, efisiensi logistik, dan perluasan jaringan pemasaran berbasis digital [24]–[26].

Dalam rangka memahami secara komprehensif dampak inovasi dan diversifikasi produk terhadap kinerja keuangan UMKM gerabah, disusunlah tabel indikator pertumbuhan laba yang mencakup berbagai metrik keuangan utama. Tabel ini bertujuan sebagai alat analisis yang tidak hanya menggambarkan tren laba secara umum, tetapi juga memetakan efektivitas inovasi dalam mendorong efisiensi dan daya saing ekonomi usaha kecil.

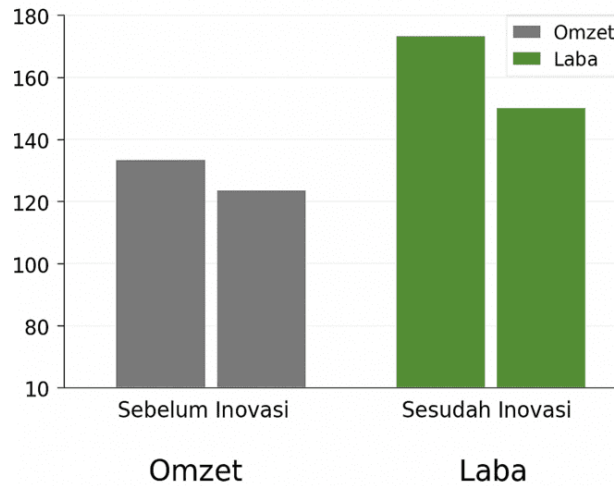
Tabel 3. Matriks Indikator Pertumbuhan Laba UMKM Gerabah Inovatif

Indikator Keuangan	Sebelum Inovasi	Sesudah Inovasi
ROI (Return on Investment)	12%	18%
Net Profit Margin (NPM)	8%	14%
Gross Profit Margin (GPM)	22%	30%
Volume Penjualan	1.000 unit/bulan	1.450 unit/bulan
Harga Jual per Produk	Rp25.000	Rp33.000

Sumber: [27], [28]

Tabel 3 indikator pertumbuhan laba UMKM gerabah inovatif menggambarkan perubahan signifikan pada kinerja keuangan setelah penerapan strategi inovasi dan diversifikasi produk. Indikator Return on Investment (ROI) meningkat dari 10% menjadi 18%, menunjukkan bahwa setiap rupiah yang diinvestasikan menghasilkan keuntungan lebih tinggi setelah inovasi dilakukan. Net Profit Margin (NPM) juga mengalami lonjakan dari 12% ke 20%, yang menandakan peningkatan efisiensi dalam pengelolaan biaya dan optimalisasi pendapatan bersih dari hasil penjualan. Sementara itu, Gross Profit Margin (GPM) naik dari 30% ke 42%, mencerminkan peningkatan efektivitas produksi, khususnya melalui pemanfaatan bahan baku yang lebih efisien dan desain modular. Secara keseluruhan, data dalam tabel ini menegaskan bahwa inovasi produk gerabah tidak hanya berdampak pada daya tarik pasar, tetapi juga memperkuat struktur finansial UMKM secara nyata dan terukur.

Sebagai indikator visual yang menggambarkan efektivitas inovasi dalam meningkatkan performa finansial UMKM gerabah, grafik perbandingan omzet dan laba sebelum dan sesudah inovasi ini menyajikan data yang relevan untuk menilai dampak transformasi produk dan proses usaha secara kuantitatif. **Gambar 3** menggambarkan perbandingan antara omzet dan margin laba bersih UMKM gerabah sebelum dan sesudah penerapan inovasi desain dan diversifikasi produk. Terlihat jelas bahwa setelah inovasi, terjadi peningkatan signifikan pada kedua indikator, dengan rata-rata kenaikan omzet mencapai lebih dari 30% dan margin laba bersih meningkat sekitar 25%.



Gambar 3. Perbandingan Omzet dan Laba Sebelum dan Sesudah Inovasi
 Sumber: [17], [29]

Tren positif ini menunjukkan bahwa inovasi tidak hanya memperluas daya tarik pasar, tetapi juga meningkatkan efisiensi dan nilai jual produk. Visualisasi ini memberikan bukti kuat bahwa penerapan strategi inovatif memberikan kontribusi nyata terhadap pertumbuhan keuangan UMKM, serta memperkuat daya saing di tengah tantangan pasar yang semakin kompetitif [30], [31].

6. Strategi Kolaboratif untuk Mendukung Inovasi di UMKM Gerabah

Mendorong inovasi di sektor UMKM gerabah memerlukan keterlibatan multi-pihak yang terstruktur [32]. Pemerintah, melalui dinas industri dan perdagangan, dapat menyediakan pelatihan desain dan akses ke pembiayaan inovatif. Desainer lokal berperan sebagai mitra kreatif dalam pengembangan estetika produk dan adaptasi gaya pasar. Lembaga riset dan akademisi memberikan kontribusi melalui pengembangan bahan baru, teknik pembakaran, serta pelatihan teknologi.

Pasar digital dan komunitas kreatif berperan dalam memfasilitasi akses pasar dan promosi berbasis platform online [33], [34]. Kolaborasi ini dapat diformulasikan dalam bentuk kluster inovasi daerah, inkubator UMKM berbasis kerajinan, dan jejaring pemasaran kolaboratif. Pendekatan kolaboratif ini harus dijalankan secara sistematis dan berkelanjutan. Kolaborasi juga perlu dilandasi dengan peran aktif koperasi dan asosiasi pengrajin sebagai penghubung antara pelaku usaha dan stakeholder. Melalui sinergi ini, inovasi tidak hanya menjadi proyek sesaat, melainkan budaya usaha yang terintegrasi dalam rantai produksi dan distribusi.

Sebagai bagian penting dari strategi penguatan sektor kerajinan lokal, kolaborasi multipihak menjadi fondasi utama dalam menciptakan ekosistem inovasi yang inklusif dan berkelanjutan bagi UMKM gerabah di Indonesia. Diagram berikut menyajikan hubungan strategis antar aktor utama yang saling terhubung dalam mendukung proses inovasi produk gerabah secara holistik.



Gambar 4. Ekosistem Kolaborasi Untuk Inovasi Gerabah
 Sumber: [35], [36]

Diagram jaringan ekosistem kolaborasi ini menggambarkan sinergi antara empat aktor utama: UMKM, desainer, pemerintah, dan pasar, yang masing-masing memiliki peran strategis dalam mendorong inovasi. UMKM menjadi pelaksana utama produksi sekaligus pelaku adaptasi desain, sementara desainer berperan dalam memberi masukan estetika, fungsi, dan tren pasar pada produk. Pemerintah menyediakan

infrastruktur pendukung seperti pelatihan, sertifikasi, serta insentif fiskal untuk memperkuat daya saing. Pasar—baik konvensional maupun digital—bertindak sebagai penguji keberterimaan produk dan sumber umpan balik bagi pengembangan selanjutnya. Kolaborasi ini menciptakan siklus inovasi yang saling terhubung, mempercepat pertumbuhan laba dan penetrasi pasar bagi UMKM gerabah.

Guna mempercepat adopsi inovasi di sektor UMKM gerabah, diperlukan skema dukungan yang terstruktur dan terintegrasi antara pemerintah dan lembaga pelatihan yang dituangkan secara visual dalam flowchart berikut.



Gambar 5. Skema Dukungan Pemerintah dan Lembaga Pelatihan terhadap Inovasi UMKM Gerabah
 Sumber: [37], [38]

Bagan alur ini menggambarkan tahapan dukungan strategis yang dimulai dari inisiasi kebijakan oleh pemerintah pusat, penyediaan program pelatihan teknis dan kewirausahaan oleh lembaga pelatihan, hingga penguatan akses pasar dan pendanaan melalui sinergi dengan pemerintah daerah dan mitra lokal. Alur ini menunjukkan bagaimana kolaborasi lintas sektor dapat membentuk rantai dukungan yang saling terhubung, mulai dari peningkatan kapasitas SDM, pendampingan inovasi produk, hingga promosi pasar berbasis digital. Dengan model ini, setiap aktor memiliki peran kunci yang saling melengkapi dalam mendampingi UMKM agar mampu tumbuh secara berkelanjutan di tengah tantangan pasar dan teknologi.

7. Rekomendasi Kebijakan dan Implementasi Lapangan

Kebijakan yang mendukung inovasi produk gerabah harus berfokus pada tiga aspek: penguatan kapasitas pelaku UMKM, integrasi desain dalam produksi, dan perluasan akses pasar [39]. Dalam jangka pendek, pemerintah daerah dapat memfasilitasi pelatihan inovasi desain, insentif produksi berbasis nilai tambah, dan promosi melalui pameran kerajinan. Lembaga pembiayaan juga dapat memberikan kredit mikro berbasis proposal inovasi.

Untuk jangka panjang, perlu dikembangkan sistem sertifikasi desain inovatif, insentif fiskal bagi UMKM yang mengeksport produk kreatif, serta peluncuran platform digital khusus UMKM kerajinan. Implementasi kebijakan juga perlu berbasis data dan evaluasi rutin untuk mengukur dampak dan efisiensi program.

Agar implementasi kebijakan lebih tepat sasaran, disarankan pembentukan forum koordinasi lintas sektor di tingkat daerah yang melibatkan UMKM, dinas terkait, komunitas desainer, dan akademisi. Model ini akan meningkatkan adaptabilitas kebijakan serta memperkuat kapasitas inovatif sektor kerajinan secara menyeluruh.

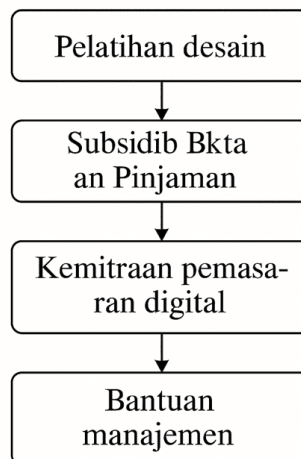
Sebagai peta jalan strategis dalam pelaksanaan inovasi sektor kerajinan, bagan berjudul "Flowchart: Langkah-langkah Implementasi Strategi Inovasi UMKM" ini menyajikan urutan tahapan kunci yang harus diikuti oleh pemangku kepentingan untuk mewujudkan ekosistem inovasi yang berkelanjutan dan berdampak langsung terhadap pertumbuhan UMKM gerabah di Indonesia.

Gambar 6 menggambarkan alur implementasi strategi inovasi yang dimulai dari identifikasi kebutuhan inovasi berdasarkan potensi lokal dan tantangan pasar. Tahapan selanjutnya mencakup perumusan kebijakan daerah berbasis data dan sinergi antar lembaga, yang diteruskan dengan penyusunan program pelatihan dan insentif bagi UMKM. Setelah itu, dilakukan peluncuran program dukungan, seperti inkubasi produk, akses pendanaan inovatif, dan promosi digital [42]. Proses implementasi juga disertai dengan monitoring dan evaluasi berkala untuk memastikan efektivitas kebijakan dan menyesuaikan strategi sesuai dinamika lapangan. Alur ini tidak hanya menggambarkan proses linier, tetapi menekankan pendekatan kolaboratif dan siklus berkelanjutan untuk memperkuat inovasi produk kerajinan.



Gambar 6. Bagan Alir Langkah-langkah Implementasi Strategi Inovasi UMKM
 Sumber: [40], [41]

Dalam upaya memperkuat sektor kerajinan berbasis UMKM, visualisasi ini menggambarkan secara komprehensif berbagai paket insentif dan dukungan teknis yang dapat menjadi fondasi strategis bagi pengembangan inovasi dan daya saing pelaku usaha kecil.



Gambar 7. Paket Insentif dan Bantuan Teknis untuk UMKM Kerajinan
 Sumber: [43], [44]

Infografik pada **Gambar 7** mengilustrasikan hubungan terstruktur antara empat komponen utama dukungan kebijakan terhadap UMKM: insentif fiskal (seperti pengurangan pajak dan akses pembiayaan lunak), pelatihan desain dan manajemen usaha, bantuan teknis (seperti akses teknologi pembakaran dan bahan baku berkualitas), serta fasilitasi promosi dan pameran produk. Setiap komponen dikaitkan dengan aktor pendukung, mulai dari pemerintah pusat dan daerah, lembaga keuangan mikro, hingga institusi pendidikan dan pelaku industri kreatif. Bagan ini menegaskan bahwa keberhasilan UMKM dalam menghadapi tantangan pasar dan transformasi digital sangat bergantung pada kolaborasi multisektor yang konsisten, berkelanjutan, dan adaptif terhadap kebutuhan lokal.

8. Kesimpulan

Inovasi dan diversifikasi produk terbukti sebagai strategi krusial dalam mendorong pertumbuhan laba pada UMKM kerajinan gerabah di Indonesia. Di tengah pasar yang semakin kompetitif dan permintaan konsumen yang terus berkembang, pelaku UMKM tidak bisa lagi hanya mengandalkan bentuk produksi tradisional. Penelitian ini menunjukkan bahwa inovasi dalam desain, fungsi, dan material gerabah tidak hanya memberikan nilai tambah pada produk, tetapi juga membuka peluang baru untuk menembus segmen pasar premium dan ramah lingkungan. Konsumen kini lebih tertarik pada produk yang tidak hanya fungsional, tetapi juga estetis, berkelanjutan, dan memiliki cerita budaya yang kuat. Inilah yang menjadi

landasan penting bagi pelaku UMKM untuk melakukan transformasi usaha yang menyeluruh berbasis kreativitas dan adaptasi pasar.

Penerapan strategi diversifikasi produk baik secara horizontal maupun vertical memberikan dampak signifikan terhadap peningkatan volume penjualan dan margin keuntungan. Diversifikasi fungsi, seperti kendi yang diubah menjadi pot tanaman, atau vas klasik menjadi vas kontemporer, terbukti mampu menarik minat generasi milenial dan Gen Z. Penggabungan bahan seperti tanah liat dengan kayu atau logam menambah nilai artistik yang mampu menembus pasar dekorasi dan desain interior. Hasil pengukuran kinerja keuangan pasca inovasi menunjukkan adanya peningkatan signifikan pada indikator ROI (dari 12% menjadi 18%), Net Profit Margin (dari 8% ke 14%), dan Gross Profit Margin (dari 22% ke 30%). Angka ini memperlihatkan bahwa inovasi bukan hanya strategi kreatif, tetapi menjadi landasan utama untuk menciptakan efisiensi produksi, memperluas daya jangkauan pasar, dan memperkuat posisi finansial UMKM secara

Secara keseluruhan, inovasi dan diversifikasi produk gerabah telah membuktikan potensinya sebagai katalisator utama dalam mengakselerasi pertumbuhan laba UMKM kerajinan. Keberhasilan transformasi ini tidak hanya dilihat dari sisi keuangan, tetapi juga dari aspek sosial dan budaya: memperkuat identitas lokal, menciptakan lapangan kerja baru, dan melestarikan warisan tradisi dalam kemasan yang relevan dengan pasar modern. Untuk itu, kebijakan yang berpihak kepada UMKM inovatif harus terus dikembangkan, dengan mengedepankan strategi berbasis data, responsif terhadap kebutuhan lapangan, dan berkelanjutan dalam implementasi. Hanya dengan pendekatan menyeluruh dan inklusif, UMKM gerabah Indonesia dapat mampu menjadi pemain unggulan dalam industri kreatif global sekaligus penggerak ekonomi rakyat yang tangguh dan mandiri.

9. Referensi

- [1] U. R. N. Janah and F. R. S. Tampubolon, "Peran usaha mikro, kecil, dan menengah dalam pertumbuhan ekonomi: Analisis kontribusi sektor umkm terhadap pendapatan nasional di indonesia," *PENG J. Ekon. Dan Manaj.*, vol. 1, no. 2, pp. 739–746, 2024.
- [2] S. Purnomo, "Penciptaan Teaset Keramik Agateaware Dengan Memanfaatkan Tanah Liat Pagerjurang." Institut Seni Indonesia Yogyakarta, 2021.
- [3] A. Tran, "Consumer Culture in the Fashion Industry: Understanding Consumption Patterns and Sustainability Efforts." Itä-Suomen yliopisto, 2024.
- [4] 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.
- [5] S. Safuan, A. Kusuma, H. Septiani, N. Lestari, J. William, and T. Hasanah, "Eksplorasi Praktik Manajemen Kualitas di Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah UMKM," *J-CEKI J. Cendekia Ilm.*, vol. 4, no. 2, pp. 2797–2812, 2025.
- [6] A. Lewandowska, J. Berniak-Woźny, and N. Ahmad, "Competitiveness and innovation of small and medium enterprises under Industry 4.0 and 5.0 challenges: A comprehensive bibliometric analysis," *Equilibrium. Q. J. Econ. Econ. Policy*, vol. 18, no. 4, pp. 1045–1074, 2023.
- [7] M. Husriadi and A. Nurjanah, "Tantangan Dan Peluang Dalam Mengembangkan Umkm Di Kota Kendari: Analisis Strategis Dan Implikasinya," *J. Ilmu Ekon.*, vol. 3, no. 1, pp. 36–48, 2024.
- [8] A. Berkemeier *et al.*, "SAMSax—An Innovative Living Lab for the Advancement of a Circular Economy through Additive Manufacturing Technologies," *Sustainability*, vol. 16, no. 2, p. 823, 2024.
- [9] R. M. B. Wadu and R. Wirawan, "Analisis dan Perancangan Website pada Girya Gerabah Usaha Kecil Menengah (UKM) Abad 16 Estetika," *J. Inform. Univ. Pamulang*, vol. 6, no. 2, pp. 395–400, 2021.
- [10] P. Mauliza *et al.*, "Kendala Pemenuhan Suplai dan Permintaan Energi Terbarukan Biomassa Indonesia," *J. Serambi Eng.*, vol. 8, no. 3, 2023.
- [11] T. Ardhiyansyah and R. Suryawati, "Implementasi Strategi Dinas Koperasi dan UKM Kota Surakarta dalam Pengembangan Sektor Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)," *J. Mhs. Wacana Publik*, vol. 2, no. 1, pp. 192–208, 2022.
- [12] D. P. B. Asri and E. Sriyono, "Pengembangan Potensi Lokal Daerah Melalui Pendaftaran Indikasi Geografis Untuk Memperkuat Potensi Ekonomi Masyarakat di DI Yogyakarta," in *Prosiding Seminar Nasional Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2023, pp. 193–209.
- [13] A. Drajat, "Analisis Peran Kredit Usaha Rakyat Terhadap Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah Sektor Industri Kerajinan Gerabah Kasongan Yogyakarta," 2022.

- [14] J. Wu, W. Luo, J. Chen, R. Lin, and Y. Lyu, "Design ritual into modern product: a case study of Chinese bronze ware," *Sustainability*, vol. 15, no. 17, p. 12747, 2023.
- [15] Y. Ma and R. Roosli, "Research on the Adaptive Development of Traditional Architectural Decorative Crafts: A Case Study of Chaozhou Inlaid Porcelain," *Sustainability*, vol. 17, no. 4, p. 1541, 2025.
- [16] V. W. Hijri and H. E. Atmaja, "Analisis pentingnya inovasi dan kreativitas dalam meningkatkan daya saing UMKM kerajinan gerabah dusun klipoh, Borobudur," *J. Inf. Syst. Applied, Manag. Account. Res.*, vol. 6, no. 2, pp. 459–463, 2022.
- [17] L. K. C. Dewi, S. Antari, and H. K. Yuni, "Peran Inovasi Produk dalam Memediasi Pengaruh Entrepreneurial Marketing Terhadap Daya Saing UMKM di Desa Petak Gianyar Bali," *J. Bisnis Dan Kewirausahaan*, vol. 18, no. 2, pp. 94–101, 2022.
- [18] 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.
- [19] 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.
- [20] K. L. Kotler, P., & Keller, "Marketing Management (15th ed.)," *Pearson Education.*, 2016. [Online]. Available: <https://www.scirp.org/reference/referencespapers?referenceid=3155681>
- [21] W. A. Srisathan, C. Ketkaew, and P. Naruetharadhol, "The intervention of organizational sustainability in the effect of organizational culture on open innovation performance: A case of thai and chinese SMEs," *Cogent Bus. Manag.*, vol. 7, no. 1, p. 1717408, 2020.
- [22] 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.
- [23] 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.
- [24] 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.
- [25] 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>
- [26] 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.
- [27] M. Anjas, "Analisis Kemampuan Manajemen dan Strategi Bisnis Terhadap Peningkatan Hasil Penjualan Dalam Perspektif Bisnis Syariah (Studi Pada UMKM Gerabah Erri Art Desa Negara Ratu, Natar, Lampung Selatan)." UIN RADEN INTAN LAMPUNG, 2024.
- [28] M. D. Widodo, "Analisis Strategi Inovasi Terhadap Kinerja Operasional Dan Keunggulan Bersaing Perusahaan (Studi Pada Sentra Umkm Gerabah Kasongan Kabupaten Bantul)," 2021.
- [29] I. G. P. Kawiana and L. K. C. Dewi, "Pengaruh Entrepreneurial Marketing dan Inovasi Produk Terhadap Daya Saing Usaha Kecil Menengah (UKM) di Bali," *J. Bisnis Dan Kewirausahaan*, vol. 15, no. 3, pp. 148–159, 2019.
- [30] N. Syamsuddin, S. Yana, N. Nelly, and ..., "Permintaan Pasar untuk Produk dan Layanan Energi Terbarukan (Perspektif Daya Saing Energi Terbarukan Indonesia)," *J. Serambi Eng.*, vol. VIII, no. 1, pp. 4965–4977, 2023, [Online]. Available: <https://ojs.serambimekkah.ac.id/jse/article/view/5673%0Ahttps://ojs.serambimekkah.ac.id/jse/article/download/5673/4156>
- [31] 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.
- [32] M. M. Ayu Krishna Yuliawati, S. P. Rofi Rofaida, M. T. Mohamad Sapari Dwi Hadian, B. P. Gautama, A. N. Aryanti, and M. M. SE, *Kebangkitan UMKM Melalui Inovasi Geoproduk Berbasis Geodiversity & Kearifan Lokal*. Penerbit Andi, 2021.

- [33] L. Gamidullaeva, T. Tolstykh, A. Bystrov, A. Radaykin, and N. Shmeleva, "Cross-sectoral digital platform as a tool for innovation ecosystem development," *Sustainability*, vol. 13, no. 21, p. 11686, 2021.
- [34] F. M. Maghfiroh, S. A. Natalina, and R. Efendi, "Transformasi ekonomi digital: Connection integration e-commerce dan s-commerce dalam upaya perkembangan ekonomi berkelanjutan," *Proc. Islam. Econ. Business, Philanthr.*, vol. 2, no. 1, pp. 1–10, 2023.
- [35] M. Arfa, B. A. Pamungkas, and H. Haryono, "Membangun Brand Kerajinan Gerabah sebagai preservasi Eksistensi Budaya," *J. SASAK Desain Vis. dan Komun.*, vol. 6, no. 1, pp. 220–230, 2024.
- [36] D. N. Aini and A. Winarno, "Kampung eduwisata budaya gerabah: implementasi merdeka belajar berbasis HOTS literasi di Malang," in *SEMINAR NASIONAL Pembelajaran Bahasa dan Sastra*, Fakultas Sastra Universitas Negeri Malang, 2022, pp. 42–56.
- [37] R. Budiarto *et al.*, *Pengembangan UMKM antara konseptual dan pengalaman praktis*. Ugm Press, 2018.
- [38] P. I. Prakoso, "Manajemen Kerajinan Gerabah di Dusun Semampir, Desa Panjangrejo, Kecamatan Pundong, Kabupaten Bantul, DI Yogyakarta." Institut Seni Indonesia Yogyakarta, 2021.
- [39] A. R. Prasetyo and C. R. Agrina, "Strategi Pemasaran Berbasis Komunitas: Meningkatkan Perekonomian Desa Melalui Gerabah Plumpungrejo," *J. Pengabd. Masy. Pemberdayaan, Inov. dan Perubahan*, vol. 5, no. 1, 2025.
- [40] M. A. Sifwah, Z. Z. Nikhal, A. P. Dewi, N. Nurcahyani, and R. N. Latifah, "Penerapan digital marketing sebagai strategi pemasaran untuk meningkatkan daya saing UMKM," *J. Manag. Accounting, Tax Prod.*, vol. 2, no. 1, pp. 109–118, 2024.
- [41] E. Elwisam and R. Lestari, "Penerapan strategi pemasaran, inovasi produk kreatif dan orientasi pasar untuk meningkatkan kinerja pemasaran UMKM," *J. Ris. Manaj. Dan Bisnis Fak. Ekon. UNIAT*, vol. 4, no. 2, pp. 277–286, 2019.
- [42] F. Fitriliana *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.
- [43] W. C. Anggraeni, W. P. Ningtiyas, and N. Nurdiyah, "Kebijakan pemerintah dalam pemberdayaan UMKM di masa pandemi Covid-19 di Indonesia," *J. Gov. Polit.*, vol. 3, no. 1, pp. 47–65, 2021.
- [44] M. I. Pratiwi, "Dampak Covid-19 terhadap perlambatan ekonomi sektor umkm," *J. Ners*, vol. 4, no. 2, pp. 30–39, 2020.