

INOVASI DESAIN PRODUK DAN JASA PADA UMKM KAYU ROTAN ADIT FURNITURE UNTUK MENINGKATKAN MINAT BELI KONSUMEN

Rian Safitri¹, Yoli Vanezi Mayendri², Lusiana³
Universitas Putra Indonesia YPTK Padang, Indonesia

Info Artikel

Sejarah artikel:

Received: 3 Feb 2026
Revised: 5 maret 2026
Accepted: 10 April 2026
Published: 31 Mei 2026

Kata kunci:

*Product Design Innovation;
Service Innovation;
Purchase Intention*

ABSTRAK

Artikel ini membahas peran inovasi desain produk dan inovasi layanan dalam meningkatkan minat beli konsumen pada UMKM furnitur berbahan kayu dan rotan, khususnya UMKM Kayu Rotan Adit Furniture di Kota Padang. UMKM furnitur memiliki kontribusi penting bagi ekonomi lokal, namun masih menghadapi kendala seperti keterbatasan modal, teknologi, kualitas SDM, akses pasar, serta tuntutan diferensiasi produk agar sesuai tren dan kebutuhan konsumen. Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) ini bertujuan menggali kondisi usaha, mengidentifikasi kendala, serta memberikan pendampingan strategi inovasi yang relevan. Metode yang digunakan bersifat kualitatif melalui survei lokasi, observasi, wawancara, dan diskusi dengan pemilik serta karyawan. Hasil kegiatan menunjukkan Adit Furniture memiliki potensi besar, tetapi desain produk masih cenderung konvensional, variasi produk terbatas, dan layanan belum terstandarisasi. Pendampingan difokuskan pada pengembangan desain furnitur yang lebih modern, ergonomis, fungsional, dan tetap mempertahankan karakter kayu-rotan, disertai peningkatan kualitas finishing. Selain itu, diperkenalkan inovasi layanan berupa konsultasi desain, respons yang lebih cepat, ketepatan waktu produksi, serta layanan purna jual. Temuan diskusi mengindikasikan bahwa kombinasi inovasi desain dan layanan dapat meningkatkan daya tarik, kepercayaan, dan kepuasan konsumen, sehingga berpotensi memperkuat daya saing dan memperluas pasar. Kegiatan ini dibatasi pada satu UMKM dan belum mengukur dampak penjualan secara kuantitatif maupun jangka panjang.

Ini adalah artikel akses terbuka di bawah [lisensi CC BY-SA](#).



Penulis yang sesuai:

Rian Safitri, Yoli Vanezi Mayendri, Lusiana
Magister Manajemen, Fakultas ekonomi dan bisnis
Universitas Putra Indonesia YPTK Padang, indonesia
Email: riansafitri48@gmail.com

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di sektor furnitur yang menggunakan kayu dan rotan sangat berkontribusi terhadap perekonomian lokal dan mendukung rantai nilai industri kreatif yang berbasis bahan alami. Di Indonesia, pelaku UMKM mendominasi industri furnitur, tetapi mereka sering mengalami kendala dalam hal modal, teknologi, kualitas sumber daya manusia, akses ke pasar, serta pentingnya melakukan diferensiasi produk agar sesuai dengan perubahan tren dan permintaan pasar. (Dan et al., 2021). Keadaan ini meminta pelaku UMKM di bidang furnitur untuk

tidak hanya bergantung pada metode produksi yang diwariskan, namun juga mendorong inovasi yang terfokus pada desain dan pengalaman layanan.

Di sisi lain, perilaku konsumen menunjukkan bahwa keputusan untuk melakukan pembelian tidak hanya ditentukan oleh fungsi produk saja, tetapi juga oleh daya tarik desain, inovasi, dan persepsi layanan yang ada dalam proses pembelian. Dalam konteks produk yang terbuat dari rotan, studi tentang pengembangan desain di industri rotan kecil di Cirebon menunjukkan pentingnya memperkenalkan produk baru dan mempelajari pengembangan produk agar kerajinan rotan lokal dapat mengikuti tren dan meningkatkan nilai jual (Yusuff et al., 2022). Temuan ini relevansi bagi UMKM furnitur seperti Adit Furniture. Hal ini karena inovasi dalam desain tidak hanya berkaitan dengan tampilan, tetapi juga sebagai cara untuk membedakan produk dan memperkuat citra di pikiran konsumen.

Selain perubahan dalam desain produk, inovasi dalam layanan seperti cepatnya respons, kejelasan informasi, kemudahan dalam pemesanan, cara menangani keluhan, dan layanan purna jual menjadi elemen penting yang mempengaruhi niat membeli. Penelitian pada galeri UMKM menunjukkan bahwa kualitas layanan memberikan dampak positif dan signifikan terhadap niat membeli, bahkan ketika variabel lainnya tidak selalu memiliki pengaruh yang lebih besar (Purchase et al., 2024). Oleh karena itu, peningkatan ketertarikan konsumen untuk membeli dapat didukung oleh dua hal: (1) inovasi pada desain produk seperti bentuk, fungsi, bahan, penyelesaian, dan yang terbaru, serta (2) inovasi dalam layanan yang meningkatkan pengalaman bagi pelanggan.

Dengan mempertimbangkan latar belakang tersebut, tujuan artikel ini adalah untuk menganalisis dan mengembangkan strategi inovasi dalam desain produk serta layanan di UMKM Kayu Rotan Adit Furniture agar dapat meningkatkan ketertarikan konsumen dalam berbelanja. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif untuk memperoleh pemahaman yang mendalam mengenai praktik inovasi yang diterapkan. Diharapkan, kontribusi dari penelitian ini dapat memberikan saran yang praktis kepada UMKM furnitur dalam memperluas portofolio produk yang lebih sesuai dengan tren yang ada, juga untuk menciptakan layanan yang konsisten yang dapat meningkatkan niat untuk membeli serta daya saing bisnis.

TINJAUAN LITERATUR

2.1 Inovasi Desain Produk

Produk yang inovatif diartikan sebagai cara untuk memperbaiki atau meningkatkan produk agar sesuai dengan kebutuhan dan keinginan pasar. Dengan demikian, hal ini dapat meningkatkan daya tarik produk dan kesempatan untuk dibeli. Penelitian dalam sektor produk menunjukkan bahwa inovasi yang baik memiliki dampak positif yang nyata terhadap ketertarikan konsumen untuk membeli; semakin baik inovasi yang diterapkan, semakin besar kemungkinan konsumen untuk bertransaksi. Penelitian lainnya juga menunjukkan bahwa menguji inovasi produk bersamaan dengan elemen layanan itu penting. Kombinasi antara inovasi produk dan kualitas layanan dapat lebih efektif dalam meningkatkan minat beli konsumen. (Muhamad et al., 2025)

Dalam konteks UMKM yang bergerak di bidang furnitur dari kayu dan rotan, pentingnya inovasi desain produk menjadi sangat strategis. Para konsumen biasanya memperhatikan keunikan desain, kualitas penampilan, dan bagaimana produk tersebut sesuai dengan tren interior saat ini. Penelitian yang dilakukan pada industri rotan skala kecil mengungkapkan bahwa dengan mengembangkan desain produk menggunakan pendekatan estetika visual, nilai jual dan daya saing produk rotan di pasar dapat meningkat. (Yusuff et al., 2022) Ini menunjukkan bahwa desain produk tidak sekadar berperan sebagai elemen estetika, tetapi juga sebagai cara untuk membedakan produk.

Selanjutnya, inovasi dalam desain produk memiliki pengaruh penting dalam cara konsumen melihat kualitas dan kebaruan suatu produk. Penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa produk yang inovatif memiliki dampak positif dan signifikan terhadap keinginan beli konsumen. Semakin tinggi inovasi desain yang dirasakan, semakin besar kemungkinan konsumen untuk membeli (Mulyana et al., 2021). Oleh karena itu, inovasi dalam desain produk dapat menjadi faktor kunci dalam meningkatkan minat beli konsumen.

2.2 Inovasi Jasa dan Kualitas Pelayanan

Inovasi dalam pelayanan untuk UMKM adalah perubahan dalam cara memberikan layanan kepada pelanggan, yang tidak hanya terpaku pada penjualan barang, melainkan juga pada keseluruhan pengalaman layanan. Penerapan inovasi layanan terlihat pada kecepatan dalam merespons, kejelasan dalam menyampaikan informasi, kemudahan saat melakukan pemesanan, ketepatan dalam memberikan layanan, pengelolaan keluhan, serta layanan setelah penjualan. Hal ini dikarenakan pelanggan menilai kualitas suatu usaha tidak hanya dari barang yang mereka beli, tetapi juga dari pengalaman layanan yang mereka alami. (Siagian et al., 2025)

Kualitas layanan biasanya dijelaskan melalui lima aspek utama: tangibles, keandalan, responsivitas, jaminan, dan empati. Responsivitas berhubungan dengan seberapa cepat dan sigap sebuah usaha dalam melayani pelanggan, termasuk cara menangani keluhan. Sementara itu, keandalan berkaitan dengan kemampuan usaha untuk memberikan layanan yang tepat dan tetap sama seperti yang dijanjikan. Dengan demikian, UMKM dapat mewujudkan inovasi dalam jasa melalui layanan yang cepat tanggap, informasi produk yang jelas, serta proses pemesanan yang mudah dan dapat diandalkan. (Siagian et al., 2025).

Inovasi untuk layanan tidak hanya terjadi saat transaksi, tetapi juga setelahnya dalam layanan yang menyusul. Layanan setelah penjualan seperti jaminan, perbaikan, dan dukungan perawatan terbukti dapat meningkatkan kepuasan pelanggan, yang berdampak baik pada niat untuk membeli kembali. Oleh karena itu, inovasi layanan serta kualitas pelayanan menjadi strategi yang sangat penting bagi UMKM dalam meningkatkan minat konsumen dan menjaga kesetiaan pelanggan.

2.3 Minat Beli Konsumen

Minat beli konsumen adalah keinginan atau kecenderungan untuk membeli suatu produk atau layanan setelah melakukan penilaian. Hal ini menunjukkan reaksi psikologis konsumen yang timbul dari pandangan mereka terhadap nilai produk, mutu pelayanan, dan pengalaman yang didapatkan selama berinteraksi dengan penjual (Mulyana et al., 2021).

Di bidang pemasaran, minat untuk membeli sering kali dianggap sebagai tanda penting yang dapat meramalkan perilaku belanja yang sebenarnya. Pelanggan dengan tingkat minat beli yang tinggi biasanya menunjukkan niat untuk mencoba, membeli, dan merekomendasikan produk kepada orang lain. Dengan demikian, minat beli dipengaruhi tidak hanya oleh sifat produk, tetapi juga oleh aspek layanan dan pengalaman yang didapatkan pelanggan secara keseluruhan.

Dalam konteks UMKM, terbukti bahwa kualitas layanan memiliki dampak besar pada minat beli masyarakat. Penelitian di galeri UMKM menunjukkan bahwa layanan yang baik berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat membeli, bahkan ketika faktor lain seperti harga dan pemasaran digital tidak selalu menjadi yang paling berpengaruh. Hasil ini menekankan pentingnya pelayanan yang baik dalam meningkatkan kepercayaan dan minat konsumen untuk melakukan pembelian. (Peong et al., 2024)

METODE

Untuk mencapai tujuan dari kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) ini, beberapa langkah berikut diambil:

1. Melakukan Survei Lokasi

Langkah pertama adalah melakukan survei lokasi. Dalam merencanakan suatu kegiatan, penting untuk mengetahui posisi dan situasi tempat serta lingkungannya melalui survei.

2. Mengumpulkan Informasi mengenai Usaha UMKM Kayu Rotan Adit Furniture

Informasi ini berguna untuk menambah pengetahuan kami. Selain itu, ini juga berfungsi untuk memperbarui pemahaman kami dan sebagai dasar untuk memberikan pendapat. Untuk mengumpulkan data, kami melakukan sesi tanya jawab dengan pemilik toko tersebut.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan PKM yang dilaksanakan dengan cara tatap muka dan langsung menuju ke lokasi usaha UMKM Adit Furniture, Jl. Raya Pitameh. Tj. Seba Pitameh Nan XX, Lubuk Begalung, Kota Padang, kegiatan ini dilakukan untuk mencari dan mengumpulkan data dan informasi dari usaha Kayu Rotan Adit Furniture. Kegiatan dilakukan dengan tujuan untuk menggali, mengumpulkan, serta menganalisis data dan informasi terkait proses produksi, desain produk, pelayanan jasa, serta strategi

pemasaran yang diterapkan oleh UMKM Adit Furniture. Selama kegiatan berlangsung, tim melakukan observasi, wawancara dengan pemilik usaha dan karyawan, serta diskusi mengenai kendala dan peluang pengembangan usaha.

Hasil dari pelaksanaan kegiatan ini menunjukkan bahwa UMKM Adit Furniture memiliki potensi besar dalam pengembangan desain produk kayu dan rotan, namun masih menghadapi beberapa kendala seperti desain yang belum mengikuti tren pasar, variasi produk yang terbatas, serta pelayanan jasa yang belum terstandarisasi. Pemilik usaha menyampaikan bahwa selama ini produksi dilakukan berdasarkan pesanan konsumen dan desain yang sudah ada, sehingga inovasi produk masih belum maksimal.

Melalui kegiatan PKM ini, tim memberikan masukan dan pendampingan terkait inovasi desain produk, seperti pengembangan model furnitur yang lebih modern, ergonomis, dan fungsional tanpa menghilangkan ciri khas bahan kayu dan rotan. Selain itu, inovasi pada jasa pelayanan juga diperkenalkan, seperti peningkatan layanan konsultasi desain, ketepatan waktu pengerjaan, serta pelayanan purna jual untuk meningkatkan kepuasan dan kepercayaan konsumen.

Dari hasil diskusi, pemilik usaha menyadari bahwa inovasi desain dan jasa sangat berpengaruh terhadap minat beli konsumen, karena konsumen cenderung tertarik pada produk yang unik, berkualitas, serta didukung dengan pelayanan yang baik. Dengan adanya inovasi ini, diharapkan UMKM Adit Furniture mampu meningkatkan daya saing, memperluas pasar, dan meningkatkan penjualan produk.

Beberapa strategi inovasi desain produk dan jasa yang dapat diterapkan untuk meningkatkan minat beli konsumen, antara lain:

1. Analisis tren pasar dan kebutuhan konsumen
Mengamati perkembangan desain furnitur yang sedang diminati pasar agar produk yang dihasilkan sesuai dengan selera konsumen.
2. Pengembangan desain produk yang inovatif
Menciptakan desain furnitur kayu dan rotan yang lebih modern, minimalis, dan multifungsi tanpa menghilangkan nilai estetika tradisional.
3. Diversifikasi produk
Menambah variasi produk seperti kursi, meja, rak, dan dekorasi rumah berbahan kayu dan rotan untuk menjangkau segmen pasar yang lebih luas.
4. Peningkatan kualitas bahan dan finishing
Menggunakan bahan baku yang berkualitas serta teknik finishing yang rapi agar produk lebih tahan lama dan bernilai jual tinggi.
5. Inovasi layanan jasa
Memberikan layanan konsultasi desain sesuai keinginan konsumen dan pelayanan purna jual untuk meningkatkan kepuasan pelanggan.
6. Optimalisasi proses produksi
Menyederhanakan alur kerja dan meningkatkan keterampilan karyawan agar proses produksi lebih efisien dan tepat waktu.
7. Pengembangan sumber daya manusia
Memberikan pelatihan kepada karyawan terkait teknik produksi, desain, dan pelayanan pelanggan.
8. Pemanfaatan media digital
Menggunakan media sosial dan platform online sebagai sarana promosi untuk memperkenalkan produk dan menjangkau pasar yang lebih luas.
9. Penguatan branding produk
Membangun identitas merek Adit Furniture sebagai produsen furnitur kayu dan rotan yang berkualitas dan inovatif.
10. Evaluasi dan pengembangan berkelanjutan
Melakukan evaluasi secara berkala terhadap desain produk dan layanan jasa untuk terus menyesuaikan dengan kebutuhan pasar.



Gambar 1.

Lokasi Kegiatan

DISKUSI

Hasil kegiatan PKM pada UMKM Kayu Rotan Adit Furniture menunjukkan bahwa inovasi desain produk dan inovasi layanan memiliki peran penting dalam meningkatkan minat beli konsumen. Temuan di lapangan mengungkapkan bahwa desain produk yang masih konvensional dan variasi produk yang terbatas menyebabkan daya tarik produk belum optimal. Padahal, inovasi desain yang mengikuti tren, bersifat fungsional, dan tetap mempertahankan karakter bahan kayu dan rotan dapat meningkatkan nilai jual serta membedakan produk dari pesaing.

Selain itu, kualitas dan inovasi layanan juga menjadi faktor pendukung minat beli konsumen. Layanan yang belum terstandarisasi, seperti respons terhadap konsumen dan layanan purna jual, berpotensi mengurangi kepuasan pelanggan. Melalui pendampingan PKM, diperkenalkan inovasi layanan berupa konsultasi desain, ketepatan waktu produksi, dan pelayanan purna jual yang diharapkan mampu meningkatkan kepercayaan serta kepuasan konsumen. Dengan mengombinasikan inovasi desain produk dan layanan secara berkelanjutan, UMKM Adit Furniture berpeluang meningkatkan daya saing, memperluas pasar, dan mendorong peningkatan penjualan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat yang telah dilaksanakan, dapat disimpulkan bahwa inovasi desain produk dan inovasi layanan memiliki peran yang signifikan dalam meningkatkan minat beli konsumen pada UMKM Kayu Rotan Adit Furniture. Inovasi desain yang mengikuti tren pasar, bersifat fungsional, dan tetap mempertahankan karakter bahan kayu dan rotan

mampu meningkatkan daya tarik serta nilai jual produk. Selain itu, peningkatan kualitas dan inovasi layanan, seperti konsultasi desain, ketepatan waktu pengerjaan, dan pelayanan purna jual, berkontribusi dalam meningkatkan kepuasan dan kepercayaan konsumen. Dengan penerapan inovasi secara berkelanjutan, UMKM Adit Furniture diharapkan dapat meningkatkan daya saing, memperluas jangkauan pasar, dan mendorong pertumbuhan penjualan secara berkesinambungan.

BATASAN

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini dibatasi pada UMKM Kayu Rotan Adit Furniture yang berlokasi di Kota Padang dengan fokus kajian pada inovasi desain produk dan inovasi layanan dalam kaitannya dengan minat beli konsumen. Pendekatan yang digunakan bersifat kualitatif melalui observasi dan wawancara, sehingga hasil yang diperoleh tidak dimaksudkan untuk digeneralisasikan pada seluruh UMKM furnitur. Selain itu, kegiatan ini tidak membahas aspek keuangan secara mendalam, seperti analisis biaya dan keuntungan, serta belum mengukur minat beli konsumen secara kuantitatif. Evaluasi dampak inovasi terhadap peningkatan penjualan juga belum dilakukan dalam jangka panjang.

REFERENSI

- Dan, P., Bersaing, S., Industri, P., Baku, B., & Jati, K. (2021). *JURNAL ILMIAH M-PROGRESS*. 11(1), 48–62.
- Empiris, S., & Bandung, K. (2025). *Pengaruh Inovasi Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli Konsumen*. 7(1), 18–29.
- Kesehatan, J. V., Rumah, I., Umum, S., & Prima, R. (2025). *Analysis of Quality of Health Services (Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy) in Inpatients at Royal Prima Hospital, Medan*.
- Mulyana, R., Purwanti, R. S., Setiawan, I., Ekonomi, F., & Galuh, U. (2021). *PENGARUH INOVASI PRODUK TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN (Suatu Studi Pada Industri Produk Keripik Mekarsari)*. 3.
- Purchase, T., Galeri, I., Perumda, U., Labuan, B., Peong, K., Ciptosari, F., Golwi, T., Haba, P., & Harvano, F. (2024). (*corressponding author*) 2. 17(2), 419–432.
- Yusuff, A. A., Judianto, O., & Murti, S. S. (2022). *MELALUI PENDEKATAN ESTETIKA VISUAL Pendahuluan*. 9(3), 366–374.