

PREFERENSI KONSUMEN USIA PRODUKTIF SEBAGAI DASAR PENGEMBANGAN DESAIN PRODUK KERAJINAN SERAT ALAM

*Christmastuti Nur¹

¹Program Studi Desain Produk, Fakultas Arsitektur dan Desain, Universitas Kristen Duta Wacana

e-mail: christmas@staff.ukdw.ac.id¹

Penulis Korespondensi: Christmastuti Nur

Received : 6, September, 2025

Accepted : 10, July, 2026

Published : 28, July, 2026

Abstract

Natural fiber craft products are facing market saturation due to limited design variation, indicating the need for empirical evidence to guide product design development. This study aims to map consumer preferences for natural fiber craft products as a basis for formulating design directions, focusing on consumers aged 20–60 years with independent incomes and prior purchasing experience. A quantitative descriptive approach was employed using an online questionnaire completed by one hundred respondents. The findings show that product uniqueness is the main purchase motivation (83%), followed by price considerations, with 49% of respondents allocating no more than IDR 250,000 per purchase. Most respondents are willing to make unplanned purchases when the product is genuinely needed (55%). For future purchases, home décor (35%) and accessories (31%) are preferred over furniture and tableware; these categories therefore inform example product development in the form of a mirror and a lanyard. A specific type of natural fiber is not a primary consideration (51%), but combining natural fibers with wood, bamboo, or rattan is perceived as attractive (52%). The majority prefer natural colors (51%) and favor designs using combination weaving (26%) and twisting techniques (22%). These results are concluded as a basis for recommending design directions for natural fiber-based home décor and accessory products that better align with productive-age consumer preferences

Keywords: *craft design, craft product, consumer behavior, consumer preferences, natural fiber.*

Abstrak

Produk kerajinan berbahan serat alam menghadapi tantangan kejenuhan pasar akibat variasi desain yang terbatas, sehingga dibutuhkan dasar empiris untuk mengarahkan pengembangan desain produk. Penelitian ini bertujuan memetakan preferensi konsumen terhadap produk kerajinan serat alam sebagai dasar perumusan arahan desain, dengan fokus pada konsumen berusia 20–60 tahun yang memiliki penghasilan mandiri dan pengalaman membeli produk tersebut. Pendekatan yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif melalui kuesioner daring kepada seratus responden. Hasil menunjukkan bahwa keunikan menjadi motivasi utama pembelian (83%), diikuti pertimbangan harga dengan alokasi dana tidak lebih dari Rp250.000 dalam sekali pembelian (49%). Sebagian besar responden (55%) bersedia melakukan pembelian di luar rencana apabila produk benar-benar dibutuhkan. Untuk rencana pembelian berikutnya, kategori dekorasi rumah (35%) dan aksesoris (31%) lebih diminati dibandingkan furnitur dan tableware. Jenis serat alam tertentu bukan pertimbangan utama (51%), namun

kombinasi serat alam dengan kayu, bambu, atau rotan dinilai lebih menarik (52%). Mayoritas responden menginginkan warna alami (51%) dan menyukai desain dengan teknik anyaman kombinasi (26%) serta teknik lilit (22%). Penelitian ini juga memberikan rekomendasi pengembangan produk kategori dekorasi rumah dan aksesoris yang selaras dengan preferensi konsumen usia produktif.

Kata Kunci: *desain kerajinan, produk kerajinan, preferensi konsumen, serat alam, perilaku konsumen.*

1. PENDAHULUAN

Serat alam dianggap sebagai material yang menjanjikan untuk produk masa depan, karena memiliki sejumlah keunggulan, antara lain ringan, mampu menyerap CO₂, rendah polusi, dapat terurai secara alami, dapat didaur ulang, dapat diperbarui, serta ketersediaannya melimpah (Habibie et al., 2021; Karimah, Ridho, Munawar, Ismadi, et al., 2021; Solomon, 2020). Serat alam dapat diperoleh dari tiga kategori sumber yaitu hewan (misalnya sutra, wool, rambut, bulu), tumbuhan (kulit, daun, buah, biji, batang), dan mineral (asbes, kaca, karbon) (Suparno, 2020). Berbagai penelitian telah mengungkap karakter fisik dan properti mekanis dari serat alam yang kualitasnya dapat dibandingkan dengan serat sintetis (Elfaleh et al., 2023), sehingga dimanfaatkan di berbagai bidang industri, mulai dari bio-komposit untuk otomotif, penerbangan, dan konstruksi bangunan, hingga tekstil, *pulp* dan kertas, aksesoris, dan kerajinan (Karimah, Ridho, Munawar,

Ismadi, et al., 2021; Krifa & Gnanasekar, 2025; Suparno, 2020).

Penggunaan serat alam pada produk kerajinan bukanlah tren sesaat tapi menjadi bagian dari gaya hidup ramah lingkungan. Pergeseran ini tampak dari keputusan konsumen beralih dari material sintetis dan berbahaya menuju material alami dan dapat diperbarui (Karimah, Ridho, Munawar, Adi, et al., 2021). Sebuah studi terhadap calon pembeli di New York dan Los Angeles menunjukkan bahwa sekitar dua pertiga responden lebih memilih kerajinan yang diproduksi secara berkelanjutan, dan mayoritas hanya ingin membeli produk yang dibuat langsung oleh tangan perajin, bukan mesin (Crafts Council UK, 2020).

Tantangan pengembangan kerajinan serat alam adalah keterbatasan inovasi desain yang membuat konsumen mudah jenuh. Inovasi desain dan kualitas material tercatat sebagai dua faktor utama yang dipertimbangkan konsumen ketika membeli produk kerajinan (Wahyuni, 2025), akan tetapi, dalam praktiknya, aspek desain

produk di industri kerajinan serat alam cenderung terpinggirkan dibanding manajemen produksi dan pemasaran (Erni et al., 2021). Akibatnya, preferensi konsumen belum sepenuhnya terintegrasi ke dalam proses pengembangan produk. Pada tingkat industri, sistem pengelolaan pengetahuan pun cenderung belum menempatkan desain (termasuk pemahaman *user/consumer*) sebagai pengetahuan yang benar-benar kritis (Erni et al., 2021).

Secara konseptual, preferensi konsumen dapat dipahami sebagai kecenderungan pilihan yang merepresentasikan kesukaan atau keinginan seseorang terhadap suatu produk setelah mengevaluasi berbagai faktor, seperti merek, harga, dan kualitas, yang pada akhirnya memengaruhi keputusan pembelian (Wardhana, 2024). Preferensi merupakan bagian dari perilaku konsumen yang menarik untuk diteliti sebab terbentuk dari akumulasi sikap, tujuan, dan keputusan pembelian, yang relevan dalam pengembangan produk maupun bisnis yang kompetitif (Nanjundeswaraswamy & Suraksha, 2025). Perilaku konsumen sendiri mencakup proses ketika individu memilih, membeli, menggunakan, mengevaluasi, dan memutuskan pasca konsumsi suatu produk. (Aiman et al., 2017). Proses ini dipengaruhi banyak faktor, antara lain psikologis (motivasi, persepsi, pembelajaran, sikap,

keyakinan), sosial (keluarga, teman, pendidikan, lingkungan, media sosial), budaya (nilai dan kebiasaan yang terbentuk di dalam kelompok dan konteks lokal), personal (usia, tahap kehidupan, pendidikan, pekerjaan, gaya hidup, kepribadian, konsep diri), serta faktor ekonomi seperti pendapatan, harga, dan akses terhadap kredit. (Fadilah et al., 2023; Kumar et al., 2023; Nanjundeswaraswamy & Suraksha, 2025).

Studi mengenai kerajinan serat alam umumnya berfokus pada aspek pelestarian budaya atau pemasaran, sementara integrasi preferensi konsumen usia produktif ke dalam strategi pengembangan desain produk masih relatif terbatas. Oleh sebab itu, penelitian ini merespons celah tersebut dengan tujuan memetakan preferensi konsumen usia produktif terhadap produk kerajinan serat alam dan menggunakannya sebagai dasar perumusan arahan desain. Dengan demikian, penelitian ini menawarkan kebaruan berupa integrasi langsung antara data preferensi konsumen dan prinsip desain produk kerajinan serat alam, yang belum banyak dijumpai dalam studi sebelumnya

Secara praktis, hasil penelitian diharapkan bermanfaat bagi desainer dan pelaku industri dalam mengembangkan desain produk kerajinan serat alam yang lebih diminati konsumen, serta membantu

produsen maupun penjual dalam menetapkan strategi pemilihan produk dan penentuan harga yang lebih selaras dengan harapan pasar.

2. METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif dengan pengumpulan data melalui kuesioner daring (Google Form), yang disebarakan melalui platform digital yaitu media sosial dan grup pesan instan untuk menjangkau populasi sasaran (*target population*) yang relevan secara efisien (Lehdonvirta et al., 2021). Teknik sampling yang digunakan adalah *non-probability sampling* dengan pendekatan *purposive*, yaitu responden dipilih berdasarkan kriteria tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian (Etikan et al., 2016; Memon et al., 2025). Pengambilan sampel bertujuan (*purposive*) ini dianggap tepat karena penelitian ini mencari informasi dari individu yang memiliki pengalaman spesifik terkait pembelian produk kerajinan serat alam. Partisipasi bersifat sukarela, sehingga sampel yang dihasilkan merupakan self-selected sample sampel yang umum dijumpai dalam survei daring berbasis media sosial (Zindel, 2023)

Kriteria inklusi meliputi: berusia minimal 20 tahun, memiliki pendapatan pribadi, mampu melakukan keputusan pembelian sendiri, serta pernah membeli

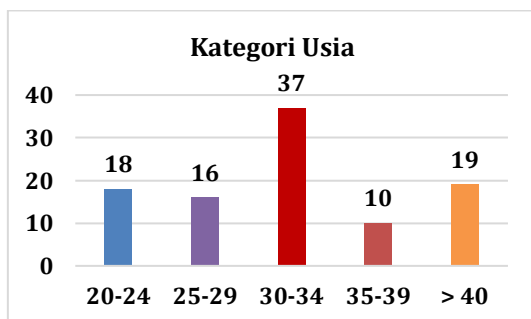
produk berbahan serat alam. Responden yang tidak menyelesaikan kuesioner atau berada di luar kriteria inklusi dikeluarkan dari analisis. Teknik ini dipilih mengingat keterbatasan akses daftar populasi lengkap dan studi bersifat eksploratif dengan fokus pada preferensi desain produk kerajinan serat alam di kalangan konsumen usia produktif.

Dalam penelitian ini, konteks serat alam yang dimaksud dibatasi pada serat yang berasal dari tumbuhan. Serat tumbuhan yang disebutkan atau ditampilkan dalam kuesioner antara lain jute, kenaf, rami, sisal, daun nanas, pelepah pisang, abaka, agel, pandan duri mendong, dan enceng gondok.

Instrumen kuesioner dirancang untuk menggali perilaku dan preferensi konsumen, meliputi motivasi pembelian produk, waktu pembelian produk, lokasi pembelian produk, alokasi dana untuk pembelian produk, kategori produk yang sering dibeli, jumlah produk dalam sekali pembelian, alasan pembelian produk di luar rencana, serta preferensi terhadap jenis serat alam. Kuesioner disusun berdasarkan tinjauan literatur mengenai perilaku konsumen dan desain kerajinan serat alam, dan dikonsultasikan dengan pembimbing penelitian untuk memastikan bahwa setiap butir pertanyaan sesuai dengan konstruk yang diukur (validitas isi).

3. HASIL

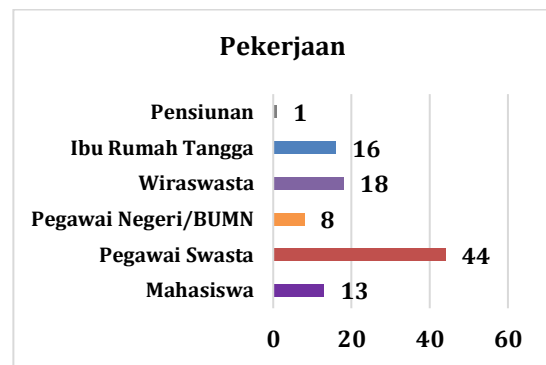
Sebanyak seratus populasi studi atau responden terpilih memenuhi kriteria inklusi dari seluruh target populasi. Responden terdiri dari 78 orang perempuan dan 22 orang laki-laki. Mayoritas responden dalam penelitian ini berada pada rentang usia 30–34 tahun (Gambar 1). Kelompok usia tersebut mencakup 37% dari total sampel, disusul oleh responden berusia di atas 40 tahun (19%), 20–24 tahun (18%), 25–29 tahun (16%), dan 35–39 tahun (10%). Komposisi ini menunjukkan bahwa responden didominasi oleh kelompok usia produktif awal sampai menengah.



Gambar 1: Kategori Usia Responden
(Sumber: Penulis)

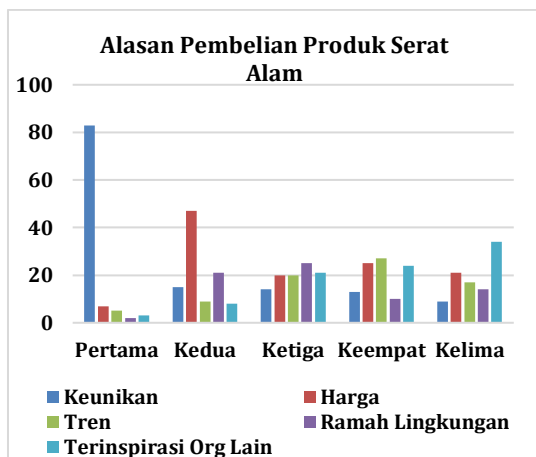
Profesi terbanyak yang mengisi kuesioner ini adalah pegawai swasta (Gambar 2). Terdapat 44% responden berprofesi pegawai swasta, 18% berprofesi wiraswasta, 16% berprofesi ibu rumah tangga, 13% berprofesi mahasiswa, 8% berprofesi pegawai negeri/BUMN, dan 1% merupakan pensiunan. Komposisi profesi yang didominasi pegawai swasta

mengindikasikan bahwa sebagian besar responden berasal dari kelompok pekerja kantoran dengan pendapatan tetap dan aktivitas harian di lingkungan kerja formal.



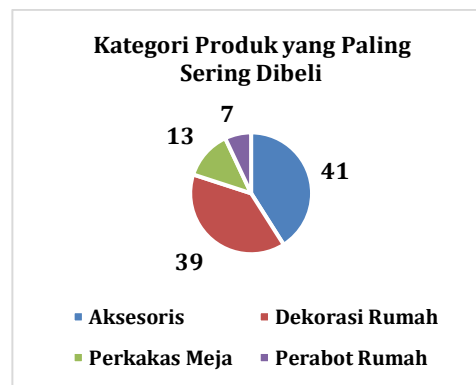
Gambar 2: Pekerjaan Responden
(Sumber: Penulis)

Motivasi atau alasan utama yang mendasari responden penelitian ini membeli produk kerajinan serat alam adalah karena keunikannya (83%). Alasan kedua adalah harga (47%). Faktor ramah lingkungan paling banyak dipilih konsumen sebagai motivasi ketiga (25%). Secara berturut-turut, alasan keempat dan kelima yang paling banyak disebutkan yaitu tren (27%), dan terinspirasi dari orang lain (34%), misalnya saudara/sahabat, atau tokoh panutan, seperti *social media influencer* (Gambar 3).



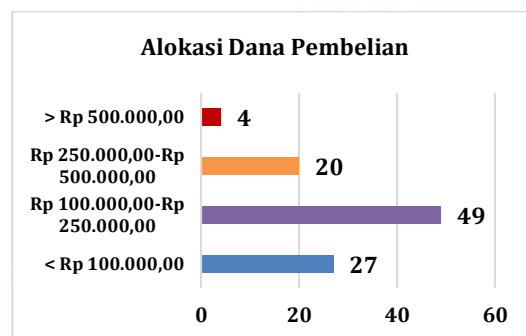
Gambar 3: Motivasi Pembelian Produk Serat Alam
(Sumber: Penulis)

Dalam hal kebiasaan membeli, kategori produk berbahan serat alam yang paling sering dibeli oleh responden (Gambar 4) yaitu aksesoris (41%), misalnya tas jinjing, tas selempang, dompet, topi. Urutan kategori berikutnya yaitu dekorasi rumah (39%), termasuk di dalamnya adalah karpet (*rug*), wadah simpan, keranjang pot, dan keranjang pakaian. Kategori produk ketiga yang paling sering dibeli responden (13%) adalah perkakas meja (*tableware*) yang meliputi alas piring (*placemat*), alas gelas (*coaster*), taplak, wadah buah. Terakhir adalah kategori perabot rumah (7%) seperti lemari, rak, meja, kursi, partisi. Secara keseluruhan, pola ini menunjukkan bahwa responden lebih sering membeli produk kerajinan serat alam dalam bentuk aksesoris dan dekorasi rumah berskala kecil, sedangkan pembelian produk berukuran besar seperti perabot rumah relatif jarang dilakukan.



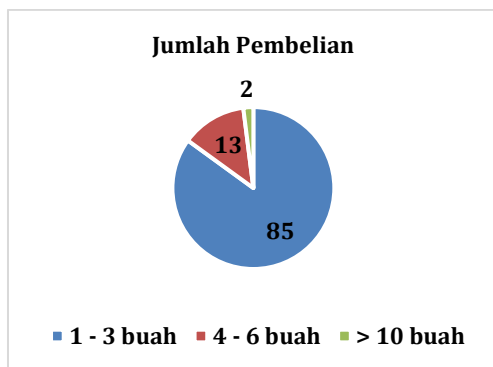
Gambar 4: Kategori Produk Serat Alam yang Paling Sering Dibeli
(Sumber: Penulis)

Dalam hal alokasi dana, hampir setengah responden (49%) mengalokasikan dana Rp100.000-Rp250.000 untuk sekali pembelian produk kerajinan serat alam (Gambar 5). Sebanyak 27% responden bersedia mengalokasikan maksimal Rp100.000, sedangkan 20% responden menyediakan dana antara Rp250.000-Rp500.000 untuk sekali pembelian.



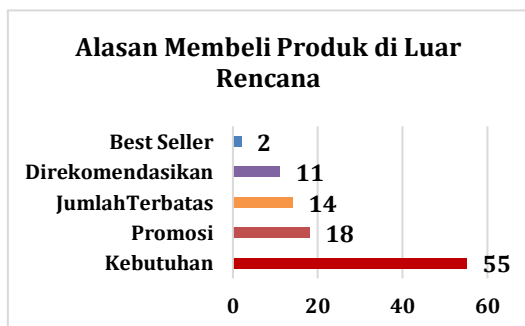
Gambar 5: Alokasi Dana Pembelian
(Sumber: Penulis)

Jumlah rata-rata produk yang dibeli dalam sekali transaksi umumnya relatif sedikit. Sebanyak 85% responden menyatakan membeli maksimal tiga produk dalam sekali pembelian (Gambar 6).



Gambar 6: Jumlah Produk Serat Alam dalam Sekali Pembelian
(Sumber: Penulis)

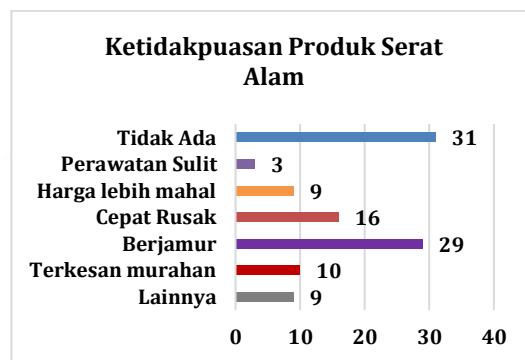
Responden juga mengungkapkan alasan yang mendorong mereka tetap bersedia membeli produk kerajinan serat alam di luar rencana awal (Gambar 7). Alasan yang paling sering disebut adalah ketika produk tersebut memang benar-benar dibutuhkan (55%). Alasan lain meliputi adanya promosi yang menarik (18%), ketersediaan produk dalam jumlah terbatas (14%), dan rekomendasi dari orang yang dipercaya (11%).



Gambar 7: Alasan Membeli Produk di Luar Rencana
(Sumber: Penulis)

Selama membeli dan menggunakan produk berbahan serat alam, 31 responden menyatakan tidak menemukan masalah yang penting (Gambar 8). Namun, 29 responden mengungkapkan bahwa produk

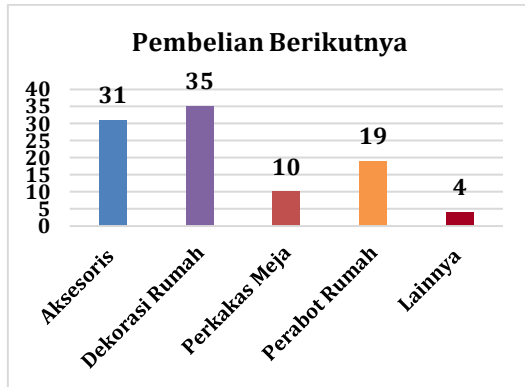
serat alam yang dimiliki, rentan tumbuh jamur ketika berada dalam kondisi lembap sehingga akhirnya harus dibuang. Kendala lain yang dijumpai oleh responden adalah produk cepat rusak, produk terkesan murahan, dan harga dinilai lebih mahal dibandingkan produk sejenis berbahan plastik. Sejumlah responden juga menyebutkan kesulitan dalam perawatan, kerapian anyaman yang kurang rapi, kekakuan serat, serta desain yang monoton dan kurang menarik.



Gambar 8. Ketidakpuasan terhadap Produk Serat Alam
(Sumber: Penulis)

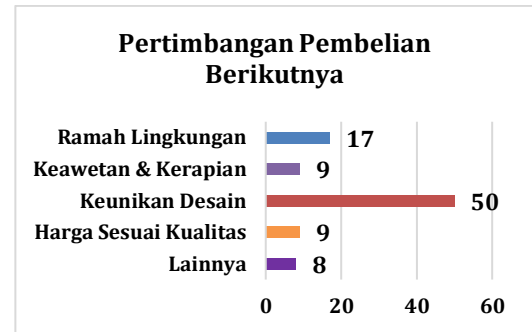
Mengenai rencana pembelian produk serat alam berikutnya (Gambar 9), mayoritas responden (35%) memilih kategori produk dekorasi rumah sedangkan 31% memilih kategori produk aksesoris. Kategori produk lain seperti perkakas meja (*tableware*) dipilih oleh 10% responden, dan kategori perabot rumah (*furniture*) dipilih oleh 19% responden, dan 4% memilih kategori lainnya. Secara keseluruhan, pola ini menunjukkan bahwa dekorasi rumah dan aksesoris menjadi

prioritas utama pembelian berikutnya, sementara kategori lain relatif kurang diminati.



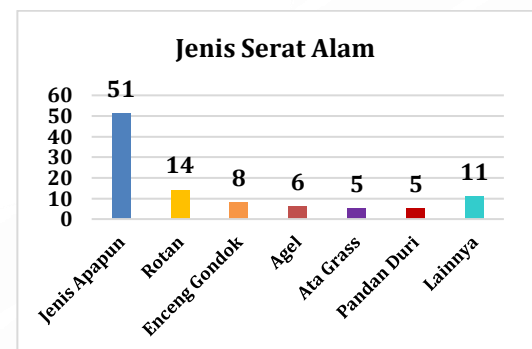
Gambar 9: Rencana Pembelian Produk Serat Alam Selanjutnya
(Sumber: Penulis)

Mengenai pertimbangan pembelian produk serat alam berikutnya (Gambar 10), 50% responden menyatakan hanya bersedia membeli jika produk memiliki keunikan dalam desainnya. Pertimbangan bahwa produk serat alam lebih ramah lingkungan menjadi motivasi berikutnya (17%). Sebanyak 9% responden menekankan bahwa produk harus awet dan dikerjakan dengan rapi, dan 9% lainnya mempertimbangkan kesesuaian harga dengan kualitas. Sisanya (8%) akan membeli jika tersedia produk atau varian baru yang dapat melengkapi koleksi.



Gambar 10. Pertimbangan Pembelian Produk Serat Alam Berikutnya
(Sumber: Penulis)

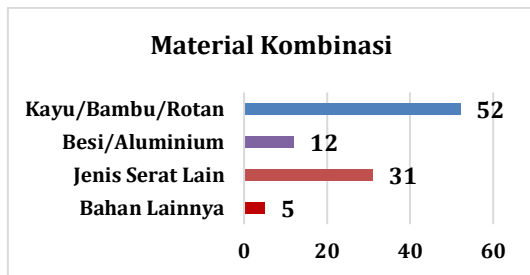
Hasil kuesioner juga menunjukkan bahwa mayoritas responden (51%) tidak memiliki preferensi khusus terhadap jenis serat alam tertentu, sehingga jenis serat bukan menjadi pertimbangan utama dalam keputusan pembelian (Gambar 11). Walaupun demikian, sebagian responden menyebutkan beberapa jenis serat yang lebih disukai, seperti enceng gondok, agel, ata grass, pandan duri, pelepah pisang, dan mendong.



Gambar 11: Preferensi Jenis Serat Alam
(Sumber: Penulis)

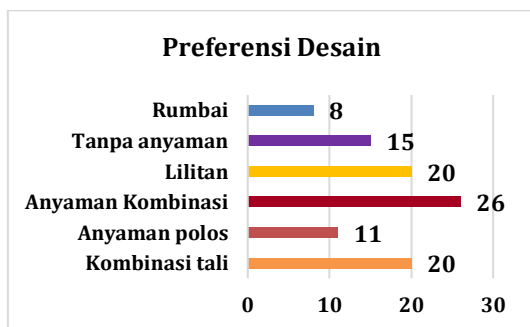
Pada pertanyaan mengenai material kombinasi, sebagian besar responden (52%) menyatakan bahwa kombinasi serat alam dengan material kayu, bambu, atau rotan merupakan pilihan yang menarik.

Selain itu, 31% responden menghendaki kombinasi dua jenis serat alam atau lebih dalam satu produk (Gambar 12).



Gambar 12: Preferensi Material Kombinasi Serat Alam
(Sumber: Penulis)

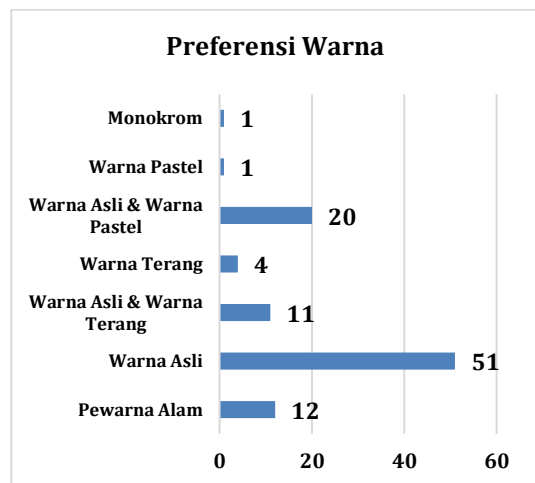
Responden kemudian diminta memilih preferensi desain produk serat alam melalui contoh gambar (Gambar 13). Tiga jawaban terbanyak adalah produk dengan anyaman kombinasi dua atau lebih jenis serat alam (26%), produk dengan lilitan serat alam (20%), serta produk serat alam dengan kombinasi tali rami (20%).



Gambar 13: Preferensi Desain Serat Alam
(Sumber: Penulis)

Dalam hal preferensi warna, mayoritas responden (51%) menginginkan produk serat alam dengan warna asli atau warna alami material tersebut (Gambar 14). Pilihan terbanyak kedua adalah kombinasi warna asli serat dengan warna pastel yang

memberi kesan lembut, yang dipilih oleh 20% responden.



Gambar 14: Preferensi Warna
(Sumber: Penulis)

4. PEMBAHASAN

4.1 Implikasi preferensi terhadap strategi desain produk

Dalam studi ini, keunikan produk muncul sebagai faktor utama dalam keputusan pembelian produk kerajinan serat alam (Gambar 3). Temuan ini sejalan dengan penelitian lain yang menunjukkan bahwa kualitas dan keunikan menjadi motivasi utama dalam pembelian produk kerajinan tangan, dibanding motivasi mendukung perajin lokal maupun motivasi apresiasi keterampilan lokal (Wahyuni, 2025). Faktor harga sebagai alasan kedua dalam keputusan pembelian produk kerajinan serat alam juga didukung penelitian tentang perilaku konsumen pada produk kerajinan di Rajapolah, Tasikmalaya yang menegaskan peran harga

dan kualitas, khususnya variasi desain yang tidak mudah ditemukan pada produk lain (Arif et al., 2024). Temuan-temuan tersebut menegaskan bahwa desainer dan produsen perlu terus mengembangkan desain yang unik dan bervariasi agar konsumen tidak jenuh sekaligus memastikan bahwa tingkat keunikan tersebut tetap berada dalam rentang harga yang terjangkau bagi konsumen usia produktif.

Berkenaan dengan ketidakpuasan konsumen sebagian responden mengeluhkan kemunculan jamur pada produk dalam kondisi lembap, produk cepat rusak, kesan murahan, kesulitan perawatan, kerapian anyaman yang kurang, kekakuan serat, serta desain yang monoton (Gambar 8). Temuan ini memberikan masukan langsung bagi desainer dan produsen untuk memperkuat aspek material dan *finishing*, termasuk perlakuan anti jamur, perancangan struktur dan sambungan yang lebih kuat, serta peningkatan kualitas anyaman agar persepsi kualitas dan daya tahan produk meningkat.

Terkait rencana pembelian selanjutnya kategori dekorasi rumah dan aksesoris merupakan dua kategori yang paling banyak dipilih responden (Gambar 9). Hal ini selaras dengan profil usia terbanyak responden yaitu 30-34 tahun, yang umumnya telah menempati hunian sendiri sehingga muncul kebutuhan untuk

mendekorasi ruang sekaligus menggunakan aksesoris untuk menunjang penampilan profesional. Dari perspektif konsumen usia produktif, karakter visual dan kualitas produk lebih penting daripada spesies serat (Gambar 11), sehingga desainer memiliki ruang eksplorasi material lokal yang cukup luas tanpa dibatasi jenis serat tertentu.

Berdasarkan preferensi kombinasi material, pengembangan desain produk kerajinan serat alam disarankan menggunakan rotan, kayu, bambu, atau serat alam yang berbeda sebagai kombinasi (Gambar 12). Sebaliknya, kombinasi dengan material plastik berwarna-warni seperti rafia kurang diminati konsumen, baik karena kesadaran terhadap dampak lingkungan maupun karena kontras warna yang terlalu kuat dengan karakter serat alam. Preferensi terhadap desain anyaman dan teknik lilit (Gambar 13) mengindikasikan pentingnya eksplorasi teknik yang menonjolkan detail serat sebagai *focal point*, sehingga nilai natural tetap terbaca tanpa terkesan tradisional. Dominasi pilihan warna asli serat alam (Gambar 14) sekaligus menguntungkan proses produksi, karena mengurangi kebutuhan pewarnaan, dan mendorong desainer untuk mengeksplorasi kebaruan melalui kombinasi pola anyaman dan tekstur dengan palet warna natural (Gambar 15).



Gambar 15: Contoh Anyaman Kombinasi
(Sumber:

<https://www.knofdesign.com/blog/understanding-design-psychology-how-interiors-affect-mood>

(kiri),

<https://burkedecor.com/> (kanan))

4.2 Perbandingan dengan studi sebelumnya

Studi mengenai klaster kerajinan Indonesia menunjukkan bahwa hanya sebagian kecil pelaku yang berhasil memanfaatkan inovasi produk dan jejaring secara efektif, sementara mayoritas perajin masih terkendala akses pengetahuan dan jaringan (Furkan & Otake, 2014). Temuan preferensi konsumen usia produktif dalam penelitian ini mengisi salah satu celah tersebut, dengan menyediakan dasar empiris bagi pengembangan desain produk kerajinan serat alam yang lebih terarah pada kebutuhan segmen pasar baru.

Jika preferensi konsumen terhadap aspek estetika dan fungsional kerajinan serat alam diintegrasikan ke dalam pengetahuan desain produk yang selama ini relatif kurang diprioritaskan (Erni et al., 2021), maka peluang peningkatan kualitas dan daya saing produk kerajinan serat alam akan jauh lebih besar dan terarah.

4.3 Kontribusi terhadap pengembangan kerajinan serat alam

Berdasarkan hasil kuesioner, rekomendasi desain yang selaras dengan preferensi konsumen usia 20-60 tahun berfokus pada dua kategori utama, yaitu dekorasi rumah dan aksesoris (Gambar 9). Meskipun analisis dalam penelitian ini tidak memisahkan preferensi berdasarkan profesi secara rinci, dominasi pegawai swasta sebagai responden memberi indikasi bahwa temuan preferensi desain terutama merefleksikan kebutuhan dan selera kelompok pekerja kantoran yang memiliki kebutuhan mendekorasi rumah maupun aksesoris untuk menunjang penampilan profesional.

Dominannya alasan ‘benar-benar dibutuhkan’ sebagai pendorong pembelian di luar rencana (Gambar 7) menunjukkan pentingnya merancang produk kerajinan serat alam yang memiliki fungsi jelas dan relevan dengan aktivitas sehari-hari responden, misalnya sebagai dekorasi fungsional dan aksesoris yang digunakan di lingkungan kerja. Selain itu, preferensi terhadap produk yang tersedia dalam jumlah terbatas (Gambar 7) mengindikasikan bahwa aspek keunikan tidak hanya terkait visual, tetapi juga pada kesan eksklusivitas, sehingga strategi desain seperti edisi terbatas atau variasi motif dan warna dalam jumlah kecil

berpotensi meningkatkan daya tarik produk.

Sejalan dengan temuan tersebut (Gambar 9), kategori produk dekorasi rumah yang dapat dikembangkan antara lain vas, cermin, wadah pot, kap lampu, karpet, dan elemen dekorasi lain. sedangkan kategori produk aksesoris meliputi *bag charm*, *lanyard*, *card wallet*, *pouch*, *cable organizer*, *statement belt*, dan *oversized bag*. Namun, pola alokasi dana dan jumlah pembelian per transaksi (Gambar 5 dan 6) mengindikasikan bahwa produk kerajinan serat alam untuk konsumen usia produktif lebih realistis diposisikan sebagai dekorasi rumah untuk hunian kecil (*compact*) dan aksesoris berukuran kecil (*individual item*) dengan harga per item yang terjangkau. Oleh karenanya, penelitian ini merekomendasikan desain cermin dan *lanyard* dengan dompet kartu sebagai contoh pengembangan produk, karena keduanya dapat dirancang dalam skala dan tingkat kompleksitas yang sesuai dengan kisaran harga yang umum dialokasikan responden.

Rekomendasi desain cermin ini mempertimbangkan bahwa cermin bukan hanya memiliki kegunaan praktis, tapi juga berperan memperindah ruang seperti kamar tidur, *foyer*, atau *wardrobe room*. Konsep desain cermin pada Gambar 16 dikembangkan dengan mengintegrasikan

preferensi konsumen terhadap kombinasi serat alam dengan material rotan, teknik anyaman kombinasi dua jenis serat, dan penggunaan warna alami serat. Bentuk lingkaran dipilih untuk mengoptimalkan sifat lentur rotan sebagai rangka, sekaligus mempermudah proses penganyaman dan menyembunyikan detail sambungan. Studi mengenai desain interior menunjukkan bahwa bentuk melengkung memicu respons emosional yang lebih positif dan mendorong interaksi yang lebih lama dengan objek (Dazkir & Read, 2012; Tawil et al., 2024). *Finishing* menggunakan *clear varnish* atau *wood coating* dari bahan *water-repellent* untuk mengurangi kelembapan yang memicu tumbuhnya jamur, sejalan dengan temuan bahwa konsumen menghendaki produk ramah lingkungan, awet, dan rapi (Gambar 7).



Gambar 16: Rekomendasi Desain Cermin untuk Dekorasi Rumah (Sumber: Penulis)

Konsep desain *lanyard* dan dompet kartu (Gambar 17) dikembangkan dengan mempertimbangkan profil profesi responden terbanyak dalam penelitian ini

yaitu pegawai swasta. Keunikan desain diwujudkan melalui rancang bentuk yang sederhana dengan bidang datar yang cukup luas untuk memberi ruang pada permainan tekstur dan anyaman kombinasi. Jenis serat alam yang direkomendasikan untuk produk ini antara lain serat rami, serat daun nanas, serat kenaf, serat jute. Kombinasi dua dari jenis-jenis serat ini saja sudah dapat menciptakan tekstur dan pola yang lebih kaya.

Material kayu ditambahkan sebagai elemen kontras yang memberi karakter visual profesional (Setiawan et al., 2026). Pemilihan Kayu Sonokeling atau Kayu Eboni menonjolkan perbedaan warna yang kuat terhadap warna serat alam, sementara permukaan kayu sengaja dibiarkan alami dengan pengamplasan halus tanpa lapisan pernis, mengikuti temuan bahwa permukaan kayu alami dipersepsikan lebih nyaman, menenangkan, dan menyenangkan dibanding kayu berlapis *varnish* (Bhatta et al., 2017).



Gambar 17: Rekomendasi Desain Lanyard dan Dompot Kartu
(Sumber: Penulis)

Dengan mengaitkan profil dan perilaku pembelian konsumen usia produktif, motivasi pembelian, keluhan terhadap kualitas produk, serta preferensi material, teknik, dan warna, penelitian ini menyusun seperangkat prinsip desain kerajinan serat alam yang konkret dan dapat langsung dioperasionalkan dalam pengembangan produk dekorasi rumah dan aksesoris. Dengan demikian, studi ini menjembatani celah antara cara perajin selama ini dalam merancang produk dan ekspektasi generasi konsumen baru.

4.4 Keterbatasan dan rekomendasi riset lanjutan

Penulis menyadari beberapa keterbatasan dalam penelitian ini. Pertama, pengambilan sampel belum cukup spesifik dari segi lokasi dan karakter daya beli. Responden berasal dari berbagai kota di Pulau Jawa dengan rentang daya beli yang beragam, sehingga temuan preferensi belum dapat merefleksikan secara tajam perilaku konsumen di kawasan dengan daya beli tinggi. Penelitian lanjutan disarankan untuk menggunakan sampel yang lebih terfokus, misalnya konsumen di kota besar seperti Jakarta atau Surabaya, agar implikasi desain dan strategi harga dapat disesuaikan dengan segmen pasar yang lebih jelas.

Keterbatasan kedua berkaitan dengan kedalaman pertanyaan desain dalam kuesioner. Studi ini telah mengungkap preferensi umum terhadap jenis serat, kombinasi material, teknik anyaman/lilit, dan warna, namun belum mengeksplorasi secara rinci aspek gaya desain, motif, bentuk, dan detail formal lainnya. Penelitian berikutnya dapat merancang instrumen yang lebih spesifik pada atribut desain, misalnya dengan menyertakan variasi motif, proporsi bentuk, dan konfigurasi detail, lalu mengukur respon konsumen terhadap masing-masing alternatif.

Selain itu, penelitian ini belum mengukur tingkat keunikan desain dari sudut pandang konsumen secara kuantitatif, maupun mengaitkannya langsung dengan kesediaan membayar. Riset lanjutan dapat diarahkan untuk menilai persepsi keunikan desain secara sistematis dan menentukan kisaran harga jual yang dianggap sepadan dengan keunikan tersebut, sehingga menghasilkan panduan yang lebih presisi bagi desainer dan produsen.

Mengingat keluhan konsumen terkait kemunculan jamur dan kerusakan produk, studi berikutnya juga perlu mengeksplorasi teknik finishing dan perlakuan material yang aman dan efektif untuk mencegah jamur pada produk serat alam, serta menguji pengaruhnya terhadap persepsi

kualitas dan kenyamanan penggunaan.

Dengan demikian, keterbatasan penelitian ini sekaligus membuka ruang bagi penelitian lanjutan yang lebih terfokus pada segmen pasar tertentu dan lebih mendalam dalam menguji atribut desain produk kerajinan serat alam. Rangkaian penelitian tersebut diharapkan dapat melengkapi temuan awal ini dan memperkuat dasar empiris bagi pengembangan desain yang berkelanjutan dan relevan dengan kebutuhan konsumen usia produktif.

5. KESIMPULAN

Selama ini preferensi konsumen usia produktif belum sepenuhnya terefleksikan dalam produk kerajinan yang ada, sehingga muncul celah antara desain yang diproduksi perajin dengan ekspektasi generasi konsumen baru. Temuan preferensi konsumen usia produktif dalam penelitian ini mengisi salah satu celah tersebut dengan menyediakan dasar empiris bagi pengembangan desain produk kerajinan serat alam yang lebih terarah pada kebutuhan segmen pasar baru. Penelitian ini menyusun seperangkat prinsip desain kerajinan serat alam dan mengoperasionalkannya pada contoh produk dekorasi rumah dan aksesoris. Studi ini berkontribusi pada domain desain produk dengan: (1) memetakan preferensi

konsumen usia produktif terhadap karakter estetika dan fungsional produk kerajinan serat alam, dan (2) merumuskan prinsip-prinsip desain yang dapat digunakan perajin dan desainer sebagai dasar pengembangan produk yang lebih relevan dengan segmen pasar tersebut. Sejalan dengan keterbatasan yang telah diuraikan, penelitian lanjutan yang menargetkan konteks geografis dan atribut desain yang lebih spesifik akan penting untuk mengokohkan dan memperluas kontribusi ini dalam praktik desain kerajinan serat alam di Indonesia.

INFORMED CONSENT

Seluruh responden telah menerima penjelasan singkat mengenai tujuan penelitian, sifat partisipasi yang bersifat sukarela, serta jaminan kerahasiaan data sebelum mengisi kuesioner daring. Pengisian kuesioner dilakukan secara sukarela dan dianggap sebagai bentuk persetujuan untuk berpartisipasi dalam penelitian ini.

CONFLICT OF INTEREST

Penulis menyatakan tidak memiliki konflik kepentingan finansial maupun non-finansial yang dapat memengaruhi hasil penelitian ini.

FUNDING

Penelitian ini menggunakan pendanaan dari Fakultas Arsitektur dan Desain, Universitas Kristen Duta Wacana.

REFERENSI

- Aiman, A., Handaka, A. A., & Lili, W. (2017). Analisis Preferensi Konsumen dalam Pengambilan Keputusan Membeli produk Olahan Perikanan di Kota Tasikmalaya (Studi Kasus di Pasar Tradisional Cikurubuk, Kec. Mangkubumi). *Perikanan Dan Kelautan*, VIII(1).
- Arif, A., Asyiah, A. K., & Ghonisyah, G. A. A. (2024). Analysis of Consumer Behavior in Buying Interest in Craft Products MSME. *Almana, Jurnal Manajemen Bisnis*, 8(2), 245–253. <https://doi.org/10.36555/almana.v8i2.2486>
- Bhatta, S. R., Tiippana, K., Vahtikari, K., Hughes, M., & Kyttä, M. (2017). Sensory and emotional perception of wooden surfaces through fingertip touch. *Frontiers in Psychology*, 8(MAR), 1–12. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2017.00367>
- Crafts Council UK. (2020). Crafts Council The Market for Craft Commissioned by the Crafts Council and Partners. In *Morris Hargreaves McIntyre* (Issue May). https://media.craftscouncil.org.uk/documents/Market_for_craft_full_report_2020.pdf
- Dazkir, S. S., & Read, M. A. (2012). Furniture Forms and Their Influence on Our Emotional Responses Toward Interior

- Environments. *Environment and Behavior*, 44(5), 722–734. <https://doi.org/10.1177/0013916511402063>
- Elfaleh, I., Abbassi, F., Habibi, M., Ahmad, F., Guedri, M., Nasri, M., & Garnier, C. (2023). A comprehensive review of natural fibers and their composites: An eco-friendly alternative to conventional materials. *Results in Engineering*, 19(April), 101271. <https://doi.org/10.1016/j.rineng.2023.101271>
- Erni, N., S, I. K., & Widayanti, R. (2021). Identification of Knowledge Management System for Quality Improvement. *International Seminar on Industrial Engineering and Management*, 100–106.
- Etikan, I., Musa, S. A., & Alkassim, R. S. (2016). Comparison of Convenience Sampling and Purposive Sampling. *American Journal of Theoretical and Applied Statistics*, 5(1), 1. <https://doi.org/10.11648/j.ajtas.20160501.11>
- Fadilah, P. N., Pudail, M., & Alfiyanto, A. N. (2023). Analysis of Consumer Behavior Factors in Purchasing Woven Bag Craft Products in the Perspective of Maqāsid Al-Sharī'ah (Case Study of Presidio Village, Grabag District, Magelang Regency). *JESI (Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia)*, 13(2), 287. [https://doi.org/10.21927/jesi.2023.13\(2\).287-300](https://doi.org/10.21927/jesi.2023.13(2).287-300)
- Febriani, R., Arumsari, A., & Puspitasari. (2022). Implementation of natural fibre materials in home living textile products for community with the “Back to Nature” lifestyle trend. *Embracing the Future: Creative Industries for Environment and Advanced Society 5.0 in a Post-Pandemic Era*, 134–138. <https://doi.org/10.1201/9781003263135-27>
- Habibie, S., Suhendra, N., Roseno, S., Setyawan, B. A., Anggaravidya, M., Rohman, S., Tasomara, R., & Muntarto, A. (2021). Serat Alam sebagai Bahan Komposit Ramah Lingkungan, Suatu Kajian Pustaka. *Jurnal Inovasi Dan Teknologi Material*, 2(2), 1–13.
- Karimah, A., Ridho, M. R., Munawar, S. S., Adi, D. S., Ismadi, Damayanti, R., Subiyanto, B., Fatriasari, W., & Fudholi, A. (2021). A review on natural fibers for development of eco-friendly bio-composite: characteristics, and utilizations. *Journal of Materials Research and Technology*, 13(June), 2442–2458. <https://doi.org/10.1016/j.jmrt.2021.06.014>
- Karimah, A., Ridho, M. R., Munawar, S. S., Ismadi, Amin, Y., Damayanti, R., Lubis, M. A. R., Wulandari, A. P., Nurindah, Iswanto, A. H., Fudholi, A., Asrofi, M., Saedah, E., Sari, N. H., Pratama, B. R., Fatriasari, W., Nawawi, D. S., Rangappa, S. M., & Siengchin, S. (2021). A comprehensive review on natural fibers: Technological and socio-economical

- aspects. *Polymers*, 13(24).
<https://doi.org/10.3390/polym13244280>
- Krifa, M., & Gnanasekar, V. K. (2025). Perspectives on Natural Fibers' Competitiveness and Sustainability. *Fibers*, 13(2), 10–13.
<https://doi.org/10.3390/fib13020014>
- Kumar, J. S., Narayanan, J. S., & Saravanan, D. (2023). An Analysis of Consumer Attitude towards Art and Craft Products. *Journal of Propulsion Technology*, 44(5), 3133–3141.
<https://doi.org/10.52783/tjjpt.v44.i5.3192>
- Lehdonvirta, V., Oksanen, A., Räsänen, P., & Blank, G. (2021). Social Media, Web, and Panel Surveys: Using Non-Probability Samples in Social and Policy Research. *Policy and Internet*, 13(1), 134–155.
<https://doi.org/10.1002/poi3.238>
- Memon, M. A., Thurasamy, R., Ting, H., & Cheah, J. H. (2025). Purposive Sampling: a Review and Guidelines for Quantitative Research. *Journal of Applied Structural Equation Modeling*, 9(1), 1–23.
[https://doi.org/10.47263/JASEM.9\(1\)01](https://doi.org/10.47263/JASEM.9(1)01)
- Nanjundeswaraswamy, T. S., & Suraksha, J. T. (2025). Exploring The Impact of Demographic Factors on Consumer Buying Behavior for Organic Foods. *Journal of Innovations in Business and Industry*, 03(04), 299–308.
<https://doi.org/10.61552/JIBI.2025.04.009>
- Setiawan, D., Syakir, S., Rahmadani, N. K. A., & Hidayat, A. (2026). Soul of Wood: A Systematic Review on Integrating Aesthetic Bio-Aesthetics and Engineering Functionality (2003–2025). *Journal of the Korean Wood Science and Technology*, 54(3), 325–346.
<https://doi.org/10.5658/WOOD.2026.54.3.325>
- Solomon, D. G. (2020). Application of Natural Fibers in Environmental Friendly Products. *International Journal of Environmental Sciences & Natural Resources*, 25(4).
<https://doi.org/10.19080/ijesnr.2020.25.556169>
- Suparno, O. (2020). Potensi Dan Masa Depan Serat Alam Indonesia Sebagai Bahan Baku Aneka Industri. *Jurnal Teknologi Industri Pertanian*, 30(2), 221–227.
<https://doi.org/10.24961/j.tek.ind.pert.2020.30.2.221>
- Tawil, N., Elias, J., Ascone, L., & Kühn, S. (2024). The curvature effect: Approach-avoidance tendencies in response to interior design stimuli. *Journal of Environmental Psychology*, 93(April 2023), 102197.
<https://doi.org/10.1016/j.jenvp.2023.102197>
- Wahyuni, S. (2025). Evaluating Innovation Factors (Authenticity , Packaging , Product and Process) in Traditional Indonesian Handicrafts : A Consumer-Centric Approach to Enhancing Market Competitiveness. *Golden Ratio of Marketing and Applied Psychology of Business*, 5(2), 355–370.
- Wardhana, A. (2024). *Perilaku Konsumen di*

Era Digital (M. Pradana (ed.); 1st ed.).
CV. Eureka Media Aksara.
Zindel, Z. (2023). Social Media Recruitment in
Online Survey Research: A Systematic

Literature Review. *Methods, Data,
Analyses*, 17(2), 207–248.
<https://doi.org/10.12758/mda.2022.15>