

## ABSTRAK

Sektor fesyen merupakan salah satu sektor yang berkontribusi dalam ekonomi kreatif di seluruh Indonesia. Salah satu daerah dengan pertumbuhan industri fesyen yang pesat adalah Kabupaten Bandung. Industri fesyen memiliki berbagai macam produk yang populer di masyarakat termasuk fesyen muslim. Produk dari fesyen muslim yang banyak diminati saat ini adalah hijab. Saat ini, berbagai model hijab terus bermunculan seiring dengan perkembangan *trend* dan zaman sehingga pengguna hijab dan permintaan produk semakin meningkat. Meskipun UMKM hijab di Kabupaten Bandung berkembang pesat, persaingan yang ketat menjadi salah satu tantangan bagi para pelaku UMKM hijab. Permasalahan lain dari UMKM hijab adalah keahlian yang terbatas dalam pengembangan produk, teknologi, *branding*, desain kemasan dan pemasaran. Selain itu, desain kemasan yang digunakan masih belum menarik dan berbeda dengan para pesaingnya. Hal ini membuat UMKM hijab di Kabupaten Bandung belum memiliki persiapan yang matang untuk memperluas pasar. Penelitian ini bertujuan untuk memahami kondisi dan memberikan rekomendasi strategi bagi UMKM fesyen hijab di Kabupaten Bandung untuk mengembangkan usahanya. Penelitian ini menggunakan metode strategi desain dengan tahapan penelitian mengacu pada kerangka kerja strategi desain melalui studi literatur, observasi, wawancara dan kuesioner untuk mendapatkan analisis yang komprehensif. Hasil dari penelitian ini memberikan rekomendasi strategi desain berupa panduan perancangan desain kemasan yang tepat untuk UMKM hijab di Kabupaten Bandung.

**Kata Kunci :** UMKM, Fesyen Muslim, Hijab, Kabupaten Bandung, Strategi Desain, Desain Kemasan