



Perancangan Desain Kemasan Produk UMKM Sikop Arrum Batik Bandar Lampung

M. Ghufroni An'ars^{1*}, Nirwana Hendrastuty², Damayanti³, Ade Dwi Putra⁴

¹Sistem Informasi, Fakultas Teknik dan Ilmu Komputer, Universitas Teknokrat Indonesia
Email: ^{1*}m.ghufroni_anars@teknokrat.ac.id, ²nirwanahendrastuty@teknokrat.ac.id,
³damayanti@teknokrat.ac.id, ⁴adedwiputra@teknokrat.ac.id
(M. Ghufroni An'ars * : coresponding author)

| Received | Accepted | Publish |
|---------------|---------------|--------------|
| 31-Maret-2023 | 28-April-2023 | 31-Juli-2023 |

Abstrak – Desain kemasan yang menarik dapat memengaruhi keputusan pembelian konsumen, terutama ketika produk tersebut menawarkan nilai tambah yang khusus dan berbeda dari produk sejenis. Hal ini terlihat jelas pada produk batik, di mana desain kemasan dapat mempertegas nilai keunikan dan budaya lokal yang terkandung dalam karya batik tersebut. Dalam konteks ini, program pengabdian yang difokuskan pada perancangan desain kemasan untuk UMKM Sikop Arrum Batik Tulis di Bandar Lampung sangatlah relevan dan penting. Tujuan utama dari kegiatan ini adalah menciptakan kemasan batik kelas premium yang lebih menonjolkan keunikan produk batik yang dijual, sehingga mampu menarik perhatian konsumen dan meningkatkan penjualan. Selain itu, hasil dari kegiatan ini juga menunjukkan adanya peningkatan pemahaman mitra terkait kesadaran merek dan memfokuskan pemasaran pada target pasar tertentu, sehingga memperkuat posisi merek Sikop Arrum Batik di pasar dan meningkatkan daya saing produk di masa depan.

Kata Kunci: Batik; Desain; Kemasan; Lampung; UMKM

Abstract – An aesthetically appealing packaging design has the potential to sway consumer purchasing decisions, particularly if the product presents a distinctive value proposition that sets it apart from competing products. This is particularly noticeable in the case of batik products, where packaging design can effectively underscore the uniqueness and local cultural significance inherent in batik creations. Against this backdrop, a community service program, which is centered around crafting packaging designs for the Sikop Arrum Batik Tulis UMKM based in Bandar Lampung, carries significant relevance and importance. The principal objective of this initiative is to conceive of premium batik packaging that accentuates the distinctiveness of the batik merchandise on offer, thereby capturing consumer interest and boosting sales. Furthermore, the outcomes of this program reveal an uptick in partner comprehension of brand awareness and a strategic focus on specific target markets, which, in turn, bolsters the positioning of the Sikop Arrum Batik brand in the marketplace and heightens the product's competitiveness in the future.

Keywords: Batik; Design; Packaging; Lampung; UMKM

1. PENDAHULUAN

Desain kemasan produk memiliki peran penting dalam efektivitas penjualan sebuah produk. Kemasan seringkali disebut sebagai "*the silent sales-man/girl*" karena mewakili ketidakhadiran pelayan dalam menunjukkan kualitas produk (Zen et. al, 2017). Untuk itu kemasan harus mampu menyampaikan pesan lewat komunikasi informatif, seperti halnya komunikasi antara penjual dengan pembeli. Para pakar pemasaran menyebut desain kemasan sebagai pesona produk (*the product charm*), sebab kemasan memang berada di tingkat akhir suatu proses alur produksi yang tidak saja untuk memikat mata (*eye-catching*) tetapi juga untuk memikat pemakaian (*usage attractiveness*).

Menurut Klimchuk (2013) desain kemasan bisa diarahkan untuk menampilkan atribut unik sebuah produk, memperkuat penampilan estetika dan nilai produk. Mempertahankan keseragaman dalam kesatuan merek produk, memperkuat perbedaan antara ragam produk dan lini produk, mengembangkan bentuk kemasan berbeda yang sesuai dengan kategori,



menggunakan material baru dan mengembangkan struktur inovatif untuk mengurangi biaya, lebih ramah lingkungan, atau meningkatkan fungsionalitas.

Kemasan produk yang baik harus memiliki 2 fungsi, yaitu fungsi proteksi dan fungsi promosi (Apriyanti, 2018). Fungsi proteksi berkenaan dengan proteksi produk, perbedaan iklim, prasarana transportasi, dan saluran distribusi yang semua berimbas pada pengemasan. Dengan pengemasan protektif, para konsumen tidak perlu harus menanggung risiko pembelian produk rusak atau cacat. Sementara itu, fungsi promosi berperan sebagai sarana promosional, di mana perusahaan mempertimbangkan preferensi konsumen menyangkut warna, ukuran, dan penampilan.

Sebagian besar kemasan produk UMKM di Indonesia tidak memiliki desain yang menarik, inovatif dan kreatif. Padahal produk yang hanya dibungkus dengan plastik trasparan tanpa label atau informasi apa pun memberikan kesan kurang menarik. Hal ini membuat produk UMKM Indonesia kurang memiliki daya saing dengan produk dari luar negeri. Produk UMKM sebaiknya memiliki desain kemasan yang menarik, karena salah satu elemen terpenting dalam visual produk adalah kemasan. Sebagian besar kemasan produk UMKM tidak menarik minat pasar dibanding produk-produk dari perusahaan bermodal besar, sehingga nilai jual dan daya saing rendah. Faktor penyebabnya adalah rendahnya pemahaman pentingnya kualitas kemasan dan tingkat penguasaan teknologi pengemasan (Erlyana et al, 2018).

Permasalahan serupa juga dialami oleh mitra dalam kegiatan pengabdian ini. Dalam upaya untuk menangani persoalan tersebut, tim Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) Universitas Teknokrat Indonesia melakukan kerjasama dengan Sikop Arrum Batik, sebuah rumah produksi batik tulis khas Lampung. Sejak tahun 2019, Sikop Arrum Batik telah menghasilkan karya batik dengan motif dan teknik pewarnaan (lukis) yang orisinal. Namun, mereka belum memiliki kemasan produk yang merepresentasikan kekhasan produk mereka. Mitra hanya menggunakan kemasan berupa plastik bening untuk membungkus produk batik tulis yang berharga Rp 500.000, s.d. Rp 1.000.000. Terdapat ketimpangan antara harga jual yang diberikan dengan kemasan produk yang sekadarnya.

Fokus pelaksanaan PKM terhadap mitra Sikop Arrum Batik adalah menghasilkan desain kemasan produk yang merepresentasikan kekhasan dan citra perusahaan. Desain kemasan yang dirancang dicetak dalam medium kertas kardus yang tebal serta memiliki motif khas Lampung, sesuai dengan motif-motif yang diciptakan mitra dalam produk-produk mereka. Dalam kemasan tersebut juga dimuat identitas serta slogan yang diharapkan mampu menarik minat pasar yang lebih luas

2. METODE PELAKSANAAN

2.1 Tempat dan Waktu

Pelaksanaan perancangan desain kemasan batik tulis Sikop Arrum Batik dilakukan secara berkala sejak 25 Februari 2023. Secara berkala tim pengabdian melakukan kunjungan ke rumah produksi mitra untuk menggali informasi serta berdiskusi terkait kesesuaian desain kemasan yang sedang dirancang.

2.2 Khalayak Sasaran

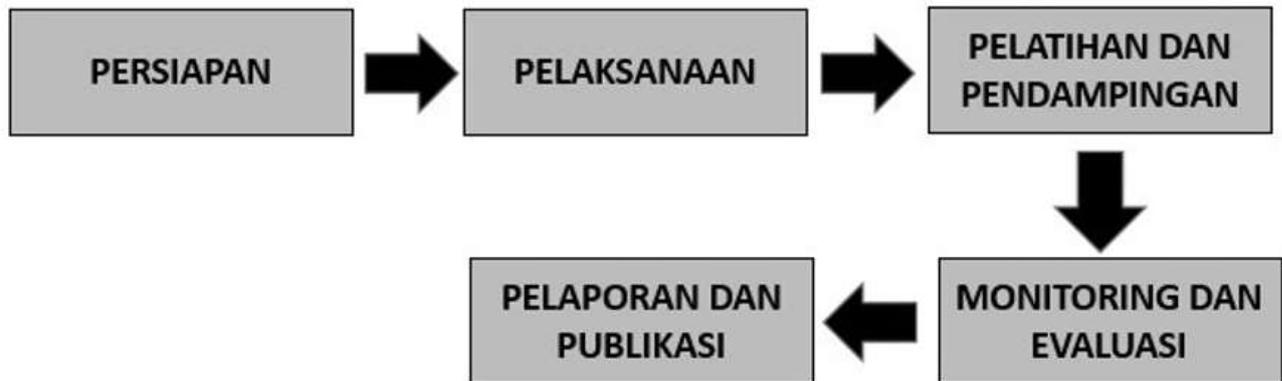
Khalayak sasaran kegiatan pengabdian ini adalah UMKM Sikop Arrum Batik. Selain memberikan nilai tambah bagi produk batik mitra, adanya perancangan desain kemasan produk ini juga diharapkan dapat menjadi edukasi bagi para pelaku UMKM untuk memiliki kesadaran akan pentingnya membangun *brand image* melalui kemasan produk mereka.

2.3 Teknik Pengumpulan Data

Data dalam pengabdian ini diperoleh berdasarkan dua teknik, yaitu wawancara dan angket. Data hasil wawancara digunakan untuk menganalisis kondisi awal mitra, menggali informasi terkait sejarah dan visi mitra dalam berwirausaha. Sementara itu data angket digunakan sebagai tolok ukur peningkatan pemahaman mitra terkait pentingnya membangun *brand image* melalui kemasan produk sebelum dan sesudah pelaksanaan kegiatan pengabdian.

2.4 Tahapan Pengabdian

Pelaksanaan PKM ini menerapkan prinsip difusi ipteks. Difusi ipteks adalah upaya untuk menyebarkan informasi dan pengetahuan dalam bidang ilmu pengetahuan dan teknologi (ipteks) kepada masyarakat umum (Vajjala et. all., 2022). Kegiatan yang dilakukan terdiri atas 5 tahapan inti, yaitu: persiapan, pelaksanaan, pelatihan, pendampingan, pelaporan dan publikasi, seperti yang dapat diamati pada gambar 1.



Gambar 1. Tahapan Pengabdian

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Persiapan

Ketua dan tim pengabdian berkoordinasi dengan Lembaga Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) Universitas Teknokrat Indonesia untuk melakukan perencanaan pengabdian kepada masyarakat. Penyiapan surat tugas PKM, surat perjanjian kerjasama dengan mitra, serta urusan administrative lainnya dipersiapkan pada tahapan ini.

3.2 Pelaksanaan Kegiatan

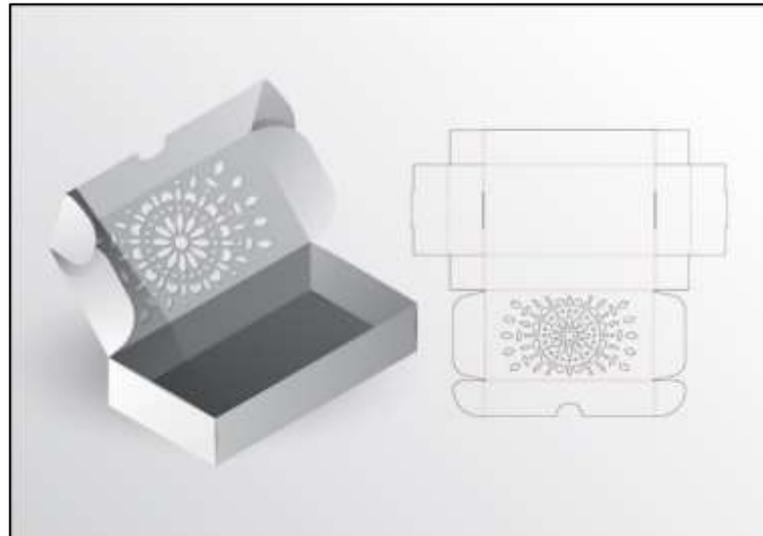
Tim pengabdian melakukan pelaksanaan kegiatan yang dimulai dengan melakukan analisis situasi dan mengidentifikasi permasalahan yang ada pada mitra. Selanjutnya membuat rancangan materi pelatihan yang akan diberikan pada mitra. Kegiatan yang dilakukan pada saat kunjungan meliputi wawancara terkait sejarah perusahaan, labelisasi nama dan deskripsi motif batik, berdiskusi dengan mitra untuk menentukan slogan perusahaan, serta pemberian edukasi terkait pentingnya membangun *brand image* melalui desain kemasan produk, serta perancangan desain kemasan produk batik.



Gambar 2. Pelaksanaan Kegiatan PkM

3.3 Pelatihan dan Pendampingan

Kegiatan pelatihan yang diberikan kepada mitra berupa pemberian pemahaman tentang *brand image* dalam kemasan produk. Sementara itu secara berkala juga dilakukan pendampingan untuk terus memantau penerapan desain kemasan dalam proses promosi dan penjualan produk batik mereka.



Gambar 3. Rancangan Awal Desain Kemasan Produk Batik

Dalam proses pendampingan dilakukan perancangan ulang logo mitra. Logo Sikop Arrum Batik Lampung dibuatkan versi digitalnya setelah mengalami perancangan ulang. Sebelumnya, logo tersebut dibuat secara manual dan telah digunakan untuk berbagai keperluan. Namun, karena kualitas gambarnya kurang memuaskan, tim pengabdian menyarankan untuk dilakukan reparasi logo serta membuatkan versi digitalnya. Dalam proses perancangan ulang tersebut, logo yang baru dibuat memiliki kualitas yang lebih baik dan mampu memperkuat identitas Sikop Arrum Batik Lampung.



Gambar 4. Logo Sikop Arrum Batik Versi Digital

Dengan adanya logo Sikop Arrum Batik Lampung yang baru dan lebih baik, diharapkan dapat memberikan nilai tambah bagi produk-produk dari Sikop Arrum Batik Lampung. Logo yang kini sudah berbentuk digital juga memungkinkan penggunaan yang lebih luas dan mudah dalam berbagai keperluan branding dan promosi.



3.4 Monitoring dan Evaluasi

Proses monitoring dan evaluasi pada mitra dilakukan dengan menjalin komunikasi dengan pemilik usaha selama masa PkM berlangsung. Monitoring dilakukan dengan angket untuk mengetahui adanya peningkatan pemahaman mitra terkait pentingnya membangun *brand image* melalui desain kemasan produk. Ditemukan adanya peningkatan pemahaman mitra seperti yang tercantum dalam tabel 1.

Tabel 1. Peningkatan Pemberdayaan Mitra

| No. | Indikator | Sebelum Pelatihan | | Setelah Pelatihan | |
|-----|---|-------------------|------|-------------------|------|
| 1. | Pengetahuan membangun <i>brand image</i> melalui desain kemasan | Tidak Mengetahui | 100% | Tidak Mengetahui | 0% |
| | | Cukup Mengetahui | 0% | Cukup Mengetahui | 0% |
| | | Mengetahui | 0% | Mengetahui | 10% |
| | | Sangat Mengetahui | 0% | Sangat Mengetahui | 90% |
| 2. | Pengetahuan mengenai perancangan slogan dan labeling produk | Tidak Mengetahui | 100% | Tidak Mengetahui | 0% |
| | | Cukup Mengetahui | 0% | Cukup Mengetahui | 0% |
| | | Mengetahui | 0% | Mengetahui | 80% |
| | | Sangat Mengetahui | 0% | Sangat Mengetahui | 20% |
| 3. | Pengetahuan mengenai promosi melalui desain kemasan produk | Tidak Mengetahui | 20% | Tidak Mengetahui | 0% |
| | | Cukup Mengetahui | 80% | Cukup Mengetahui | 0% |
| | | Mengetahui | 0% | Mengetahui | 80% |
| | | Sangat Mengetahui | 0% | Sangat Mengetahui | 20% |
| 4. | Ketertarikan terhadap pelatihan yang diberikan | Tidak Tertarik | 0% | Tidak Tertarik | 0% |
| | | Cukup Tertarik | 0% | Cukup Tertarik | 0% |
| | | Tertarik | 80% | Tertarik | 0% |
| | | Sangat Tertarik | 20% | Sangat Tertarik | 100% |

3.5 Pelaporan dan Publikasi

Pada tahap ini tim pengabdian membuat pelaporan dan publikasi artikel pada jurnal dan membuat luaran-luaran lainnya seperti penebitan artikel berita, publikasi video kegiatan dan luaran tambahan lainnya. Luaran berupa artikel berita dimaksudkan agar menambah kesadaran masyarakat yang lebih luas terkait pemanfaatan teknologi untuk kebutuhan pemberdayaan UMKM serta pelestarian budaya daerah.



Gambar 5. Rilis Artikel Berita PKM



4. KESIMPULAN

Berdasarkan pelaksanaan pengabdian di rumah produksi Sikop Arrum Batik, dapat disimpulkan bahwa pemilik dan pengelola perusahaan sangat kooperatif dalam membantu tim pengabdian dalam mengumpulkan data sejarah perusahaan dan motif batik yang akan dipasarkan melalui website dan sebagai bahan perancangan produk kemasan. Kendala yang ditemukan seperti keterbatasan data sejarah perusahaan dan labeling motif batik yang belum bernama menjadi tantangan dalam proses pengabdian.

Dalam mengatasi kendala tersebut, tim pengabdian melakukan wawancara yang mendalam dengan pemilik dan pengelola perusahaan untuk memperoleh data sejarah perusahaan yang akurat dan lengkap. Selain itu, tim pengabdian juga mengusulkan beberapa nama untuk labeling motif batik yang sebelumnya tidak bernama agar proses pencatatan dan perancangan website dan desain kemasan produk dapat berjalan dengan lancar. Setelah dilakukan perancangan dan pendampingan, diketahui adanya peningkatan pemahaman mitra terkait pentingnya membangun *brand image* melalui desain kemasan produk yang menarik.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kami ucapkan kepada Universitas Teknokrat Indonesia atas dukungannya dalam pelaksanaan PKM ini melalui pendanaan Hibah PKM Tahun Pelaksanaan 2023. Tak lupa kami sampaikan terima kasih juga kepada Bapak Rujiono dan seluruh tim Rumah Produksi Sikop Arrum Batik Tulis Lampung yang telah bersedia menjadi mitra dalam pelaksanaan PKM ini. Mudah-mudahan seluruh kegiatan yang telah terlaksana dapat menjadi manfaat bagi masyarakat yang lebih luas.

DAFTAR PUSTAKA

- Apriyanti, M. E. (2018). Pentingnya Kemasan terhadap Penjualan Produk Perusahaan. *Sosio e-kons*, 10(1), 20-27.
- Eryana, Yana. (2018). Analisis Peranan Desain Kemasan Terhadap Brand Identity dari Sebuah Produk Makanan Lokal Indonesia dengan Studi Kasus: Produk Oleh-Oleh Khas Betawi 'Mpo Romlah'. National Conference of Creative Industry, Sustainable Tourism Industry for Economic Development: Universitas Bunda Mulia.
- Klimchuk, M. R., & Krasovec, S. A. (2013). *Packaging design: Successful product branding from concept to shelf*. John Wiley & Sons.
- Vajjala, H., Mehta, V., & Oza, N. (2022). Analyzing the diffusion of artificial intelligence across industries: A social network analysis approach. *Journal of Business Research*, 144, 79-90. doi: 10.1016/j.jbusres.2021.09
- Zen, Zayyinul Hayati et. al. (2017). Pelatihan Desain Kemasan Produk UMKM di Kecamatan Tambang, Kabupaten Kampar. *Jurnal Pengabdian Untukmu Negeri*. Vol.1, No.2.