

PEMBERDAYAAN UMKM BATIK SILABANGO UNTUK PERBAIKAN DESAIN KEMASAN PRODUK

THE COMMUNITY SERVICE TO CREATE PACKAGING DESIGN FOR BATIK SILABANGO

Miftahul Choiron¹, Bertung Suryadarma², Ardiyan Dwi Masahid³, Winda Amilia⁴, Andrew Setiawan
Rusdianto⁵

^{1,2,3,4,5}Fakultas Teknologi Pertanian, Universitas Jember

*Corresponding author's email: choiron.ftp@unej.ac.id

ABSTRACT

Batik is an ancestral art which is Indonesia's cultural wealth. Each region has a distinctive motif that characterizes the origin of the batik. Silabango Batik is batik developed by one of the MSMEs in Arjasa village, Arjasa sub-district, Jember district. The uniqueness, beauty, and exclusivity of Silabango's hand-written batik motifs have not been packaged properly, so they are not in accordance with the branding they want to create. Therefore, this community empowerment aims to build the brand image of Silabango batik through the development of packaging designs. Packaging is designed using white paper, 200 grams grammatical, single wall for exclusive product packaging, packaging for premium products using kraft paper, 140 gram grammatical, single wall.

Keywords: batik, packaging,color, SME

ABSTRAK

Batik adalah seni warisan leluhur yang merupakan kekayaan budaya Indonesia. Setiap daerah memiliki motif khas yang menjadi penciri asal muasal batik tersebut. Batik Silabango adalah batik yang dikembangkan oleh salah satu UMKM di desa Arjasa, kecamatan Arjasa, kabupaten Jember. Keunikan, keindahan, dan eksklusifitas motif batik tulis Silabango belum dikemas dengan baik, sehingga belum sesuai dengan branding yang ingin diciptakan. Oleh karena itu, pemberdayaan masyarakat ini bertujuan untuk membangun citra merek batik Silabango melalui pengembangan desain kemasan. Kemasan didesain dengan menggunakan kertas white, bergramasi 200 gram, single wall untuk kemasan produk eksklusif, Kemasan untuk produk premium dengan menggunakan kertas kraft, bergramasi 140 gram, single wall.

Keywords: batik, kemasan, warna, UMKM

PENDAHULUAN

Batik adalah suatu teknik yang digunakan untuk memberi hiasan pada kain dengan proses menutupi bagian-bagian tertentu menggunakan bahan perintang [1]. Batik telah menjadi bagian dari kehidupan masyarakat Indonesia yang ditunjukkan dengan penggunaan batik dalam peristiwa penting maupun rutinitas sehari-hari. Batik digunakan sebagai busana dalam aktivitas formal dan non formal seperti pernikahan, kegiatan kenegaraan/kelembagaan, upacara adat, maupun acara keagamaan. Dalam rutinitas sehari-hari, batik digunakan untuk motif selendang gendong bayi, alas tidur, maupun pakaian harian [2], [3].

Teknik membatik yang dikenal secara umum adalah teknis tulis dan teknik cap [3]. Batik yang digunakan sehari-hari lebih menggunakan batik cap, sedangkan batik untuk kegiatan formal

lebih menggunakan teknik tulis. Penggunaan teknis tulis dalam pembuatan batik menghasilkan batik yang lebih berkelas, lebih eksklusif, dan memiliki harga jual yang lebih mahal.

Batik Silabango merupakan jenis batik yang diproduksi oleh UMKM di desa Arjasa, kecamatan Arjasa, Kabupaten Jember. UMKM Batik Silabango memproduksi dua jenis batik, yaitu batik tulis dan batik cap, namun keduanya dipasarkan dengan kemasan yang sama, sehingga mengurangi keekklusifan produk batik tulis. Kemasan yang digunakan adalah kemasan plastic PP dengan perekat sebagai kemasan primer, dan menggunakan tas yang terbuat dari *art paper* sebagai kemasan sekunder.

Pemberdayaan masyarakat di UMKM Batik Silabango ini bertujuan untuk mendampingi pelaku usaha mengembangkan desain kemasannya sehingga memberikan identitas produk. Kemasan memiliki peran yang penting di dalam pemasaran produk. Kemasan dapat diartikan sebagai pembungkus atau wadah yang melindungi dan mengamankan produk tertentu di dalamnya serta dapat memberikan citra tertentu untuk membujuk penggunaannya [4].

Kemasan harus memiliki kemampuan untuk berkomunikasi secara visual, sehingga desain kemasan harus memperhatikan beberapa unsur [5]. Unsur penting pada kemasan yaitu warna, tipografi, bentuk grafis, dan gambar. Konsumen memiliki kecenderungan untuk memperhatikan warna kemasan terlebih dahulu sebelum mengamati unsur-unsur visual kemasan lainnya [6].

METODE PELAKSANAAN PENGABDIAN

Pelaksanaan pemberdayaan masyarakat di UMKM Batik Silabango dilakukan pada bulan September – Oktober 2022. Tahapan dalam pelaksanaan pemberdayaan masyarakat di UMKM Batik Silabango adalah sebagai berikut:

1. Focus Group Discussion
FGD dilakukan bersama dengan pemilik UMKM Batik Silabango yang bertujuan untuk menggali informasi konsep produk, motif unggulan, dan penciri yang ingin ditampilkan oleh Batik Silabango. Informasi ini digunakan untuk merumuskan konsep desain dan warna yang digunakan pada kemasan.
2. Pembuatan rumusan konsep desain dan warna
3. Edukasi penggunaan warna dan font pada kemasan
4. Pelatihan penggunaan aplikasi Canva untuk desain kemasan
5. Pembuatan desain kemasan Batik Silabango

Pendekatan PRA (*Participatory Rural Appraisal*) digunakan dalam pelaksanaan pelatihan dan pendampingan pembuatan desain kemasan serta menyusun filosofi dalam desain kemasan. PRA sebagai pendekatan, sikap, dan perilaku yang memungkinkan mitra sasaran berbagi, melakukan analisis, serta meningkatkan pengetahuan tentang kondisinya. PRA selanjutnya mendorong mitra sasaran sebagai subyek yang merencanakan, melaksanakan, mengevaluasi serta merefleksikan rencana.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Focus Group Discussion dilaksanakan bersama dengan pemilik UMKM Batik Silabango dan tokoh masyarakat setempat. FGD ini menghasilkan informasi tentang ide dasar lahirnya Batik Silabango. Silabango adalah nama kuno desa Arjasa. Desa Arjasa, kecamatan Arjasa di Kabupaten Jember merupakan salah satu daerah yang memiliki kekayaan peninggalan budaya khususnya benda bersejarah dan purbakala. Bukti arkeologis berupa batu menhir dan batu kenong ditemukan di desa Arjasa yang menjadi bukti bahwa desa Arjasa merupakan salah satu tempat hunian bagi manusia pada masa lalu.

Sejarah dan adanya peninggalan bersejarah tersebut menjadi inspirasi bagi pemilik Batik Silabango untuk menciptakan motif batik khas Silabango. Jenis dan corak batik memang

memiliki pakem tradisional, akan tetapi motif dan ragamnya dapat dikembangkan sesuai dengan filosofi dan budaya dari masing-masing daerah [3]. Menurut [1] kekayaan Budaya Indonesia yang menjadi pemicu terciptanya berbagai motif dan jenis batik tradisional dengan keunikannya masing-masing.

Berdasarkan paparan pemilik UMKM Batik Silabango dan tokoh masyarakat tersebut, maka disusunlah konsep desain kemasan yang akan dirancang. Jenis batik yang dihasilkan UMKM Batik Silabango adalah jenis premium dan *high quality*, dimana batik premium adalah jenis batik tulis dengan teknik pewarnaan yang lebih rumit. Oleh karena itu, pembuatan desain kemasan dibedakan berdasarkan jenis batik yang akan dikemas. Secara umum, konsep yang akan digunakan adalah:

1. Jenis font pada tulisan “Batik Silabango” mudah dibaca
2. Penggunaan warna-warna dasar
3. Elemen gambar yang digunakan adalah elemen batik kontemporer dengan warna emas untuk menggambarkan eksklusifitas produk.

Edukasi, pelatihan dan pendampingan desain kemasan diberikan kepada pelaku usaha Batik UMKM sebagai upaya peningkatan kemandirian mitra, sehingga di kemudian hari pemilik usaha Batik Silabango dapat mengembangkan desain lainnya. Gambar 1 berikut menunjukkan proses edukasi pada pelaku usaha Batik Silabango untuk mengenali pentingnya penggunaan kemasan, elemen warna, dan jenis font pada kemasan. Edukasi tersebut dilanjutkan dengan pelatihan desain dengan menggunakan aplikasi Canva. Pada tahap ini, tim pelaksana memperkenalkan aplikasi Canva dan mengajarkan fitur-fitur dasar dalam aplikasi tersebut. Praktek desain dengan menggunakan aplikasi Canva dilakukan bersama sehingga diperoleh desain kemasan premium batik seperti gambar 2.



Gambar 1. Pelatihan penggunaan Canva

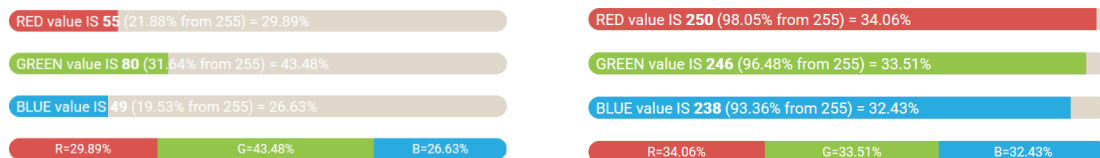
Pelaku usaha Batik Silabango setelah memahami tentang pentingnya kemasan dan makna warna memilih untuk menggunakan warna hijau dan warna putih sebagai warna dominan. Hal ini karena warna hijau memiliki konotasi kesehatan, kekayaan, ketenangan, dan ketentraman. Warna hijau diasosiasikan dengan harapan, kesuburan, kesuksesan, harmoni, serta pilihan orang yang mempunyai kedudukan sosial tinggi. Warna putih diasosiasikan dengan kesan kebijaksanaan, optimisme, kemewahan, kesempurnaan, kesucian, kemurnian, kebaikan, dan kelembutan [5], [6].

Warna dasar hijau yang digunakan pada kemasan (pada gambar 2 ditunjukkan oleh A) adalah warna hijau *shades Palm Leaf*. Warna putih yang digunakan adalah *shades Floral White* (pada gambar 2 ditunjukkan oleh B). Penggunaan warna coklat dan emas (pada gambar 2 ditunjukkan oleh C) dalam elemen gambar dan tulisan untuk memberikan Pada bagian tengah kemasan (pada gambar 2 ditunjukkan oleh D) adalah jendela plastik mika transparan untuk memudahkan konsumen melihat corak dan warna batik. Secara keseluruhan, kesan yang ingin ditimbulkan

dari elemen-elemen yang digunakan adalah keanggunan, kesuksesan, dan kemewahan. Kemasan untuk batik Silabango premium menggunakan jenis kertas white bergramasi 200 gram. Kertas white digunakan karena penampakannya yang berwarna putih pada bagian dalam, permukaannya licin dan dapat diberikan cetakan.



Warna dasar yang dipilih untuk kemasan Batik Silabango premium adalah green #375031 dengan *shades Palm Leaf*. Penilaian dengan menggunakan RGB seperti pada gambar 3 menunjukkan Red value adalah 55 (29,89%), Green value adalah 80 (43,48%), dan Blue value adalah 49 (26,63%). *Process color model* (CMYK) menunjukkan Cyan= 0,31; Yellow = 0,39; Magenta = 0; dan Black = 0,69. Warna label atas kemasan menggunakan warna putih #faf6ee dengan *shades floral white*. Penilaian menggunakan RGB seperti pada gambar 3b dimana Red value menunjukkan hasil 250 (34,06%), Green value 246 (33,51%), dan Blue value 238 (32,43%). Proses color model (CMYK) menunjukkan nilai Cyan = 0; Yellow = 0,05; Magenta = 0,02; dan Black = 0,02.



(a) (b)
Gambar 3. (a) RGB shades palm leaf; (b) RGB shades floral white

Kemasan untuk batik *high quality*, menggunakan jenis paper kraft berwarna coklat natural (pada gambar 4 ditunjukkan oleh A). Kemasan diberikan aksesoris sabuk kertas white bergramasi 140 gram sebagai label Batik Silabango (pada gambar 4 ditunjukkan oleh B). Pada dinding atas kemasan ditambahkan jendela mika yang memudahkan konsumen untuk melihat corak dan warna batik (pada gambar 4 ditunjukkan oleh C). Warna yang digunakan untuk sabuk label pada dasarnya sama dengan warna yang digunakan pada kemasan premium yaitu hijau *shades Palm Leaf* dan putih *shades Floral White*. Perbedaan penggunaan warnanya adalah pada dominasinya. Pada kemasan premium dominasi warna hijau, sedangkan pada kemasan *high quality* dominasi oleh warna putih.



Gambar 4. Desain kemasan batik *high quality*

Edukasi, pelatihan dan pendampingan yang diberikan telah dipahami oleh pemilik UMKM Batik Silabango, yang ditunjukkan dengan kemampuan mitra sasaran mendesain kemasan *high quality* seperti pada gambar 4.

KESIMPULAN

Edukasi, pelatihan dan pendampingan yang dilakukan pada UMKM Batik Silabango telah mampu mengembangkan ketrampilan pelaku usaha untuk memanfaatkan teknologi dalam pengembangan produknya. Desain kemasan yang baru telah memiliki warna dan desain yang menjadi ciri citra merek Batik Silabango. Pada masa yang akan datang, UMKM Batik Silabango memerlukan edukasi dan pelatihan desain batik dengan menggunakan software desain.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] A. A. Trixie, "Filosofi Motif batik Sebagai Identitas Bangsa Indonesia," *Folio*, vol. 1, no. 1, pp. 1–9, 2020.
- [2] Rujianto, L. Widyokusumo, and A. A. Respati, "Motif Batik Betawi dalam Pusaran Industri Kreatif," *Jurnal Dimensi DKV Seni Rupa dan Desain*, vol. 4, no. 2, pp. 125–140, 2019.
- [3] Rosmawati and M. Rosandini, "Pengembangan Motif Batik Mbako untuk Produk Busana Pria," *e-proceeding of Art & Desain*, vol. 6, no. 2, pp. 2074–2081, 2019.
- [4] A. Widiati, "Peranan Kemasan (Packaging) dalam Meningkatkan Pemasaran Produk Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di 'Mas Pack' Terminal Kemasan Pontianak," *Jurnal Audit dan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura*, vol. 8, no. 2, pp. 67–76, 2019.
- [5] Monica and L. C. Luzar, "Efek Warna Dalam Dunia Desain dan Periklanan," *Humaniora*, vol. 2, no. 2, pp. 1084–1096, 2011.
- [6] C. M. Dewi, A. Hairiza, and G. Limbong, "WARNA SEBAGAI IDENTITAS MEREK PADA KEMASAN MAKANAN TRADISIONAL KEMBANG GOYANG KHAS BETAWI."