



PELATIHAN PEMBUATAN DESAIN DAN LABEL PRODUK LURIK KULIT DI PANGGUNG HARJO BANTUL

Laela Sagita¹, Marti Widya Sari²

¹ Universitas PGRI Yogyakarta
laelasagita@upy.ac.id

² Universitas PGRI Yogyakarta
widya@upy.ac.id

ABSTRAK

Kegiatan program pengabdian pada masyarakat yang dilakukan ini bertujuan untuk pengembangan pemasaran melalui desain kemasan produk dan label produk. Objek pada kegiatan ini adalah SKIS Craft, yang mempunyai usaha di bidang kerajinan lurik, dan Kancil Collection yang mempunyai usaha di bidang kerajinan kulit. Permasalahan pada kedua mitra ini hampir sama, yaitu tentang kurangnya kualitas pemasaran serta pengemasan produk yang menarik, sehingga produk mitra kurang dikenal di masyarakat. Metode pelaksanaan yang digunakan meliputi: 1) observasi ke lokasi mitra untuk menggali informasi selengkap mungkin, 2) identifikasi permasalahan mitra, 3) solusi permasalahan mitra dan 4) menghasilkan luaran sesuai dengan target kegiatan. Solusi yang ditawarkan antara lain adalah memberikan pelatihan tentang desain dan pengemasan produk agar lebih menarik. Hasil kegiatan berupa jasa pelatihan tentang pembuatan kemasan produk serta pembuatan label untuk produk mitra.

Kata Kunci : pelatihan, kemasan, kerajinan lurik, kerajinan kulit

ABSTRACT

This community service program activity is aimed at marketing development through product packaging design and product labelling. The object of this activity is SKIS Craft, which has business in lurik crafts, and Kancil Collection which has business in leather craft. The problems in these two partners are almost identical, namely the lack of quality marketing and the packaging of attractive products, so that the partner products are less well known in the community. The implementation methods used include: 1) observation to the partner site to explore as much information as possible, 2) identify partner problems, 3) partner problem solutions and 4) generate outcomes in accordance with the target activities. The solutions offered include providing training on product design and packaging to make it more attractive. The results of activities in the form of training services on the manufacture of product packaging and labelling for partner products.

Keywords: training, packaging, lurik crafts, leather crafts

PENDAHULUAN

Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) dikenal sebagai kota pelajar dan memiliki daya tarik untuk dikunjungi. Selain sebagai kota pelajar, faktor lain yang menjadi daya tarik dari DIY untuk dikunjungi oleh wisatawan yaitu kebudayaannya, pariwisata, serta kerajinan. Kerajinan menjadi salah satu motor penggerak dari perekonomian masyarakat DIY. Kerajinan merupakan salah satu unit industri yang mampu menggerakkan perdagangan dan perekonomian DIY, dengan penyerapan tenaga kerja yang cukup besar (Adinugroho, 2009).

Kerajinan yang dihasilkan oleh pengrajin dan seniman DIY salah satunya adalah kain lurik. Kata lurik sendiri berasal dari bahasa Jawa, *lorek* yang berarti garis-garis merupakan lambang kesederhanaan. Sederhana dalam penampilan maupun dalam pembuatan namun sarat dengan makna (Djoemena, Nian S., 2000). Pada awalnya, kain lurik hanya digunakan sebagai ageman para raja (baju kebesaran abdi keraton), hal ini menyebabkan kain lurik menjadi sangat eksklusif. Namun dalam proses perkembangannya lurik semakin dikenal oleh masyarakat biasa yang juga digunakan sebagai bahan pembuat pakaian. Selain digunakan sebagai bahan untuk membuat pakaian, kain lurik digunakan sebagai bahan pembuatan aksesoris *fashion*, salah satunya berbagai bentuk tas. Hal ini membuat lurik tidak hanya digunakan sebagai ageman di kalangan abdi keraton, namun dapat digunakan oleh masyarakat luas tanpa meninggalkan sifat keekklusifannya.

SKIS Craft dan Kancil Collection merupakan kelompok pengrajin yang berada di Kota Yogyakarta, tepatnya berada Dusun Krapyak Wetan, Desa Panggungharjo, Kecamatan Sewon, Kabupaten Bantul. SKIS Craft bergerak pada kerajinan tas berbahan kain lurik, sedangkan Kancil Collection merupakan kelompok pengrajin yang menghasilkan aneka macam tas berbahan lurik yang dipadupadankan dengan kulit. SKIS Craft dan Kancil Collection telah memulai usahanya sejak 2009. Keduanya merupakan sekelompok pengrajin kecil yang proses produksi, serta pemasarannya masih sangat sederhana. Selain itu, variasi design produk yang dihasilkan masih sangat terbatas. Kurangnya variasi desain dari produk yang dihasilkan SKIS Craft dan Kancil Collection disebabkan karena kurangnya inovasi pada produk mereka. Produk yang sudah dihasilkan selama ini belum mengikuti perkembangan *fashion* yang sedang diminati oleh konsumen. Hal ini menyebabkan konsumen yang membeli produk SKIS Craft dan Kancil Collection hanya pada kalangan terbatas atau berdasarkan pesanan konsumen. Keterbatasan tenaga kerja menjadi faktor lain yang mendukung keterbatasan produk. Selama ini produksi

hanya dilakukan oleh 3 orang, hal ini dikarenakan sangat sulit mendapatkan tenaga kerja yang memiliki kemampuan dalam membuat pola dan menjahit tas.

METODE PELAKSANAAN

Metode yang diterapkan dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah sebagai berikut.

1. Mengadakan ceramah dan diskusi

Ceramah dilakukan di sebuah ruang dengan memakai komputer yang terhubung internet dan menggunakan LCD Proyektor. Berbagai dasar teori disampaikan kepada peserta untuk memberikan gambaran tentang desain produk berbahan kulit serta cara pengemasan yang menarik untuk produk-produk yang dihasilkan. Setelah diberikan ceramah diharapkan peserta akan memahami dan bisa dilakukan diskusi bila kurang jelas.

2. Mengadakan peragaan

Partisipasi mitra sangat diharapkan dalam kegiatan ini, sehingga materi yang disampaikan dapat dipraktekkan dengan baik. Peragaan yang dilakukan yaitu dengan memberikan contoh cara melakukan pengemasan produk, cara mendesain kemasan produk. Diharapkan peserta mengerti secara langsung bahwa setiap produk yang dihasilkan perlu dikemas secara menarik, sehingga mempunyai nilai jual yang lebih tinggi.

3. Evaluasi

Peserta di berikan quis sekitar materi yang sudah disampaikan, apakah informasi yang disampaikan sudah jelas, bisa dipahami dan selanjutnya peserta mampu mendesain produk. Berdasar hasil evaluasi ini akan menentukan keberlanjutan kegiatan di waktu yang akan datang, seperti pendampingan penggunaan aplikasi untuk desain produk, cara mendesain produk serta pengemasan produk untuk meningkatkan nilai jual produk tersebut.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pelatihan ini dilaksanakan sebanyak 2 (dua) kali, yaitu pada hari Rabu, 11 April 2018 dan Jum'at, 13 April 2018. Kegiatan diikuti oleh mitra dan warga sekitar lokasi mitra. Kegiatan diawali dengan registrasi peserta, pembukaan, persiapan pelatihan untuk mitra kemudian dilanjutkan penjelasan tentang materi pengabdian dan penyampaian materi inti. Materi inti meliputi ceramah dan diskusi tentang berbagai desain produk serta kemasan yang

menarik. Pada penyampaian materi inti, pengabdian mengundang narasumber dari Pusat Kemasan UKM Yogyakarta.

Materi kegiatan meliputi pengertian kemasan, fungsi kemasan, tujuan dan jenis-jenis kemasan.

1. Definisi kemasan

Kemasan pangan adalah bahan yang digunakan untuk wadah atau membungkus pangan, baik yang bersentuhan langsung dengan pangan maupun tidak (UU Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 1996 tentang Pangan). Pengemasan adalah kegiatan merancang dan memproduksi wadah atau bungkus sebagai sebuah produk. Pengemasan adalah aktivitas merancang dan memproduksi kemasan atau pembungkus untuk produk. Biasanya fungsi utama dari kemasan adalah untuk menjaga produk. Tetapi, sekarang kemasan menjadi faktor yang cukup penting sebagai alat pemasaran (Rangkuti, 2010). Kemasan adalah desain kreatif yang mengaitkan bentuk, struktur, material, warna, citra, tipografi dan elemen-elemen desain dengan informasi produk agar produk dapat dipasarkan. Kemasan digunakan untuk membungkus, melindungi, mengirim, mengeluarkan, menyimpan, mengidentifikasi dan membedakan sebuah produk di pasar (Klimchuk dan Krasovec, 2006).

2. Fungsi kemasan

Menurut Simamora (2007), fungsi pengemasan ada 2 (dua) yaitu fungsi protektif dan fungsi promosional. Pada fungsi protektif berkaitan dengan proteksi produk, perbedaan iklim, prasarana transportasi dan saluran distribusi yang semua berimbas pada pengemasan. Dengan pengemasan protektif, para konsumen tidak perlu harus menanggung resiko pembelian produk rusak atau cacat. Pada fungsi promosional, peran kemasan pada umumnya dibatasi pada perlindungan produk. Namun kemasan juga digunakan sebagai sarana promosional. Menyangkut promosi, perusahaan mempertimbangkan preferensi konsumen menyangkut warna, ukuran dan penampilan. Pada fungsi promosi, pentingnya kemasan produk adalah sebagai bentuk komunikasi visual dari produsen ke konsumen, memberikan sugesti dan membujuk konsumen agar menimbulkan keinginan untuk membeli, sebagai media promosi dan strategi penjualan.

KESIMPULAN

Kesimpulan yang dapat diambil dari pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah sebagai berikut: (a) Kegiatan pelatihan telah dilaksanakan 2 (dua) kali, dan diikuti oleh mitra dan warga sekitar mitra; (b) Pelatihan pembuatan desain dan pengemasan produk sangat dibutuhkan oleh mitra, untuk meningkatkan nilai jual produk lurik-kulit; (c) Mitra menjadi lebih mengetahui tentang cara pembuatan dan pengemasan produk yang baik.

UCAPAN TERIMAKASIH

Ucapan terimakasih disampaikan kepada 1) SKIS Craft dan Kancil Collection, 2) Kepada Kepala Pusat Pengabdian kepada Masyarakat LPPM UPY., 3) Kepada LPPM Universitas PGRI Yogyakarta.

DAFTAR PUSTAKA

- Adinugroho, I. (2009). *Pusat seni dan kerajinan kota Yogyakarta*, (September), 1–6.
- Ditlitabmas, Dikti. 2017. *Panduan Pelaksanaan Penelitian dan PPM Edisi XI Tahun 2017*.
- Djoemena, Nian S. 2000. *Lurik: garis-garis bertuah = the magic stripes / Nian S. Djoemena; terjemahan dalam bahasa Inggris oleh Jerry Chamberlain, Yudi Achyadi*.
- Klimchuk, Marianne dan Sandra A. Krasovec. 2006. *Desain Kemasan*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler dan Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran. Jilid I. Edisi ke 13*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip. 1999. *Manajemen Pemasaran. Jilid II. Edisi Milenium*. Jakarta: Prenhallindo.
- Louw, A. & Kimber, M. 2007. *The Power of Packaging, The Customer Equity Company*.
- Rangkuti, Freddy. 2005. *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: Gramedia.
- Simamora, Bilson. 2007. *Panduan Riset dan Perilaku Konsumen*. Jakarta: Gramedia.