

Upaya Peningkatan Pemasaran Melalui Improvisasi Pembuatan Kemasan Wayang Kulit Babakan

¹ Erma Sulistyono Rini, ² Ni Wayan Sri Arini, Dwi, ³ Kadek Dwi Pradnyani Novianti
Program Studi Manajemen Informatika¹, Program Studi Sistem Komputer² Program Studi Sistem Informasi³
STMIK STIKOM BALI
Email: erma@stikom-bali.ac.id¹, sri_arini@stikom-bali.ac.id²

RINGKASAN

Banjar Babakan, Kecamatan Sukawati, Kabupaten Gianyar, Bali dikenal sebagai pusat dan akar perkembangan kesenian wayang, di Bali, dengan generasi dalang tertua berasal dari sini, cukup banyak kelompok pengrajin yang berasal dari daerah ini, tetapi hasil kerajinan masih dipasarkan dan dijual menggunakan model konvensional seperti *men-display* pada sebuah toko atau menitipkan ke *artshop* di daerah setempat, model lain melalui pesanan dari konsumen yang sudah mengenal atau datang langsung ke toko untuk melakukan pesanan wayang yang akan digunakan sebagai koleksi ataupun pementasan, permasalahan lain yang terjadi berdasarkan hasil observasi adalah dalam pengemasan wayang yang masih sangat sederhana menggunakan plastik mika bening tanpa adanya identitas atau profil pengrajin di mana pengemasan ini sangat berpengaruh terhadap kualitas produk dan masa simpan produk serta jaminan keamanan pada saat pengiriman produk. Dari permasalahan tersebut maka dari kegiatan pengabdian ini diusulkan kegiatan pelatihan pemanfaatan teknologi informasi sebagai media promosi dan penjualan *online* serta pelatihan desain kemasan untuk menambah wawasan pengrajin dengan menggunakan model ceramah dan simulasi menggunakan *tools* multimedia dalam membantu mendesain kemasan produk agar menarik, dan dapat digunakan sebagai media promosi. Indikator capaian keberhasilan program adalah 50% desain kemasan produk adalah hasil dari kegiatan pelatihan, evaluasi pelaksanaan secara keseluruhan menunjukkan bahwa peserta pelatihan sudah memahami pentingnya desain kemasan sebagai media promosi pengrajin wayang kulit Babakan Sukawati Gianyar.

Kata kunci : Wayang Kulit Babakan, Pelatihan Desain Kemasan, Pengemasan

SUMMARY

Babakan Sukawati Gianyar regency of Bali is the center of the development of wayang art with the oldest puppet generation. Marketing and sales of handmade leather puppets are still using conventional models by displaying or receiving orders from consumers who already know or come directly to the store to do the puppet show as a collection or staging, other problems still on based observation result about the packaging are very simple only using clear mica plastic without identity or profile from the craftsman, and then very influential quality of the product and not have guarantee safety when shipping the product. From these problems, are proposed as an online promotion and sales media as well as packaging design training to broaden craftsmen using lecture models and simulations using multimedia tools to help design product packaging to be attractive, and can be used as media promotion. Indicator of program success achievement is 50% product packaging design is the result of training activities, overall implementation evaluation shows that trainees have understood the importance of packaging design as a media campaign for puppet craftsmen Babakan Sukawati Gianyar.

Key words: Babakan Wayang Kulit, Packaging Design Training, Packaging

PENDAHULUAN

Kabupaten Gianyar merupakan kabupaten yang dikenal sebagai pusat seni di Bali, Pasar Seni Sukawati sebagai pasar seni terbesar di Bali berada di Kabupaten tersebut tepatnya di Kecamatan Sukawati, Gianyar. Berbagai macam seni berasal dari wilayah ini, salah satunya adalah seni wayang kulit. Wayang kulit merupakan sebuah boneka yang dibuat dari kulit binatang dan dibentuk menyerupai tokoh tertentu dalam seni pewayangan. Wayang kulit dimainkan oleh seorang dalang yang menjadi narator dialog tokoh – tokoh wayang, dengan diiringi musik gamelan yang dimainkan oleh penabuh dan tembang yang dinyanyikan oleh karawitan. Di Bali pertunjukan bayangan boneka (Wayang) memiliki gaya tutur dan keunikan tersendiri, berdasarkan hasil observasi pada salah satu pengrajin wayang kulit Bapak I Wayan Nartha. Beliau adalah salah satu pembuat wayang kulit dari keturunan dalang tertua di Bali dari tahun 1954 dan di sinilah kerajinan wayang kulit terkenal dari tahun 1963. Banjar Babakan, yang terletak di Desa Sukawati, Gianyar Bali ini, dikenal sebagai pusat dan akar perkembangan kesenian wayang, khususnya wayang kulit. Luas banjar kurang lebih 2 hektar dengan jumlah kepala keluarga yang ada saat ini 250 kepala keluarga, dan jarak tempuh Denpasar menuju ke Banjar Babakan 23.8km. Batas Banjar Babakan dengan Kota Denpasar adalah Batubulan dan Sukawati menjadi kecamatan dari Banjar Babakan. Mitra memproduksi sendiri kerajinan wayang kulit dengan dibantu beberapa pegawai, hasil kerajinan wayang kulitnya selain *men-display* atau memasarkan serta menjual produk di toko konvensional milik sendiri yang telah berdiri sejak tahun 1990, hasil produk kerajinannya juga diikuti dalam pameran di hotel-hotel besar di Bali maupun di luar Bali. Saat ini hasil karyanya sudah terjual jutaan wayang ke seluruh dunia dan sangat digemari oleh wisatawan asing mancanegara. Keahlian

beliau dalam membuat wayang kulit sudah tak perlu di pertanyakan lagi beliau mampu membuat berbagai macam wayang kulit diantaranya wayang mahabratha, tantri, gambuh, ramayana, babat, calonarang, arja, cupak, dan lain-lain. Tetapi terdapat beberapa permasalahan yang dapat terjadi pada mitra jika tidak melakukan perubahan atau pengembangan model pemasaran dan penjualan hasil kerajinan wayang yang telah dirintis sejak lama, kondisi saat ini berdasarkan hasil observasi (1) dalam mempromosikan dan menjual hasil karyanya mitra masih menggunakan pola pemasaran konvensional dan belum memadukan atau menerapkan model teknologi untuk pemasarannya sehingga diperlukan pengembangan pemasaran atau penjualan dari model konvensional ke model *online* baik menggunakan media sosial maupun *marketplace*, (2) Belum adanya *tools* sarana promosi guna menunjang eksistensi atau keberadaan seni wayang hasil kerajinan mitra agar dapat lebih dikenal dan menarik minat wisatawan dalam bentuk video profil hasil pengrajin wayang kulit, (3) adanya persepsi konsumen yang menganggap bahwa semua produk atau hasil karya yang dihasilkan oleh setiap pengrajin wayang kulit itu sama, hal ini dikarenakan belum adanya *identity* produk yang dapat digunakan sebagai ciri khas dari hasil wayang kulit produksi mitra padahal *brand identity* ini bisa dibuat dalam bentuk merek/desain/logo/*stamp* dari sebuah produk atau karya yang dihasilkan. (4) Pengemasan yang masih sangat sederhana sekali yaitu hanya menggunakan plastik bening tanpa tambahan identitas apa pun di bagian pembungkusnya, padahal dengan pengemasan yang baik manfaat yang didapatkan juga besar, seperti dapat mempertahankan mutu atau mencegah terjadinya kerusakan, melindungi produk di dalamnya dari gangguan fisik seperti benturan, gesekan atau getaran selain itu juga pencemaran seperti basah atau kotor, dapat memperpanjang masa simpan,

mempermudah penyimpanan dan pengiriman, menambah daya tarik atau nilai jual dan juga bisa digunakan sebagai media atau sarana promosi sehingga bentuk kemasan, warna dan dekorasi dari kemasan perlu diperhatikan dan direncanakan dengan baik.



Gambar 1. Kemasan Produk Menggunakan Plastik Bening

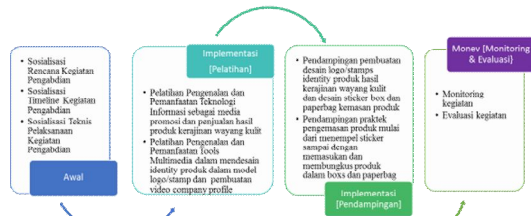
RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan pemaparan di atas, dapat dirumuskan beberapa permasalahan sebagai berikut :

1. Promosi dan penjualan yang dilakukan masih secara konvensional melalui toko dan pesanan tamu yang datang karena mitra belum memiliki pola pemasaran menggunakan teknologi informasi baik melalui media sosial atau *marketplace* .
2. Tidak adanya *corporate identity* yang kuat yang bisa digunakan sebagai pengingat bagi konsumen terhadap produk hasil pengrajin tersebut, hal ini dikarenakan minimnya informasi dan pengetahuan terkait dengan hal tersebut
3. Pengemasan yang masih sangat sederhana yaitu menggunakan plastik mika bening tanpa ada *stamp/logo/identitas* pengrajin, hal ini juga dikarenakan ketidaktahuan mitra tentang manfaat dan fungsi dari pengemasan itu sendiri seperti dapat meningkatkan daya tahan /kualitas dari produk serta memperpanjang daya simpan dari produk hasil kerajinan mitra di samping itu bisa digunakan sebagai media promosi.

METODE

Metode pelaksanaan kegiatan yang diusulkan oleh tim pengusul berdasarkan rumusan permasalahan di atas, adalah dalam bentuk kegiatan pelatihan dan pendampingan kepada mitra yang bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan dan pemahaman mitra tentang (1) Pemanfaatan teknologi informasi sebagai media promosi, pemasaran dan penjualan selain model konvensional. (2) Pemanfaatan *tools* multimedia untuk mendesain identitas produk seperti *logo/stamp*, mendesain *cover* kemasan produk dan pembuatan video *company profile* mitra. (3) Pendampingan pembuatan desain kemasan produk dengan model *box* dan *bodybag* yang dapat dimanfaatkan sebagai tempat penyimpanan hasil kerajinan wayang agar kualitas atau mutu dari produk bisa terjaga serta memudahkan dalam pengiriman produk tersebut. (4) Pendampingan praktik mengemas produk yang dilaksanakan dengan dua tahapan, tahap satu latihan menempelkan *sticker* hasil desain kemasan yang telah dicetak. tahap dua latihan membungkus atau memasukkan produk atau hasil kerajinan ke *box* dan *paper bag* yang akan digunakan membungkus hasil kerajinan wayang kulit mitra. Partisipasi mitra dalam kegiatan pengabdian ini, pertama sebagai peserta kegiatan pelatihan dan pendampingan, kedua sebagai penyedia tempat pelatihan dan pendampingan kegiatan, ketiga dalam pembuatan desain *identity* produk dengan model *logo/stamp*, desain *sticker* kemasan *box* dan *bodybag* 75% hasil desain didesain sendiri oleh mitra, 25% proses *finishing* dibantu oleh tim pelaksana kegiatan pengabdian. Berikut dijelaskan beberapa tahapan yang dilakukan dalam kegiatan pengabdian masyarakat, dan digambarkan sebagai berikut :



Gambar 2. Prosedur Rencana Pelaksanaan Kegiatan Pengabdian masyarakat

Tahap awal kegiatan dimulai dengan kegiatan sosialisasi perencanaan kegiatan, *timeline* kegiatan dan teknis pelaksanaan kegiatan, tahap selanjutnya adalah implementasi kegiatan dalam implementasi ini di lakukan dalam dua tahap di mana tahap pertama dilaksanakan model pelatihan tentang pemanfaatan teknologi informasi sebagai media promosi dan pemasaran serta penjualan produk hasil kerajinan wayang kulit, dan pelatihan pemanfaatan *tools* multimedia untuk mendesain logo/*stamp* produk hasil kerajinan wayang kulit, desain *sticker* untuk *box* dan *paperbag* serta pembuatan video *company profile*, selanjutnya model pendampingan pembuatan desain logo/*stamp* produk hasil kerajinan, desain *sticker* untuk *box* dan *paperbag*, dilanjutkan dengan pendampingan praktik pengemasan produk hasil kerajinan, tahap terakhir dari kegiatan pengabdian ini adalah dilakukan *monitoring* kegiatan dan evaluasi kegiatan.

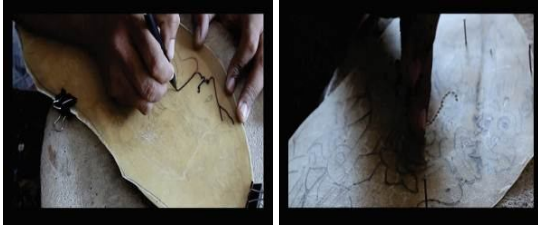
PEMBAHASAN

Kegiatan peningkatan pengetahuan dan pemahaman mitra tentang pemanfaatan teknologi informasi dan *tools* multimedia dalam kegiatan promosi, pemasaran dan penjualan hasil produk kerajinan wayang kulit yang dilaksanakan di Banjar Babakan, Kecamatan Sukawati, Kabupaten Gianyar dengan mitra bapak I Wayan Nartha salah satu pengrajin wayang kulit, dengan materi yang disampaikan adalah :

1. Pelatihan pengenalan pemanfaatan teknologi informasi yang dapat digunakan sebagai media untuk membantu mempromosikan,

memasarkan dan pengembangan model penjualan hasil kerajinan wayang kulit yang selama ini masih menggunakan model konvensional.

2. Pelatihan pengenalan pemanfaatan *tools* multimedia untuk mendesain logo/*stamp* produk hasil kerajinan wayang kulit dan mendesain *sticker box* dan *paperbag* sebagai pembungkus produk hasil kerajinan wayang kulit milik mitra.
3. Pelatihan tentang kebermanfaatan dan fungsi dalam memberikan *identity* atau identitas terhadap produk hasil kerajinan wayang kulit.
4. Pelatihan tentang manfaat dan fungsi dalam memberikan pengemasan yang baik terhadap produk hasil kerajinan wayang kulit untuk menjaga kualitas dan keamanan saat pengiriman serta memperpanjang usia penyimpanan produk.
5. Pendampingan dalam membuat desain logo /*stamp* produk hasil kerajinan dan desain *sticker box* dan *paper bag* dimana dalam prosesnya dikerjakan 75% oleh mitra dan *finishing* dibantu oleh tim pelaksana kegiatan.
6. Pendampingan pembuatan video *company profile* mitra oleh tim pelaksana.
7. Pendampingan dalam memperagakan atau mempraktikkan pengemasan produk mulai dari penempelan *sticker* sampai dengan membungkus produk dalam *box* dan *paperbag*.



Gambar 3. Proses Pembuatan Wayang Kulit Pada Tahapan Mengukir Kulit Sudah Disket

Berikut adalah gambar hasil model *box* dan *bag paper* hasil pelatihan dan keterampilan pada mitra :



Gambar 4. Hasil Desain Kemasan untuk *Paper Box* tempat hasil kerajinan /wayang



Gambar 5. Hasil Desain Kemasan untuk *Paper Bag* tempat hasil kerajinan /wayang

Kegiatan pelatihan dan pendampingan pemanfaatan teknologi informasi dan *tools* multimedia sebagai media promosi, pemasaran dan penjualan *online* serta pengetahuan tentang pentingnya memberikan identitas produk pada hasil kerajinan wayang kulit serta memberikan pengemasan yang baik terhadap produk dapat menambah wawasan, pengetahuan dan keterampilan serta menjaga kualitas produk hasil kerajinan wayang kulit

SIMPULAN

Berdasarkan hasil *monitoring* dan evaluasi kegiatan pengabdian yang telah dilaksanakan dapat disimpulkan bahwa mitra sebagai peserta pelatihan sudah memahami perlunya melakukan pengemasan yang baik dan pemberian identitas produk terhadap hasil kerajinan wayang kulit yang dihasilkan di samping itu pentingnya melakukan promosi dan pemasaran *online* untuk memperluas jangkauan penjualan serta menambah pelanggan baru untuk menjaga eksistensi dan keberlangsungan hidup usaha kerajinan wayang kulit di Banjar Babakan, Kecamatan Sukawati, Kabupaten Gianyar Bali.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Bapak I Wayan Nartha yang telah bersedia menjadi mitra dan mendukung penuh kegiatan ini, dan bapak Ketua STIKOM Bali yang telah memberikan kesempatan dan pendanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Cenadi, C.S. 2000, Peranan Desain Kemasan Dalam Dunia Pemasaran, Nirmala, Vol. 2 No. 1 Hal : 93 – 103
- Lovelock Christopher, Wirtz Jochen, Mussry Jacky. 2012. Pemasaran Jasa : Manusia, Teknologi, Strategi. Erlangga. Jakarta
- Wirya, Iwan. 1999 Kemasan yang Menjual. PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta,