

**PELATIHAN PEMBUATAN KEMASAN KAIN BATIK TULIS MURNI NGANGKRIK  
DI DESA SIDOMULYO KECAMATAN SAWAHAN KABUPATEN MADIUN**

**Liliek Nur Sulistiyowati<sup>1</sup>, Prima Utama Wardoyo Putro<sup>2</sup>**  
**Program Studi Manajemen Universitas PGRI Madiun<sup>1,2</sup>**  
[liliek1702@gmail.com](mailto:liliek1702@gmail.com)<sup>1</sup>, [primautama28@gmail.com](mailto:primautama28@gmail.com)<sup>2</sup>

---

**Info Artikel**

Masuk: 11 November 2020

Revisi: 15 Desember 2020

Diterima: 1 Maret 2021

Terbit: 1 April 2021

**Keywords:**

*Packaging, Product Sales,  
Small Medium Enterprises,  
Value Added*

**Kata kunci:**

Kemasan Produk, Nilai  
Tambah Produk, Pema-  
saran Produk, UMKM

**P-ISSN: 2598-2273**

**E-ISSN: 2598-2281**

**DOI : 10.33061**

---

**Abstract**

*UMKM Batik Ngangkrik is one of the batik producers in Madiun Regency which was established in 2013. Batik Ngangkrik Craftsmen focus on batik making by tulis technique. There are various of Batik Ngangkrik motifs such as: Kenongo, Porang, Serat Jati, and Gabah Sinawur. Although this UMKM was established six years ago, the craftsmen still ignore how to make interesting packaging on their product. This training attempt to increase craftsmen knowledge about packaging to increase their product sales and how to make attractive product packaging. Method of this training are: Outreach, discussion, and training/ practice. The result of this training are increasing awareness of craftsmen about urgency of product packaging and how to create value added on their product by attractive packaging and the final impact can increase their product sales.*

---

**Abstrak**

UMKM Batik Ngangkrik merupakan salah satu produsen batik khas Kabupaten Madiun yang didirikan pada tahun 2013. Pengrajin Batik Ngangkrik memfokuskan pembuatan batiknya pada teknik tulis. Pengrajin Batik Ngangkrik memproduksi berbagai macam motif batik seperti Kenongo, Porang, Serat Jati, dan Gabah Sinawur. Meskipun Batik Ngangkrik ini sudah berdiri enam tahun silam, akan tetapi para pengrajin masih mengabaikan aspek kemasan batik yang menarik. Kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan para pengrajin batik tentang pentingnya kemasan produk untuk meningkatkan pemasaran produk batiknya. Selain itu juga dilakukan pelatihan bagaimana cara membuat kemasan produk yang menarik. Metode pelaksanaan kegiatan ini dilakukan melalui kegiatan sosialisasi, diskusi, dan pelatihan. Hasil dari kegiatan ini adalah meningkatnya kesadaran pengrajin batik akan pentingnya kemasan produk serta menambah keahlian pengrajin batik dalam membuat kemasan produk guna meningkatkan penjualan produk batik mereka.

---

**PENDAHULUAN**

Batik merupakan salah satu hasil kebudayaan Bangsa Indonesia. Hampir setiap daerah di Indonesia khususnya Pulau Jawa, memiliki motif dan corak batik yang beragam sesuai dengan kekhasan dan karakteristik daerah masing-masing. Seperti daerah lain di Indonesia, Kabupaten Madiun yang terletak di Provinsi Jawa Timur juga memiliki corak dan motif batik tersendiri yang dikenal dengan nama Batik Ngangkrik.

Hingga kini batik masih menjadi primadona dan referensi berbusana masyarakat Indonesia khususnya masyarakat Kabupaten Madiun. Batik telah ditetapkan sebagai panakaian nasional Bangsa Indonesia. Karena alasan tersebut pasar untuk produk batik masih sangat menjanjikan dan terbuka luas. Pada tahun 2013, kelompok PKK Desa Sidomulyo Kecamatan Sawahan Kabupaten Madiun mendirikan sebuah kelompok usaha batik yang diberi nama Batik Ngangkrik. Batik yang diproduksi

ditempat ini memiliki corak yang beragam dan khas sesuai dengan karakteristik yang dimiliki Kabupaten Madiun.

Pada kelompok usaha Batik Ngangkrik, batik dihasilkan melalui metode tulis dengan bantuan alat canting. Sehingga banyak yang menyebutnya Batik Tulis Ngangkrik. Motif yang dihasilkan beragam, yaitu: Batik Kenongo, Batik Porang, Batik Serat Jati, dan Batik Gabah Sinawur. Masing-masing motif memiliki makna dan filosofi tersendiri. Seperti Batik Kenongo yang memiliki makna keharuman, Batik Porang yang melambangkan komoditas tepian hutan, Batik Serat Jati yang melambangkan wilayah Kabupaten Madiun yang didominasi pohon jati, serta Batik Gabah Sinawur yang bermakna lumbung pangan. Harga jual produk Batik Ngangkrik juga terjangkau, yakni berkisar antara Rp 200.000 hingga Rp 300.000, tergantung pada ukuran dan motif batik yang dibuat.

Meskipun Batik Ngangkrik telah memiliki pasar tersendiri, permasalahan yang masih ada terkait dengan produksi batik ini adalah pada kemasannya yang kurang menarik. Sampai saat ini pengrajin Batik Ngangkrik masih melakukan proses pengemasan kain batiknya dengan menggunakan plastik biasa yang diberi label. Mereka belum memikirkan mengenai sebuah kemasan yang menarik sehingga bisa meningkatkan minat konsumen dan bisa meningkatkan nilai jual produk itu sendiri.



**Gambar 1. Kemasan Batik Ngangkrik yang Masih Sederhana**

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Elroy Cristian *et al* (2018) bahwa penampilan kemasan memainkan peranan penting dalam memengaruhi konsumen untuk membeli suatu produk. Hal ini dikarenakan kemasan bisa memberikan gambaran akan produk yang ada didalamnya. Selain itu kemasan juga mampu menciptakan ikatan emosional pada konsumen terhadap produk. Penelitian yang dilakukan oleh Dhameria Vita (2014) menyatakan bahwa meskipun kemasan bukan unsur utama dalam penentuan kesuksesan penjualan produk, namun kemasan juga turut andil dalam memengaruhi keputusan pembelian konsumen. Kemasan tidak hanya berfungsi sebagai wadah produk, melainkan juga bermanfaat menjaga kualitas dan menarik minat konsumen (Kottler dan Armstrong, 2012).

Ema Ezenyilimba *et al* (2018) dan Zekiri Jusuf *et al* (2015) menemukan fakta dalam penelitian yang mereka lakukan bahwa kemasan dapat memengaruhi perilaku pembeli/ konsumen. Maksudnya adalah kemasan dari suatu produk bisa memengaruhi konsumen untuk membeli produk tersebut sekalipun pembelian tersebut tidak direncanakan (*impuls buying*). Berdasarkan bukti-bukti penelitian diatas bisa diambil kesimpulan bahwa kemasan memiliki pengaruh yang besar terhadap keputusan pembelian serta pada perilaku konsumen untuk membeli suatu produk.

Keterbatasan pengetahuan pengrajin Batik Ngangkrik akan pentingnya kemasan dalam produk mereka membuat mereka masih mengabaikan kemasan produk mereka. Berdasarkan latar belakang permasalahan inilah kegiatan pengabdian masyarakat ini dilakukan pada sentra industri Batik Ngangkrik Desa Sidomulyo Kecamatan Sawahan Kabupaten Madiun Jawa Timur. Harapannya dengan

adanya kegiatan ini, ada peningkatan kesadaran pelaku usaha batik akan pentingnya kemasan produk serta pelatihan ini bisa memberikan nilai tambah pada harga jual Batik Ngangkrik.

## **RUMUSAN MASALAH**

Berdasarkan latar belakang permasalahan yang telah diuraikan diatas, maka rumusan masalah dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh kemasan produk terhadap minat beli konsumen terhadap produk Batik Ngangkrik?
2. Bagaimana cara membuat kemasan yang baik dan tepat untuk produk Batik Ngangkrik?

## **METODE PELAKSANAAN**

Adapun metode pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat yang dilaksanakan di sentra pengrajin Batik Ngangkrik Desa Sidomulyo Kecamatan Sawahan Kabupaten Madiun ini dibagi kedalam tujuh tahapan, yaitu sebagai berikut:

1. Tahap pertama  
Tahap ini dilakukan perencanaan kegiatan dimana membahas mengenai pencarian mitra kegiatan serta waktu pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat. Pada tahap pencarian mitra, tim menyasar UMKM yang ada di wilayah Kabupaten Madiun yang dirasa memiliki permasalahan.
2. Tahap kedua  
Setelah dilakukan perencanaan, pada tahap ini dilakukan survei mitra. Berdasarkan kegiatan survei yang dilakukan, maka diputuskan sentra Batik Ngangkrik Desa Sidomulyo Kecamatan Sawahan kabupaten Madiun sebagai mitra kegiatan pengabdian masyarakat. Alasan pemilihan sentra Batik Ngangkrik sebagai mitra adalah karena ditemukannya permasalahan di UMKM sentra batik tersebut yakni berupa permasalahan pengemasan produk batik.
3. Tahap ketiga  
Pada tahapan ini dilakukan analisis mendalam terhadap permasalahan yang dihadapi oleh mitra. Analisis dilakukan dengan cara wawancara dan diskusi pada pelaku usaha. Melalui wawancara dan diskusi yang dilakukan, permasalahan pada kemasan merupakan isu yang akan diangkat. Sehingga kegiatan abdimas ini akan fokus pada sosialisasi dan pelatihan pembuatan kemasan produk.
4. Tahap keempat  
Tahap ini dilakukan dengan menyusun rencana kegiatan pengabdian masyarakat. Kegiatan direncanakan dilakukan selama 1 bulan yakni pada bulan September 2019, dimana akan dibagi dalam 4 sesi pertemuan, dan untuk masing-masing pertemuannya akan diisi dengan diskusi dan pelatihan. Dalam kegiatan ini dilibatkan pula mahasiswa kelas kewirausahaan agar kegiatan pengabdian bisa berjalan maksimal.
5. Tahap kelima  
Tahap ini adalah pelaksanaan kegiatan yang meliputi kegiatan diskusi dan pelatihan pembuatan kemasan produk. Pelaksanaan kegiatan dimulai pada pertengahan Bulan September dimana dibagi kedalam empat sesi pertemuan. Setiap sesi pertemuan, kegiatan dilakukan selama dua hingga empat jam. Proses awal pada tahap ini, pelaku usaha diberikan sosialisasi terlebih dahulu terkait dengan kemasan produk dan perannya dalam meningkatkan penjualan produk. Setelah itu dilanjutkan dengan sesi diskusi, dimana para pelaku usaha menceritakan keterbatasan mereka dalam membuat kemasan produk. Melalui kegiatan diskusi tersebut bisa diambil hipotesis terkait kesulitan yang dialami pelaku usaha dalam membuat kemasan produk. Data ini kemudian digunakan sebagai dasar pelatihan pembuatan kemasan produk pada pertemuan sesi berikutnya. Pada tahap pelatihan pembuatan kemasan produk, peserta tidak hanya diajari bagaimana cara membuat kemasan yang menarik saja, melainkan juga diberi informasi terkait jaringan yang bisa

mereka manfaatkan dalam membuat produk (*out source*). Hal ini dilakukan agar pelaku usaha bisa memiliki kemasan produk yang beraneka ragam.

6. Tahap keenam

Pada tahapan ini dilakukan proses *assessment* atau penilaian mengenai kendala-kendala dan kesulitan yang masih dihadapi oleh peserta pelatihan selama mengikuti kegiatan pelatihan. Hal ini penting dilakukan untuk mengetahui tingkat keberhasilan program pelatihan yang telah dilakukan.

7. Tahap tujuh

Pada tahap terakhir ini dilakukan evaluasi terhadap kegiatan pengabdian masyarakat yang telah dilakukan serta analisis efektivitas kegiatan pengabdian masyarakat.

## PEMBAHASAN

Berikut adalah pembahasan dari kegiatan pengabdian masyarakat yang dilakukan di sentra Batik Ngangkrik Desa Sidomulyo Kecamatan Sawahan Kabupaten Madiun.

### 1. Luaran

Luaran dari kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah meningkatkan pengetahuan dan kesadaran pengrajin batik khususnya pengrajin Batik Ngangkrik akan pentingnya kemasan produk. Serta bertambahnya keterampilan pengrajin batik dalam membuat kemasan produk agar lebih menarik bagi konsumen. Setelah dilakukan sosialisasi, diskusi, dan pelatihan pembuatan kemasan produk, kesadaran dan pemahaman para pengrajin batik meningkat. Hal ini bisa dilihat dari respon dan antusiasme peserta selama mengikuti kegiatan pelatihan.

### 2. Capaian

Target capaian dari kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah pengrajin batik sadar akan pentingnya kemasan produk serta mampu membuat kemasan batik yang menarik konsumen agar Batik Ngangkrik semakin dikenal oleh masyarakat luas. Adapun capaian dari kegiatan ini disajikan pada tabel berikut.

**Tabel 1. Capaian Kegiatan Pengabdian Masyarakat**

No.	Aspek	Kegiatan	Capaian
1	Manajemen usaha	Sosialisasi dan diskusi mengenai manajemen usaha khususnya pentingnya kemasan dalam meningkatkan penjualan produk	Peserta kegiatan memiliki pengetahuan bahwa kemasan produk bisa meningkatkan nilai jual produk, serta bisa meningkatkan minat konsumen untuk membeli produk serta bisa membuat produk lebih dikenal masyarakat luas
2	Proses Produksi	Pembuatan logo produk Batik Ngangkrik	Batik Ngangkrik yang pada awalnya tidak memiliki logo produk, sekarang memiliki logo produk. Harapannya dengan adanya logo ini bisa membuat produk batik lebih dikenal oleh masyarakat luas
		Pembuatan kemasan produk Batik Ngangkrik	Peserta pelatihan memiliki keterampilan dasar dalam membuat kemasan produk yang menarik dan bervariasi. Awalnya produk batik hanya dikemas pada kemasan plastik, saat ini sudah tersedia kemasan karton yang lebih menarik dan berkelas



**Gambar 2. Logo Batik Ngangkrik**



**Gambar 3. Proses Pembuatan Kemasan Batik Ngangkrik**



**Gambar 4. Kemasan Batik Ngangkrik Setelah Dilakukan Kegiatan**

## KESIMPULAN

Berdasarkan kegiatan pengabdian masyarakat yang dilakukan, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Masih banyak pelaku usaha kecil dan mikro yang belum sadar tentang pentingnya kemasan dalam meningkatkan nilai jual serta menarik minat konsumen untuk membeli produk mereka
2. Kemasan produk yang menarik bisa menjadi daya tarik sendiri bagi konsumen untuk membeli produk.
3. Melalui kemasan, ada potensi produk bisa dikenal oleh masyarakat luas serta memungkinkan produk untuk naik kelas.

## SARAN

Bagi pemerintah daerah khususnya dinas terkait, harapannya bisa melakukan pendampingan terhadap UMKM terkait dengan proses *packaging*. Hal ini dikarenakan masih rendahnya pengetahuan para pelaku UMKM terhadap pentingnya kemasan produk dalam penjualan produk mereka. Dengan adanya kegiatan pendampingan harapannya produk UMKM akan bisa lebih dikenal oleh masyarakat luas sehingga memungkinkan suatu produk bisa naik kelas dan bersaing dengan produk-produk unggulan nasional lainnya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Dhameria Vita. 2014. *Analisis Pengaruh Keunikan Desain Kemasan Produk, Kondusivitas Store Environment, Kualitas Display Produk Terhadap Keputusan Pembelian Impulsif*. Jurnal Sains Pemasaran Indonesia. Vol XIII No 1 Mei 2014, hal 1 – 44.
- Elroy Cristian. 2018. *Analysis of Packaging Elements and Its Impact to Consumers Buying Decisions Using Factor Analysis Tool on Coffe Packaging Product*. Jurnal EMBA. Vol 6 No 1 April 2018, Hal 648 - 657
- Ezenylimba. 2018. *Effect of Product Packaging on Sales Volume of Small and Medium Scale Bakery Firms in South East Nigeria*. Internation Journal of Academic Reasearch in Business and Sosial Sciensces. Vol. 8 No. 6 Juni 2018.
- Kotler, Philip Gary Armstrong. 2012. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi 12 Jilid 1. Erlangg. Jakarta
- Zekiri Jusuf. 2015. *The Role and Impact of The Packaging Effect on Consumer Buying Behaviour*. ECOFORUM. Volume 4 Special Issue 1.