

BORKIS : Packaging produk sebagai Strategi Marketing pada Galeri D'39 Madiun

Rollis Ayu Ditasari¹⁾, Sedy Dwi Haryanto²⁾, Rihan Mustafa Zahri³⁾, Dina Aprilia Novitasari⁴⁾

¹Universitas PGRI Madiun
email: rolisayuditasari@unipma.ac.id

²Universitas PGRI Madiun
email: sedy.dh@unipma.ac.id

³Universitas PGRI Madiun
email: rihanmustafa@unipma.ac.id

⁴Universitas PGRI Madiun
email: dinaaprilianovitasari@gmail.com

Abstrak

Kota Madiun memiliki peluang bisnis fashion sangat terbuka bagi para pelaku bisnis. Bakti UMKM ini bertujuan untuk membentuk pengabdian terhadap masyarakat yang dilaksanakan dengan terjun langsung ke masyarakat melalui manajemen usaha dan strategi pemasaran. Borkis Bordir Lukis merupakan suatu seni yang menggabungkan antara seni bordir dan seni lukis. Borkis Bordir Lukis D'39 merupakan salah satu UMKM pembuatan fashion Borkis yang produknya disukai di daerah Kota Madiun dan sekitarnya. Pemasaran produk yang masih dilakukan secara offline sehingga kurang maksimal dan belum banyak konsumen yang mengetahui produk tersebut. Media sosial menjadi point penting dalam melakukan pemasaran, karena di era yang serba modern ini informasi dapat mudah di akses, dan pemasaran produk dapat dengan mudah dibagikan.

Kata Kunci: bordir lukis; packaging produk: strategi marketing

Abstract

Madiun has a fashion business opportunity very open for business people. This MSME service aims to form community service which is carried out by going directly to the community through business management and marketing strategies. Embroidery Painting is an art that combines embroidery and painting. Borkis Bordir Lukis D'39 is one of the MSMEs making Borkis fashion whose products are loved in the Madiun area and its surroundings. Product marketing is still carried out offline so that it is not optimal and not many consumers know about the product. Social media is an important point in doing marketing, because in this modern era, information can be easily accessed, and product marketing can be easily shared.

Keywords: bordir lukis; packaging produk: strategi marketing

A. PENDAHULUAN

Bakti UMKM ini bertujuan untuk membentuk pengabdian terhadap masyarakat yang dilaksanakan dengan terjun langsung ke masyarakat melalui manajemen usaha dan strategi

WIRYAKARYA

Jurnal Pengabdian Masyarakat

Volume 02, Nomor 01, Januari 2023, e-ISSN: 2827-9336

pemasaran pada pelaku Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) yang ada di Perumahan Dumai Indah Jl. Dwi Jaya III No.9, Klegen, Kec. Kartoharjo Kota Madiun. Target khusus dari pengabdian ini adalah 1) untuk meningkatkan pengetahuan masyarakat pelaku Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) terhadap pengelolaan manajemen, penataan administrasi dan keuangan yang baik dan benar, 2) untuk meningkatkan kemampuan strategi pemasaran pelaku Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) dalam memasarkan produk atau usaha yang fokus pada kualitas, kemasan, harga, dan saluran distribusi, 3) untuk meningkatkan pendapatan dan pengetahuan masyarakat pelaku Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) dalam mengelola usaha agar tetap bertahan ditengah pandemi Covid-19.

Langkah awal yang dilakukan dalam kegiatan ini adalah dengan memberdayakan masyarakat pelaku Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) dalam bentuk pelatihan pengelolaan manajemen, administrasi, keuangan usaha, serta strategi pemasaran produk yang baik dan benar (Widagdo, Rachmaningsih, & Handayani, 2019). Sehingga diharapkan kualitas, kemasan, harga mampu bersaing dan perluasan saluran distribusi melalui media sosial (Widiati, 2019; Sulistyowati, Sumekar, & Mulyani, 2020; Lathifah, Oktaviani, Suaidah, Aldino & Putri, 2022). Hal ini tentunya mendorong meningkatnya pendapatan masyarakat pelaku UMKM. Pemberdayaan dilakukan melalui metode pelatihan dan pendampingan terhadap masalah yang dihadapi oleh UMKM (Saputro, Anif, & Prasetyo, 2022).

Program kegiatan pengabdian masyarakat adalah salah satu kegiatan akademik yang dilaksanakan oleh mahasiswa program studi D3 Manajemen Pajak Universitas PGRI Madiun. Dengan adanya kegiatan pengabdian masyarakat ini, diharapkan mahasiswa mampu berinteraksi serta dapat memberikan kontribusi positif kepada masyarakat. Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilakukan pada industri rumah tangga yang ada di Perum Dumai Indah Jl. Dwi Jaya III No.9, Klegen, Kec. Kartoharjo Kota Madiun. Kota Madiun sendiri sudah ada pegiat UMKM pembuatan fashion Borkis yang produknya disukai berbagai orang di dunia. Produk terkenal yang dimiliki oleh Heny Moerdaningsih yaitu baju dan masker borkis yang dibuat dengan cara dibordir sesuai motif lukis menggunakan cat khusus dengan berbagai macam motif.

Di wilayah Kota Madiun, peluang bisnis fashion sangat terbuka bagi para pelaku bisnis. Dengan melihat mudahnya mendapatkan bahan baku dan banyak masyarakat yang paham untuk memperhatikan fashion, jadi bagi mereka harga tidak terlalu penting tetapi produknya bagus dan berbeda dari yang lain. Usaha industri ini dijalankan oleh seorang ibu rumah tangga. Awalnya bermula dari pemilik usaha yang mencari kegiatan untuk waktu mengisi waktu luang, pemilik industri ini berinovasi untuk membuat sebuah produk yang nantinya akan menghasilkan uang. Akhirnya pemilik usaha ini berinisiatif untuk membuat usaha Borkis.

Pada pameran Trade Expo Indonesia TEI tahun 2019 lalu di Bumi Serpong Damai (BSD), Tangerang, Banten. Pada saat itu Indonesia mengundang 130 negara datang ke Indonesia dengan tujuan untuk mempromosikan produk nasional berkualitas agar dikenal oleh negara lain. Dalam sebulan kurang lebih 100 baju Borkis yang sanggup ia produksi. Produk baju Borkis buatan Heny Moerdaningsih di banderol mulai dari Rp 500 ribu hingga Rp 1.300.000. Selain

baju juga ada jilbab borkis, masker borkis, kebaya borkis, mukena borkis dan yang paling mahal outter Bordir Lukis Batik (Borkistik) dengan harga Rp 1.350.000. Beliau mengungkapkan bahwa keindahan seni tergantung bagaimana cara pandang seseorang memang benar, pasalnya Ibu Heny menjual baju yang banyak dijual di pasaran. Tetapi yang berbeda adalah sentuhan seni yang diterapkan pada motif-motif dan ditumpahkan dengan teknik bordir lukis (borkis).

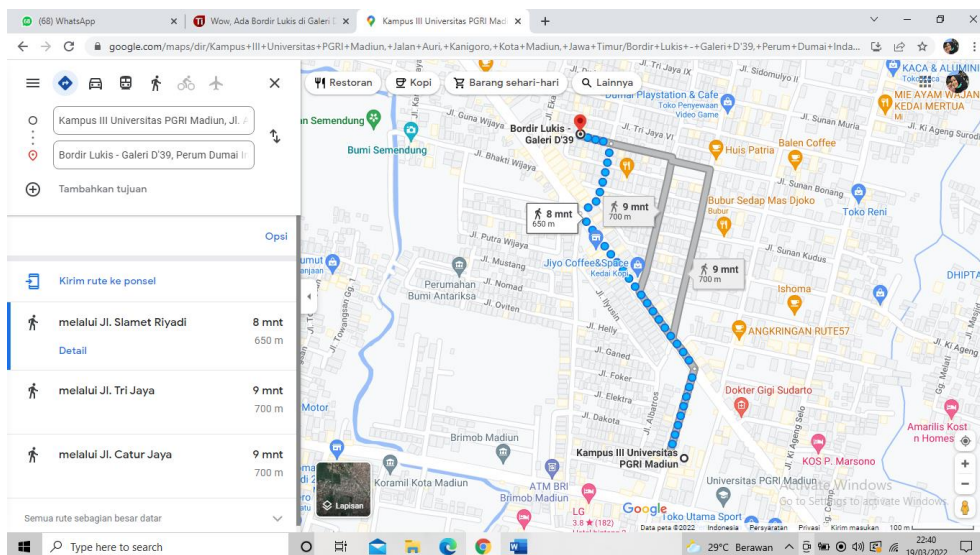
B. METODE

1. Khalayak Sasaran

Sasaran dalam UMKM Borkis Bordir Lukis D'39 yaitu untuk masyarakat umum. Tidak hanya untuk masyarakat umum dalam kota saja, namun sampai ke luar kota maupun luar negeri. Pasalnya produk Borkis Ibu Heny sudah pernah dipamerkan dalam sebuah Pameran yang ada di Kota Surabaya.

2. Waktu dan Tempat

UMKM yang dipilih yaitu Borkis Bordir Lukis D'39 yang berlokasi di Jl. Dwi Jaya III No.9, Klegen, Kec. Kartoharjo, Kota Madiun. Secara geografis, Kelurahan Klegen berada pada 7.6479482 Lintang Selatan dan 111.5252175 Bujur Timur. Secara administratif, Kelurahan Klegen berbatasan dengan Kecamatan Mangunharjo Kota Madiun di sebelah Barat, Kecamatan Madiun Kabupaten Madiun di sebelah Utara, Kecamatan Wungu Kabupaten Madiun di sebelah Timur, dan Kecamatan Taman Kota Madiun di sebelah Selatan.



Gambar 1. Peta Letak Bordir Lukis Galeri D'39

Berikut merupakan jadwal kegiatan yang kami lakukan selama proses pengabdian masyarakat ini berlangsung:

No.	KETERANGAN	WAKTU					
		Februari			Maret		
1.	Survei Lokasi	■	■				
2.	Perumusan Masalah dan pembuatan proposal			■			
3.	Proses Pembuatan dan Pemasaran				■	■	■
4.	Pembuatan Laporan Akhir						■

Tabel 1. Jadwal Pelaksanaan Bordir Lukis Galeri D'39

3. Metode Kegiatan

Kegiatan UMKM ini metode yang dilakukan yaitu membantu dalam pembuatan proses pembuatan borkis di tempat pelaksanaan seperti membuat pola, melukis, dan menjahit untuk dijadikan produk yang diinginkan hingga menjadi barang siap jual. Dan langkah selanjutnya yaitu dalam digital marketing dan memasarkan penjualan lebih luas melalui media sosial.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Minggu ke-	Tanggal	Aktivitas
Minggu Ke-1	06 Februari 2022	Perkenalan tentang pemilik tempat dan produksi BORKIS Bordir Lukis Galeri D'39
Minggu Ke-2	13 Februari 2022	Membantu memberikan inovasi tambahan tentang pengembangan borkis dalam dunia marketing.
Minggu Ke-3	20 Februari 2022	Membantu proses pembuatan borkis dari mulai membuat pola, melukis, membordir, menjahit hingga produk kemasan borkis siap jual
Minggu Ke-4	27 Februari 2022	Membantu memberikan saran untuk melakukan keaktifan dalam digital marketing dan melebarkan penjualan dalam lebih banyak aspek.

Tabel 2. Jadwal Pelaksanaan Bordir Lukis Galeri D'39

1) Langkah-Langkah Kegiatan Borkis (Bordir Lukis) pada Jilbab Lukis



Gambar 2. Produk Bordir Lukis Galeri D'39

1. Teknik Produksi

Untuk menunjang kreatifitas usaha Borkis Bordis Lukis ini menggunakan teknik produksi secara manual.



Gambar 3. Proses Bordir Lukis Galeri D'39

2. Tahapan Pembuatan

Alat :

- Kuas lukis
- Pensil
- Botol bekas cuka

Bahan :

- Kain (bahan paris, sifon, atau dobel hycom)
- Cat (cat tekstil, cat sablon, cat acrylic, cat khusus, dll)

3. Cara Pembuatan :

1. Kain di potong sesuai dengan modelnya (baik untuk jilbab segi empat atau jilbab bergo langsung pakai).
2. Buatlah pola dengan menggunakan pensil. Pola dapat berbentuk corak bunga, alat music, pemandangan, hewan, atau gambar-gambar lucu lainnya seperti boneka.
3. Setelah pola selesai dibuat, anda bisa menyiapkan alat dan bahan yang dibutuhkan seperti kuas lukis dan botol bekas cuka untuk melukis garis yang memanjang.
4. Setelah lukisan selesai dibuat, kain jilbab kemudian di keringkan dengan bantuan hair dryer atau sekedar diangin-anginkan hingga cat lukisan kering.
5. Apabila sudah kering, kain tersebut sudah bisa dijahit sesuai model yang diinginkan.



Gambar 4. Proses akhir Bordir Lukis Galeri D'39

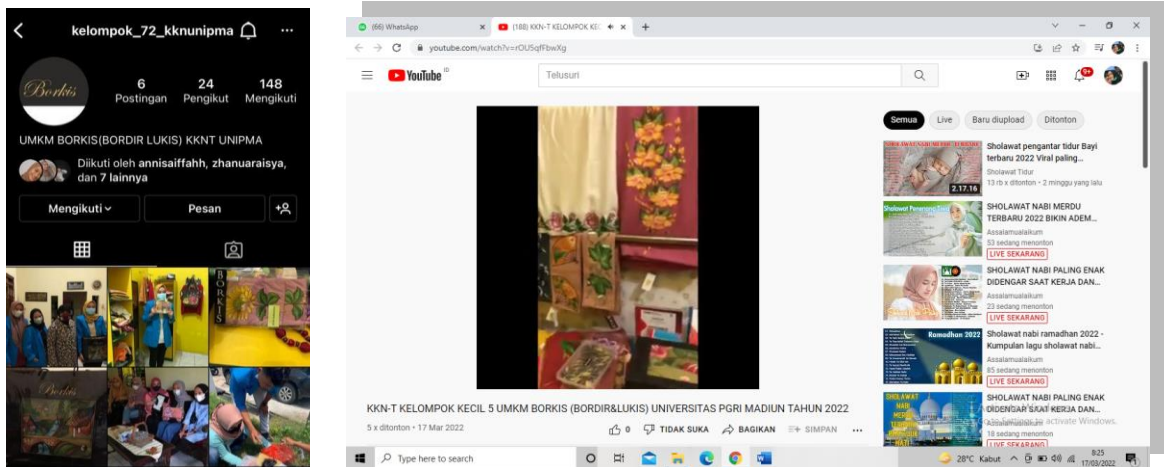
2) Prospek Peluang Usaha Bordir Lukis

Borkis Bordir Lukis merupakan suatu seni yang menggabungkan antara seni bordir dan seni lukis. Bagi kalangan pecinta fashion, teknik bordir maupun lukis mungkin tak asing di telinga mereka, tetapi bagaimana jika bordir dan lukis dikombinasikan menjadi satu. Yakni, Borkis atau lebih dikenal bordir lukis. Selain menghasilkan gambar yang lebih indah, lukisan bordir juga memiliki nilai jual tinggi. Lantaran proses pembuatannya butuh waktu sangat lama, setiap perajin bordir hanya bisa memproduksi dalam jumlah terbatas. Proses pembuatannya pun harus ekstrahati-hati. Pasalnya, salah sedikit saja bisa mengakibatkan hasil lukisan bordir cacat. Maka dari itu, borkis sendiri bisa dijual sampai dengan harga ratusan bahkan jutaan.

3) Kebutuhan Pasar

Bagi masyarakat produk bordir lukis ini merupakan produk yang memiliki ciri khas tersendiri mulai dari penampilan maupun bahan yang digunakan. Produk ini diproses secara manual. Bordir lukis sendiri adalah sebuah karya yang dituangkan melalui seni. Produk tersebut sangat memperhatikan fashion. Keindahan seni tergantung bagaimana cara pandang seseorang. Tetapi yang berbeda adalah sentuhan seni yang diterapkan pada motif-motif dan ditumpahkan dengan teknik bordir lukis. Mereka bukan hanya menjual baju atau barangnya tetapi seninya. Orang yang paham seni akan tertarik dengan bordir lukis tersebut.

4) Segmentasi Pasar



Gambar 5. Proses Marketing di Media Sosial Bordir Lukis Galeri D’39

No.	Segmentasi Pasar	Sasaran
1.	Lokasi Target Pemasaran	1. Di galeri UMKM tepatnya di Suncity Mall 2. Di tempat pameran, lingkup dalam kota hingga luar kota
2.	Target Konsumen	1. Konsumen dari kalangan manapun 2. Konsumen dari kota atau negara lain

Tabel 3. Analisis Segmentasi Pasar Bordir Lukis Galeri D’39

5) SIMPULAN

Berdasarkan wawancara yang telah kami lakukan bersama pemilik UMKM BORKIS Bordir Lukis Galeri D'39 ini pemasaran produk yang dilakukan masih secara offline sehingga belum banyak konsumen yang mengetahui produk tersebut. Dengan kemasan yang masih belum maksimal maka apabila dipasarkan secara online belum banyak pula peminat akan tertarik. Media sosial menjadi point penting dalam melakukan pemasaran, karena di era yang serba modern ini informasi dapat mudah diakses, dan pemasaran produk dapat dengan mudah dibagikan. Kesimpulannya media sosial merupakan point terpenting untuk memasarkan suatu produk, mengingat kembali di era milenial dan masih adanya musibah Covid-19, semaksimal mungkin pelaku usaha membutuhkan media sosial untuk mempromosikan, menjual, dan juga berkomunikasi pada konsumen. Dengan cara ini maka penjual maupun pembeli dapat lebih mudah untuk berkomunikasi agar memiliki potensi untuk mengembangkan pertumbuhan ekonomi daerah milik BORKIS Bordir Lukis Galeri D'39 tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Lathifah, L., Oktaviani, L., Suaidah, S., Aldino, A. A., & Putri, N. A. (2022). Pelatihan Pembuatan Kemasan (Packaging) Untuk Meningkatkan Pemasaran Produk Umkm Marning Di Desa Margojadi. *ABDI KAMI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(1), 010-019.
- Saputro, A., Anif, M., & Prasetyo, B. H. (2022). Desain Branding Kemasan Produk UMKM Yang Menarik dan Ekonomis. *Prosiding SISFOTEK*, 6(1), 194-201.
- Sulistyowati, S., Sumekar, K., & Mulyani, S. (2020). Memperkuat Daya Saing Global Pengrajin Batik Dan Bordir Kudus Dengan Upaya Pendaftaran Hak Cipta. *RESEARCH FAIR UNISRI*, 4(1).
- Widagdo, S., Rachmaningsih, E. K., & Handayani, Y. I. (2019). *Resource Based View: Strategi Bersaing Berbasis Kapabilitas dan Sumberdaya*. Mandala Press: Jember.
- Widiati, A. (2019). 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*, 8(2), 67-76.