

Pengembangan Label Produk Sabun "Sekar Wangi" di Desa Apuan, Kecamatan Susut Bangli

^{1*}Ni Wayan Sumartini Saraswati, ²I Gede Adi Sudi Anggara,
³I Dewa Made Krishna Muku, ⁴I Ketut Setiawan, dan
⁵Sang Ayu Made Krisna Dewi Natalia

^{1,2,3,4}Institut Bisnis dan Teknologi Indonesia (INSTIKI)

⁵Politeknik Negeri Bali

*Email: sumartini.saraswati@instiki.ac.id

ABSTRAK

Mengolah produk industri dan menjadikannya nilai tambah yang lebih tinggi merupakan salah satu upaya untuk menggerakkan perekonomian nasional. Keberadaan Industri Kecil Menengah memberikan sumbangan terhadap ketahanan ekonomi nasional melalui produksi berbagai jenis kebutuhan masyarakat. Sabun merupakan salah satu kebutuhan manusia yang penting, karena fungsinya untuk membersihkan permukaan kulit dari dari kotoran yang menempel. IKM Sekar Wangi yang berlokasi di Desa Apuan, Susut, Bangli memproduksi sabun yang merupakan kebutuhan masyarakat sehari-hari. Sabun yang diproduksi berbahan dasar minyak kelapa dan bahan-bahan organik. Dalam pemasarannya, sabun produksi IKM Sekar Wangi sudah dikemas dengan baik dan dilengkapi dengan desain label produk, namun belum menunjukkan identitas yang khas dari produk itu sendiri. Padahal ciri khas pada label produk merupakan salah satu faktor yang penting untuk menjual dan mempromosikan sebuah produk ke calon konsumen. Pengabdian ini bertujuan untuk membantu mitra dalam mengembangkan desain label produk produk sabun menjadi lebih baik, memiliki ciri khas, serta diharapkan menambah nilai jual produk sabun herbal "Sekar Wangi".

Kata kunci: label produk, produk lokal, sabun herbal, industri kecil, desain

ABSTRACT

Processing industrial products and making them of higher added value is one of the efforts to drive the national economy. The existence of Small and Medium Industries contributes to national economic resilience through the production of various types of community needs. Soap is one of the most important human needs because its function is to clean the surface of the skin from dirt. IKM Sekar Wangi which is located in Apuan Village, Susut, Bangli produces soap which is a daily need for the community. Soap is made from coconut oil and organic ingredients. In marketing, the soap produced by IKM Sekar Wangi has been well packaged and equipped with a packaging label design but has not yet shown the distinctive identity of the product itself. Whereas the characteristic on the product label is one of the important factors to sell and promote a product to potential consumers. This service aims to assist partners in developing better packaging label designs for soap products, which have distinctive characteristics and are expected to add to the selling value of "Sekar Wangi" herbal soap products.

Keywords: product label, local product, herbal soap, small industry, design

PENDAHULUAN

Sektor Industri diharapkan dapat menjadi motor penggerak perekonomian nasional dan telah menempatkan industri manufaktur sebagai penggerak sektor riil. Hal ini dapat dipahami mengingat berbagai sumber daya alam kita perlu diolah menjadi

produk industri untuk mendapatkan nilai tambah yang lebih tinggi (Departemen Perindustrian, 2008).

Perdagangan bebas dan krisis ekonomi global yang terjadi saat ini mengharuskan Indonesia berupaya keras untuk dapat bersaing baik di pasar dalam negeri maupun

luar negeri. Pengembangan ekonomi kreatif merupakan pilihan tepat untuk menjaga ketahanan (resiliensi) ekonomi dalam kondisi krisis global (Putra, 2016). Sektor industri kecil menengah merupakan sektor yang memiliki berbagai peran penting dalam perekonomian. Diantara berbagai peran tersebut, yang paling menonjol adalah perannya dalam penyerapan tenaga kerja (Ratnasari, 2013).

UMKM memiliki peran penting dan strategis dalam perkembangan ekonomi nasional. Sebagai tambahan dalam perannya dalam perkembangan ekonomi dan ketenagakerjaan, UMKM juga berperan dalam perkembangan distribusi hasil. Sejauh ini, UMKM telah berkontribusi sebanyak 57,60% Produk Domestik Bruto (PDB) dan mempunyai tingkat penyerapan tenaga kerja sekitar 97% dari seluruh tenaga kerja nasional (Profil Bisnis UMKM oleh LPPi dan BI, 2015). UKM juga telah terbukti tidak terpengaruh oleh krisis. Ketika krisis yang melanda pada periode 1997-1998, hanya UMKM yang dapat kuat bertahan. Data dari Badan Pusat Statistik menunjukkan bahwa setelah krisis ekonomi 1997-1998 jumlah UMKM tidak berkurang, UMKM bertambah, bahkan menyerap 85 juta hingga 107 juta pekerja hingga tahun 2012 (Romarina, 2016).

Keberadaan Industri Kecil dan Menengah memberikan sumbangan terhadap ketahanan ekonomi masyarakat. Kekuatan dari industri kecil yang mampu bertahan disebabkan karena industri kecil sangat fleksibel dan sangat cepat merespon perubahan, selain itu kebanyakan bahan baku dan sumber daya alam yang digunakan bersifat lokal (Hutomo, 2000). Hal ini juga berlaku untuk daerah Kabupaten Bangli. Mata pencaharian pokok Masyarakat kabupaten Bangli adalah pertanian. Posisi kedua diduduki oleh industri kecil dan menengah yang terdiri dari usaha kerajinan, olahan pangan dan aneka industri lainnya.

IKM Sekar Wangi yang berlokasi di Desa Apuan, Kecamatan Susut, Kabupaten Bangli merupakan sebuah industri rumah tangga yang memproduksi sabun yang terbuat dari bahan-bahan organik berbahan dasar minyak kelapa. Bentuknya sangat umum yakni kotak dang dipotong dengan

menggunakan benang, sehingga ukurannya terkadang tidak sama satu dengan yang lainnya. Keunikan lainnya dari produk sabun Sekar Wangi adalah bahwa sabun ini dibuat dengan proses manual (*handmade*).



Gambar 1. Bentuk sabun olahan

Pendiri IKM Sekar Wangi, Bapak Made Sabar Budiasa berhasil menciptakan 3 variasi aroma sabun pada awal pendiriannya yang kemudian berkembang menjadi berbagai variasi jenis dan aroma sabun batangan pada saat ini. Produk sabun Sekar wangi ini memiliki nilai jual yang cukup baik karena keunikannya berbahan dasar minyak kelapa dan telah memiliki ijin kelayakan dari BPOM. Selain itu, sabun produksi IKM Sekar Wangi ini dikemas dengan label produk sebagai identitas visual dan media promosinya. Namun, permasalahan yang dihadapi mitra adalah desain label produk yang kurang menarik dan terkesan cenderung terlalu seragam. Padahal, hingga saat ini sabun produksi IKM Sekar Wangi sudah memiliki sejumlah 21 variasi jenis dan aroma.



Gambar 2. Desain Label Produk Lama

Gambar 2 menunjukkan desain label produk yang digunakan untuk mengemas sabun produksi IKM Sekar Wangi. Pada Desain tersebut terdapat desain gambar bunga yang selalu muncul disetiap label produk, sehingga menimbulkan kesan monoton dan terlalu seragam dan tampak sama. Permasalahannya adalah saat ini IKM Sekar Wangi memiliki 21 jenis aroma untuk sabun yang mereka produksi, sehingga perlu dilakukan pengembangan desain pada label produknya dengan tujuan untuk menonjolkan ciri khas dari setiap aroma sabun yang diproduksi.

SOLUSI DAN TARGET LUARAN

Solusi

Berdasarkan permasalahan yang telah diuraikan sebelumnya, maka dapat diajukan solusi yang diharapkan nantinya dapat meningkatkan kualitas promosi dan pemasaran produk sabun IKM Sekar Wangi. Mengembangkan dan memodifikasi desain label produk sabun Sekar Wangi bertujuan untuk menonjolkan ciri khas dari setiap varian aromanya, serta agar tidak serta merta sama satu sama lainnya. Sebuah desain akan berfungsi lebih baik jika adanya pembaharuan terhadap desain yang sudah ada.

Target Luaran

Target luaran yang ingin dicapai pada pelaksanaan kegiatan PKM ini adalah menghasilkan 21 desain label produk baru yang merupakan pengembangan dari desain kemasan yang lama. Sehingga dapat menjadi identitas visual baru yang mampu menonjolkan ciri khas dari masing-masing varian aroma sabun produksi IKM Sekar Wangi.

METODE PELAKSANAAN

Metode Pelaksanaan PKM ini dapat dikategorikan sebagai kegiatan merancang sebuah identitas visual baru berupa label produk. Proses perancangan yang dilakukan menggunakan *Cyclic Method Strategy* yang terdiri dari beberapa tahapan kegiatan diantaranya, analisis kebutuhan, *brainstorming*, proses desain, *review/feedback* mitra, dan desain akhir.



Gambar 3. Metode Pelaksanaan dengan *Cyclic Method Strategy*

HASIL DAN PEMBAHASAN

Mengembangkan desain label produk sabun “Sekar Wangi” melalui proses yang cukup panjang. Dimulai dari menganalisis kebutuhan mitra berupa data-data jumlah varian aroma serta karakteristiknya hingga mencapai *final design* label produk sabun “Sekar Wangi”. Berikut dapat dipaparkan proses pengembangan label produk sabun “Sekar Wangi”.

Analisis Kebutuhan Mitra

Hal pertama yang dilakukan dalam proses pengembangan desain label produk sabun “Sekar Wangi” adalah menggali informasi yang dibutuhkan dengan melakukan wawancara dengan pemilik usaha. Wawancara meliputi beberapa hal seperti visi, misi, target konsumen, keunggulan dan kelemahan, serta tujuan mengapa dibutuhkan pengembangan atau modifikasi pada label produk yang terdahulu. Hal ini dilakukan untuk mendapatkan *personality* dari *brand* tersebut. Hasil riset dan analisa dirangkum ke dalam *creative brief* yang dibutuhkan dalam proses berikutnya.

Brainstorming

Brainstorming merupakan aktivitas mengembangkan landasan ide dan konsep berdasarkan hasil analisa. Strategi-strategi yang dihasilkan kemudian disimpulkan dalam sebuah kata kunci visual, *mind mapping* dan sketsa awal desain (Hananto, 2019).

Sebelum membuat desain label produk, mitra perlu memiliki desain ikon terlebih dahulu sebagai identitas visual masing-masing varian aroma sabun. Ini diperlukan untuk menonjolkan ciri khas masing-masing varian aroma yang dimiliki. Berdasarkan teori Charles Sanders Pierce dalam (Nurgiantoro, 2010) Ikon adalah hubungan tanda dengan acuannya yang berhubungan dengan kemiripan. Ikon merupakan bagian dari ilmu semiotika yang menandai suatu hal keadaan untuk menerangkan atau memberitahukan objek kepada subjek. Dalam hal ini tanda selalu menunjukkan pada sesuatu hal yang nyata, misalnya, benda, kejadian, tulisan, bahasa, tindakan, peristiwa, dan bentuk-bentuk tanda yang lain.

Dalam kaitannya dengan perancangan label produk ini dapat dijelaskan pada gambar berikut.



Gambar 4. Proses Pembuatan Ikon

Gambar 4 merupakan salah satu hasil dari *brainstorming* yang dilakukan dalam penciptaan ikon untuk varian aroma *Clove*. *Clove* merupakan salah satu varian aroma sabun dengan campuran minyak esensial antiseptik cengkeh dan santan kelapa. Dengan menggunakan teori Charles Sanders Pierce mengenai ikon yang merepresentasikan bentuk cengkeh dan kelapa pada kenyataannya, dapat dihasilkan sebuah ikon yang memiliki ciri khas dari varian aroma *Clove* itu sendiri.

Contoh lainnya adalah varian aroma Vanilla. Sabun Vanilla mempunyai aroma manis yang sangat efektif dalam membantu menjaga kondisi mental yang seimbang. Desain ikon yang dihasilkan juga merupakan representasi dari bentuk tumbuhan vanilla pada kenyataannya yang dapat dilihat pada Gambar 5.



Gambar 5. Proses pembuatan ikon

Proses Perancangan Label

Setelah menyelesaikan *brainstorming* dan desain ikon terhadap 21 varian aroma, maka tahapan selanjutnya merupakan proses perancangan label produk yang baru. Menurut (Tjiptono, 1997) label merupakan bagian dari suatu produk yang menyampaikan informasi mengenai produk dan penjual. Sebuah label biasa merupakan bagian dari kemasan atau bisa pula merupakan e-tiket (tanda pengenal) yang dicantumkan pada produk.

Proses desain label produk sabun “Sekar Wangi” dilakukan secara mendetail dan terfokus kepada solusi visual yang telah ditentukan. Pada tahapan ini, desainer menentukan alternatif desain label produk dan kemudian mengembangkannya menjadi desain yang komprehensif.

Review dan Feedback

Setelah terkumpul alternatif desain label produk, tahap selanjutnya adalah melakukan presentasi kepada mitra, dan kemudian mitra akan memilih satu diantaranya sebagai final desain yang akan

diimplementasikan ke produk. Setelah melalui proses review dan mendapatkan umpan balik dari mitra, dapat dihasilkan final design terhadap label produk yang baru untuk sabun “Sekar Wangi”.



Gambar 6. Final Design Label Produk Sabun “Sekar Wangi”

SIMPULAN DAN IMPLIKASI

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini disambut positif oleh pemilik IKM Sekar Wangi. Pelaksanaan kegiatan yang dimulai dari pengumpulan dan analisis kebutuhan mitra hingga perancangan label produk yang baru dapat berjalan lancar sesuai dengan jadwal yang telah direncanakan. Maksud dan tujuan kegiatan pengabdian telah terpenuhi yaitu berhasil mengembangkan desain label produk sabun produksi IKM “Sekar Wangi” sebanyak 21 desain yang sesuai dengan jumlah varian aromanya. Tujuan lainnya, adalah mampu menonjolkan ciri khas dari setiap aroma sabun “Sekar Wangi”.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih pelaksana kegiatan pengabdian kepada lembaga pemberi dana, mitra kegiatan, serta pihak-pihak yang telah membantu terlaksananya kegiatan.

DAFTAR PUSTAKA

- Prabowo, Yusdianto. (2006). *Akuntansi Perpajakan Terapan*. Jakarta: Grasindo.
- Mawforth, Martin & Ian Munt. (2009). *Tourism and Sustainable: Development, Globalization and New Tourism in The World*. Great Britain: The Cromwell Press.
- Departemen Perindustrian. (2008). *Peranan Industri Dalam Pemulihan Ekonomi Nasional*. KINA Edisi 4, 4, hal. 1–50.
- Hananto, B. A. (2019). *Perancangan Logo Dan Identitas Visual Untuk Kota Bogor*. Titik Imaji, 2(1), 19–32.
- Hutomo, M. Y. (2000). *Pemberdayaan Masyarakat dalam Bidang Ekonomi: Tinjauan Teoritik dan Implementasi*. Naskah, 20(20), hal. 1–11.
- Nurgiantoro, Burhan. (2010). *Teori Pengkajian Fiksi*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press
- Putra, A. H. (2016). *Peran UMKM dalam Pembangunan dan Kesejahteraan Masyarakat Kabupaten Bloro*. Jurnal Analisa Sosiologi, 5(2).
- Ratnasari, A. (2013). *Peranan Industri Kecil Menengah (IKM) Dalam Penyerapan Tenaga Kerja di Kabupaten Ponorogo*. hal. 1–17.
- Romarina, A. (2016). *Economic Resilience Pada Industri Kreatif Guna Menghadapi Globalisasi Dalam Rangka Ketahanan Nasional*. Jurnal Ilmu Sosial, 15(1), hal. 35. doi: 10.14710/jis.15.1.2016.35-52.
- Tjiptono, F. (1997). *Strategi Pemasaran*. ANDI.

