

Rebranding Produk Batik Jonegoroan Manda Batik Melalui Workshop Pembuatan Logo Kemasan Untuk Meningkatkan Daya Jual Produk

Endang Styawati¹, Khoirul Mutholibin², Abd.Muntholip³

¹ Ekonomi Syariah, Sekolah Tinggi Ekonomi dan Bisnis Islam Al Rosyid Bojonegoro

^{2,3} Perbankan Syariah, Sekolah Tinggi Ekonomi dan Bisnis Islam Al Rosyid Bojonegoro

Article History

Received : Maret 2025

Revised : Maret 2025

Accepted : April 2025

Corresponding author*:

Endang Styawati

Contact:

qibty.rayya@gmail.com

Cite This Article:

Styawati, E. ., Mutholibin, K., & Abd.Muntholip. (2025). Rebranding Produk Batik Jonegoroan Manda Batik Melalui Workshop Pembuatan Logo Kemasan Untuk Meningkatkan Daya Jual Produk. Jurnal Abdi Masyarakat Multidisiplin, 4(01), 42–47.

DOI:

<https://doi.org/10.56127/jammu.v4i01.12593>

Abstract: *This study aims to evaluate the impact of the packaging workshop conducted by Community Service Team Sekolah Tinggi Ekonomi dan Bisnis Islam Al Rosyid Bojonegoro terhadap peningkatan daya saing produk batik Manda Batik di Desa Jono, Kecamatan Temayang, Kabupaten Bojonegoro on increasing the competitiveness of Manda Batik batik products in Jono Village, Temayang District, Bojonegoro Regency. Manda Batik was originally a local government-assisted MSMEs that was established in 2017. The research method used was Assistance in the form of workshops. The results of the study showed that the packaging workshop had a positive impact on improving the quality of Manda Batik product packaging, thereby increasing the attractiveness of the product in the eyes of consumers. In addition, the workshop also provided new knowledge to batik craftsmen about the importance of attractive and informative packaging design*

Keywords: *rebranding, workshop, packaging*

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi dampak workshop pengemasan yang dilakukan oleh Tim Pengabdian Kepada Masyarakat Sekolah Tinggi Ekonomi dan Bisnis Islam Al Rosyid Bojonegoro terhadap peningkatan daya saing produk batik Manda Batik di Desa Jono, Kecamatan Temayang, Kabupaten Bojonegoro. Manda Batik awalnya merupakan UMKM binaan pemerintah daerah yang berdiri sejak 2017. Metode penelitian yang digunakan adalah Pendampingan berupa workshop. Hasil penelitian menunjukkan bahwa workshop pengemasan memberikan dampak positif terhadap peningkatan kualitas kemasan produk Manda Batik, sehingga meningkatkan daya tarik produk di mata konsumen. Selain itu, workshop juga memberikan pengetahuan baru kepada para pengrajin batik mengenai pentingnya desain kemasan yang menarik dan informatif.

Kata Kunci: Rebranding, Workshop, Kemasan.

PENDAHULUAN

Rebranding dalam industri mode sangat penting untuk tetap relevan dan menarik selera konsumen yang selalu berubah.[1] Dengan tren baru yang terus muncul dan persaingan menjadi lebih ketat, branding product yang senantiasa fresh dapat membantu Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) menjadi lebih dikenal dan bonusnya bisa menarik pelanggan baru.[2] Selain itu, rebranding juga dapat merevitalisasi citra sebuah usaha UMKM, menarik perhatian konsumen dan menghasilkan orang-orang yang loyal terhadap sebuah produk. Oleh sebab itu rebranding adalah langkah strategis yang dapat membantu merek sebuah produk khususnya fasion seperti batik bisa mempertahankan posisinya di pasar UMKM dan terus berinovasi.[3] Rebranding sebuah produk memerlukan riset mendalam agar tidak kehilangan loyalitas konsumen yang sudah ada.[4]

Sejarah singkat Produk Batik Jonegoroan dari UMKM Manda Batik, Produk Batik Jonegoroan Manda batik adalah merek Usaha UMKM yang telah menggabungkan desain batik tradisional khas corak Bojonegoro ke dalam potongan fashion modern selama lebih dari dua dekade. melayani demografis yang tidak terbatas usia, domisili dan pekerjaan dengan desain yang lebih kontemporer. Selama dua dekade, manda batik telah mencoba berbagai jenis pemasaran yang di gandrungi konsumen, mulai dari menawarkan ke rumah-rumah, mengikuti pameran hingga mendigitalisasi pola pemasarannya melalui e-commerce Shopee dan status Whatsapp. Jumlah konsumen dari tahun ke tahun terus bertambah, ini dibuktikan dengan penambahan karyawan yang terus di rekrut untuk memproduksi pesanan batik yang terus mengalir (wawancara dengan Mitra PKM yaitu Manda Batik). Tercatat ada 30 karyawan pengrajin

batik yang bekerja pada munda batik, konsumen munda batik tidak hanya dari kalangan masyarakat umum, munda batik sering sekali mendapat pesanan dari instansi dinas, seperti DPR Bojonegoro, Dinas Pendidikan Bojonegoro serta kampus-kampus yang berada di wilayah Bojonegoro, ini membuktikan merk Munda Batik memang memiliki kualitas diatas standart, namun dengan keberhasilan tersebut munda batik sering tidak merasa percaya diri karena logo kemasan batik yang dijual belum memenuhi standart, menurut mitra, logo kemasan tersebut tidak sama dengan logo kemasan yang seharusnya dimiliki oleh produk fashion yang sudah cukup dikenal, Mitra menyampaikan, bukan hanya masalah tidak percaya diri, namun lebih kepada kekhawatiran konsumen akan berpaling jika logo kemasan yang tertera pada packaging munda batik tidak segera di revisi atau diganti. Beliau tidak mampu melakukan rebranding design logo kemasan sendiri dikarenakan keterbatasan beliau terhadap teknologi, begitupun juga untuk memakai jasa design grafis beliau tidak memiliki akses kesana. berikut adalah logo kemasan yang tertera pada packaging Munda Batik yang membuat Mitra tidak percaya diri dengan packaging yang diberikan ke konsumen



Gambar 1. Logo kemasan yang tertera pada packaging Munda Batik

Dari keresahan yang disampaikan mitra, maka solusi yang ditawarkan adalah pendampingan dengan metode workshop Rebranding, didalam workshop tersebut, edukasi mengenai rebranding dan pelatihan membuat logo disampaikan

METODE PENELITIAN

Dalam rangka menjawab keresahan mitra tersebut maka bentuk metode pengabdian yang dilakukan adalah Pendampingan. Metode pendampingan dalam pengabdian kepada masyarakat adalah pendekatan partisipatif yang menempatkan pendamping sebagai fasilitator untuk memberdayakan masyarakat secara langsung.[5] poin-poin penting yang harus diperhatikan pada metode pendampingan adalah 1. Pendekatan Partisipatif Menggunakan metode seperti Participatory Action Research (PAR) atau Participatory Rural Appraisal (PRA) 2. Fasilitasi Aktif artinya Pendamping berperan membantu masyarakat mengembangkan potensi, bukan sekadar memberi instruksi, 3. Tahapan Sistematis Meliputi survei kebutuhan, perencanaan, pelaksanaan (pelatihan/praktek langsung), dan evaluasi.[6] Pada tahap awal pendampingan, peneliti melalui Workshop memberikan transfer pengetahuan dan pemahaman kepada UMKM Batik Munda mengenai urgensi rebranding untuk meningkatkan penjualan produknya, selanjutnya sharing session dari perguruan tinggi kepada UMKM, lalu dilanjutkan dengan pelatihan pembuatan logo kemasan memakai aplikasi Canva, setelah tahap tersebut berlalu diharapkan Terbentuk hubungan yang harmonis antara perguruan tinggi dan Masyarakat yang akan membentuk keberlanjutan kerja sama di masa mendatang, serta meningkatnya penjualan produk munda batik. Adapun Tahapan dalam kegiatan pengabdian ini disajikan secara grafis pada gambar 2.



Gambar 2. Tahapan Kegiatan Pengabdian



Gambar 3. Rapat Persiapan PKM

Adapun Peranan dan partisipasi mitra yaitu Batik Manda dalam pelaksanaan program kegiatan PKM ditampilkan pada Tabel 1 yaitu:

Tabel 1. Peranan Mitra PKM

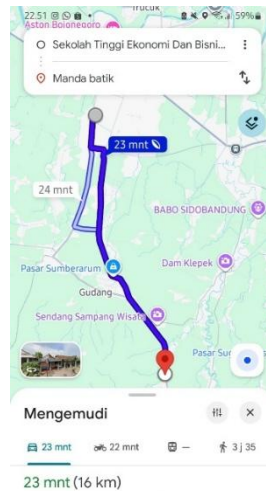
Peranan Mitra (Batik Manda)	Sebagai peserta aktif yang akan menerima transfer ilmu pengetahuan dan teknologi mengenai desain packaging yang inovatif dan optimalisasi penjualan
	Sebagai penyedia tempat untuk pelaksanaan kegiatan pengabdian
	Memberikan feedback, kritik dan saran terhadap pelaksanaan kegiatan
	Melaksanakan pembuatan Logo kemasan secara mandiri dan promosi secara konsisten selepas kegiatan dengan pendampingan anggota tim PKM

Adapun jadwal kegiatan pelaksanaan terlihat pada tabel jadwal pelaksanaan dibawah ini

Tabel 2. Jadwal Pelaksanaan PKM

No	Nama kegiatan	Minggu							
		1	2	3	4	5	6	7	8
1	Rapat persiapan acara pengabdian masyarakat bersama team dan pembagian tugas								
2	Sosialisasi kegiatan								
3	Persiapan Workshop, Materi pendampingan dan Ruang								
4	Pelaksanaan kegiatan								
5	Evaluasi Kegiatan								
6	Pembuatan laporan dan penyelesaian luaran								

Tempat Kegiatan pengabdian ini dilakukan di desa Ngancaran, Jono, kecamatan Temayang, kabupaten Bojonegoro, Jawa Timur. Berikut adalah Peta Lokasi Mitra



Gambar 4. Peta Lokasi Mitra

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian telah selesai dilaksanakan. Mitra mendapatkan edukasi dan sharing tentang packaging yang lebih luas. Gambar 4 menunjukkan proses sosialisasi design logo kemasan inovatif kepada mitra. Langkah pertama adalah memberikan bimbingan mengenai kelengkapan produk dan pengurusan label halal agar menambah kepercayaan dari konsumen. Sertifikasi ini menjamin bahwa seluruh proses produksi, mulai dari bahan baku (malam/lilin, pewarna) hingga alat produksi, tidak terkontaminasi najis atau bahan haram karena sebagian besar konsumen batik manda adalah muslim, Contoh pelopornya adalah penggunaan malam berbasis sawit. Pemeriksaan dilakukan oleh Lembaga Pemeriksa Halal (LPH) di bawah BPJPH, seperti yang tersedia di Balai Besar Kerajinan dan Batik, Setelah mendapatkan sertifikasi halal dari BPJPH dilakukan design kemasan dan foto produk menggunakan aplikasi Canva



Gambar.4 Proses Sosialisasi Design Logo

Desain logo kemasan produk merupakan salah satu faktor penting yang dapat menguatkan branding usaha UMKM dalam persaingan bisnis yang semakin ketat. Desain logo kemasan yang menarik dan berkualitas menjadi pembeda dari kompetitor. Melalui desain kemasan produk, dapat menyampaikan informasi mengenai brand, logo, kualitas, dan lain-lain. Hal ini juga yang akan menarik perhatian pelanggan untuk jatuh cinta pada produk produk UMKM. Sebenarnya, kemasan menarik tidak harus mahal atau banyak hiasan, tetapi hanya perlu menjadi kreatif dan membuat keseimbangan antara efektivitas dan kreativitas. Ini akan membuat barang dagangan yang dihasilkan UMKM lebih stand out serta menarik perhatian orang yang melihat. Artinya, konsumen akan terikat untuk selalu mengingat produk tersebut. Desain kemasan menarik dan unik pasti punya semacam karakter yang bisa membedakan dengan produk lainnya. Adapun fungsi desain kemasan yang menarik adalah merefleksikan produk itu sendiri dan karakter bisnis yang dijalani. Bagi pelaku bisnis yang sudah berpengalaman, tentu hal ini sangat diperhatikan karena dapat membantu proses pemasaran. Beberapa fungsi desain kemasan produk yang menarik antara lain membantu pemasaran karena dalam desain kemasan tersebut tercantum informasi penting seperti merek bisnis, jenis produk, penjelasan produk,

serta alamat dan keterangan produsen, meningkatkan kualitas serta brand awerenessproduk tersebut karena makin dikenal sekaligus dipercaya konsumen dan calon konsumen baru.

Pada industri UMKM Manda Batik sebelumnya menggunakan kemasan plastik baju yang bening dengan logo Manda Batik menggunakan kertas yang diprint seperti ditunjukkan pada Gambar 1. Pada Gambar 6 dapat dilihat bahwa label logo Manda Batik dan kemasan telah di design langsung pada kemasan, sehingga bisa memangkas waktu mencetak label, menggunting dan memasang saat proses packaging. hal yang terpenting adalah menambah kesan estetik pada kemasan Batik tersebut Berdasarkan kegiatan yang telah dilaksanakan, kegiatan pengabdian ini terlaksana dengan lancar dan tanpa kendala berarti. Owner Manda Batik mengaku senang mendapatkan sharing untuk meningkatkan profit penjualan yang sebelumnya tidak terfikirkan. Packaging logo kemasan yang inovatif ini berbeda dengan kemasan yang dulunya dipakai. Dengan kemasan baru ini, kepercayaan diri owner bertambah dan tidak ada lagi kekhawatiran konsumen akan pergi.



Gambar 5. Produk Manda batik



Gambar 6. Hasil design Logo Kemasan



Gambar 7. Penyerahan Cendera mata oleh Mitra



Gambar 8. Evaluasi Acara Workshop

KESIMPULAN

Dari kegiatan pengabdian yang telah dilakukan bersama Manda batik, terbukti bahwa kegiatan tersebut sangat bermanfaat untuk dilakukan secara berkala karena UMKM sering berjuang untuk meningkatkan

operasional Usahanya karena kurangnya pengetahuan dan akses informasi tentang metode pengembangan bisnis. Hal ini terutama berlaku di era digital saat ini, di mana Teknologi berkembang sangat pesat.

Ucapan Terima Kasih

Terimakasih kepada Batik manda yang telah bersedia menerima tim Pengabdian Masyarakat Sekolah Tinggi Ekonomi dan Bisnis Islam Al Rosyid Bojonegoro, diharapkan Terbentuk hubungan yang harmonis antara perguruan tinggi dengan Manda Batik yang akan membentuk keberlanjutan kerja sama di masa mendatang, serta meningkatnya penjualan produk manda batik.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] A. HALIMANTO, E. H. Lukitasari, and A. Yulianto, “Perancangan Re-Branding Liu Fashion Solo,” 2024.
- [2] M. Saifulloh, “Branding product pelaku usaha mikro kecil menengah kuningan barat jakarta selatan,” *Jurnal Pustaka Dianmas*, vol. 1, no. 1, pp. 28–33, 2021.
- [3] A. Noviyanti *et al.*, “STRATEGI REBRANDING DALAM PENINGKATAN KINERJA UMKM MUSIM BAIK DI KABUPATEN KUNINGAN, JAWA BARAT,” presented at the Prosiding Seminar Nasional Pengabdian Kepada Masyarakat, 2022, pp. SNPPM2022EK-104.
- [4] M. Nastain, “Branding dan eksistensi produk (kajian teoritik konsep branding dan tantangan eksistensi produk),” *CHANNEL, Universitas Mercu Buana Yogyakarta*, vol. 5, no. 1, pp. 14–26, 2017.
- [5] A. Mustanir, H. Hamid, and R. N. Syarifuddin, “Pemberdayaan kelompok masyarakat desa dalam perencanaan metode partisipatif,” *Moderat: Jurnal Ilmiah Ilmu Pemerintahan*, vol. 5, no. 3, pp. 227–239, 2019.
- [6] E. D. P. Marswandi, R. Komala, L. Ihyani, and F. N. Marlina, “Implementasi Pelatihan Manajemen Berbasis Sekolah bagi Tenaga Pendidik PAUD Mutiara Bunda,” *Jurnal Ilmiah Pengabdian dan Inovasi*, vol. 3, no. 4, pp. 515–524, 2025.