

PEMANFAATAN BATOK KELAPA SEBAGAI DESAIN KEMASAN JENANG JAKET KHAS BANYUMAS

Emmareta Fauziah^{1*}, Krisnanda Raditya Mooduto², Rizna Eka Nursanti³,
Laurensius Windy Octanio Haryanto⁴,

Desain Produk, Institut Teknologi Telkom Purwokerto^{1,2,3,4},

*Penulis Koresponden: Emmareta, emmareta@ittelkom-pwt.ac.id, Purwokerto, Indonesia

Abstrak. Kemasan merupakan daya tarik yang berperan penting dalam sebuah produk makanan. Masalah yang sering muncul pada usaha kecil menengah (UKM) oleh-oleh makanan di Kota Purwokerto adalah kemasan. Inovasi terhadap kemasan berdampak sangat signifikan bagi usaha oleh-oleh makanan contohnya besek yang digunakan untuk dodol Garut. Sejauh ini pemanfaatan batok kelapa sebagai kemasan jarang sekali dilakukan padahal material ini sangat berlimpah dan mudah ditemukan terutama di Purwokerto sama halnya dengan besek. Merancang kemasan makanan oleh-oleh yang inovatif untuk kemasan khas Banyumas yakni Jenang Jacket dirasa perlu dilakukan. Pemilihan material batok kelapa dalam perancangan kemasan juga didasari oleh salah satu bahan dasar Jenang Jacket yaitu gula kelapa asli. Pengambilan data dilakukan dengan wawancara dan observasi yang dilakukan berdasarkan sudut pandang penulis dengan metode kualitatif. Data yang dikumpulkan kemudian menjadi acuan dalam perancangan kemasan batok kelapa. Perancangan diawali dengan membuat *moodboard* produk, melakukan positioning terhadap produk, membuat sketsa desain dan hingga hasil akhir pada penelitian ini adalah berupa purwarupa (prototype) kemasan. Setelah diperoleh purwarupa disadari bahwa masih perlu adanya studi lebih lanjut mengenai desain kemasan yang dirancang untuk mengetahui secara aplikatif dampak terhadap peningkatan nilai produk tersebut.

Kata kunci: batok kelapa, desain kemasan, jenang jaket

Abstract. Packaging is an attraction that plays an important role in a food product. The main problem of the product in the small and medium enterprises (SMEs) from Purwokerto district is the packaging itself. Innovation on packaging has a very significant impact for food gift businesses such as Garut dodol that uses besek. A coconut shell as packaging is rarely used by SME, even though this material is very abundant and easy to find, especially in Purwokerto. It is important to design innovative food packaging as a takeaway-souvenir from Banyumas, also it will become a Jenang Jacket's signature of packaging. The selection of coconut shell material in packaging design is also based on one of the basic ingredients of a jenang jacket that is real coconut sugar. Data collecting is done by interview and observation based on the author's point of view with a qualitative method. Data collected and became a reference for the design process for the packaging. The design begins with identifying some design briefs, creating a product mood board, positioning the product, sketching the design until the last step of this research is prototyping the packaging. After obtaining the prototype form, we realized that there are still some further improvements towards the packaging and the impact to increase the value of the product.

Keywords: coconut Shell, jenang jaket, packaging.

Pendahuluan

Kemasan merupakan daya tarik yang berperan penting dalam sebuah produk makanan. Selain untuk mewadahi dan melindungi produk, kemasan juga berfungsi sebagai wajah yang mengidentifikasi, mempromosikan dan membedakan suatu produk dengan produk lain (Klimchuk dan Krasovec 2007). Klimchuck juga menyatakan bahwa kemasan bisa menjadi sarana pemasaran produk dengan mengkomunikasikan kepribadian atau fungsi produk konsumsi secara unik. Sehingga tidak jarang keputusan dalam pembelian suatu produk karena tertarik dengan kemasannya.

Masalah yang sering muncul pada usaha kecil menengah (UKM) oleh-oleh di berbagai daerah terutama produk makanan adalah kemasan. Masih banyak UKM yang masih menggunakan kemasan seadanya. Seperti misalnya sebuah UKM Jenang Jaket Asli Mersi Bp. Suharsyah yang memiliki Toko Oleh-oleh di Jalan Adipati Mersi 68 Pojok Lapangan, Purwokerto. Oleh-oleh khas Banyumas yang menjadi andalan toko yaitu jenang jaket yang dikemas dengan sangat sederhana menggunakan plastik transparan yang dicetak tulisan mengenai informasi produk. Kemasan seperti ini seringkali digunakan untuk berbagai macam produk sehingga tampak seragam jika dipajang. Kemasan plastik transparan memang mudah diperoleh dan harganya terjangkau namun jarang memiliki nilai pembeda dan tidak menonjolkan keunikan. Jika tidak ada upaya untuk melakukan inovasi terhadap kemasannya maka akan sulit merambah pasar yang lebih luas.

Berbagai inovasi telah dilakukan untuk meningkatkan nilai pada kemasan baik dari struktur, material maupun unsur-unsur seni dan desain yang ditampilkan. Inovasi terhadap material misalnya *besek* telah dilakukan oleh produsen dodol khas Garut dengan merek Cocodot. Berdasarkan wawancara yang dilakukan (Nurviana dkk 2015) pada tahun 2010 bahwa ada upaya yang dilakukan oleh produsen untuk menambahkan nilai jual pada produk dodol merk Cocodot. Upaya tersebut adalah pada tahun 2009 produsen mengambil gagasan dari besek untuk kemasan luarnya dan menata tempat penjualan sehingga lebih modern. Dengan berbagai upaya tersebut produsen dodol mengalami peningkatan jumlah pembeli. Selain itu produsen juga bisa membantu pengrajin setempat untuk memproduksi kemasan *besek*. Menurut Kiki Gumelar (produsen dodol khas Garut Cocodot) keragaman bentuk kemasan berciri budaya itu menjadi daya tarik tersendiri di samping produknya sehingga konsumen tertarik untuk mengoleksi dan memajangnya di rumah (Nurviana dkk 2015).

Sebagai upaya inovasi kemasan dengan material yang berbeda maka dipilih batok kelapa. Sejauh ini pemanfaatan batok kelapa sebagai kemasan jarang sekali dilakukan. Batok kelapa biasanya diolah menjadi arang, peralatan makan, hiasan atau cenderamata dan produk kerajinan. Karakter yang padat dan solid menjadikan batok kelapa baik untuk melindungi benda di dalamnya dari benturan. Menurut (Pugersari dkk 2013) permintaan atas produk kerajinan tempurung kelapa semakin bertambah seiring dengan berkembangnya gaya hidup “kembali ke alam”. Beliau juga menegaskan bahwa bentuk produk kerajinan tempurung kelapa yang unik dan klasik serta bahan bakunya yang berasal dari bahan alami, memiliki nilai lebih karena ramah lingkungan, lebih didominasi kerajinan tangan dalam prosesnya, dan bernilai estetika tinggi.

Bahan baku batok kelapa jumlahnya sangat melimpah di Indonesia seperti halnya di Kabupaten Banyumas, Jawa Tengah. Luas wilayah Kabupaten Banyumas sekitar 132.759,56 Ha dengan area yang ditanami kelapa seluruhnya 17.952,16 Ha atau sebanyak 63.938,90 pohon (Sari and Pujiati 2018). Dengan demikian limbah batok kelapa yang dihasilkan dari perkebunan jumlahnya cukup besar. Sari menerangkan bahwa terdapat potensi yang sangat besar untuk memberi nilai tambah pada batok kelapa, salah satunya karena terdapat industri pengolahan batok kelapa di Baturaden dan Somagede.

Merancang kemasan makanan oleh-oleh yang inovatif untuk kemasan jenang jacket khas Banyumas dirasa perlu dilakukan dengan memanfaatkan limbah batok kelapa. Pemilihan material batok kelapa dalam perancangan kemasan juga didasari oleh salah satu bahan dasar jenang jacket yaitu gula merah atau gula kelapa asli. Untuk itu rumusan masalah pada penelitian ini adalah bagaimana merancang kemasan dari batok kelapa yang inovatif untuk produk Jenang Jacket Khas Banyumas.

Desain Kemasan

Sebuah kemasan tidak hanya berfungsi untuk melindungi atau membungkus kemasan. Desain kemasan juga berfungsi sebagai wajah yang mengidentifikasi, mempromosikan dan membedakan suatu produk dengan produk lain. Menurut Klimchuk mengatakan bahwa desain kemasan bisa menjadi sarana pemasaran produk dengan mengkomunikasikan kepribadian atau fungsi produk konsumsi secara unik. Secara umum beliau juga menjelaskan bahawa terdapat 6 tujuan desain kemasan, yaitu sebagai berikut:

1. Menampilkan atribut unik sebuah produk
2. Memperkuat penampilan estetika dan nilai produk
3. Mempertahankan keseragaman dalam kemasan suatu merek produk
4. Memperkuat perbedaan antara ragam produk dan lini produk
5. Mengembangkan bentuk kemasan berbeda yang sesuai dengan kategori
6. Mengembangkan material baru dan struktur inovatif untuk mengurangi biaya, lebih ramah lingkungan, atau meningkatkan fungsionalitas

Pada penelitian ini, penggunaan batok kelapa sebagai bahan utama kemasan akan berfokus pada poin ke-6 yaitu untuk mengembangkan material baru dan struktur inovatif yang lebih ramah lingkungan, atau meningkatkan fungsionalitas. Selain itu poin 2 dan 5 yaitu untuk memperkuat penampilan estetika dan mengembangkan bentuk kemasan yang berbeda menjadi fokus penelitian.

Citra visual suatu karya desain merupakan hal pertama yang menarik seseorang untuk membeli suatu produk. Seperti yang dikatakan oleh (Saidi 2020) bahwa ketika seseorang ingin membeli sebuah produk yang menggerakkan untuk membeli bukan semata produk itu sendiri, melainkan membeli pesan yang dibangun ketika membelinya. Orang lebih banyak melahap imej daripada melahap fungsi (Routledge dalam Saidi 2020) Dengan demikian untuk merancang sebuah kemasan, terlebih dahulu menyatakan pesan atau citra visual apa yang ingin ditampilkan dalam sebuah produk kemasan yang sesuai dengan sasaran.

Kemasan adalah sebuah wadah yang digunakan untuk melindungi produk yang ada didalamnya baik dari luar maupun dari dalam. Untuk produk konsumsi, dalam hal ini Jenang Jacket pengaruh luar bisa berupa benturan, bau, suhu dan lain-lain sedangkan dari dalam bisa berupa pencegahan terhadap jamur. Jenang jacket sendiri merupakan camilan asal Banyumas, Jawa Tengah. Menurut artikel yang diposting pikiran-rakyat.com pada tanggal 1 Juni 2019 dikatakan bahwa kapasitas produksi jenang jacket meningkat 3 hingga 5 kali jika mendekati Lebaran (Eviyanti 2019). Hal tersebut sebagai dasar pemilihan Jenang Jacket sebagai produk yang akan naikan nilainya melalui kemasan dari batok kelapa.

Pemanfaatan Limbah Batok Kelapa

Material limbah batok kelapa adalah material limbah buangan berasal dari cangkang buah kelapa yang telah dibuang. Setiap satu pohon kelapa bisa menghasilkan ratusan buah kelapa dari mulai belajar berbuah hingga pohon tidak produktif lagi. Luas area tanaman kelapa di Indonesia pada tahun 2000 mencapai 3,75 juta ha dengan total produksi diperkirakan sebanyak 14 milyar butir kelapa per tahun (Pugersari dkk 2013). Butir kelapa yang sangat banyak jumlahnya dimanfaatkan dengan berbagai cara, setiap butirnya bisa dimanfaatkan untuk keperluan masyarakat pada umumnya. Misalnya pada sebuah jurnal dikatakan bahwa kelapa



tua, bisa dibuat kopra dan minyak goreng, juga sebagai bahan makanan sehari-hari, terutama untuk diambil santannya(Sofyani dkk 2022). Selain daging buah dan airnya, umumnya bagian lain belum optimal termanfaatkan sehingga secara ekonomi belum mempunyai nilai tambah salah satunya yaitu batok kelapa. Sabut kelapa juga bisa diolah menjadi tali yang dipintal secara manual maupun menggunakan mesin.

Ketersediaan limbah batok kelapa yang melimpah mendorong imajinasi untuk menghasilkan sebuah benda yang bisa memiliki nilai jual oleh para pengrajin. Produk yang dihasilkan bisa berupa benda yang fungsional seperti sendok, mangkok, sendok sayur, garpu, piring, jam, tas, lampu, teko, gelas, asbak, celengan, kancing baju, kendi, tempat tisu, anting, kalung, cincin dan lain-lain. Ataupun benda yang memiliki daya tarik estetika seperti gantungan kunci, miniatur kendaraan, hiasan dinding, hiasan meja, pot bunga dan lain-lain.

Proses perancangan dan pembuatan produk yang dilakukan oleh desainer atau pengajin beraneka ragam mulai dari yang sederhana dengan memotong, menempel, lalu mengampas hingga diperlukan keahlian khusus dengan merendam, membuat ukiran atau menghasilkan motif yang rumit. Selain itu, di Purwokerto sendiri kerajinan dari batok kelapa sudah dijual di beberapa toko oleh-oleh ataupun aksesoris(Tim CNN Indonesia 2022). Karya batok kelapa yang dijual di tempat tersebut mulai dari asbak, mangkok, tempat tisu, cangkir, hingga lampu hias.

Jenang

Sebuah prosiding menyebutkan Dinas Pariwisata Banyumas telah menyebarkan informasi mengenai obyek-obyek wisata melalui media-media digital dan non digital seperti website, televisi lokal dan brosur (Purwaningsih, Prasetyoningsih, and Kadafi 2020). Dalam prosiding tersebut mendata beberapa konten website yang sering muncul dan menjadi ciri khas Kabupaten Banyumas diantaranya Curug Telu, Taman Bale Kemambang, dan Wisata Gemanggis untuk konten wisata. Kemudian untuk konten seni terdapat Wayang Kulit, Rinding, Muyen, dan lain-lain. Untuk Konten Kuliner terdapat 5 jenis makanan khas dari Banyumas diantaranya Jenang Jacket, Wajik Klethik, Soto Kokaraja, Nopia dan Getuk Goreng Sokaraja. Jenang Jacket terdapat di hampir semua toko oleh-oleh di Kabupaten Banyumas.

Bagi masyarakat Purwokerto, Jenang Jacket atau Jenang Asli Ketan merupakan kuliner harus ada dalam setiap hajatan baik acara resepsi mantenan, sunatan, ataupun syukuran. Jenang Jacket merupakan makanan khas yang berbahan baku utama tepung ketan, gula merah dan santan kelapa yang diolah sedemikian rupa melalui proses yang cukup panjang menjadi jenang. Selain itu digunakan bahan tambahan berupa vanili, dan wijen untuk mendapatkan rasa yang khas dan spesial. Tidak heran jika jenang jaket memiliki rasa yang khas. Selain empuk dan rasa manisnya yang pas, jenang jaket beraroma wangi manggar atau kembang kelapa, karena gula jawa yang digunakan sebagai pemanis terbuat dari deresan kelapa (Eviyanti 2019). Tidak heran jika kekhasan yang dimiliki jenang jaket menjadikannya sebagai konten wisata kuliner yang diangkat oleh Dinas Pariwisata.

Jenang Jacket Mersi diproduksi dalam dua varian yaitu jenang yang menggunakan wijen atau jenang jaket wijen dan jenang yang tidak menggunakan wijen atau jenang jaket asli/polos. Harganya tidak terpaut jauh antara dua jenis jenang jaket tersebut, berkisar antara Rp.16.000 per bungkus (isi 16 biji) untuk yang tanpa wijen/polos sedangkan untuk jenang jaket yang menggunakan wijen sekitar Rp.20.000 per bungkus (isi 16 biji).



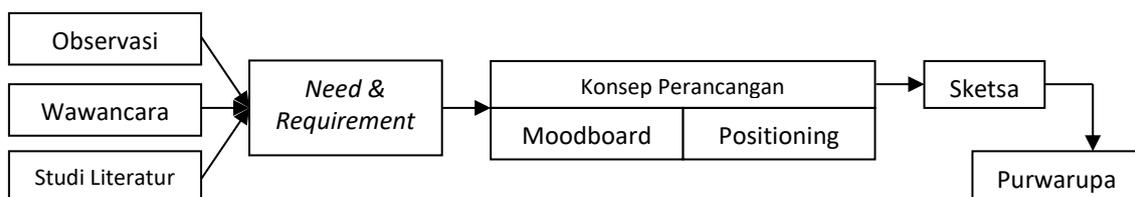
Gambar 1 Kemasan Jenang Jacket Rasa Original

Selain menjadi salah satu makanan yang wajib dalam suatu hajatan, makanan ini juga dapat dikonsumsi sebagai makanan kecil ataupun hidangan di ruang tamu dan juga bisa sebagai oleh-oleh bagi wisatawan yang berkunjung ke Purwokerto. Hampir semua toko oleh-oleh yang ada di Purwokerto menjual Jenang Jacket salah satunya ada di Toko Kripik Tempe BBH SARI di Jalan Pramuka 209 Purwokerto, Toko Jenang Jacket Asli Mersi Bp. Suharsyah di Jalan Mersi 68 Pojok Lapangan.

Metode

Pengambilan data dilakukan dengan wawancara dan observasi yang dilakukan berdasarkan sudut pandang penulis dengan metode kualitatif. Wawancara dilakukan terhadap produsen jenang jacket dan pengrajin batok kelapa. Observasi dilakukan dengan mengamati produk kerajinan batok kelapa yang sudah ada dan kemasan oleh-oleh yang terpajang di toko oleh-oleh.

Data yang dikumpulkan kemudian menjadi acuan dalam perancangan kemasan batok kelapa. Perancangan diawali dengan menetapkan *need* (kebutuhan) dan *requirement* (persyaratan) kemudian membuat konsep rancangan, membuat *moodboard* produk, melakukan positioning terhadap produk, membuat sketsa desain dan hingga hasil akhir pada penelitian ini adalah berupa purwarupa (*prototype*) kemasan.



Gambar SEQ Gambar * ARABIC 2. Skema Alur Perancangan

Hasil dan Pembahasan

Pemaparan berbagai data yang telah dikumpulkan di atas mengenai kebutuhan kemasan produk oleh-oleh, maka dapat dijadikan acuan dalam merancang kemasan produk UMKM Jenang Jacket Mersi sebagai oleh-oleh khas dari masyarakat Purwokerto Banyumas dan sekitarnya. Jenang Jacket Mersi sebelumnya masih menggunakan kemasan plastik, saat ini dapat diarahkan menggunakan kemasan berbahan serat alami, seperti batok kelapa. Langkah ini diambil agar produk yang menggunakan kemasan batok kelapa ini secara citra dapat dianggap

dapat meningkatkan (*upscaling*) produk. Produk oleh-oleh UMKM ini dapat berisi Jenang Jacket atau Jenang Asli Ketan atau berisi snack lain yang wujudnya kecil sehingga muat dalam cangkang batok tersebut.

Perancangan sendiri bermula dari sketsa yang awalnya ditawarkan ke para pelaku UMKM dan disamping itu juga anjuran dalam pemanfaatan kerajinan tangan dapat memberikan sebuah tampilan atau wajah yang menarik, otentik, mengangkat identitas Banyumas, memperkuat karakteristik dari produk, bernuansa kearifan lokal, juga dapat menimbulkan kesan sehat, mempertahankan khasanah tradisional dan memiliki kemasan yang ramah lingkungan. Kesan-kesan yang ditimbulkan merupakan upaya dalam mengangkat citra kuliner. Semua dilakukan agar produk dapat tampil baik secara citra dan karakter.

Konsep Perancangan

Pada tahap ini dilakukan penetapan persyaratan (*requirement*) yang dibutuhkan untuk meningkatkan nilai kemasan pada produk makanan berdasarkan hasil tinjauan pustaka, observasi dan wawancara yang telah dilakukan.

1. Menunjukkan identitas produk di dalamnya
2. Material baru dan struktur inovatif yang lebih ramah lingkungan
3. Kemasan yang meningkatkan fungsionalitas
4. Memperkuat penampilan estetik produk
5. Mengembangkan bentuk kemasan yang berbeda dari produk sejenis
6. Bisa melindungi produk dari benturan
7. Tidak terlihat murahan
8. Terlihat bersih dan aman
9. Handmade
10. Mudah dan aman diproduksi skala rumahan
11. Proses pembuatan mudah dipelajari dan tidak memerlukan alat atau bahan yang sulit didapat
12. Ukuran kemasan bisa memuat 5 atau 10 buah jenang jacket

Target Pasar

Penentuan target pasar ditujukan untuk mengetahui preferensi dari calon pembeli. Pemilihan target market yang benar akan meningkatkan penjualan bagi pelaku usaha (Oktarini et al. 2022). Pasar yang dituju dalam penelitian ini adalah wisatawan maupun pelancong yang berkunjung ke Kabupaten Banyumas. Wisatawan berdasarkan definisi dari Badan Pusat Statistik (BPS) Kabupaten Banyumas adalah setiap orang yang mengunjungi suatu tempat lebih dari 24 jam, sementara pelancong adalah pengunjung yang datang ke suatu tempat tidak lebih dari 24 jam (BPS Kabupaten Banyumas n.d.). Wisatawan maupun pelancong secara lumrah akan membeli oleh-oleh untuk dibawa pulang ke tempat asalnya, sehingga toko oleh-oleh menjadi tempat yang tepat untuk memasarkan produk. Sasaran pembeli produk dapat diklasifikasikan sebagai berikut;

1. Seorang perempuan atau laki-laki yang sudah memiliki kemampuan finansial menengah ke atas;
2. Sering membeli oleh-oleh untuk kerabat;
3. Menyukai hal-hal yang memiliki nilai lokal, unik dan *handmade*;
4. Selalu berusaha untuk mengurangi penggunaan plastik, baik sebagai wadah kemasan maupun material dasar sebuah produk.

Mood board

Di dalam sebuah *mood board* desainer mengeksplorasi pemandangan emosi dari sebuah produk atau aplikasi dengan menggunakan gambar, kata-kata, warna, *typography*, dan lain-lain (Saffer 2007). Semuanya dibentuk menghasilkan kolase yang berusaha untuk menghasilkan rasa

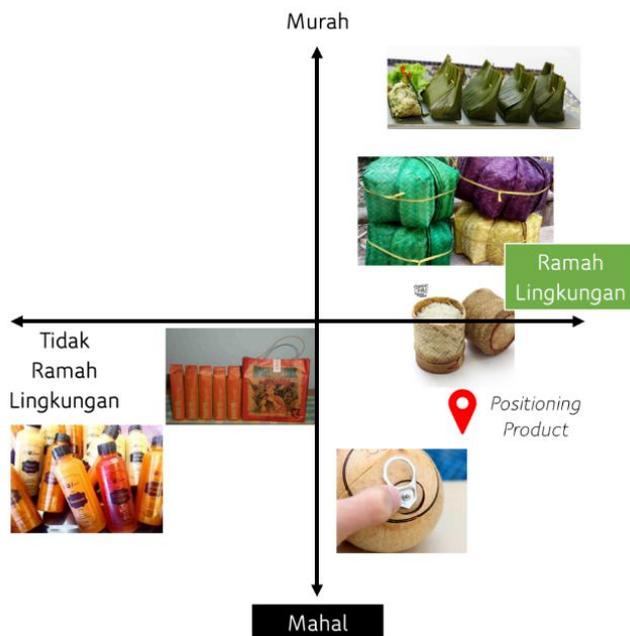
(*feel*) seperti yang ditampilkan pada desain akhir sebuah produk. Berikut ini *moodboard* desain kemasan batok kelapa yang dibuat sebagai rasa yang ingin ditampilkan oleh produk.



Gambar 3 Moodboard Produk

Positioning Produk

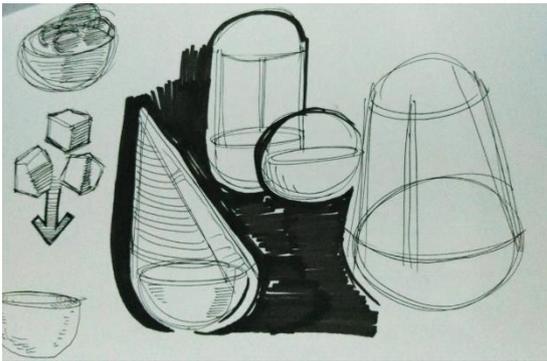
Positioning Produk bertujuan untuk melihat posisi produk atau dalam hal ini kemasan di antara produk sejenis. Positioning juga dapat diartikan sebagai penetapan posisi pasar untuk membangun dan mengkomunikasikan keunggulan bersaing produk yang ada di pasar ke dalam benak konsumen (Aliami dkk 2005). Sebelum memosisikan produk maka terlebih dahulu ditentukan nilai yang saling berlawanan yaitu murah-mahal dan ramah lingkungan-tidak ramah lingkungan. Penentuan nilai didasari oleh konsep perancangan produk dan target market. Positioning pada produk ini adalah mengarah ke ramah lingkungan dengan harga yang cukup mahal. Berikut hasil pengolahan data positioning produk pada penelitian ini.



Gambar 4 Positioning Produk

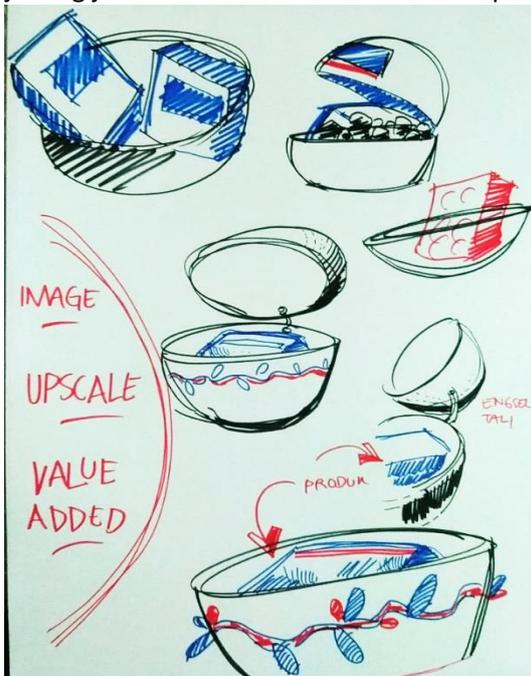
Sketsa Produk

Berikut ini adalah sketsa yang dibuat berdasarkan ide dan konsep kemasan batok kelapa untuk produk jenang jaket. Sketsa ditujukan untuk mengeksplorasi keragaman ide menjadi bentuk gambar. Dalam sebuah jurnal disebutkan bahwa fungsi praktis dari sketsa yakni untuk mengenalkan objek dan mengembangkan ide solusi dengan cepat yang berfungsi sebagai media ekspresi visual (Nurchahyo 2022). Konsep dari produk kemasan batok kelapa ini adalah sebuah kemasan yang menciptakan nilai lebih pada sebuah produk makanan khas yaitu jenang jaket sehingga menambah nilai jual. Nilai lebih yang dimaksudkan adalah berbeda dari kemasan produk sejenis lain yang sudah ada, menampilkan kesan estetik, menunjukkan identitas produk, fungsional, bersih, nilai kedaerahan (*local value*), buatan tangan (*handmade*), aman dan ramah lingkungan. Gambar berikut ini adalah sketsa yang dibuat berdasarkan nilai-nilai tersebut.



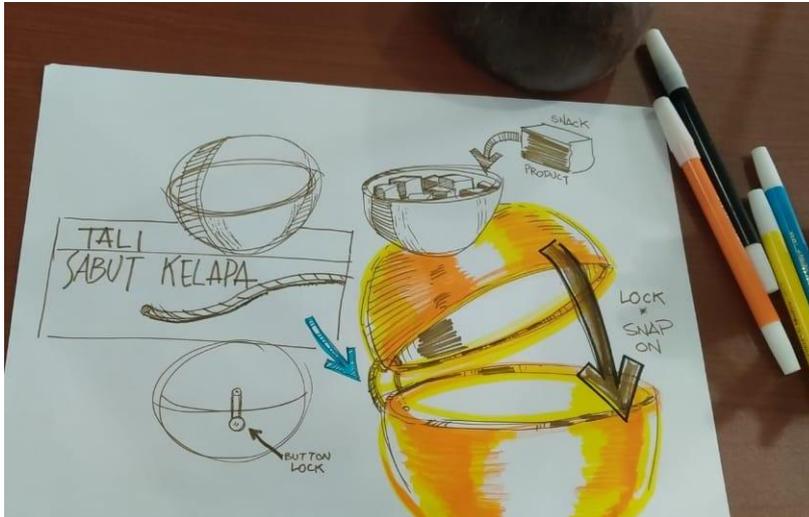
Gambar 5 Sketsa 1

Dari eksplorasi bentuk sketsa di atas, maka dipilih bentuk bundar yang memungkinkan untuk dikembangkan menjadi kemasan produk. Bentuk ini dikembangkan atas dasar struktur alami dari batok kelapa yang dianggap kuat melindungi isi. Ukuran batok kelapa beraneka ragam, untuk penelitian ini digunakan batok dengan diameter 15-20 cm karena bisa memuat 10 jenang jaket. Di bawah ini adalah beberapa sketsa detail dari desain kemasan:



Gambar 6 Sketsa 2

Eksplorasi bentuk kemasan yang awalnya baku, diubah menjadi bentuk yang sedikit lebih menarik dengan ditambahkan dekoratif tanpa mengurangi fungsi dasar. Dekoratif yang akan ditambahkan sifatnya hanyalah untuk memperkaya tampilan visual yang nampak pada kemasan, dan diharapkan dapat tampil menarik dan elegan di rak pajang.



Gambar 7 Sketsa 3

Eksplorasi bentuk kemasan tidak melupakan fungsi dari tujuan awalnya, hal ini dikarenakan wujud jenang yang lembut, mudah rusak (*deformed*) akan terlindungi berkat cangkang batok kelapa yang secara alami berwujud bola dan memiliki permukaan serat yang kuat dan kaku lewat proses pengeringan alami. Disamping struktur dan bentuk yang kuat, bahan batok kelapa mudah ditemukan di sekitar Banyumas Jawa Tengah dan sekitarnya. Ketika ditumpuk dalam kardus (*stacking*) saat pengiriman pun cukup aman, karena bobot tidak berat dan permukaan bertekstur jadi bila terjadi gesekan antar produk tidak terlalu nampak pada permukaannya. Dalam satu kardus ukuran standar diperkirakan dapat muat 17 hingga 25 buah produk. Tergantung dari banyak dan besaran dimensi dari kemasan yang dikirim. Dari ketiga sketsa di atas, dipilih sketsa 3 yang paling sesuai dengan konsep kemasan batok kelapa.

Purwarupa

Setelah menentukan sketsa terpilih, maka dibentuk sebuah purwarupa. Efren (2019) dalam (Tahulending dan Guspara 2021) menyatakan bahwa sebelum memproduksi sebuah produk perlu dilakukan *testing* melalui purwarupa. Berikut ini adalah beberapa tahapan dalam membuat purwarupa awal dari kemasan batok kelapa sesuai dengan sketsa yang telah dibuat. Kelapa yang sudah berumur 5-6 bulan dikupas serabutnya, kemudian dibelah 2 secara melintang. Buang isi atau daging kelapa hingga bersih, daging kelapa yang bersisa bisa menyebabkan munculnya jamur dan mempercepat proses pembusukan. Hal tersebut akan berakibat kurang baik terutama jika diperuntukkan bagi kemasan makanan. Pada proses membelah kelapa, bagian belahan kelapa terlihat bergelombang dan tidak rata. Hal tersebut bisa dibiarkan saja untuk menambah kesan natural pada kemasan.



Gambar 8 Batok kelapa yang masih ada serabut tipis

Bersihkan serabut halus batok kelapa hingga batok bersih dari serabut. Amplas bagian luar kelapa dengan menggunakan amplas ukuran 800 sampai 1000 hingga mengkilap. Pada proses ini diperlukan ketekunan untuk menghasilkan permukaan yang mengkilap dan bersih dari serabut-serabut halus kelapa. Sumbungkan bagian atas bawah batok kelapa dengan sisa sabut kelapa yang sudah digulung menyerupai tali, teknik penggulangan ini sudah digunakan oleh pengrajin tali sabut kelapa sejak lama. Biasanya tali sabut kelapa dijadikan produk keset. SetePasang kaitan pada bagian depan dengan sabut kelapa



Gambar 10 Purwarupa awal

Simpulan

Penelitian yang telah dilakukan memperoleh kesimpulan yaitu sebagai berikut;

1. Konsep rancangan yang bisa meningkatkan nilai produk melalui kemasan dari batok kelapa bisa dilakukan dengan menambahkan nilai. Nilai yang bisa ditambahkan pada kemasan dari batok kelapa yaitu terlihat berbeda dari kemasan produk oleh-oleh yang sudah ada, menampilkan kesan estetik, menunjukkan identitas produk, fungsional, bersih, bernilai kelokalan, handmade, aman dan ramah lingkungan.

2. Perlu dilakukan evaluasi terhadap rancangan yang telah dibuat untuk melihat apakah nilai yang dimaksud sesuai dengan perspektif dari pasar.
3. Selain itu perlu dilakukan uji coba terhadap prototipe yang telah dibuat untuk mengetahui ketercapaian tujuan penelitian. Uji coba perlu dilakukan untuk melihat sejauh mana warga bisa memproduksi kemasan batok kelapa dan Jenang. Selain itu perlu dilakukan uji coba terhadap target pasar untuk melihat apakah produk bisa diterima.

Perancangan kemasan dari batok kelapa yang telah dilakukan menggunakan tahap penelitian yang linier, yaitu dari awal hingga akhir tidak ada pengulangan tahapan. Pada perancangan ini menghasilkan satu purwarupa yang sangat bisa dilanjutkan untuk dilakukan uji coba. Semakin banyak dilakukan uji coba maka kemungkinan untuk memperoleh hasil purwarupa yang lebih baik. Sehingga diharapkan kemasan dari batok kelapa bisa menjadi alternatif kemasan yang diminati oleh banyak wisatawan. Selain itu, pemanfaatan batok kelapa bisa sebagai sarana dalam meningkatkan industri kerajinan batok kelapa, terutama di daerah Kabupaten Banyumas.

Daftar Pustaka

- Aliami, Sri, Basthoumi Muslih, and Rino Sardanto. 2005. "Analisis Segmenting , Targeting , Dan Positioning Pada Batik Tulis Ningrat Prasojo." *Jurnal Penelitian Manajemen Terapan (PENATARAN)* 7 (1): 67–78.
- BPS Kabupaten Banyumas. n.d. "BPS Kabupaten Banyumas." BPS Kabupaten Banyumas. Accessed June 11, 2022. <https://banyumaskab.bps.go.id/indicator/52/56/2/distribusi-persentase-pdrb-kabupaten-banyumas-atas-harga-berlaku.html%0Ahttps://banyumaskab.bps.go.id/menu/1/informasi-umum.html#masterMenuTab1>.
- Eviyanti. 2019. "Jenang Tebarkan Aroma Khas Karena Dibakar Dengan Arang." *Pikiran-Rakyat.Com*. 2019. <https://www.pikiran-rakyat.com/ekonomi/pr-01313085/jenang-tebarkan-aroma-khas-karena-dibakar-dengan-arang>.
- Klimchuk, Marianne Rosner, and Sandra A. Krasovec. 2007. *Desain Kemasan: Perencanaan Merek Produk Yang Berhasil Mulai Dari Konsep Sampai Penjualan*. Edited by Lameda Simarmata and Siti Mariani. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Nurchahyo, Mahdi. 2022. "Proses Kreatif dan Pendidikan Desain (Kasus Pengalaman Belajar Desain Di Era Digital)." *Lintas Ruang: Jurnal Pengetahuan & Perancangan Desain Interior* 10 (2): 86–97.
- Nurviana, Nina, Priyanto Sunarto, Achmad Syarief, and Institut Teknologi Bandung. 2015. "Identitas Dan Karakter Budaya Lokal Pada Kemasan Makanan Oleh-Oleh." *Wimba : Jurnal Komunikasi Visual* 4 (2). <http://journals.itb.ac.id/index.php/wimba/article/view/10828>.
- Oktarini, Della, Meilaty Finthariasari, Tri Nita, Vio Nuari, and Fitra Rian Marta. 2022. "Strategi Desain Produk Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Toko Mebel Sederhana." In *Prosiding Seminar Nasional Business Corporate*, 1:135–46. Bengkulu.
- Pugersari, Dewi, Achmad Syarief, and Dwinita Larasati. 2013. "Eksperimen Pengembangan Produk Fungsional Bernilai Komersial Berbahan Baku Tempurung Kelapa Berusia Muda Dengan Teknik Pelunakan." *ITB Journal of Visual Art and Design* 5 (1): 74–91. <https://doi.org/10.5614/itbj.vad.2013.5.1.5>.



- Purwaningsih, Dyah Raina, Tri Wahyu Setiawan Prasetyoningsih, and Muammar Kadafi. 2020. "Pembuatan Alat Promosi Wisata Berbahasa Indonesia-Inggris-Jepang Sebagai Upaya Memperkenalkan Destinasi Wisata Di Banyumas Secara Global." In , 99–104. Purwoketo: Jurnal LPPM UNSOED.
- Saffer, Dan. 2007. *Designing for Interaction, Second Edition: Creating Innovative Applications and Devices*. Second Edi. Berkeley: New Riders.
- Saidi, Acep Iwan. 2020. *Homo Artem Seni Baca-Tulis Untuk Penelitian Seni Dan Desain*. Bandung: ITB Press.
- Sari, Septi Diana, and Amin Pujiati. 2018. "Strategi Pengembangan Pengrajin Karya Batok di Desa Sokawera Kecamatan Somagede Banyumas." *Economic Education Analysis Journal 7* (Juni): 727–43.
- Sofyani, Wa Ode Winesty, Wa Ode Sifatu, Hasniah, Hartini, La Janu, and Marling. 2022. "Pelatihan Pemanfaatan Buah Kelapa Dan Pala Di Desa Tumburano Konawe Kepulauan." *AKSARA: Jurnal Ilmu Pendidikan Nonformal 08* (May): 1055–64. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.37905/aksara.8.2.1055-1064.2022>.
- Tahulending, Sherin Agnes, and Winta Adhitia Guspara. 2021. "Pemanfaatan Batok Kelapa Pada Produk Sarana Bumbu Dapur." In *SERENADE : Seminar on Research and Innovation of Art and Design*, 1:76–83. <https://doi.org/10.21460/serenade.v1i1.16>.
- Tim CNN Indonesia. 2022. "9 Rekomendasi Oleh-Oleh Khas Purwokerto, Unik Dan Banyak Dicari." CNN Indonesia. 2022. <https://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20220721163216-275-824494/9-rekomendasi-oleh-oleh-khas-purwokerto-unik-dan-banyak-dicari/2>.