

PERANCANGAN *CORPORATE IDENTITY* PADA USAHA WASTRA PELINGGIH DI DESA PAKSEBALI KABUPATEN KLUNGKUNG

P. Widyarsana¹, P. E. Suhardiyani²

ABSTRAK

Mitra pengabdian adalah Ibu Ni Wayan Sitiari, seorang pengusaha yang menjual wastra/ busana pelinggih makna tersendiri bagi umat Hindu. Berdasarkan hasil wawancara, mitra tidak memiliki *corporate identity design* terhadap produknya serta tidak memiliki nama maupun logo untuk memperkenalkan produknya. Kegiatan untuk PKM ini dimulai dari sosialisasi kegiatan dilanjutkan dengan pelatihan perancangan *corporate identity* dan ditutup dengan melakukan evaluasi kegiatan. Sosialisasi dilakukan dengan membahas mengenai kegiatan yang akan dilaksanakan selama proses PKM ini. Kegiatan kedua yaitu pelatihan perancangan *corporate identity design* dengan materi mengenai desain logo dan nama produk, desain spanduk, dan desain katalog motif ragam hias. Kegiatan terakhir yaitu evaluasi dilakukan untuk mengetahui seberapa besar mitra merasa kegiatan ini bermanfaat untuk meningkatkan penjualan mereka kedepannya. Evaluasi dilakukan dengan memberikan penilaian meliputi pemahaman mengenai perancangan *corporate identity design* menggunakan bantuan aplikasi desain grafis Canva. Canva adalah aplikasi desain grafis online yang memungkinkan pengguna untuk membuat desain secara profesional serta bisa diakses baik melalui perangkat mobile maupun desktop. Berdasarkan hasil wawancara terhadap penguasaan materi bahwa peserta sudah mencapai 95% penguasaan terhadap materi yang diberikan. Luaran yang dihasilkan dalam pengabdian ini adalah adanya peningkatan *corporate identity design* sehingga konsumen lebih mudah mengenal produk yang dihasilkan oleh mitra yang berdampak pada peningkatan jumlah penjualan.

Kata kunci : Wastra Pelinggih, *Corporate Identity Design*, Penjualan

ABSTRACT

The service partner is Mrs. Ni Wayan Sitiari, an entrepreneur who sells wastra/clothing that has special meaning for Hindus. Based on the interview results, partners do not have a corporate identity design for their products and do not have a name or logo to introduce their products. Activities for PKM started with socialization of activities, followed by training in corporate identity design and closed by evaluating activities. Socialization is carried out by discussing the activities that will be carried out during the PKM process. The second activity is training in corporate identity design with material regarding logo and product name design, banner design, and decorative motif catalog design. The final activity, namely evaluation, is carried out to find out how much partners feel this activity is useful for increasing their sales in the future. Evaluation is carried out by providing an assessment including understanding of corporate identity design using the help of the Canva graphic design application. Canva is an online graphic design application that allows users to create professional designs and can be accessed via both mobile and desktop devices. Based on the results of interviews regarding mastery of the material, participants had achieved 95% mastery of the material provided. The output produced in this service is an increase in corporate identity design so that consumers more easily recognize the products produced by partners which has an impact on increasing the number of sales.

Keywords: *Pelinggih Clothes, Corporate Identity Design, Sale*

¹Staf Pengajar Prodi Sistem Informasi Institut Teknologi dan Bisnis STIKOM Bali 80111 putuwidyarsana@gmail.com

²Staf Pengajar Prodi Sistem Informasi Institut Teknologi dan Bisnis STIKOM Bali 80111 suhardiyanieny@gmail.com

1. PENDAHULUAN

Bali yang terkenal karena pariwisatanya, juga terkenal dengan upacara keagamaan yang dilaksanakan oleh penduduknya khususnya yang beragama Hindu (Yudabakti, 2007). Upacara agama dilaksanakan di Pura maupun Sanggah/ Merajan di masing-masing rumah tangga. Untuk menunjang upacara, masyarakat membutuhkan berbagai sarana peralatan upacara salah satunya adalah Wastra (Wiana, 2009). Di Bali, wastra juga biasanya disebut sebagai busana/ pengangge, khususnya wastra dalam penggunaan Pelinggih yang memiliki makna dan simbol tersendiri (Titib, 2000). Mitra pengabdian ini adalah Ibu Ni Wayan Sitiari, seorang pengusaha yang menjual Wastra Pelinggih. Mitra berlokasi di Desa Paksebalı, Kecamatan Dawan, Kabupaten Klungkung, Provinsi Bali. Jarak lokasi Mitra dengan ITB STIKOM Bali adalah 36 KM yang ditempuh dengan waktu kurang lebih 50 menit menggunakan kendaraan roda empat. Mitra pengabdian menjual wastranya di Pasar Badung Denpasar dan Pasar Kertha Gosa Klungkung. Berdasarkan hasil wawancara, Mitra tidak memiliki *corporate identity* terhadap produknya serta tidak memiliki nama maupun logo tertentu untuk memperkenalkan produknya. *Corporate identity* dirancang untuk memfasilitasi pencapaian tujuan bisnis. Hal ini biasanya diwujudkan dengan branding dan penggunaan merek dagang (Lauzar & Laura C, 2013). *Corporate Identity* merupakan identitas yang membedakan antara satu perusahaan dengan perusahaan lainnya, dan bisa juga berfungsi sebagai penanaman citra atau image yang bisa menjadikan sebagai daya tarik (Cenadi & Christine Suharto, 1999).

Corporate identity terdiri dari 3 bagian yang digunakan dalam bermacam cakupan (Aditya, et al., 2015) yaitu *Corporate Visual* (logo, seragam dan sebagainya), *Corporate Communication* (iklan, public relations, informasi, publikasi dan sebagainya), *Corporate Behaviour* (nilai-nilai internal, norma-norma dan sebagainya). Untuk mengatasi permasalahan tersebut, maka solusi yang diberikan adalah melakukan pelatihan perancangan *corporate identity* pada bisnis tersebut. Perancangan *corporate identity* yang dimaksud yaitu perancangan yang dilakukan secara visual dengan pembuatan logo dan nama produk, spanduk usaha, serta katalog ragam hias sehingga konsumen lebih mudah mengenal produk yang dihasilkan oleh mitra serta dapat meningkatkan jumlah penjualan (Kurniawati, et al., 2013). Dalam hal ini perancangan *Corporate identity* pada usaha wastra menggunakan bantuan aplikasi desain grafis yang disebut *Canva*. *Canva* adalah aplikasi desain grafis online yang memungkinkan pengguna untuk membuat desain secara profesional serta bisa diakses baik melalui perangkat mobile maupun desktop.

Berdasarkan permasalahan yang ditemui, maka dalam kegiatan pengabdian yang dilaksanakan adalah sosialisasi terhadap mitra mengenai kegiatan yang akan dilakukan, pelatihan pembuatan desain katalog motif ragam hias sesuai dengan produk yang dipasarkan serta mendiskusikan nama usaha untuk mitra, pembuatan desain spanduk usaha mitra, dan melakukan pelatihan desain logo dengan menggunakan aplikasi *Canva*, dan diakhiri dengan melakukan evaluasi hasil kegiatan. Manfaat dari kegiatan adalah konsumen lebih mudah mengenal produk yang dihasilkan oleh mitra serta dapat meningkatkan jumlah penjualan.

2. METODE PELAKSANAAN

Mitra berlokasi di, Desa Paksebalı, Kecamatan Dawan, Kabupaten Klungkung, Provinsi Bali 80761. Jarak lokasi Mitra dengan ITB STIKOM Bali adalah 36 KM yang ditempuh dengan waktu kurang lebih 50 menit menggunakan kendaraan roda empat.

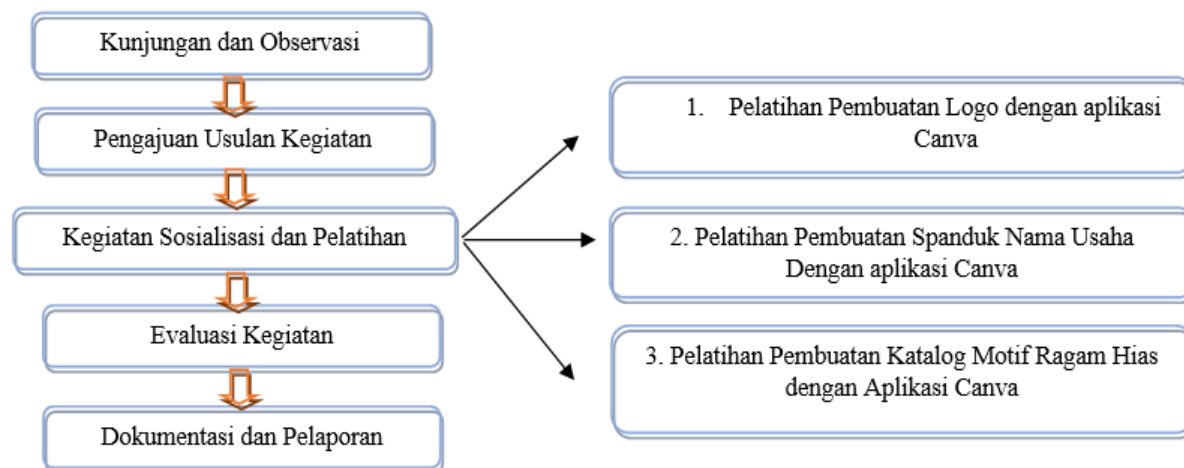
Dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian, metode yang dilakukan adalah Pelatihan: yaitu kegiatan yang melibatkan penyuluhan tentang substansi kegiatan yang disertai dengan demonstrasi atau percontohan untuk realisasinya. Langkah-langkah pelaksanaan kegiatan adalah sebagai berikut:

1. Sosialisasi terhadap mitra dalam rangka observasi dan analisis situasi usaha mitra.
2. Pembentukan tim pelaksana kegiatan untuk pembagian tugas, pengambilan data, dan dokumentasi kegiatan.

3. Pelaksanaan kegiatan pengabdian melalui kegiatan pelatihan.
4. Pembuatan laporan dan dokumentasi kegiatan akhir.

Rencana kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini diawali dengan kunjungan dan observasi ke lokasi mitra yaitu di Desa Paksewali Kabupaten Klungkung. Dalam observasi lapangan yang dilakukan, tim pengusul mengamati dan mengidentifikasi permasalahan yang ada untuk kemudian melakukan analisis situasi yang dirangkum menjadi rumusan masalah dalam program usulan kegiatan pengabdian masyarakat.

1. Kunjungan dan observasi di lokasi usaha mitra.
2. Pengajuan Usulan Kegiatan
Tim pengusul menyusun usulan kegiatan dalam bentuk proposal kegiatan yang diajukan melalui Direktorat Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat ITB STIKOM Bali.
3. Kegiatan Sosialisasi Pengabdian Masyarakat
Sosialisasi terhadap mitra mengenai kegiatan yang akan dilakukan, informasi apa saja yang akan diberikan kepada mitra, dan manfaat kegiatan ini serta menyusun jadwal kegiatan dengan mitra.
4. Pelatihan Aplikasi Desain Grafis menggunakan *Canva online*.
Pelatihan pembuatan desain katalog motif ragam hias sesuai dengan produk yang dipasarkan serta mendiskusikan nama usaha untuk mitra, pembuatan desain spanduk usaha mitra, dan melakukan pelatihan desain logo dengan menggunakan aplikasi *Canva*. Mitra juga mendapatkan praktek langsung untuk mencoba mendesain menggunakan aplikasi *Canva*.
5. Evaluasi Kegiatan
Evaluasi hasil kegiatan yang dilakukan untuk mengetahui seberapa besar mitra merasa kegiatan ini bermanfaat untuk meningkatkan jumlah konsumen kedepannya. Para pengusul melakukan evaluasi dengan cara mengambil kesimpulan melalui wawancara untuk mengetahui apakah kegiatan ini sudah dipahami dan bermanfaat bagi mitra.
6. Dokumentasi dan Pembuatan laporan hasil kegiatan
7. Proses dokumentasi kegiatan dilakukan pada saat pelaksanaan kegiatan dalam bentuk dokumentasi foto. Selanjutnya pelaporan hasil kegiatan setelah evaluasi kegiatan dilakukan. Laporan kegiatan dilakukan dalam bentuk pembuatan laporan akhir kegiatan.
Adapun tahapan dalam pengabdian ini seperti pada Gambar 2 berikut.



Gambar 2. Rencana Kegiatan

Tim pelaksana PKM ITB Stikom Bali mampu menyelesaikan program pengabdian ini dengan baik karena didukung oleh SDM berkualifikasi dalam bidang teknik, dan arsitektur. Dengan ragam disiplin ini diharapkan pelaksanaan kegiatan menjadi lebih lancar dan mampu mencapai sasaran.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Pelaksanaan Kegiatan

Kegiatan pengabdian masyarakat ini diberikan kepada Ibu Ni Wayan Sitiari selaku pemilik usaha wastra pelinggih dengan memberikan materi dan pelatihan desain spanduk dan logo usaha, serta pelatihan dan pembuatan desain katalog motif ragam hias. Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan dalam 3 (tiga) kali pertemuan yaitu pada pertemuan pertama dimulai dengan sosialisasi kegiatan dan memperkenalkan tim pengabdian dan menjelaskan kegiatan yang akan dilakukan. Pemberi materi dalam kegiatan ini adalah I Putu Widyarsana, S.T., M.T., CST dan dibantu oleh Putu Eny Suhardiyani, ST., MT. Pada pertemuan ini dilakukan diskusi mengenai nama usaha mitra, serta pelatihan desain spanduk dan logo. Mitra diberikan pengertian pentingnya usaha harus memiliki nama, spanduk serta logo untuk memperkenalkan usaha mitra lebih luas lagi. Nama usaha yang disepakati adalah “Amertha Rumah Wastra Bali”.

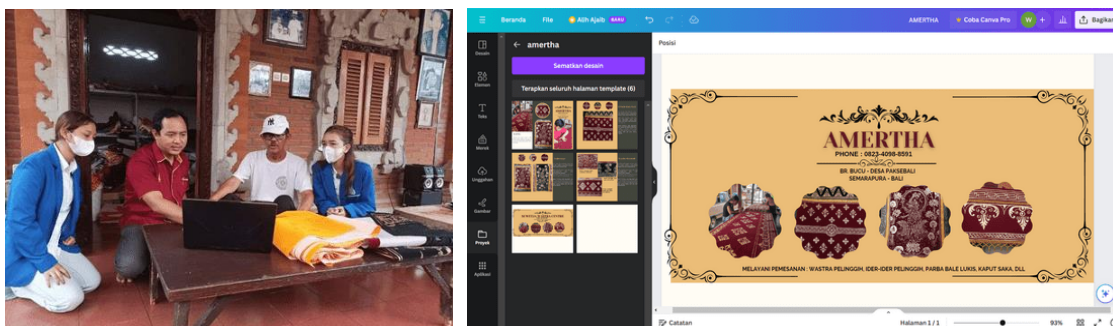
Pertemuan kedua kegiatan dimulai dengan pembukaan kegiatan yaitu menjelaskan kegiatan yang akan dilakukan. Pemberi materi dalam kegiatan ini adalah I Putu Widyarsana, S.T., M.T., CST dan dibantu oleh Putu Eny Suhardiyani, ST., MT. Pada hari kedua dilanjutkan dengan memberikan penjelasan pentingnya desain katalog motif sebagai upaya peningkatan *corporate identity* terhadap usaha mitra sehingga konsumen lebih mudah mengenal produk yang dihasilkan oleh mitra karena memiliki ciri khas tersendiri, kemudian dilanjutkan dengan pelatihan desain katalog motif ragam hias dengan memanfaatkan aplikasi Canva. Mitra juga dilibatkan dalam pembuatan desain katalog motif sehingga desain dibuat sesuai dengan keinginan mitra. Kegiatan ini melibatkan juga dua orang mahasiswa yang bertugas untuk dokumentasi, dan administrasi. Pelaksanaan kegiatan ini dapat dilihat pada Gambar 3, Gambar 4, dan Gambar 5 berikut ini.



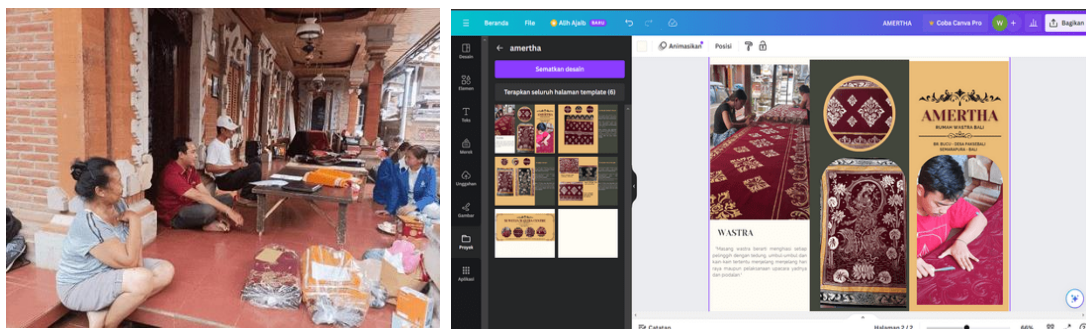
Proses pembuatan logo:

- Pemilihan ornament patra samblung sebagai salah satu icon logo sesuai dengan jenis motif yang sering digunakan dalam desain motif wastra yang diproduksi pemilik usaha.
- Pemilihan Nama “Amertha” yang mempunyai arti kesejahteraan, dengan harapan usaha yang sudah dirintis ini mampu memberikan kesejahteraan dan keberlangsungan hidup bagi pemilik usaha.

Gambar 3. Pembuatan Logo



Gambar 4. Pelatihan Desain Spanduk dan Logo dengan memakai aplikasi Canva



Gambar 5. Pelatihan Desain Katalog Motif Ragam Hias dengan memakai aplikasi Canva

B. Luaran Kegiatan

Luaran kegiatan dalam pengabdian ini adalah nama usaha, logo, dan desain spanduk, serta desain katalog motif ragam hias (*corporate identity*). Luaran dapat dilihat pada Gambar 5 berikut ini.



Gambar 6. Tampilan Logo, Spanduk, dan Katalog Motif Ragam Hias

C. Evaluasi Kegiatan

Dalam kegiatan ini dilakukan evaluasi dari hasil pelatihan yang telah diberikan. Teknik evaluasi yang diberikan adalah dengan melakukan wawancara terhadap mitra, dengan kuisisioner yang disebarkan adalah bersifat terbuka yaitu mitra memberikan ulasan dan tanggapan hasil dari kegiatan yang telah dilakukan. Hasil olahan wawancara dapat dilihat pada Tabel 2 berikut ini.

Tabel 2. Hasil Wawancara

No.	Pertanyaan	Simpulan Jawaban
1.	Apakah materi yang disampaikan mudah dipahami ?	Materi mudah dipahami karena sudah sesuai dengan yang diajarkan dan pemberi materi menjelaskan dengan baik.
2.	Apakah materi yang diberikan sesuai dengan tema pelatihan ?	Materi yang diberikan sangat sesuai dengan tema pelatihan yaitu peningkatan <i>corporate identity</i> .
3.	Apakah materi yang diberikan dapat memberikan manfaat untuk pekerjaan Ibu ?	Sangat bermanfaat dikarenakan berkat pemberian materi ini usaha menjadi memiliki nama, logo, dan spanduk serta katalog motif ragam hias untuk meningkatkan jumlah penjualan.
4.	Bagaimana pendapat Bapak/Ibu mengenai materi yang telah diberikan ?	Sangat bermanfaat dan mudah untuk dipahami.

Berdasarkan hasil wawancara terhadap penguasaan materi pelatihan, diketahui bahwa peserta sudah mencapai 95% penguasaan terhadap materi sehingga pemahaman peserta termasuk dalam kategori sangat sesuai terhadap materi yang telah diberikan.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Dari kegiatan pengabdian masyarakat yang telah dilakukan didapatkan kesimpulan bahwa kegiatan berjalan lancar, mitra dapat memahami materi yang telah diberikan yaitu membuat nama dan desain spanduk, logo usaha, dan katalog motif ragam hias dengan menggunakan aplikasi *Canva* dan mitra juga mendapatkan spanduk, dan katalog motif ragam hias yang dapat digunakan untuk mempromosikan usahanya. Berdasarkan hasil wawancara terhadap penguasaan materi pelatihan perancangan *corporate identity*, diketahui bahwa peserta sudah mencapai 95% penguasaan terhadap materi. Saran untuk kegiatan selanjutnya adalah melakukan pelatihan untuk masuk ke dalam platform website toko jual beli *online*.

UCAPAN TERIMA KASIH

Tim penulis mengucapkan terima kasih kepada Lembaga Pengabdian Pada Masyarakat (LPPM) ITB STIKOM Bali yang telah mendanai kegiatan pengabdian ini sehingga terlaksana dengan baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Aditya, B. (2015) *Komunikasi, Perancangan Corporate Identity Unyiel Bakery Kota Semarang: Desain*. Semarang: Universitas Dian Nuswantoro.
- Akarapi (no date) *Corporate Identity Yang Baik, Profesional Serta Aplikasi dan Ciri-Cirinya*, www.desainlogodesign.com. Available at: <https://desainlogodesign.com/paket-design-corporate-identity/ciri-ciri-corporate-identity-yang-baik-dan-profesional-serta-aplikasinya> (Accessed: 3 January 2023).
- Azalea, K. (no date) *LOGO Sejarah, Perkembangan, Jenis & Tipe*, www.dokumen.tips. Available at: <https://dokumen.tips/documents/logo-sejarah-perkembangan-jenis-dan-tipe-568952ffd6ba4.html?page=1>.

- Cenadi, C.C. (1999) *Corporate Identity Sejarah dan Aplikasinya: Nirmana*. Surabaya: Jurusan Desain Komunikasi Visual. Fakultas Seni dan Desain. Universitas Kristen Petra.
- Kurniawati, H.E. (2013) *Perancangan Corporate Identity KR pet shop Salatiga dengan menggunakan gaya desain psychedelic: Desain Komunikasi Visual*. Salatiga: Universitas Kristen Satya Wacana.
- Laksana, D.A.W. (2012) *Desain Identitas Perusahaan*. Semarang: Universitas Dian Nuswantoro.
- Luzar, L.C. and Monica, M. (2013) 'Peranan Komunikasi Visual bagi Identitas Perusahaan', *Humaniora*, 4(1), p. 528. Available at: <https://doi.org/10.21512/humaniora.v4i1.3461>.
- Titib, I.M. (2000) *Teologi & Simbol-Simbol Dalam Agama Hindu*. Surabaya: Paramita.
- Uma, B. (2022) *Logo dan Brand: Pengertian, Fungsi dan Perbedaannya Lengkap*, www.bamai.uma.ac.id. Available at: <https://bamai.uma.ac.id/2022/12/23/logo-dan-brand-pengertian-fungsi-dan-perbedaannya-lengkap/>.
- Wiana, I.K. (2009) *Suksmaning Banten*. Surabaya: Paramita.
- Yudabakti, I.W. (2007) *Filsafat Seni Sakral dalam Kebudayaan Bali*. Surabaya: Paramita.

Halaman ini sengaja dikosongkan