

2

STRATEGI *BRANDING* BATIK SABANG MERAH (BATIK SAMER) DI PASAR BARU PLBN ENTIKONG

Bima Yoga Perkasa, Feny Widiyarsih, Surhaini,
Panji Adhim Nurhaliq, Vanesha Astri Hadi

PENDAHULUAN

Adanya pembangunan Pasar Baru PLBN (Pos Lintas Batas Negara) di Kecamatan Entikong Kabupaten Sanggau merupakan salah satu komitmen kerja pemerintah dalam melakukan penataan daerah jalur perbatasan darat antara Indonesia dan Malaysia tepatnya Sarawak, sebagai beranda depan negara dan pusat pertumbuhan ekonomi kawasan perbatasan. Pembangunan infrastruktur dan fasilitas penunjang digagaskan dalam bentuk pasar modern, diperuntukkan bagi masyarakat sekitar terutama pelaku UMKM yang selama ini membangun kios-kios di pinggir jalan utama Kecamatan Entikong.

Perbatasan adalah wajah sebuah negara, sebagai pintu yang menghubungkan dua negara tentu penataan daerah perbatasan menjadi penting untuk dilakukan. Pos lintas batas negara Indonesia-Malaysia, kerap disebut sebagai pos lintas batas pertama di Indonesia, yang mulai beroperasi pada 1 Oktober 1989. Keberadaan border Indonesia-Malaysia menciptakan potensi ekonomi dan pariwisata bagi wilayah perbatasan. Dalam upaya mewujudkan Nawa Cita Presiden Republik Indonesia, Rencana Tata Ruang Perbatasan, dan pelaksanaan Instruksi Presiden Republik Indonesia Nomor 6 Tahun 2015 tentang Percepatan Pembangunan 7 (Tujuh) Pos Lintas Batas Negara Terpadu dan Sarana dan Prasarana Penunjang di Kawasan Perbatasan, Kementerian Pekerjaan Umum dan Perumahan Rakyat (PUPR) melaksanakan pembangunan sarana dan prasarana penunjang Pos Lintas Batas Negara (PLBN) Terpadu Entikong, Kabupaten Sanggau. Salah satunya dengan melengkapi PLBN dengan pasar modern yang telah beroperasi sejak November 2020.

Target pasar yang dituju dari dibangunnya fasilitas ini adalah turis yang berkunjung ke Indonesia maupun masyarakat Indonesia yang akan berkunjung ke Malaysia

melalui PLBN Entikong. Adanya pembangunan fasilitas pasar modern ini membuka peluang usaha dan lapangan pekerjaan bagi pelaku UMKM terutama masyarakat Entikong. Pembangunan pasar modern yang berjarak sekitar 3 kilometer dari terminal penumpang ini bertujuan untuk memfasilitasi perdagangan bagi pelaku UMKM, difungsikan sebagai *rest area* atau tempat transit sementara serta dapat menjadi ikon kota, dimana tersedia gerai-gerai bagi UMKM untuk mendagangkan makanan, pakaian, serta souvenir khas yang diharapkan dapat menjadi daya tarik dan representasi kemajuan Indonesia.

Salah satu produk UMKM unggulan Kabupaten Sanggau yaitu Batik Sabang Merah (Batik Samer) yang dapat dibeli disalah satu gerai di PLBN Entikong. Berdasarkan sejarahnya, Batik Samer diawali dari ide sederhana Bupati Sanggau yang berkeinginan Sanggau harus mempunyai ciri khas Batik sendiri. Sehingga ditahun 2015 diselenggarakan Pelatihan M'batik Program Pengembangan Industri Usaha Kecil Menengah (UKM) Kabupaten Sanggau di Kabupaten Sukoharjo. Namun, sayangnya Batik Samer belum memiliki *packaging* yang menarik dalam memperkenalkan produk ke konsumen, padahal dari segi keberagaman desain produk, identitas produk dan nilai yang terkandung dalam filosofi Batik Samer tidak kalah saing dari produk batik daerah lainnya.



Berdasarkan data Kementerian Perindustrian, ekspor batik Indonesia mencapai 2.117 ton dengan nilai US\$35,46 juta pada tahun 2021. Jumlah tersebut tumbuh sebesar 21,35% dibandingkan pada tahun sebelumnya yaitu sebanyak 1.745 ton dengan nilai US\$28,01 juta. Meski demikian, ekspor batik Indonesia cenderung menurun dalam satu

dekade terakhir. Sepanjang periode tersebut, Indonesia paling banyak mengekspor batik sebesar 52.438 ton dengan nilai US\$1,14 miliar pada 2011. Sementara, ekspor batik paling rendah sebesar 1.745 ton dengan nilai US\$28,01 juta pada 2020 akibat pandemi covid 19. Berdasarkan negara tujuannya, ekspor batik Indonesia pada 2021 paling banyak menuju Amerika Serikat, yakni 1,21 juta ton dengan nilai US\$24,71 juta. Jumlah tersebut setara dengan 57,22% dari total ekspor batik Indonesia pada tahun lalu. Malaysia menduduki posisi kedua dengan total batik yang diimpor dari Indonesia sebanyak 128.428 ton dengan nilai US\$1,14 juta. Lalu, Indonesia mengekspor batik ke Turki sebanyak 121.407 ton nilai US\$504.834.

Sejak diterbitkan peraturan terkait kemudahan keimigrasian dalam rangka mendukung pariwisata berkelanjutan pada masa pandemi corona disease 2019, di Bulan April yang awalnya dibuka untuk bagi 63 negara dan telah diubah dengan Surat edaran Nomor IMI-0650.GR.01.01 Tahun 2022 sehingga menjadi 75 Negara, sampai pada 31 Juli 2022, terhitung sebanyak 2.502 WNA yang masuk Indonesia melalui Tempat Pemeriksaan Imigrasi Entikong untuk tujuan sosial, bisnis dan pariwisata, dengan didominasi dari Warga Negara Malaysia. (beritakota.id).

INDUSTRI TEKSTIL

Industri tekstil dan pakaian jadi merupakan salah satu penopang sektor industri pengolahan nonmigas. Sebagai industri padat karya, kontribusi jumlah tenaga kerja mencapai 2,67 persen, atau terbesar kedua di industri pengolahan. Selain itu, pada tahun 2021, kontribusi Produk Domestik Bruto (PDB) industri ini mencapai 6,3 persen terhadap industri pengolahan nonmigas. Peningkatan tren kinerja industri ini di tahun 2016-2017 menjadikan industri tekstil dan pakaian jadi sebagai salah satu industri prioritas yang dikembangkan dalam Rencana Induk Pembangunan Industri Nasional dan Making Indonesia 4.0. Sepanjang tahun 2017-2019, kinerja industri tekstil dan pakaian jadi terus meningkat. Peningkatan ini merupakan potensi besar bagi industri Indonesia. Namun adanya pandemi Covid-19 di tahun 2020 berdampak pada penurunan kinerja industri ini. Padahal, saat ini industri tekstil menjadi sektor prioritas pengembangan dalam Making Indonesia 4.0, sehingga pelaksanaan program yang dicanangkan untuk tahun 2021 masih jauh dari harapan. Berbagai tantangan yang dihadapi antara lain masih tingginya ketergantungan impor bahan baku, rendahnya daya saing investasi, tingginya biaya energi, kurang produktifnya mesin industri yang digunakan, regulasi, serta risiko impor (Kemenperin, 2021).

Dalam rangka meningkatkan kembali daya saing industri tekstil, maka program Making Indonesia 4.0 terus digiatkan. Dalam agenda tersebut, beberapa kebijakan strategis yang tengah dijalankan, antara lain mendorong perluasan akses pasar, merestrukturisasi mesin dan peralatan, kemudahan ketersediaan bahan baku, pasokan energi, serta pemberlakuan regulasi perlindungan (Kemenperin, 2019).

Berdasarkan Peraturan Menteri Perindustrian Republik Indonesia Nomor 18 Tahun 2021 tentang Program Restrukturisasi Mesin dan / atau Peralatan pada Industri Penyempurnaan Kain dan Industri Percetakan Kain, program restrukturisasi mesin dan atau peralatan diselenggarakan dengan tujuan sebagai berikut:

1. Mendukung pelaksanaan peta jalan *Making* Indonesia 4.0;
2. Meningkatkan daya saing, produktivitas, efisiensi energi, dan pendalaman struktur Industri tekstil dan produk tekstil; dan
3. Meningkatkan pengendalian terhadap pencemaran lingkungan hidup.

Strategi *Branding* Batik Sabang Merah di Pasar Baru PLBN Entikong

1. *Branding* oleh Pemerintah Daerah

Batik merupakan salah satu kesenian khas dari Indonesia yang telah ada sejak berabad-abad tahun yang lalu. (Mawardhi dan Agustin, 2018). Sebagai masyarakat Indonesia, tentu bangga memiliki warisan budaya dunia yang telah diakui oleh UNESCO sejak tahun 2009, sehingga perlu dijaga keberadaannya dan keasliannya yang dituangkan dalam Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 53 Tahun 2015 tentang Ketentuan Impor Tekstil dan Produk Tekstil Batik dan Motif Batik dalam pasal 1 ayat 1 bahwa tekstil dan produk tekstil batik, yang selanjutnya disingkat TPT Batik adalah kain lembaran batik yang mengandung perpaduan warna paling sedikit 2 warna dan dihasilkan melalui proses membatik yang digunakan sebagai bahan baku atau bahan penolong, dan produk yang menggunakan kain lembaran batik.

Berdasarkan hasil wawancara kami bersama Kepala Bidang Perindustrian Disperindakop UM Bapak Sylvester Roy Wiranto, batik Sabang Merah (Samer) merupakan lembaran kain dengan motif daun sabang merah sebagai motif utamanya yang dihasilkan melalui proses membatik dengan bahan penolong berupa cap yang desain awalnya digagaskan oleh pimpinan daerah Kabupaten Sanggau.

Motif Prima Sabang Merah ini dibuat dengan dasar pemikiran bahwa Kabupaten Sanggau sebagai bagian dari Negara Kesatuan Republik Indonesia juga senantiasa siap ikut

menjaga persatuan dan kesatuan dengan pendekatan keadaerahan melalui motif Prima Sabang Merah sebagai simbol pemersatu dan perjuangan. Kemudian cap tersebut dikembangkan oleh masyarakat Sanggau dengan pembinaan oleh Disperindagkop Kabupaten Sanggau. Pada prosesnya, Bupati Sanggau memberikan apresiasi dengan mendukung penggunaan batik Sabang Merah (Samer) dengan membuat Surat Himbuan untuk penggunaan batik Samer sebagai pakaian kerja ASN maupun organisasi. Kini dalam kegiatan pameran dan kunjungan dinas baik skala nasional maupun internasional batik Samer selalu diekspos sebagai batik khas Kabupaten Sanggau bahkan sebagai souvenir yang telah diperjualbelikan serta digunakan oleh khalayak umum. Melalui beberapa aspek seperti nama, logo, filosofi hingga penggunaan warna tertentu merupakan upaya *branding* yang telah dilakukan oleh Pemerintah Daerah untuk mengenalkan nilai-nilai produk batik Sabang Merah.



Sumber: Dekranasda Kabupaten Sanggau, 2022

Selain merupakan ciri khas, kerajinan batik ini juga diyakini bisa meningkatkan taraf ekonomi pengrajin batik melalui penciptaan unit usahanya. Tentunya cita-cita ini harus melibatkan banyak pihak untuk mencapainya. Sebagai langkah awal, Dinas Perindagkop dan UM Kabupaten Sanggau, PT Antam Tbk dan Dekranasda Kabupaten Sanggau telah membuat komitmen bersama untuk berkerjasama dalam pengembangan aneka kerajinan khususnya batik yang berlangsung di Kantor PT Antam Tbk di Jakarta. Untuk mendukung produksi batik Samer, Pimpinan PT Antam Tbk berkomitmen memberikan *support* melalui kegiatan CSR dengan membangun dua klaster perajin batik di Kecamatan Tayan Hilir dan Kecamatan Entikong dengan pola replikasi usaha serta membantu menambah daya kreasi motif lokal sebanyak sepuluh buah hasil karya lokal dengan unsur-unsur ciri keadaerahan. Pihak Pemerintah, BUMN dan Organisasi Dekranasda juga membahas terkait bagaimana nantinya perencanaan, pembinaan, pengembangan motif Sabang Merah serta pemasaran produk serta monitoring dan evaluasi.

2. Deskripsi Produk dengan Karakter yang Kuat

Batik Sabang Merah mengangkat isu daerah dalam proses pengembangan motif yang nantinya akan ataupun telah dijadikan cap batik untuk memperkaya motif batik tersebut. Tujuannya adalah untuk membangun persepsi terhadap batik Sabang Merah di dalam pemikiran dan perasaan konsumen melalui pernyataan rasional, emosional atau kultural seperti beberapa contoh motif dibawah ini :

- **Motif Belimbing Darah**

Di lingkungan masyarakat Sanggau, belimbing darah banyak tumbuh liar di hutan oleh karenanya belimbing darah dilambangkan sebagai kesuburan dan kebesaran Tuhan YME. Warnanya yang merah melambangkan keberanian dengan buah yang berkelompok dilambangkan sebagai masyarakat Sanggau yang suka berkumpul dan berkelompok dalam kegiatan sehari-harinya seperti gotong royong bahkan ketika harus mengambil suatu keputusan.

- **Motif Ikan Lais**

Sebagai ikan yang banyak diburu orang, kini populasi ikan ini sudah mulai menurun dan terancam punah. Oleh karena itu perburuan ikan yang secara serampangan saat ini sangat dilarang oleh Pemerintah Daerah sebagai upaya pelestarian. Sebagai wujud pelestarian dan kecintaan masyarakat Sanggau, motif ikan ini dibuat dengan indah dan menarik sebagai pengayaan motif Batik Samer.

- **Motif Tebu Telo**

Sebagai tumbuhan yang sangat lekat dengan kota Sanggau, motif ini melambangkan nilai tradisi masyarakat Sanggau yang cinta dengan flora ciptaan Tuhan sebagai sumber penghidupan yang alami. Bentuknya yang terselembung menggambarkan nilai kebaikan manusia tidak dapat diukur dari luarnya saja tetapi digali dari dalam dirinya.

- **Motif Mawar Hutan**

Mawar dalam bentuk motif yang dibuat sebagai pengayaan motif Samer, memiliki keindahan yang luar biasa. Mawar digambarkan sebagai simbol penuh cinta diharapkan bisa mengalirkan rasa cinta kepada sesama manusia dan mendamaikan setiap orang yang melihatnya. Didesain susun menjulur keatas diharapkan dapat menjadi pengingat manusia akan sang pencipta atas anugerah flora yang luar biasa di Bumi Daranante ini.

- **Motif Bulu Ruai**

Melalui motif bulu pada buntut Ruai ini diharapkan dapat menjadi variasi yang Indah bagi motif lainnya dengan memunculkan ciri khas daerah Kalimantan yang kental dan orisinil.

- **Motif Bunga Terompet**

Dengan motif bunga sebanyak delapan buah dan melingkar melambungkan siklus kehidupan manusia yang tidak putus dan terus berputar. Kemudian, tujuh lembar daun didalamnya memperindah motif tersebut dengan makna jumlah hari dalam kehidupan manusia.

- **Motif Melati**

Sebagai produk sejarah, motif ini sangat mungkin diabadikan dan dilestarikan dengan membuat diversifikasi produknya seperti batik tradisional. Motif yang disusun secara urut ini merupakan dasar dalam pembuatan batik terutama batik cap.

3. Jejaring Bisnis

Branding produk yang sering digunakan yaitu *branding* digital yang direalisasikan dengan memanfaatkan media digital untuk merepresentasikan baik melalui audiovisual interaktif maupun visualisasi menarik yang disesuaikan pada targer marketnya. Menjalankan *branding* produk merupakan salah satu upaya mengelola dan menjaga nama baik produk terlebih kebiasaan masyarakat saat ini yang lebih memilih menggunakan internet dalam mengakses berbagai informasi. Branding produk secara digital akan merancang konsep pemecahan masalah, membantu untuk menghubungkan antara kebutuhan, keinginan, tujuan bisnis dan audience (Dais Sepri dan Dasrun Hidayat, 2013). Batik Sabang Merah dipasarkan secara langsung di Gerai Samer Sanggau, dan *rest area* PLBN Entikong, Batik Sabang Merah juga dipajang di Galeri Dekranasda Kabupaten Sanggau dan telah terdaftar di website Dekranasda Kalimantan Barat.

4. Orientasi Kemasan Produk/*Packaging*

Kemasan produk menunjukkan kesan pertama konsumen terhadap *branding* produk dan usaha. Pengemasan (*packaging*) secara sederhana dapat juga diartikan sebagai suatu cara untuk menyampaikan *value* produk kepada konsumen dalam keadaan terbaik dan menguntungkan. Dalam era digital saat ini, kemasan mempunyai peran yang sangat penting karena pemuasan visualisasi akan selalu terkait dengan komoditi yang dikemas dan sekaligus merupakan nilai jual baik ketika diperjualbelikan secara langsung maupun melalui sosial media. Seperti pepatah mengatakan “*packaging is a silent salesman*”. Produk merupakan perpaduan antara isi dan kemasan, kemasan yang standar dapat mengangkat citra produk Batik Samer, kemudian memberikan nilai tambah dalam penjualan. Kemasan bisa memberikan perlindungan produk dengan baik dari cuaca,

cahaya/sinar, perubahan suhu, tumpukan, kotoran, serangga, bakteri dan lain-lain. Struktur kemasan yang mudah dibuka dan ditutup serta mudah dibawa (ergonomi) kemudian ukuran kemasan yang sesuai menciptakan daya tarik visual bagi konsumen. Bentuk fisik kemasan ditentukan oleh sifat produk itu sendiri, sistem penjualan, mekanis, *display*, distribusi dan segmen pasar. *Labeling* harus jelas, lengkap, serta desain kemasan baiknya dirancang unik dan khas sehingga tampak berbeda dengan produk lain. Tampak pada gambar berikut, kemasan Batik Samer yang selama ini telah digunakan yaitu berbahan plastik bening dengan pengaman berbentuk zip. Desain simple tampak seperti pada gambar dibawah ini.



Sumber: Dekranasda Kabupaten Sanggau, 2022

SIMPULAN

Dalam komunikasi pemasaran, salah satu fungsi branding adalah sebagai salah satu sarana untuk menanamkan citra positif dibenak konsumen, sehingga perlu dipahami oleh para pelaku UMKM, karena branding produk merupakan salah satu poin penting agar produk UMKM akan senantiasa diingat oleh masyarakat atau konsumen dalam jangka waktu. UMKM dapat memaksimalkan penjualan dan memperkenalkan produknya secara luas dengan cara membranding hasil produknya sendiri. Dengan adanya branding UMKM ini dapat memperluas pangsa pasar dan juga didukung dengan semakin canggihnya teknologi ini dapat membuat branding sebagai salah satu senjata utama dalam memasarkan pada sebuah produk. Manfaat branding selain memperbanyak penjualan dan memperkenalkan produk pada kalangan masyarakat juga memiliki manfaat yang lain yaitu menjangkau pangsa pasar lebih banyak dan memperluas pasar melalui media online.

Menurut Kotler, komunikasi pemasaran adalah suatu *scape* yang menantang dan informasi (perusahaan) sampai dengan system pengambilan keputusan konsumen. Termasuk didalamnya pesan dan citra produk yang dipresentasikan oleh perusahaan kepada konsumen potensial maupun stakeholder lainnya (Kotler, 2009).

REKOMENDASI

Berdasarkan kesimpulan diatas maka rekomendasi yang dapat kami paparkan yaitu pentingnya peran strategi *branding* yang tepat untuk produk batik Samer, salah satunya dengan menentukan desain dan logo untuk kemasan/*packaging* produk Batik Samer. Melalui penerapan strategi branding yang tepat, maka citra identitas akan melekat pada produk. Hal ini akan meningkatkan kepercayaan konsumen sehingga mempermudah kegiatan periklanan dan pemasaran produk. Brand yang menarik dan disertai produk berkualitas dapat menunjang usaha bisnis Batik Samer untuk lebih berkembang.

Diharapkan melalui penulisan ini nantinya dapat menjadi bahan rekomendasi untuk disampaikan kepada Pemerintah Kabupaten Sanggau sehingga dapat menjadi pertimbangan dalam perumusan kebijakan kedepannya khususnya dalam terkait produk Batik Samer.



DAFTAR PUSTAKA

Dhamar Mawardhi & Senja Aprela Agustin. (2018). Perancangan Buku Visual Eksplorasi Motif Batik Ponorogoan sebagai Upaya Pelestarian Warisan Budaya Daerah, Jurnal Sains Dan Seni ITS Vol. 7, No. 2 (2018), 2337-3520 (2301-928X Print).

Dais Sepri & Dasrun Hidayat. (2013). Branding Produk Memasuki Masa New Normal.

Jurnalisme data, 2021, "Indonesia Ekspor Batik Sebanyak 2.117 Ton pada 2021", Available at: <https://beritakota.id/2022/08/08/imigrasi-entikong-bersinergi-membantu-perekonomian-warga-perbatasan/> (Diakses: 4 November 2022).

Jurnalisme data, 2022, "Imigrasi Entikong Bersinergi Membantu Perekonomian Warga Perbatasan", Available at: <https://dataindonesia.id/sector-riil/detail/indonesia-ekspor-batik-sebanyak-2117-ton-pada-2021> (Diakses: 4 November 2022)

Jurnalisme data, 2022, "Buletin APBN", Available at: <https://berkas.dpr.go.id/puskajianggaran/buletin-apbn/public-file/buletin-apbn-public-152.pdf> (Diakses: 4 November 2022)

Jurnalisme data, 2022, "Batik Samer Ditargetkan Jadi Produk Unggulan di Sanggau", Available at: <https://pontianak.tribunnews.com/2019/08/09/batik-samer-ditargetkan-jadi-produk-unggulan-di-sanggau> (Diakses: 4 November 2022)