

OPTIMALISASI PRODUK INTAN COFFEE DARI KELOMPOK TANI MANDALAWANGI KECAMATAN PACET MELALUI DESAIN KEMASAN

WANTORO

Program Studi Desain Grafis

Universitas Komputer Indonesia

Jl. Dipati Ukur No. 112-116, Bandung 40132

e-mail: wantoro@email.unikom.ac.id

ABSTRACT

The Mandalawangi farmer group led by H. Bustomi located in Pacet sub-district, Bandung district has been one of the managers of coffee produced from the Mandalawangi mountains since 2007. During this time, the coffee produced is sold to large reservoirs on a large scale which is then exported to America and the Netherlands. to meet the needs of the world market. As the leader, H. Bustomi wants to start a new step in his business by distributing his coffee directly to local/Indonesian communities in retail form. The coffee which will be sold to local/Indonesian communities will be given the name In-Co which stands for Intan Coffee. Several variants that will be sold include Robusta, Arabica and Riberica. For this reason, we need a packaging media that can wrap, protect the product and at the same time introduce the coffee to the public. The packaging is also expected to add value to the product of In-Co coffee so that it can compete with similar products already on the market. Graphic design, has a role to help realize good packaging for In-Co coffee. A collaborative effort is needed between In-Co coffee as a partner with the graphic design world which is one of the branches of science at the Indonesian Computer University in the form of Community Service activities. The type of service targeted is the Community Partnership Program (PKM) with the Mandalawangi farmer group as the target (partner) of an economically productive community.

Key words: *coffee, graphic design, packaging, product.*

ABSTRAK

Kelompok tani Mandalawangi pimpinan H. Bustomi yang terletak di kecamatan Pacet, kabupaten Bandung merupakan salah satu pengelola hasil kopi yang dihasilkan dari pegunungan Mandalawangi sejak tahun 2007. Selama ini, kopi yang dihasilkan dijual kepada penampung besar dalam skala besar yang kemudian diekspor ke Amerika dan Belanda guna memenuhi kebutuhan pasar dunia. Selaku pimpinan, H. Bustomi ingin memulai langkah baru dalam bisnisnya dengan mengedarkan kopinya langsung kepada masyarakat lokal/Indonesia dalam bentuk eceran. Kopi yang nantinya dijual kepada masyarakat lokal/Indonesia tersebut akan diberi nama In-Co yang merupakan singkatan dari Intan Coffee. Beberapa varian yang akan dijual antara lain Robusta, Arabica dan Riberica. Untuk itu, diperlukan sebuah media kemas yang dapat membungkus, melindungi produk sekaligus dapat mengenalkan kopi tersebut kepada masyarakat. Kemasan diharapkan juga dapat menambah value product dari kopi In-Co agar dapat bersaing dengan produk sejenis yang sudah ada di pasaran. Desain grafis, memiliki peran untuk membantu terwujudnya kemasan yang baik bagi kopi In-Co. Diperlukan sebuah upaya kolaborasi antara kopi In-Co sebagai mitra dengan dunia desain grafis yang merupakan salah satu cabang keilmuan di Universitas Komputer Indonesia dalam bentuk kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat. Jenis pengabdian yang disasar adalah Program Kemitraan

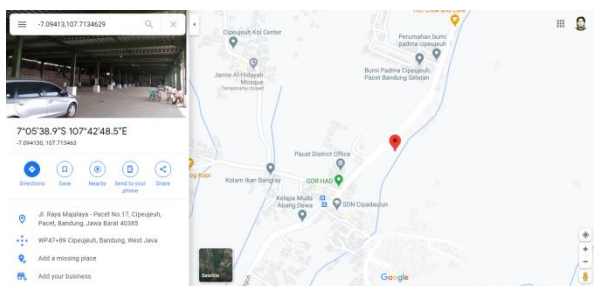
Masyarakat (PKM) dengan Kelompok tani Mandalawangi sebagai sasaran (mitra) masyarakat yang produktif secara ekonomi.

Kata kunci: desain grafis, kemasan, kopi, produk.

PENDAHULUAN

Berdasarkan data International Coffee Organization (2019), Indonesia merupakan negara penghasil kopi terbesar keempat dunia dibawah Brazil Vietnam dan Kolombia. Setidaknya Indonesia memiliki peran rata-rata sebesar 6,07 persen terhadap total hasil dunia. Kopi sendiri merupakan hasil tani yang banyak dihasilkan di wilayah Jawa Barat. Berdasarkan data Dinas Perkebunan Provinsi Jabar tahun 2017, Kabupaten Bandung sekurangnya memiliki 3.883 ha perkebunan kopi.

Kelompok tani Mandalawangi terletak di kecamatan Pacet, kabupaten Bandung, Jawa Barat. Kelompok ini telah berdiri sejak tahun 2007 dibawah Koperasi Mandalawangi Sejahtera Mandiri dan merupakan salah satu pengelola hasil kopi yang dihasilkan pegunungan Mandalawangi. Kelompok tani Mandalawangi beralamat di Jl. Raya Majalaya Pacet No. 17. Desa Cipeujeuh, Kecamatan Pacet, Kabupaten Bandung, Jawa Barat. Di tempat ini, kelompok tersebut melakukan pengeringan, penggilingan, dan kegiatan pasca panen lainnya. Gambar 1 merupakan peta lokasi kelompok tani Mandalawangi di Kabupaten Bandung.



Gambar 1. Lokasi kelompok tani Mandalawangi

Kelompok tani ini berada dibawah pimpinan H. Bustomi. Saat ini, Kelompok tani Mandalawangi selama ini menjual hasil kopinya kepada penampung dalam skala besar yang kemudian dipasarkan dalam negeri dan bahkan dieksport guna memenuhi kebutuhan pasar dunia. Pada tahun 2021, H. Bustomi merupakan salah satu wakil Indonesia yang turut serta dalam pameran kopi di Turki. Gambar 2 dibawah ini merupakan tempat pengolahan kopi milik kelompok tersebut.



Gambar 2. Tempat pengolahan kopi kelompok tani Mandalawangi

Kelompok tani Mandalawangi memiliki potensi sebagai kelompok penghasil kopi dengan kualitas baik. Permasalahan yang harus ditangani adalah peningkatan *value* produk kopi jika nantinya dipasarkan secara mandiri langsung ke konsumen dengan nama In-Co atau Intan Coffee. Saat ini, kopi yang dijual oleh kopi kelompok tani Mandalawangi masih dalam keadaan “polos” dalam kemasan plastik tanpa informasi merk, jenis, berat dan sebagainya. Hal ini terlihat pada gambar 3. Hal ini tentu saja membuat

produk tidak dapat dibedakan dengan produk dari kelompok tani atau merk lain. Selain itu, dengan kemasan sederhana ini informasi dan *value* produk menjadi tidak tersampaikan dengan baik. *Value* pada produk salah satunya dapat ditingkatkan melalui penampilan produk dalam hal desain.



Gambar 3. Kopi dengan kemasan polos

Kelompok tani pimpinan H. Bustomi belum memiliki pengetahuan dan kemampuan dalam merencanakan, merancang dan menggunakan desain dalam produknya. Diperlukan bantuan pihak atau mitra yang memiliki kemampuan desain tersebut untuk membantu mitra kelompok tani Mandalawangi. Prioritas saat ini adalah merancang desain kemasan untuk produk kopi yang akan *dilaunching* oleh kelompok tani Mandalawangi dengan nama In-Co. Kemasan akan dibuat dalam beberapa varian visual menyesuaikan varian kopi yang akan dipasarkan dengan informasi lengkap mengenai nama merk, varian, berat, dan sebagainya.

METODE PELAKSANAAN

Pada tahap awal pelaksanaan, mitra akan diberi materi berupa pengetahuan pentingnya desain kemasan bagi sebuah produk. Pada langkah awal, pelaksana akan melakukan survei ke lokasi untuk melakukan observasi, dokumentasi, dan wawancara. Dalam wawancara, kelompok tani Mandalawangi sebagai sasaran akan diajak berdiskusi mengenai desain kemasan yang akan dirancang. Kemudian hasil diskusi dan masukan akan menjadi pertimbangan dalam perancangan desain kemasan. Gambar 4 memperlihatkan bukti kunjungan.



Gambar 4. Kunjungan ke H. Bustomi selaku ketua kelompok tani Mandalawangi

Berdasarkan diskusi, didapatkan beberapa *insight* dari mitra mengenai arah desain yang diinginkan. Pelaksana dibantu anggota akan menggunakan pengetahuan desain grafis yang dimiliki dalam perancangan grafis kemasan. Setelah *prototype* kemasan dibuat maka akan dibuat studi perbandingan dengan kemasan lain sebagai bagian *trial* dan *error*. Tahap akhir setelah kemasan selesai dirancang adalah sosialisasi desain kemasan kopi In-Co kepada kelompok tani Mandalawangi pimpinan H. Bustomi yang terletak di kecamatan Pacet, kabupaten Bandung.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Desain kemasan akhir yang akan digunakan dalam produk In-Co Intan Coffee merupakan hasil observasi, dokumentasi, dan wawancara pelaksana dan mitra. Dalam proses ini kedua belah pihak saling memberi pengetahuan, masukan, dan kritik. Gambar 5 memperlihatkan proses diskusi dengan H. Bustomi selaku pimpinan kelompok tani.



Gambar 5. Proses diskusi desain grafis kemasan dengan H. Bustomi

Pelaksana selalu membuat alternatif atau pilihan desain sesuai proses-proses sebelumnya. Hal ini dilakukan guna memberi kemungkinan-kemungkinan pengembangan desain yang lebih inovatif. Gambar 6 dibawah memperlihatkan berbagai alternatif desain grafis kemasan yang akan dijadikan pilihan kepada mitra.



Gambar 6. Alternatif desain grafis kemasan

Setelah melalui beberapa tahapan, pelaksana dan mitra menyepakati desain

untuk kemasan kopi In-Co Intan Coffee Mandalawangi dengan varian Arabica, Robusta dan Riberica. Kemasan yang dibuat untuk ukuran 250 gram. Antara satu varian dengan varian lainnya harus memiliki kesinambungan desain sebagai bagian dari upaya membangun identitas visual In-Co Intan Coffee. Desain juga diarahkan berkesan modern. Berikut adalah tampilan depan dan belakang untuk kemasan kopi In-Co Intan Coffee Mandalawangi dengan varian Arabica, Robusta dan Riberica. Gambar 7 merupakan desain grafis kemasan terpilih untuk varian Arabica.



Gambar 7. Desain grafis kemasan Arabica

Kemasan Arabica didominasi warna biru tua (*navy*) dengan latar ilustrasi pohon kopi. Dibagian tengah terdapat logo In-Co Intan Coffee. Logo In-Co Intan Coffee merupakan ikon dari bentuk mahkota, intan, dan 2 biji kopi. Akses kemasan varian Arabica adalah warna pink dan tulisan Arabica.

Pada bagian belakang kemasan terhadap kalimat deskripsi mengenai In-Co sebagai berikut: Intan Coffee merupakan produk dari kopi yang ditanam di pegunungan Mandalawangi (Bandung Selatan) oleh petani-petani lokal secara turun menurun dengan pengetahuan, kearifan dan cinta. Kopi yang dipanen merupakan kopi pilihan yang dipetik dengan tangan-tangan terampil dari buah merah dengan pengolahan menggunakan mesin modern.



Gambar 8. Desain grafis kemasan Robusta

Kemasan varian Robusta tetap seperti Arabica yang didominasi warna biru tua dengan latar ilustrasi pohon kopi. Dibagian tengah terdapat logo In-Co Intan Coffee. Aksesoris kemasan varian Robusta yaitu warna hijau dan tulisan Robusta. Gambar 8 diatas merupakan desain grafis kemasan terpilih untuk varian Robusta.



Gambar 9. Desain grafis kemasan Riberica

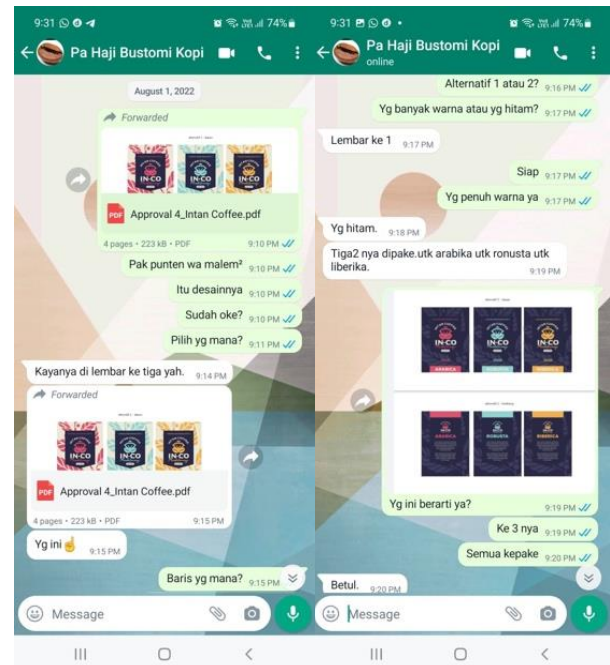
Seperti kemasan varian Arabica dan Robusta, kemasan varian Riberica juga tetap didominasi warna biru tua dengan latar ilustrasi pohon kopi. Dibagian tengah terdapat logo In-Co Intan Coffee. Berbeda dengan varian Arabica dan Robusta, kemasan varian Riberica menggunakan aksesoris warna kuning dan tulisan Riberica. Gambar 9 diatas merupakan desain grafis kemasan terpilih untuk varian Riberica.

Dalam sebuah kemasan terdapat elemen visual lain seperti huruf dan tata letak. Huruf yang digunakan dalam kemasan ini antara lain

Tahu! untuk tulisan “Mandalawangi”, Gotham untuk tulisan “Arabica” “Robusta” “Riberica”, huruf RedRose Bold untuk tulisan “Intan Coffee” “In-Co”, huruf Avenir LT Pro Medium untuk tulisan “Original Parahyangan Coffee” “250GR” “sejak 2007” dan huruf Nunito Sans untuk Sinopsis dibagian belakang kemasan. Semua huruf dalam kemasan ini dalam lisensi *free for commercial use* atau 100% *free*.

Sedangkan tata letak atau *layout* kemasan adalah Center. Posisi elemen-elemen visual semua cenderung tengah. Tata letak Center memungkinkan khalayak melihat dengan arah yang sama dan fokus ketengah. Informasi menjadi lebih rapi dan mudah dicerna.

Berdasarkan hasil desain grafis kemasan, dan diskusi akhir, mitra sebagai pengguna merasa puas dan akan menggunakan hasil dalam karya nyata kemasan produknya. Pelaksana dan pengguna kegiatan ini menjadi solusi permasalahan yang selama ini dihadapi. Gambar 10 merupakan bukti respon pengguna.



Gambar 10. Respon Pengguna

KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk menghadirkan kemasan kopi dengan merk baru In-Co yang akan digunakan sebagai media kemas, pelindung dan pengenalan produk sekaligus menaikkan value. Kemasan yang nanti dibuat akan terdiri dari beberapa varian ukuran. Dengan adanya kemasan kopi yang terancang dengan baik, diharapkan value produk dan brand akan naik yang berimbas pada peningkatan penjualan dan kesejahteraan kelompok tani tersebut. Kegiatan diatas merupakan upaya alih teknologi, ilmu, dan seni kepada masyarakat sebagai upaya pengembangan potensi khususnya kopi.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih ditujukan kepada Divisi Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat (DP2M) Universitas Komputer Indonesia yang telah memfasilitasi kegiatan pengabdian internal UNIKOM 2022. Terima kasih juga dihaturkan kepada kelompok tani Mandalawangi pimpinan H. Bustomi yang terletak di kecamatan Pacet, kabupaten Bandung yang bersedia dan terbuka menjadi mitra pada pelaksanaan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Danger, E. P. (1992). *Selecting Colour for Packaging*. Terjemahan Darwis Ishak, Jakarta: PT Pustaka Binaman Pressindo.
- [2] Julianti, Sri. (2014). *The Art of Packaging: Mengenal Metode, Teknik, & Strategi Pengemasan Produk untuk Branding*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- [3] Klimchuk, Marianne. (2008). *Desain Kemasan*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Lawson, Bryan. (1980). *Bagaimana Cara Desainer Berfikir (How Designers Think) terj.*, Jakarta: Jalasutra.
- [4] Mukhtar, Syukrianti & Nurif, Muchammad (2015). Peranan Packaging Dalam Meningkatkan Hasil Produksi terhadap Konsumen. *Jurnal Sosial Humaniora (JSH)* Vol 8, No 2 181-191.
- [5] Orth, U.R., Campana, D. & Malkewitz, K. (2010). Formation of consumer price expectation based on package design: attractive and quality routes. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 18(1), 23-40.
- [6] Pildicth, James. (1970). *Communication By Design, A Study In Corporate Identity*. Cambridge: McGraw-Hill Publishing.
- [7] Peraturan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Nomor 3 Tahun 2020 tentang Standar Nasional Pendidikan Tinggi.
- [8] Panduan Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat Edisi XII Revisi Peraturan Menteri Riset, Teknologi dan Pendidikan Tinggi No. 38 Tahun 2019 tentang Prioritas Riset Nasional Tahun 2020-2024. Jakarta: Kementerian Riset, Teknologi dan Pendidikan Tinggi.
- [9] Pratiwi, Selly. (2013). *Desain Kemasan Cokelat Garut Packaging Design Of Garut Chocolate (Kajian Visual Estetik pada Kemasan Chocodot Perusahaan Tama Chocolate Garut)*. *Jurnal Gradasi*. Vol 1, No 3 (2013): Antologi Seni Rupa FPBS UPI
- [10] Santoso, Imam & Fitriyani, Rengganis. (2016). Green Packaging, Green Product, Green Advertising, Persepsi, dan Minat Beli Konsumen. *Jurnal Ilmu Keluarga & Konsumen*. Vol. 9 No. 2 p: 147-158
- [11] Rokka, J. & L. Uusitalo, (2008). Preference For Green Packaging In Consumer Product Choices-Do Consumers Care? *International Journal of Consumer Studies*. 32 (5), 516-525.
- [12] Rundh, B. (2009). Packaging Design: Creating Competitive Advantage with Product Packaging. *British Food Journal*. 111 (9), 988-1002

- [13] Timotius F.C.W, Teofilus, (2019). The Elements Of Packaging That Form A Brand Personality. (Study In Aroma Premium Sekoteng Products). MIX: Jurnal Ilmiah Manajemen, Volume 9, No. 2, Juni 2019 382 – 393.