To Maega | Jurnal Pengabdian Masyarakat
Juni 2023, Vol.6, No.2, hal,217-223
ISSN(P): 2622-6332; ISSN(E): 2622-6340
http://www.ojs.unanda.ac.id/index.php/tomaega

Pelatihan dan Pendampingan Pengembangan Produk Kemasan sebagai Inovasi Produk PT Kopie Humble Indonesia

Putu Agus Perinanta Putra [1], Ni Luh Putu Sariani [1*], Putu Putri Prawitasari [2]

[1] *Program Studi Manajemen, Universitas Pendidikan Nasional*
[2]*Program Studi Akuntansi, Universitas Pendidikan Nasional*

**Correspondent Email: putusariani@undiknas.ac.id*

Article History:
Received: 26-10-2022; Received in Revised: 25-11-2022; Accepted: 08-03-2023
DOI: http://dx.doi.org/10.35914/tomaega.v6i2.1515

Abstrak

PT. Kopie Humble Indonesia memiliki sebuah kedai kopi bernama *Humble Espresso* yang menjual beragam pilihan minuman kopi dan *non coffee* serta makanan ringan yang sangat cocok dinikmati saat berkumpul, melakukan pertemuan dan bekerja secara daring. Permasalahan yang ditemukan pada kedai kopi tersebut ialah kurang menariknya kemasan dari produk minuman. Oleh karena itu, diperlukan pelatihan dan pendampingan *redesign* kemasan produk untuk pengembangan produk kemasan sebagai inovasi produk minuman kepada karyawan kedai kopi melalui kegiatan Praktik Kerja Lapangan (PKL) yang bertujuan untuk meningkatkan kemasan produk minuman yang dapat menarik minat konsumen sebagai inovasi produk dalam mempertahankan eksistensi kedai kopi. Kegiatan ini menggunakan metode observasi, sosialisasi, pelatihan dan pendampingan, serta evaluasi. Melalui program ini, dapat diketahui bahwa terciptanya inovasi produk berupa pengembangan pengemasan produk minuman yang disajikan menggunakan gelas dengan desain kekinian dan bahan dasar paper cup yang ramah lingkungan.

Kata Kunci: Inovasi Produk, Kedai Kopi, Kemasan, Pelatihan, Pendampingan

Abstract

PT. Kopie Humble Indonesia has a coffee shop called Humble Espresso that sells a wide selection of coffee and non-coffee drinks and snacks that are very suitable to be enjoyed when gathering, meeting and working online. The problem found in the coffee shop is the beverage packaging products are less attractive. Therefore, necessary training and mentoring redesign of product packaging for the development of packaging products as beverage product innovation to employees of coffee shops through field work practices (PKL) which aims to improve the packaging of beverage products that can attract consumers as a product innovation in maintaining the existence of coffee shops. This activity uses methods of observation, socialization, training and mentoring, and evaluation. Through this program, it can be seen that product innovation has been created in the form of developing packaging for beverage products served using glasses with modern designs and environmentally friendly paper cup base materials.

Key Word: Product Innovation, Coffee Shop, Packaging, Training, Mentoring,

©To Maega | Jurnal Pengabdian Masyarakat. This is an open access article under the CC BY-SA 4.0 license (https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).

1. Pendahuluan

Persaingan kedai kopi menjadi semakin ketat secara khususnya pada jaman *new normal*. Hal ini dikarenakan kedai kopi menjadi pilihan lokasi yang nyaman bagi masyarakat untuk berkumpul, melakukan pertemuan dan bekerja secara daring. Oleh karena itu, pengusaha kedai kopi terus berinovasi untuk mempertahankan eksistensi bisnisnya (Saputra et al., 2022). Salah satu jenis inovasi yang dapat dilakukan oleh pengusaha kedai kopi adalah inovasi produk (Hayati et al, 2020). Inovasi produk tidak hanya menarasikan isi dari produk seperti rasa dan kualitas tetapi juga desain kemasan produk, meliputi bentuk, warna dan sistem buka tutup kemasan (Suhaeni, 2018). Dengan demikan dapat dikatakan bahwa inovasi produk dapat digambarkan sebagai suatu proses pengembangan kemasan dari produk yang memiliki fungsi penting dalam melindungi isi produk, serta sebagai alat promosi guna menarik minat konsumen (Susetyarsi, 2012).

Kuvykaite et al. (2009) dalam Setiawati & Lumbantobing (2017) mengungkapkan bahwa kemasan pada dasarnya dapat dibagi menjadi dua elemen krusial khususnya pada proses pengembangan desain dari kemasan produk. Pertama ialah elemen visual yang berhubungan secara erat pada aspek afektif yang memiliki fungsi sebagai penyalur informasi yang mampu memengaruhi emosi konsumen dan proses pengambiilan keputusan. Kedua ialah elemen verbal yang berkaitan secara erat dengan aspek kognitif, dimana dapat ditunjukkan melalui informasi-informasi yang tertera pada produk.

Berdasarkan observasi awal yang dilakukan pada sebuah kedai kopi di Denpasar, yaitu *Humble Espresso* dibawah naungan PT. Kopie Humble Indonesia adalah pengemasan produk minuman kopi dan *non coffee* kurang menarik yang terlihat dari penggunaan dasar cup gelas masih menggunakan plastik sehingga mudah bocor, rusak dan tidak tahan lama sebagimana gambar 1 berikut.

©To Maega | Jurnal Pengabdian Masyarakat. This is an open access article under the CC BY-SA 4.0 license (https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).



Gambar 1. Cup Gelas Plastik *Humble Espresso*

Kekurangan pada pengemasan produk minuman kopi dan *non coffee* Humble Espresso disebabkan karena manajemen tidak pernah melakukan pelatihan dan pendampingan mengenai *redesign* kemasan produk. Oleh karena itu, melalui kegiatan Praktek Kerja Lapangan (PKL) ini, penulis merancang program kerja dengan judul **"Pelatihan dan Pendampingan Pengembangan Produk Kemasan sebagai Inovasi Produk PT Kopie Humble Indonesia"** yang bertujuan untuk meningkatkan kemasan produk minuman Humble Espresso yang kekinian dengan menggunakan bahan dasar paper cup yang ramah lingkungan.

2. Metode

Kegiatan PKL ini dilaksanakan secara luring selama 3 minggu yang dimulai dari tanggal 29 Juli sampai 19 Agustus 2022 di Kedai Kopi *Humble Espresso* Denpasar yang diikuti oleh 8 karyawan. Metode yang digunakan selama kegiatan PKL untuk membantu perusahaan mengembangkan kemasan produk minuman sebagai inovasi produk dalam menjaga eksistensi kedai kopinya adalah observasi, sosialisasi, pelatihan dan pedampingan serta evaluasi yang dikelompokan menjadi tiga tahapan dalam implementasinya sebagaimana digambarkan pada gambar diagram alur berikut.

©To Maega | Jurnal Pengabdian Masyarakat. This is an open access article under the CC BY-SA 4.0 license (https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).



Gambar 2. Diagram Alur Kegiatan

3. Hasil dan Pembahasan

Hasil kegiatan ini adalah terciptanya inovasi produk berupa pengembangan kemasan produk minuman yang disajikan menggunakan gelas dengan desain kekinian dan bahan dasar paper cup yang ramah lingkungan. Pencapaian hasil kegiatan ini diperoleh melalui tiga tahapan yang dapat dipaparkan sebagai berikut:

1. Tahap Pendahuluan

Pada tahap ini tim kegiatan melaksanakan observasi pada tanggal 29 Juli 2022 di Kedai Kopi *Humble Espresso* Denpasar dan diskusi dengan pimpinan Kedai Kopi tersebut. Kegiatan ini bertujuan untuk mengetahui kondisi kedai kopi, permasalahan internal ataupun eksternal yang dihadapi, serta mengkaji potensi untuk berkembang. Hasil observasi tersebut disepakati program kerja PKL yang dilakukan adalah pelatihan dan pendampingan pengambangan produk kemasan melalui *redesign* kemasan produk dengan menggunakan bahan baku kemasan paper cup sebagai inovasi produk minuman kedai kopi tersebut. Keunggulan paper cup adalah gelas kertas baik untuk minuman dingin atau panas sehingga dapat mempertahankan kualitas dari produk dalam jangka waktu lama (Pulungan et al., 2018) dan mendukung Peraturan Gubernur Bali Nomor 97 Tahun 2018 pasal 4 terkait jenis dan pembatasan plastik sekali pakai digantikan dengan bahan lain yang ramah lingkungan.

2. Tahap Pelaksanaan

Tahap ini menggunakan 2 metode. yaitu:

a) Sosialisasi kepada karyawan mengenai teori kemasan produk yang dilaksanakan pada tanggal 10 Agustus 2022 dengan tujuan karyawan

©To Maega | Jurnal Pengabdian Masyarakat. This is an open access article under the CC BY-SA 4.0 license (https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).

mengetahui arti pentingnya kemasan produk dan unsur yang harus dipenuhi saat menciptakan atau memperbarui kemasan produk. Materi sosialisasi dikutip dari penelitian yang dilakukan Susetyarsi (2012), yakni kemasan berperan penting bagi perusahaan guna meningkatkan ketertarikan pembeli khususnya dalam proses pengambilan keputusan untuk membeli produk, serta berperan krusial dalam melindungi isi produk. Dalam menciptakan atau memperbarui kemasan produk terdapat satu rangkaian unsur yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk sehingga tidak dapat dipisahkan dan perlu diperhatikan, antara lain bahan kemasan, warna kemasan dan pelabelan kemasan (Kurniawan et al., 2021)



Gambar 3. Sosialisasi teori kemasan produk

b) Pelatihan dan pendampingan *redesign* kemasan produk minuman berjalan selama dua hari khususnya pada tanggal 11-12 Agustus 2022. *Redesign* kemasan produk minuman yang dimaksud adalah proses perancangan desain kemasan produk untuk penyajian minuman. Pelatihan dan Pendampingan yang dilakukan tidak mengabaikan bahan kemasan, warna kemasan, serta proses pelabelan yang menjadi satu rangkaian unsur ketika melakukan *redesign* kemasan produk, Kegiatan pelatihan dan pendampingan ini dimulai dengan pemilihan bahan kemasan yang tebal, ramah lingkungan dan berfungsi dalam menjaga kualitas produk agar tetap tahan lama. Langkah selanjutnya adalah pemilihan warna kemasan dengan kombinasi hitam dan putih untuk kepentingan aspek afektif yang memiliki fungsi dalam memengaruhi konsumen secara emosional serta proses pengambilan keputusan (Setiawati & Lumbantobing, 2017). Langkah terakhir adalah pelabelan kemasan dengan mencantumkan nama brand "*Humble espresso & bar speciality coffee"* yang

©To Maega | Jurnal Pengabdian Masyarakat. This is an open access article under the CC BY-SA 4.0 license (https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).

lebih mudah diingat dan familiar untuk mempertahankan eksistensi kedai kopi (Kurniawan et al, 2021). Berikut hasil pelatihan dan pendampingan pengambangan produk kemasan yang dilakukan dalam kegiatan ini:



Gambar 4. Hasil *Redesign* kemasan produk minuman setelah kegiatan

3. Tahap Evaluasi

Tahap evaluasi dilaksanakan pada tanggal 19 Agustus 2022 yang bertujuan untuk mengevaluasi keseuaian *redesign* kemasan produk minuman yang telah dirancang, meliputi bahan kemasan, warna kemasan dan pelabelan kemasan sebagaimana tabel 1 berikut.

Tabel 1. Evaluasi hasil kegiatan

No	Unsur Kemasan	Sebelum Kegiatan	Setelah Kegiatan
1	Bahan Kemasan	Cup Plastik yang mudah bocor, rusak dan tidak tahan lama	Paper Cup yang ramah lingkungan
2	Warna Kemasan	Putih bening kurang menarik minat konsumen	Kombinasi Hitam dan putih yang lebih dapat menarik minat konsumen
3	Pelabelan Kemasan	Logo berfungsi sebagai identitas kedai kopi	Nama brand lebih mudah diingat dan familiar oleh konsumen

4.Kesimpulan

Kegiatan program PKL yang telah dilaksanakan mampu menciptakan inovasi produk berupa pengembangan kemasan produk minuman yang disajikan menggunakan gelas dengan desain kekinian dan bahan dasar paper cup yang ramah lingkungan. Saran bagi pimpinan adalah terus memperbarui kemasan produk yang sesuai trend untuk menjaga eksistensi kedai kopi dan mengadakan pelatihan *redesign* kemasan produk secara berkala kepada karyawan agar kreativitas karyawan meningkat. Bagi kegiatan yang akan datang perlu dilakukan pelatihan

©To Maega | Jurnal Pengabdian Masyarakat. This is an open access article under the CC BY-SA 4.0 license (https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).

redesign kemasan minuman dan makanan yang bervariasi mengikuti trend dan pembuatan photo konten untuk promosi produk dengan menggunakan media sosial sehingga eksistensi kedai kopi tetap terjaga.

5.Ucapan Terimakasih

Terima kasih bagi pihak Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LP2M) UNDIKNAS Denpasar, Pimpinan dan karyawan PT. Kopie Humble Indonesia serta pihak yang dilibatkan pada program ini.

6.Daftar Pustaka

Hayati, S. R., Putri, S. A. A. M., & Suwarsi, A. A. (2020). Inovasi Produk dan Kemasan pada Industri Rumahan Kaos di Dusun Mejing Wetan Desa Ambarketawang Kecamatan Gamping Kabupaten Sleman. *Transformatif: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, *1*(2), 87–100.

Kurniawan, D. T., Anugrahani, I. S., Prasasti, A., & Fitri, R. (2021). Pelatihan dan Pendampingan UMKM di Desa Gajahrejo dalam Pembuatan Desain Kemasan Inovatif Oleh-Oleh Khas Malang Untuk Meningkatkan Daya Saing Produk. *VIVABIO: Jurnal Pengabdian Multidisiplin*, *3*(1), 22–29. https://doi.org/10.35799/vivabio.3.1.2021.31380

Peraturan Gubernur Bali Nomor 97 Tahun 2018 tentang Pembatasan Timbulan Sampah Plastik Sekali Pakai.

Pulungan, M.H. Dewi, I. A., Rahma, N. L., Perdani, C.G., Wardiana, K & Pujiana, D. (2018). *Teknologi Pengemasan dan Penyimpanan* (Pertama). UB Press.

Saputra, M., Sari, N., Rafid, M., & Rahmawati, L. (2022). Pelatihan Inovasi Produk serta Strategi Pemasaran pada UMKM Bubuk Jahe di Masa Pandemi Covid 19. *To Maega : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, *5*(1), 142–149. https://doi.org/10.35914/tomaega.v5i1.977

Setiawati, M., & Lumbantobing, R. (2017). Pengaruh Promosi dan Kemasan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Chitato yang Dimediasi oleh Brand Awareness. *Manajemen Bisnis Kompetensi*, *12*(1), 75–88.

Suhaeni, T. (2018). Pengaruh Strategi Inovasi Terhadap Keunggulan Bersaing di Industri Kreatif (Studi Kasus UMKM Bidang Kerajinan Tangan di Kota Bandung). *Jurnal Riset Bisnis Dan Investasi*, *4*(1), 57–74. https://doi.org/10.35313/jrbi.v4i1.992

Susetyarsi, T. (2012). Kemasan Produk Ditinjau dari Bahan Kemasan, Bentuk Kemasan dan Pelabelan pada Kemasan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Minuman Mizone di Kota Semarang. *Jurnal STIE SEMARANG*, *4*(3), 19–28.

©To Maega | Jurnal Pengabdian Masyarakat. This is an open access article under the CC BY-SA 4.0 license (https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).