

## PERANCANGAN DESAIN KEMASAN DIMENSI KOPI SEBAGAI MEDIA PROMOSI PENGENALAN PRODUK KOPI TRAWAS

**Rizky Aulia Firdaus**

S1 Pendidikan Seni Rupa, Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Surabaya

Email : [rizkyfirdaus2853@gmail.com](mailto:rizkyfirdaus2853@gmail.com)

**Muhamad Rois Abidin, S.Pd., M.Pd.**

Desain Komunikasi Visual, Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Surabaya

Email : [roisabidin@unesa.ac.id](mailto:roisabidin@unesa.ac.id)

### Abstrak

Kopi adalah sebuah tanaman buah yang bisa dimanfaatkan untuk dinikmati menjadi hidangan minuman. Kopi juga memiliki daya tarik sendiri bagi penikmatnya karena kopi menyuguhkan pengalaman rasa yang berbeda dari setiap daerah dimana kopi itu berasal atau ditanam. Kekayaan alam di Indonesia membuat kopi sangat mudah ditanam dan menghasilkan kualitas panen yang bagus. Indonesia menempati peringkat ke-4 dalam menghasilkan kopi di seluruh dunia, kualitas yang baik dan citarasa yang bagus membuat kopi Indonesia diterima di pasar Internasional. Dengan kemajuan pasar kopi Indonesia yang sangat pesat, maka daerah penghasil kopi di Indonesia berlomba menghasilkan kualitas panen yang bagus dan menjadikan produk kopi tersebut layak dipasarkan. Melalui media kemasan yang baik serta diikuti promosi yang efisien. Daerah Jawa Timur memiliki beberapa wilayah penghasil kopi seperti Malang, Bondowoso, Banyuwangi, Jember dan yang sedang berkembang saat ini adalah Trawas. Trawas memiliki kelemahan dalam segi produk, kurangnya pengalaman untuk mempromosikan produk dari cara pengemasan dan promosi membuat Kopi Trawas kesulitan menarik konsumen penikmat kopi Jawa Timur. Melalui perancangan kembali kemasan produk dari kopi Trawas yang dimiliki Dimensi Kopi diharapkan akan menjadi media bagi mereka untuk bisa memasarkan produknya dengan baik kepada masyarakat, wisatawan, dan penikmat kopi di Jawa Timur.

**Kata Kunci** : Kopi, Kuliner

### Abstract

Coffee is a fruit plant that can be used to be enjoyed as a beverage dish. Coffee also has its own appeal for connoisseurs because coffee offers a taste experience that is different from every area where coffee originates or planted. Natural wealth in Indonesia makes coffee very easy to plant and produces good quality crops. Indonesia is in the 4th place for producing coffee throughout the world, good quality and good taste makes Indonesian coffee accepted in international markets. With the rapid advancement of the Indonesian coffee market, coffee-producing regions in Indonesia compete to produce good harvest quality and make the coffee products marketable. Through good packaging media and efficient promotion. The East Java region has several coffee-producing regions such as Malang, Bondowoso, Banyuwangi, Jember and the one currently developing is Trawas. Trawas has a product weakness, lack of diving to promote products from the way of packaging and promotion of coffee Trawas has difficulty attracting consumers of East Java coffee lovers. Through the redesign of product packaging from Kopi Trawas, Dimensi Kopi is expected to be a medium for them to be able to market their products well to the public, tourists, and coffee connoisseurs in East Java.

**Keywords** : Coffee, Culinary

### PENDAHULUAN

Kemasan dalam Kamus Besar Indonesia adalah hasil mengemas/bungkus pelindung barang dagangan. Kemasan atau packaging adalah sebuah ilmu, seni dan teknologi yang bertujuan untuk melindungi sebuah produk saat akan

dikirim, disimpan atau dijajakan atau bisa juga suatu proses produksi yang bertujuan mengemas. Banyak perusahaan yang sangat memperhatikan pembungkus suatu barang sebab mereka menganggap bahwa fungsi kemasan tidak hanya sebagai pembungkus, tetapi jauh lebih luas dari pada itu. Kemasan pada kopi Kopi dikemas

dalam kantong kertas berjenis *greaseproof* yang bagus untuk menyekat minyak kopi—*greaseproof* merupakan kertas *food grade* yang dibuat khusus untuk menahan resapan minyak atau anti minyak. Kemasan kopi jenis ini hanya bisa ditutup hanya dengan digulung dan diberi penyekat khusus. Karenanya kopi pun masih bisa terekspos oleh oksigen sehingga, bisa membuat kesegaran kopi menurun dengan cepat. Para *roaster* yang memilih pengemasan dengan cara tersebut tentunya mempunyai beberapa pertimbangan. Pertama, kopi yang mereka kemas di dalamnya adalah kopi yang proses *degassing*-nya telah selesai (prosesnya sudah hampir rampung sepenuhnya) sehingga kopi yang dijual adalah yang telah siap diseduh. Alasan berikutnya, mereka menganggap pelanggan yang membeli kopi bukan lagi sekedar penikmat kopi tapi sudah pecinta kopi *specialty* yang umumnya telah memiliki punya *canister* atau botol khusus untuk menyimpan biji kopi di rumah. Kemasan pembungkus hanya sementara sebelum memindahkan biji kopi ke dalam *canister*. Para *roaster* akan menyarankan agar kopi di dalamnya dihabiskan setidaknya dalam 7 – 10 hari agar tetap terjaga kesegarannya. Alasan lain mengapa *packaging* ini dipilih adalah karena sifat materialnya yang mudah diurai sehingga dianggap lebih ramah lingkungan. Dengan upaya memajukan industri Kopi Trawas dan memberikan sebuah peluang besar bagi petani Kopi Trawas untuk lebih mengenalkan produknya maka dibuatlah kemasan yang lebih efisien dan menarik untuk mempromosikan Kopi Trawas dengan harapan para wisatawan yang datang ke daerah Trawas dapat tertarik oleh produk kopi yang dihasilkan oleh petani Kopi Trawas tentunya.

## METODE PERANCANGAN

Metode perancangan menggunakan metode deskriptif kualitatif. Sumber data yang digunakan yaitu sumber data primer penulis berupa hasil wawancara kepada narasumber mengenai objek pembahasan secara mendalam, Narasumber disini adalah Galih Abdi Surya pemilik kedai kopi Dimensi Kopi dan Pak Karsono selaku perwakilan petani Kopi Trawas. Sumber data sekunder penelitian ini adalah untuk memperkuat sumber data primer serta untuk memperoleh data tambahan dalam penelitian ini. Media sosial, buku, internet serta desainer grafis dan para konsumen penikmat kopi di daerah Jawa Timur menjadi sumber data sekunder dalam penelitian ini untuk memperkuat hasil penelitian yang dilakukan.

## Pengumpulan Data

### Wawancara

Teknik wawancara yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara semi terstruktur. Jenis wawancara

ini sudah termasuk dalam kategori *in-depth interview*, dimana dalam pelaksanaannya lebih bebas dibandingkan dengan wawancara terstruktur. Tujuan dari wawancara jenis ini adalah untuk menemukan permasalahan secara lebih terbuka, dimana pihak yang diajak wawancara diminta pendapat, dan ide-idenya.

### Observasi

Dalam hal ini peneliti datang di tempat kegiatan orang yang diamati, tetapi tidak ikut terlibat dalam kegiatan tersebut. Peneliti mempelajari dan melihat bagaimana pengaruh desain kemasan sebagai promosi produk Kopi Trawas yang dimiliki oleh Dimensi Kopi Trawas.

### Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. (Sugiyono, 2009: 199). Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien. Pertanyaan dalam kuesioner dapat berupa pertanyaan/pernyataan tertutup dan terbuka.

### Dokumentasi

Dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang. Dokumen yang berbentuk tulisan misalnya catatan harian, sejarah kehidupan (*life histories*), ceritera, biografi, peraturan, kebijakan. Dokumen yang berbentuk gambar misalnya foto, gambar hidup, sketsa, dan lain lain. Studi dokumen merupakan pelengkap dari penggunaan metode observasi dan wawancara dalam penelitian kualitatif.

## Analisis Data

### Analisis SWOT

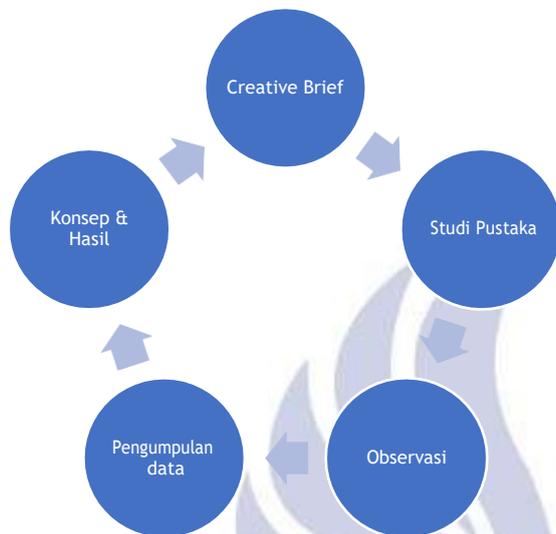
SWOT ( *Strenght, Weakness, Opportunity, Threat* ) merupakan sebuah metode yang digunakan untuk pada sebuah produk atau bisnis membuat evaluasi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman dalam sebuah produk dan bisnis. Umumnya SWOT digambarkan dengan tabel pada ukuran kertas yang besar untuk memudahkan analisis hubungan antar aspeknya. Pembuatan analisis SWOT melibatkan tujuan bisnis yang spesifik dan identifikasi faktor *internal-eksternal* untuk mencapai tujuan tersebut. Analisis SWOT sangat diperlukan yaitu untuk menguji kelayakan sebuah produk.

### USP ( *Unique Selling Proposition* )

USP atau *Unique Selling Proposition* adalah sebuah cara memasarkan produk dengan tujuan utama produk harus berbeda dengan produk lainnya, dengan memiliki keunikan dari produk akan membuat produk mudah dilirik oleh konsumen sehingga konsumen akan tertarik membelinya atau sekedar melihat. USP sangatlah penting bagi sebuah produk karena dengan adanya USP maka produk satu dengan lainnya tidak akan sama dan akan

memiliki keunikan dan pesan tersendiri. Dimensi Kopi dengan produk Kopi Trawas diharapkan menjadi pesaing baru dalam industri kopi di Indonesia dan semakin memperkaya produk kopi nusantara.

## TAHAP PERANCANGAN



Bagan 1. Tahap Perancangan

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Dimensi Kopi

Dimensi Kopi adalah kedai kopi yang terletak pada daerah wisata alam Trawas, Mojokerto tepatnya di jalan Airlangga nomer 2 Trawas. Dimensi Kopi mulai memasarkan Kopi Trawas pada tahun 2014 dimulai dengan mengenalkan kepada masyarakat sekitar bahwa Kopi Trawas juga memiliki potensi yang bagus sama dengan kopi nusantara daerah lain seperti Aceh Gayo, Sidikalang, dan Java Ijen. Bertujuan memajukan dan mengenalkan Kopi Trawas pada penikmat kopi khususnya di daerah Jawa Timur Dimensi Kopi konsisten menjaga kualitas produk Kopi Trawas dengan baik sehingga Dimensi Kopi dapat bertahan sampai sekarang dan tetap membawa Kopi Trawas sebagai produk utamanya. Perkembangan Dimensi Kopi dari tahun 2014 sangat baik, kualitas yang terjaga dan promosi yang semakin baik juga, membuat Dimensi Kopi dipercaya oleh masyarakat Trawas guna memasarkan dan mengenalkan Kopi Trawas pada pasar kopi Indonesia.

### Analisis Data Wawancara

Wawancara dilakukan bersama Narasumber dengan mengajukan pertanyaan yang membahas mengenai

perkembangan Kopi Trawas dan juga bagaimana perputaran produk dari Dimensi Kopi selama memulai memasarkan produk Kopi Trawas. Narasumber yang di wawancarai oleh penulis adalah *Owner* dari Dimensi Kopi yaitu Galih Abdi Surya dan perwakilan petani Kopi Trawas Pak Karsono. Hasil wawancara akan diimplementasikan pada karya desain kemasan Dimensi Kopi dan berguna juga untuk penulis guna menentukan konsep yang ingin disampaikan Dimensi Kopi pada pasar ( masyarakat ) penikmat kopi di daerah Jawa Timur. Wawancara dilakukan penulis pada kedua narasumber dengan mengajukan pertanyaan yang berbeda. Pembahasan mengenai sejak kapan Dimensi Kopi berdiri dan apa kelemahan dari produk Dimensi Kopi diberikan kepada *owner* dari Dimensi Kopi yaitu Galih Abdi Surya, sedangkan pembahasan mengenai Kopi Trawas secara menyeluruh diberikan kepada Bpk Karsono selaku petani Kopi Trawas. Kedua narasumber memberikan jawaban atas pertanyaan yang diberikan oleh penulis, mengenai pembahasan kualitas Kopi Trawas dan produk Dimensi Kopi. Kedua narasumber sama-sama berpendapat bahwa Kopi Trawas memiliki potensi pasar yang bagus karena kualitas yang baik dan konsisten sehingga mempunyai kesempatan besar untuk menembus pasar kopi nusantara atau bahkan bersaing dengan kopi dari luar negeri, namun dengan kurangnya kualitas dalam hal pengemasan dan *branding* membuat produk Kopi Trawas kurang dikenal oleh masyarakat luas sehingga penulis akan membantu *owner* Dimensi Kopi dan Pak Karsono petani Kopi Trawas untuk berproses mengenalkan produk Kopi Trawas melalui pembuatan desain kemasan yang efektif, efisien dan komunikatif.

### Analisis Data Kuisisioner

Disimpulkan bahwa mayoritas konsumen tertarik apabila sebuah produk kopi menyertakan ilustrasi mengenai pembudidayaan kopi pada desain kemasannya, selain bermanfaat sebagai informasi bagi konsumen, penggunaan ilustrasi pembudidayaan kopi juga merupakan media atau cara Dimensi Kopi untuk mengenalkan Kopi Trawas pada masyarakat (konsumen) sehingga diharapkan bisa menarik masyarakat untuk belajar dan mengetahui lebih lanjut mengenai Kopi Trawas. Penggunaan ilustrasi pembudidayaan kopi untuk produk dari Dimensi Kopi berjumlah 5 ilustrasi sesuai urutan dari proses asli pembudidayaan kopi :

- 1) Ilustrasi pemetikan biji kopi pada musim panen  
Proses awal untuk pembudidayaan kopi adalah proses petik panen, proses ini sangat penting karena apabila kopi terlambat dipetik atau dipanen maka kopi akan busuk sehingga akan merusak buah kopi yang lain.  
Proses pemetikan kopi menjadi ilustrasi pertama pada

kemasan dengan mengikuti proses asli untuk mengawali pembudidayaan kopi.

- 2) **Ilustrasi pengepulan biji kopi yang sudah dipanen**  
Proses kedua untuk pembudidayaan kopi adalah proses pengepulan biji kopi yang sudah dipanen, proses yang dilakukan setelah pemetikan kopi bertujuan mengumpulkan hasil panen guna disortir kualitas dari kopi yang telah dipanen sehingga petani mendapatkan kopi yang berkualitas bagus. Proses pengepulan kopi menjadi ilustrasi kedua pada kemasan dengan mengikuti proses asli dari pembudidayaan kopi setelah proses awal pemetikan buah kopi.
- 3) **Ilustrasi proses penjemuran biji kopi**  
Proses ketiga untuk pembudidayaan kopi adalah proses penjemuran biji kopi, proses ketiga ini sangat penting karena penjemuran kopi dapat menentukan kualitas kopi dan rasa kopi yang akan dihasilkan, dengan proses penjemuran yang sesuai dengan profil atau jenis dari kopi maka akan didapatkan rasa yang baik dan kualitas yang baik juga. Proses ini bisa disebut juga sebagai proses *natural* karena biji kopi secara alami terpancar oleh sinar matahari dalam proses penguatan rasa dalam kopi tersebut.
- 4) **Ilustrasi proses distribusi kopi untuk dipasarkan**  
Proses keempat untuk pembudidayaan kopi adalah proses distribusi kopi untuk dipasarkan, ilustrasi akan menggunakan gambar dari sepupu Pak Karsono selaku petani Kopi Trawas sedang menghantarkan hasil dari biji kopi yang sudah melalui banyak proses dan sudah menjadi *green beans* atau bisa disebut biji yang sudah siap diolah lebih lanjut. Proses tersebut adalah proses penghubung antara petani kopi dengan kedai kopi, kedai kopi selanjutnya akan mengolah lagi kopi dari petani hingga siap diolah menjadi minuman kopi yang berkualitas baik.
- 5) **Ilustrasi pengolahan kopi oleh *barista***  
Proses kelima atau proses terakhir untuk pembudidayaan kopi adalah proses pengolahan biji kopi oleh *barista*, proses terakhir dari budidaya kopi yang sangat bisa menentukan baik atau tidaknya kopi hasil olahan petani dan kedai kopi. *barista* menjadi penghubung bagi konsumen untuk mengetahui asal usul kopi tersebut, mengenai informasi penanaman kopi sampai dengan cara atau proses olah kopi yang dilakukan oleh *barista*. *Barista* harus mempunyai kemampuan komunikasi yang baik agar konsumen bisa paham mengenai kopi tersebut sehingga dapat berhasil menarik konsumen belajar lebih lanjut mengenai budidaya kopi dan diharapkan dapat menaikkan kualitas dan memajukan perputaran budidaya kopi menjadi lebih baik.

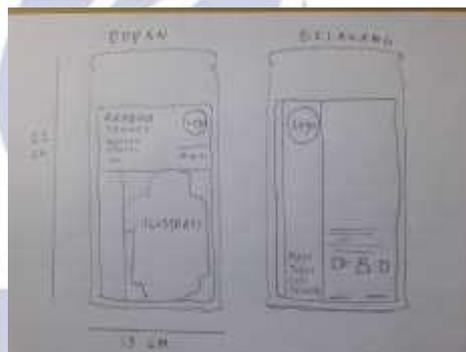
Dari semua ilustrasi budidaya kopi yang akan digunakan oleh Dimensi Kopi sebagai desain kemasan adalah berdasarkan proses asli dari budidaya kopi, sehingga pesan dan informasi yang disampaikan sama seperti proses asli dari budidaya kopi diharapkan secara tidak langsung konsumen bisa mengetahui bagaimana proses budidaya kopi secara singkat melalui produk Kopi Trawas dari Dimensi Kopi yang bertujuan mengenalkan Kopi Trawas pada masyarakat (konsumen).

## PROSES DESAIN

### Penentuan Piranti Lunak

Penentuan piranti lunak yang akan digunakan untuk membuat desain merupakan langkah awal yang diperlukan sebelum melakukan pembuatan desain. Karena desain yang akan dibuat tergantung pada piranti lunak yang digunakan dalam proses pembuatan desain layout perancangan sebuah produk. Dalam perancangan produk ini menggunakan *Corel draw* dan *Adobe photoshop* yang sangat membantu berproses dalam perancangan produk.

### Sketsa Kemasan



Gambar 1. Sketsa Kemasan

### Perancangan Kemasan Bagian Depan

#### Logo Dimensi Kopi



Gambar 2. Logo Dimensi Kopi

Logo Dimensi Kopi berkonsep *logo icon*, jenis *logo icon* dibuat dengan sebuah ilustrasi beserta font nama dari perusahaan tersebut yang menggambarkan tentang identitas dari perusahaan sehingga dapat menyampaikan pesan sesungguhnya yang mudah dimengerti dan mudah diingat, dengan dibuat desain sedemikian rupa agar

terlihat lebih unik, menarik, artistik, dan tidak terkesan hanya ilustrasi dan font saja.

### Font



Gambar 3. Font

Tipografi berasal dari kata Yunani, yang bertuliskan *tupos* yang berarti ( diguratkan ) dan *grapho* yang berarti ( tulisan ). Dahulu tipografi hanya diartikan sebagai ilmu cetak-mencetak. Seseorang yang memiliki keahlian cetak-mencetak disebut dengan tipografer dan dalam perkembangannya istilah tipografi lebih dikaitkan dengan gaya atau model dari huruf cetak. Saat ini pengertian tipografi sudah berkembang sangat luas dan mengarah pada disiplin ilmu yang mempelajari spesifikasi dan karakteristik huruf, cara memilih dan mengelola huruf yang memiliki tujuan tertentu. Penggunaan font *Hoccen Caps* karya dari seniman grafis bandung Wawan Suryawan dipilih karena memiliki karakter *natural* yang dibutuhkan oleh desain untuk memunculkan kesan alami yang bertujuan untuk menggambarkan daerah Trawas yang asri dan sejuk.

### Ilustrasi



Gambar 4. Ilustrasi 1



Gambar 5. Ilustrasi 2



Gambar 6. Ilustrasi 3



Gambar 7. Ilustrasi 4

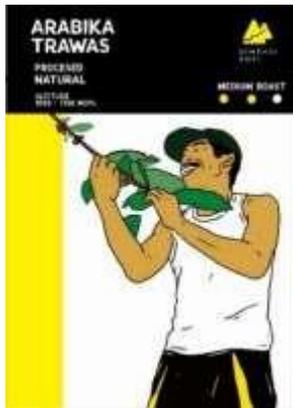


Gambar 8. Ilustrasi 5

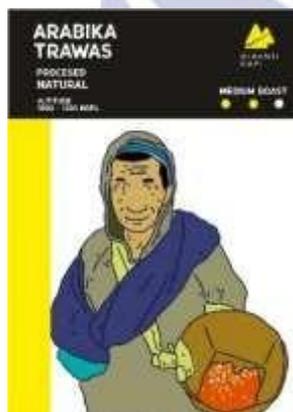
Ilustrasi digunakan untuk memperkuat pesan dari produk tersebut sekaligus menunjukkan kepada para konsumen bagaimana proses perjalanan sebuah kopi dari awal sampai bisa menjadi produk yang bisa dinikmati.

Pemilihan ilustrasi berdasarkan tentang visual asli dari proses pembudidayaan kopi dari proses awal panen kopi sampai disajikan diracik oleh *barista* yang dimaksudkan untuk memberi sebuah wawasan bagi masyarakat umum mengenai seperti apa proses panen kopi tersebut yang merupakan langkah awal dalam proses menikmati kopi.

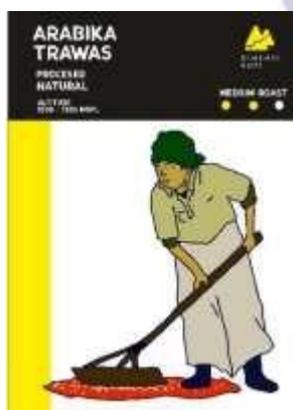
### Implementasi Karya



Gambar 9. Kemasan 1



Gambar 10. Kemasan 2



Gambar 11. Kemasan 3



Gambar 12. Kemasan 4



Gambar 13. Kemasan 5

Desain kemasan berbentuk *pouch* yaitu plastik pengemas suatu produk yang dapat berdiri sendiri atau kaku. Kemasan ini mengemas produk dengan inovasi yang berbeda memiliki sisi keindahan dan juga menarik, terlihat rapi dan bagus bahkan sangat mudah untuk diletakkan diberbagai tempat untuk dijadikan sebuah display pada meja *barista* guna menarik minat konsumen untuk mengkonsumsi Kopi Trawas. Seperti pada saat diletakkan dialas datar maka tidak akan mudah jatuh atau tumpah karena telah didesain dengan alas yang datar juga. Sebagai plastik pengemas suatu produk, *standing pouch* sangatlah efisien dan tak terlepas dari peran utamanya yakni sebagai *packing* atau sebuah pembungkus. Dengan kegunaan yang dimiliki, maka plastik *pouch* harus lebih kuat dari isinya sehingga dapat mudah menampung, menjaga sekaligus melindungi produk didalamnya. Pada desain yang bisa berdiri sendiri ini dapat meminimalisir resiko kerusakan produk yang ada didalamnya. Sisi kegunaan yang menampilkan kemasan praktis bukan hanya menguntungkan para produsen namun juga dapat menguntungkan konsumen yang telah membeli produk tersebut. Praktis dari segala sisi serta didukung oleh adanya kenyamanan jenis kemasan *standing pouch* akan sangat menguntungkan tentunya untuk para konsumen. Kemasan *standing pouch* dapat terbuat dari beberapa

material seperti plastik, *nylon aluminium foil*, dan kertas, bahan – bahan tersebut memiliki kelebihan yaitu dapat menjaga produk tidak terpengaruh dari keadaan luar sehingga produk tetap terjaga dengan baik dan dapat menjadikan bentuk, rasa, dan aromanya tidak berubah serta akan tetap sama seperti awal produk dibuat dan dikemas. Hal ini membuat produk memiliki ketahanan untuk digunakan dalam jangka waktu panjang. Kemasan yang terbuat dari plastik, *nylon*, dan aluminium dapat melindungi produk dari air, kemasan yang terbuat dari *aluminium foil* dan kertas dapat melindungi produk dari sinar matahari dan seluruh bahan tersebut juga dibuat dan desain dengan sedemikian rupa sehingga kedap udara. Kelebihan bahan kemasan tersebut dapat terjamin ketahanannya. selain aman fungsi kemasan *standig pouch* juga memiliki kelebihan lain yaitu higienis. Kemasannya yang tertutup rapat memuat tidak adanya celah yang dapat digunakan bakteri sebagai pintu masuk dan mencemari produk. Kemasan memiliki kelebihan tahan air, melindungi dari sinar matahari, melindungi dari serangga, dan juga kedap udara, dapat mencegah produk agar tidak terkontaminasi oleh bakteri – bakteri dari luar sehingga produk tetap higienis dan produsen tidak akan mengecewakan konsumen atas kebersihan dari produk tersebut juga pastinya konsumen tidak akan merasa dirugikan.

### Perancangan Kemasan Bagian Belakang

#### Logo Dimensi Kopi



Gambar 14. Logo Dimensi Kopi

Berbeda dari warna logo kemasan depan, logo keasan yang ada dibelakang mewakili warna dari perusahaan Dimensi Kopi yaitu kuning, bertujuan untuk menunjukkan identitas dari perusahaan tersebut agar mudah diingat oleh konsumen.

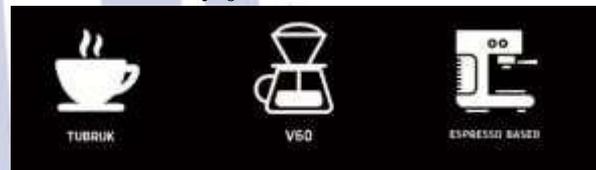
#### Font



Gambar 15. Font

Masih menggunakan font Hoccen Caps karya Wawan Suryawan, tulisan “Maju Terus Kopi Trawas” menjadi sebuah moto dari perusahaan Dimensi Kopi guna memajukan Kopi Trawas dengan menjaga kualitas secara konsisten dan mengenalkan pada konsumen secara luas.

#### Simbol Saran Penyajian



Gambar 16. Simbol Saran Penyajian

Simbol saran penyajian bertujuan untuk memberikan petunjuk pada konsumen mengenai cara penyajian yang di sarankan pada produk kopi tersebut sehingga bisa memaksimalkan rasa sesungguhnya dari kopi. simbol saran penyajian yang terpilih adalah simbol penyajian dengan proses tubruk, saring dan penggunaan mesin *espresso* yang memunculkan rasa terbaik dari kopi dengan profil yang berbeda dari setiap proses yang dilakukan oleh konsumen, dengan adanya simbol saran penyajian konsumen tidak akan kebingungan mengenai proses seduh apa yang harus mereka lakukan sesuai dengan selera agar bisa menikmati Kopi Trawas dengan baik.

#### IMPLEMENTASI KARYA



Gambar 17. Kemasannya Bagian Belakang

### Analisis Produk Lama Dimensi Kopi

Produk lama dari Dimensi Kopi sudah berjalan sekitar 5 tahun dari 2014 sampai dengan 2018, dikarenakan penurunan kualitas kemasan yang belum mumpuni maka Dimensi Kopi memutuskan untuk mengganti kemasan tersebut dengan dibantu oleh penulis. Kemasan produk lama dari Dimensi Kopi tidak dapat bertahan lama karena masih menggunakan kemasan berkualitas rendah, dengan semakin majunya industri kopi saat ini maka Dimensi Kopi beserta penulis memperbarui produk Dimensi Kopi menjadi lebih baik dari segi kualitas dan penampilan.

#### 1) Kelemahan Produk Lama Dimensi Kopi

Produk lama dari Dimensi Kopi memiliki kelemahan pada desain utama kemasan yang terkesan terlalu kaku, sehingga membuat kemasan terlihat sangat membosankan dan tidak ada kepuasan visual yang ditimbulkan, oleh karena itu kemasan produk lama dari Dimensi Kopi sulit menarik minat konsumen khususnya konsumen wisatawan yang sedang mencari opsi lain selain durian untuk dibuat menjadi oleh-oleh khas Trawas.

#### 2) Kelebihan Produk Lama Dimensi Kopi

Produk lama dari Dimensi Kopi memiliki kelebihan mudah dimengerti oleh masyarakat awam, selain desain yang terkesan simple, produk lama Dimensi Kopi juga hanya menggunakan font untuk menunjukkan informasi dari produk tersebut sehingga membuat kesan simple dan tepat sasaran.

### Analisis Produk Baru Dimensi Kopi

Produk baru sekaligus hasil dari pengelolaan data penulis dengan Dimensi Kopi serta petani Kopi Trawas menghasilkan konsep kemasan baru dan pesan baru dari Dimensi Kopi yaitu mengenai informasi budidaya kopi dari hulu ke hilir. Diharapkan dengan pembaruan konsep tersebut produk dari Dimensi Kopi dapat menjadi opsi utama bagi penikmat kopi khususnya di Jawa Timur, dan juga masyarakat sekitar Trawas khususnya wisatawan yang datang ke daerah Trawas dan ingin mendapatkan bingkisan oleh-oleh khas Trawas selain durian. Penggunaan *standing pouch* dan kotak karton sebagai kemasan dapat meningkatkan dan menjaga kualitas dari produk Dimensi Kopi sehingga produk kopi tetap terjaga aroma dan kualitasnya sampai pada tangan konsumen.

#### 1) Kelemahan Produk Baru Dimensi Kopi

Produk baru dari Dimensi Kopi hasil pengelolaan penulis dengan Dimensi Kopi memiliki kelemahan pada kisaran harga tiap produk, dengan semakin tingginya kualitas dari produk maka harga yang diimplementasikan pada produk akan naik sehingga ditakutkan konsumen memilih produk Kopi Trawas yang lebih murah dan berkualitas rendah dari produk Dimensi Kopi.

#### 2) Kelemahan Produk Baru Dimensi Kopi

Produk baru dari Dimensi Kopi hasil pengelolaan penulis dengan Dimensi Kopi memiliki kelemahan pada kisaran harga tiap produk, dengan semakin tingginya kualitas dari produk maka harga yang diimplementasikan pada produk akan naik sehingga ditakutkan konsumen memilih produk Kopi Trawas yang lebih murah dan berkualitas rendah dari produk Dimensi Kopi.

## PENUTUP

### Simpulan

Dimensi Kopi dalam rangka memajukan budidaya Kopi Trawas dibutuhkan usaha dari semua pihak baik petani maupun masyarakat sekitar. Dengan adanya kerja sama dari seluruh pihak yang ingin memajukan budidaya Kopi Trawas maka akan tercapai tujuan untuk memajukan budidaya Kopi Trawas kepada masyarakat dan juga konsumen atau penikmat kopi. Desain kemasan yang sudah di kaji bersama oleh penulis dan Dimensi Kopi diharapkan menjadi sebuah media untuk memperkenalkan produk mereka dengan menunjukkan kualitas yang bagus, rasa kopi yang konsisten serta memiliki kualitas yang baik. Dengan demikian kesimpulan yang dapat diambil dari perancangan desain kemasan produk Dimensi Kopi Trawas adalah :

1) Proses perancangan desain kemasan produk Dimensi Kopi Trawas melalui proses identifikasi data yang diperoleh dari observasi dan wawancara dengan seluruh jajaran staf kedai kopi Dimensi Kopi, petani Kopi Trawas, tokoh masyarakat Trawas serta sumber dari buku dan internet yang selanjutnya di analisis menggunakan teknik analisis data kualitatif sehingga terurai semua keunikan dari setiap budaya dan tradisi mengenai Kopi Trawas yang mendasari konsep desain kemasan produk Dimensi Kopi.

2) Visualisasi desain kemasan produk Dimensi Kopi keseluruhan menggunakan piranti lunak *Corel Draw*, *Sai Paintool* dan *Adobe Photoshop*.

3) Hasil yang diharapkan dengan menjadikan visualisasi ilustrasi mengenai pembudidayaan kopi sebagai unsur penunjang untuk produk Dimensi Kopi agar menjadi sebuah ide baru dalam pasar kopi yang akan menarik minat konsumen serta dapat memberikan informasi tentang pembudidayaan kopi yang akan menarik minat wisatawan yang sedang berkunjung ke Trawas dan ingin mendapatkan sebuah oleh – oleh khas Trawas diharapkan produk dari Dimensi Kopi menjadi opsi pertama bagi mereka.

### Saran

Penulis mendapatkan banyak sekali ilmu baru mengenai kopi serta produknya, banyak sekali proses yang harus dilewati untuk bisa menciptakan produk kopi yang baik dan berkualitas tinggi, mulai dari proses pembudidayaan kopi, proses pasca panen sampai kualitas pengemasan yang baik sangat diperhatikan dalam tujuan menciptakan produk kopi yang baik. Penulis juga mendapatkan pengalaman dari klien untuk mempelajari dasar pembudidayaan kopi sehingga muncul sebuah gagasan ide untuk produk Dimensi Kopi dari penulis yaitu penggunaan ilustrasi tentang pembudidayaan kopi untuk kemasan produk dari Dimensi Kopi. Berdasar simpulan yang dipaparkan, terdapat saran bagi peneliti selanjutnya yang akan mengembangkan perancangan desain, terutama desain produk oleh – oleh khas dari suatu daerah serta saran bagi pengusaha atau klien agar bisa memajukan produknya, diikuti dengan saran untuk lembaga.

### Saran untuk Mahasiswa

Dalam proses pengumpulan data, data yang diperoleh bersifat majemuk agar hasil penelitian memiliki sumber yang akurat dan terpercaya. Perancangan desain yang akan digunakan harus benar – benar mewakili tradisi dan kebudayaan dari daerah tersebut sehingga akan menambah kesan informatif kepada konsumen mengenai budaya asli Trawas dan budidaya Kopi Trawas. Peneliti selanjutnya diharapkan bisa lebih mengeksplorasi daerah sekitar khususnya daerah wisata yang belum memiliki produk oleh – oleh khas sehingga peneliti selanjutnya akan bisa membuat dan menciptakan sebuah produk untuk dijadikan sebuah oleh – oleh khas yang sangat menggambarkan daerah itu sendiri. Peneliti juga harus mengetahui informasi dasar mengenai kopi dan produk yang dihasilkan serta bagaimana proses pembuatan produk kopi dari awal sampai menjadi produk yang akan sangat membantu peneliti mencari informasi untuk mendukung penelitiannya mengenai kopi beserta produk yang dihasilkan kopi.

### Saran untuk Usaha/Klien

Peningkatan dan konsistensi kualitas produk adalah hal yang harus selalu diperhatikan oleh klien untuk memperoleh kepercayaan konsumen. Mempermudah komunikasi dengan desainer untuk bisa menghasilkan produk dan gagasan baru yang akan memperkaya produk kopi sehingga akan memunculkan gagasan baru pada industri kopi yang diharapkan bisa meningkatkan kualitas produk dari setiap pengusaha kopi serta dapat meningkatkan minat konsumen karena banyaknya pilihan yang bisa mereka pilih. Kualitas dan konsistensi produk adalah modal utama klien dalam mendapatkan kepercayaan dari konsumen karena dengan produk yang baik dan terjaga

kualitasnya akan sangat memuaskan bagi konsumen dan tentu saja akan bisa memberikan dampak positif bagi perusahaan. Diharapkan klien dapat memanfaatkan dengan baik potensi dari Kopi Trawas sehingga dapat meningkatkan daya minat konsumen khususnya penikmat kopi di Jawa Timur yang akan memberikan pilihan produk di industri kopi Jawa Timur.

### Saran untuk Lembaga

Diharapkan hasil tulisan yang akan disimpan oleh lembaga dapat sangat membantu penulis selanjutnya, sehingga dapat membantu penulis selanjutnya melakukan sebuah penelitian karena banyak referensi yang sudah di sediakan oleh lembaga. Penyimpanan hasil karya ilmiah harus di tingkatkan kualitasnya agar memudahkan penulis selanjutnya mencari sebuah referensi karya tulis untuk menjadi acuan utama referensi yang akan menjadi penelitiannya. Pentingnya mengklasifikasikan karya tulis sehingga tercipta beberapa kategori dalam penyimpanan seperti contoh desain produk, penciptaan karya seni, sampai penelitian karya seni yang akan memudahkan peneliti selanjutnya mencari sebuah referensi yang cocok dengan penelitiannya.

### DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah Iwan M. ( 2014 ). *Trawas Kaya Legenda* Mojokerto.
- Bambang Irawan, Priscilla Tamara. ( 2013 ). *Dasar - Dasar Desain : Untuk Arsitektur, Interior Arsitektur, Seni Rupa, Desain Produk Industri dan Desain Komunikasi Visual*. Jakarta : Griya Kreasi
- Hamdan & Aries. ( 2018 ). *Coffee, Karena Selera Tidak Dapat Diperdebatkan*. Jakarta : PT AgroMedia Pustaka.
- Kotler, Philip. ( 1987 ). *Manajemen Pemasaran, Analisis, Perencanaan, dan Pengendalian*. Jakarta : Erlangga Bandung : Simbiosis Rekatama
- Marianne & Sandra. ( 2008 ). *Desain Kemasan, Perencanaan Merek Produk yang Berhasil Mulai dari Konsep sampai Penjualan*. Jakarta : Erlangga.
- Munawar, Ali. ( 2011 ). *Kesuburan Tanah Dan Nutrisi Tanaman*. Bandung : Press Institut Pertanian Bogor.
- Nadia, Chifra. ( 2017 ). *Aroma Kopi Nusantara ( Retas Volume 5 November 2017 )*. Badan Ekonomi Kreatif. Jakarta.
- Panggabean Edy. ( 2011 ). *Buku Pintar Kopi* Jakarta : Agromeda.

- Septian, Anton dkk. ( 2018 ). *Kopi Aroma, Rasa, Cerita*. Jakarta : Tempo Publishing.
- Sidewalk, Willy. ( 2018 ). *Barista Nocingcong*. Jakarta : Agromedia.
- Tontowi Alva E. ( 2016 ). *Desain Produk Inovatif dan Inkubasi Bisnis Kompetitif* . Yogyakarta : UGM PRESS.
- Wahyudi Teguh, Pujiyanto, Misnawi. ( 2016 ). *Kopi: sejarah, botani, proses produksi, pengolahan, produk hilir,dan sistem kemitraan* Jakarta : Universitas Gajahmada.
- Rohidi Rohendi Tjetjep. ( 2011 ). *Metodologi Penelitian Seni*. Semarang : Cipta Prima Nusantara.
- Simamora Henry. ( 2006 ). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta : STIE YKPN Yogyakarta.
- Sugiyono. ( 2010 ). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan R&D*. Jakarta : Alfabeta.
- Arikunto Suharsimi. ( 2010 ). *Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan Praktik*. Semarang : Rineka Cipta.
- Nawawi Hadari. ( 2008 ). *Manajemen Sumber Daya Manusia : Untuk Bisnis yang Kompetitif*. Yogyakarta: UGM PRESS.
- Gunawan Imam. ( 2013 ). *Metode Penelitian Kualitatif : Teori dan Praktik*. Yogyakarta : BUMI AKSARA.
- Purwanto Agus Erwan, Sulistyastuti Ratih Dyah. ( 2017 ) *Metode Penelitian Kuantitatif Untuk Administrasi Publik*. Yogyakarta : Gava Media.
- Norman K Denzin. ( 2010 ) *Handbook of Qualitative Research*. Jakarta : Pustaka Pelajar.
- Moleong Lexy J. ( 2017 ). *Metodologi Penelitian Kualitatif ( Edisi Revisi )*. Jakarta : PT Remaja Rosdakarya.

**Internet:**

- Kopirelocoffee, 2016. Kopi *Coldbrew* sajian Kopi masakini.  
<https://kopirelocoffee.wordpress.com/2016/01/20/ap-a-itu-coldbrew/>. Diposting pada tanggal 20 Januari 2016, Diakses pada 20 November 2018.
- Ottencoffe, 2017. Perkembangan Kopi Indonesia  
<https://ottencoffe.com/2017/08/15/Perkembangan-kopi-Indonesia/>. Diposting ppada tanggal 15 Agustus 2017, Diakses pada 20 November 2018)