

## **Pelatihan Pengembangan Produk Olahan Kopi Di Kelompok Tani Gunung Karang Desa Bulusari Kecamatan Kalipuro Kabupaten Banyuwangi**

**Sefri Ton<sup>1\*</sup>, Dony Setya Wijaya<sup>1</sup>, Mashudi<sup>1</sup>**

<sup>1</sup> Teknologi Pengolahan Hasil Ternak, Politeknik Negeri Banyuwangi

e-mail: \*[sefriton@poliwangi.ac.id](mailto:sefriton@poliwangi.ac.id)

### **ABSTRAK**

Kopi Bulupayung merupakan merek dagang produk hasil Kelompok Tani Gunung Karang di Desa Bulusari. Kopi bubuk berkemasan plastik dengan label stiker dinilai kurang menarik. Tujuan pengabdian yaitu menciptakan kemasan kopi bulupayung yang memberikan daya tarik konsumen dan memberikan pelatihan pembuatan kopi herbal guna menciptakan produk kopi yang lebih variatif di Kelompok Tani Gunung Karang. Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian meliputi: (1) Sosialisasi kegiatan pengabdian; (2) Desain kemasan kopi yang sesuai tren; (3) Pelatihan pembuatan produk kopi herbal instan; (4) Evaluasi dan monitoring kegiatan. Hasil dari pengabdian ini masyarakat memperoleh ilmu pengetahuan dan ketrampilan mengolah kopi herbal. Hal ini dikarenakan ada pendampingan selama setelah program pelatihan. Produk kopi herbal menjadi varian baru untuk kopi bulupayung. Selain itu ada inovasi baru kemasan kopi bulupayung dengan menggunakan standing pouch. Kemasan dilengkapi valve yang sesuai karakter kopi olahan kekinian. Kesimpulan dari program ini adalah menghasilkan produk kopi herbal dalam kemasan dan inovasi kemasan baru yang dapat memberikan manfaat positif bagi masyarakat.

**Kata kunci:** Bulusari, Kemasan, Kopi Bulupayung, dan Kopi Herbal.

### **ABSTRACT**

*Bulupayung Coffee is a trademark of a product produced by the Gunung Karang Farmers Group in Bulusari Village. Powdered coffee in plastic packaging with a sticker label is considered unattractive. The purpose of the service is to create Bulupayung coffee packaging that attracts consumers and provides training on making herbal coffee to create a more varied coffee product at the Gunung Karang Farmers Group. Methods for implementing community service activities include: (1) Socialization of activities; (2) Trend-appropriate coffee packaging designs; (3) Training on making instant herbal coffee products; (4) Evaluation and monitoring of activities. The result of the service is that the community gains knowledge and skills in processing herbal coffee. This is due to the assistance provided during and after the training program. Herbal coffee products are a new variant for Bulupayung coffee. In addition, there is a new innovation in Bulupayung coffee packaging using a standing pouch. The packaging is equipped with a valve that matches the character of contemporary processed coffee. The conclusion of this program is to produce packaged herbal coffee products and new packaging innovations that can provide positive benefits to society.*

**Keywords:** Bulusari, Packaging, Bulupayung coffee, and Herbal Coffee

### **PENDAHULUAN**

Kabupaten Banyuwangi merupakan salah satu daerah perkebunan kopi di ujung timur Pulau Jawa. Perkebunan kopi ini umumnya dimiliki oleh rakyat. Masyarakat melakukan penanaman dan pengolahan kopi secara tradisional. Jenis kopi yang ada di Banyuwangi yaitu arabika, excelsa dan robusta. Jenis kopi arabika tumbuh di ketinggian  $\geq 1000$  mdpl, sedangkan robusta dan excelsa dapat ditanam pada ketinggian  $\leq 1000$  mdpl. Salah satu desa penghasil kopi di Banyuwangi yaitu Desa Bulusari.

Desa Bulusari berada di Kecamatan Kalipuro. Wilayah ini terletak di kaki Gunung Ijen. Bulusari memiliki luas lahan 25,42 Km<sup>2</sup> dengan jumlah penduduk 4021 jiwa. Desa ini terdiri dari 3 dusun, yakni Dusun Krajan, Plampang dan Bulupayung. (Kecamatan Kalipuro dalam Angka, 2020). Desa Bulusari berada pada ketinggian ≤500 mdpl. Ketinggian tersebut sangat cocok ditumbuhi oleh jenis kopi robusta dan excelsa. Masyarakat Desa Bulusari menanam kopi pada lahan milik sendiri. Produksi kopi di wilayah ini 123,4 ton (tahun 2017), 41,2 ton (tahun 2018) serta 95,4 ton (tahun 2019) (Kalipuro dalam Angka, 2020). Masyarakat menghasilkan kopi dan dijual kepada tengkulak, dikonsumsi sendiri dan menyuplai untuk kegiatan “Ngopi Sewu” di Kabupaten Banyuwangi yang adakan setiap tahun.

Kopi Bulupayung merupakan merek dagang produk olahan kopi di Desa Bulusari. Produk ini diproduksi Kelompok Tani Gunung Karang. Kelompok Tani ini juga memproduksi kopi bubuk jenis robusta, excelsa, arabika dan kopi lanang. Bubuk kopi ini dikemas dengan wadah plastik dan diberi stiker label. Produk-produk yang dihasilkan belum memiliki keunikan dan ciri khas yang menarik. Produk dengan keunikannya dapat memberi manfaat bagi konsumen dan dapat berdaya saing. Rosnani (2009). Selain keunikan dan kekhasan dari produk, perlu kemasan yang sesuai dengan selera trend packaging. Tren pengemasan kopi merupakan situasi desain kemasan dan label yang sedang berkembang dan disukai oleh kalangan milenial. Kalangan milenial lebih menyukai desain hitam-putih (monokrom) dan berbentuk flat bottom pouch (Zulkarnain, et. al., 2020; Setiawan, et. al., 2020). Permasalahan yang dihadapi masyarakat secara umum adalah ketidaktahuan memanfaatkan dan keterbatasan dalam mengelola hasil lokal. Selain itu masyarakat mitra tidak bisa membuat desain label untuk kemasan kopi. Label kemasan yang digunakan selama ini merupakan foto/gambar yang ditambahkan tulisan dan dicetak pada kertas stiker. Masyarakat desa juga menjual kopi dalam bentuk mentahan atau tanpa diolah terlebih dahulu. Penjualan dengan sistem tanpa diolah dapat merugikan masyarakat. Hal itu yang mendorong tim melakukan pengabdian kepada masyarakat yaitu Program Hibah Desa Binaan (PHDB) yang bekerjasama dengan BUMDES Bulusari. Harapan dari kegiatan pengabdian yaitu dapat membantu masyarakat untuk menghasilkan produk bernilai jual tinggi dipasar.

Tujuan dari pelaksanaan PHDB ini adalah menciptakan kemasan kopi bulupayung yang sesuai kesesuaian trend saat pada produk olahan kopi di Kelompok Tani Gunung Karang dan memberikan inovasi dan pelatihan pembuatan kopi herbal guna menciptakan produk kopi yang lebih variatif di Kelompok Tani Gunung Karang.

### **METODE PELAKSANAAN**

Kegiatan pengabdian dilakukan dalam mengatasi permasalahan di mitra antara lain sosialisasi kegiatan, pelatihan pembuatan kopi herbal, membantu mendesaikan kemasan produk kopi, pendampingan dan penerapan teknologi di mitra. Metode pelaksanaan kegiatan dilakukan untuk menyelesaikan masalah yang dihadapi oleh mitra. Pelaksanaan kegiatan dibagi menjadi beberapa tahap meliputi persiapan awal, penyuluhan, praktek pembuatan kopi herbal secara langsung dan berdiskusi atau tanya jawab, dan evaluasi hasil kegiatan pengabdian. Beberapa tahapan kegiatan pengabdian ini bertujuan mengatasi permasalahan mitra di Kelompok Tani Gunung Karang Desa Bulusari, Kalipuro Kabupaten Banyuwangi.

Uraian tahapan pelaksanaan dari masing-masing kegiatan, yaitu: persiapan awal yakni melakukan koordinasi semua anggota tim dan anggota kelompok tani, mempersiapkan alat dan bahan digunakan dalam pelatihan kopi herbal instan serta kebutuhan saat sosialisasi. Tahapan pelaksanaan program pengabdian terdiri dari beberapa kegiatan, antara lain:

Sosialisasi kegiatan pengabdian. Kegiatan ini bertujuan untuk memberikan pengetahuan/penjelasan tentang seluk beluk kopi dan olahan kopi.

Mendesain kemasan produk kopi yang sesuai tren. Hal ini perlu dilakukan mengingat kemasan produk kopi yang sebelumnya tidak konsisten dan kurang menarik. Desain kemasan diawali dengan diskusi dengan ketua mitra untuk memastikan filosofis simbol dan logo kemasan.

Pelatihan pembuatan produk kopi herbal instan. Pelatihan ini dilakukan untuk mempraktekkan cara memilih bahan yang digunakan, melakukan setiap langkah kerja pembuatan kopi herbal instan, dan sambil berdiskusi. Tahapan ini dipastikan petani memahami

dan menerapkan setiap proses kopi dengan baik dan benar. Pelatihan ini juga dilakukan cara mengemas dan memberi label dan takaran yang sesuai dengan keinginan konsumen.

Monitoring dan evaluasi kegiatan. Hal ini bertujuan untuk memantau dan memastikan pengabdian pasca pelatihan serta memberi solusi-solusi alternatif jika terjadi masalah-masalah baru.

## HASIL KEGIATAN

### Sosialisasi Kegiatan

Sosialisasi Program Hibah Desa Binaan dilakukan di saung pertemuan Kelompok Tani Gunung Karang. Materi sosialisasi menyangkut dengan kopi dan pascapanen kopi. Materi ini disampaikan oleh narasumber Siwi Wardani dan Andreas Lloyd. Kedua pemateri ini merupakan pernah mengikuti pelatihan tentang perkopian di Balai Pelatihan Kopi Kakao Indonesia. Selain itu keduanya juga pelaku bisnis kopi di Banyuwangi, yaitu Usaha Cabaco Chocolate & Coffee dan Kopi Using Robicanos. Penekanan pada materi ini yaitu caranya menghasilkan buah kopi dan mengolah kopi sesuai cita rasa kopi ekspor. Masyarakat sangat berantusias dengan materi-materi ini, mengingat umumnya belum mengetahui cara mengolah kopi yang terstandar.



Gambar 1. Sosialisasi Program Hibah Desa Binaan

### Desain Kemasan Kopi

Pengemasan produk olahan kopi merek kopi bulupayung sebelumnya menggunakan *flat bottom pouch* berwarna merah mengkilap serta dilengkapi label stiker. Penggunaan kemasan berwarna merah mengkilap pada produk kopi dinilai kurang menunjukkan nilai estetika. Label stiker yang ditempel pada kemasan juga menjadi permasalahan penting dalam pengemasan produk Kopi Bulupayung. Label stiker Kopi Bulupayung belum dibuat dengan menerapkan prinsip desain seperti keseimbangan (*balance*), kesatuan (*unity*), ritme (*rhythm*), penekanan (*emphasis*), dan proporsi. Unsur-unsur dari desain grafis seperti bentuk, ukuran, garis, dan warna yang digunakan belum mencapai pada prinsip keseimbangan. Informasi yang tertera pada label juga produk kopi bulupayung belum diberikan secara jelas.



Gambar 2. Desain Kemasan Kopi Bulupayung sebelum *upgrade*.

Kemasan dan label merupakan poin penting dalam suatu sistem pemasaran. Kemasan adalah salah satu hal kunci dalam menjamin kualitas produk. Pengemasan melibatkan desain dan produksi kemasan untuk melindungi suatu produk (Kotler dan Armstrong, 2008). Kemasan harus melibatkan desain agar fungsi produk tersampaikan dengan baik kepada konsumen. Kemasan turut berperan sebagai strategi pemasaran yang jitu dalam proses penjualan produk. Mendesain kemasan perlu memperhatikan unsur estetika. Estetika berisi fakta tentang produk, pewarnaan, dan informasi yang tersaji. Hal ini dibuat demi memenangkan hati konsumen saat memilih suatu produk. Kemasan dipergunaka untuk *silent seller*. *Silent seller* ini dipakai produsen merancang produk sedemikian rupa sehingga menarik perhatian dan merayu konsumen lewat tampilannya serta mengambil keputusan untuk membeli.

Material kemasan untuk produk yang beredar dipasaran saat ini bervariasi. Materiannya antara lain bahan plastik, aluminium foil, dan kertas daur ulang. Bahan kemasan ini tergantung produk yang dikemas. Produk kopi bubuk memiliki persaingan kemasan yang cukup ketat di antara produsen kopi bubuk. Produk kopi bubuk instan yang dijual dipasaran kebanyakan menggunakan kemasan plastik atau komposit plastik dan aluminium foil. Kopi Bulupayung lewat kegiatan PHDB mencoba untuk meningkatkan kemasan dan label produk dibanding dengan sebelumnya. Kemasan Kopi Bulupayung menggunakan bahan komposit antara plastik dan aluminium foil. Kemasan ini disebut *standing pouch*. Tipe *pouch* yang digunakan sebagai kemasan Kopi Bulupayung adalah *flat bottom pouch*.



**Gambar 3.** Kemasan *Flat Bottom Pouch* dan Struktur Lapisan Penyusun.

Konsumen cenderung memilih kemasan yang memiliki fitur *zipper*. Fitur *zipper* hanya ada pada *pouch* tipe *stand up pouch* dan *flat bottom pouch* (Zulkarnain *et al.* 2018). Kemasan *flat bottom pouch* dilengkapi dengan *valve*. *Valve* ini berfungsi sebagai penghantar aroma produk dengan konsumen tanpa membuka kemasan. Material Dasar kemasan *pouch* diantaranya, *polyester*, nilon, dan aluminium. *Polyester* berbahan keras, mengkilap, dan dapat dicetak. Nilon merupakan bahan tahan bocor, sedangkan aluminium sebagai penghalang masuknya gas. *Polypropylene* dimanfaatkan sebagai pelindung produk. Warna dasar kemasan yang digunakan adalah hitam. Harith *et. al.*, (2014) menyatakan kemasan kopi umumnya berwarna gelap. Kemasan berwarna seperti ini tersedia pada toko plastik di Banyuwangi. Stiker label didesain dan ditambahkan pada kemasan sehingga dapat memberikan daya tarik secara visual. Label dilengkapi dengan atribut kemasan diantaranya merek, logo produk, logo halal, No. PIRT, tanggal produksi, berat produk, tanggal kadaluarsa, komposisi, cara memakai dan informasi produsen.



Gambar 4. Ilustrasi Pada Kemasan Kopi Bulupayung.



Gambar 5. Desain Kemasan Baru Kopi Bulupayung.

Gaya desain pada kemasan baru Kopi Bulupayung menggunakan gaya *Flat Design*. *Flat Design* merupakan gaya desain yang populer saat ini. Gaya desain ini memiliki karakter minimalis dengan penggunaan warna solid yang menarik dilihat. Desain logo produk menggunakan ilustrasi pada kemasan Kopi Bulupayung. Ilustrasi gambar yang mencerminkan bahwa produk kopi ini berasal dari Dusun Bulupayung, Desa Bulusari, Kota Banyuwangi.

### Pelatihan Pembuatan Kopi Herbal Instan

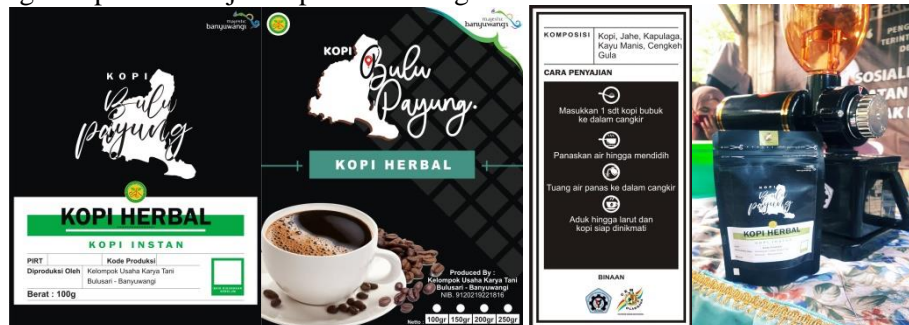
Pelatihan pembuatan dan pengolahan kopi di Kelompok Tani Gunung Karang bertujuan agar produk kopi mendapatkan penambahan nilai. Penambahan nilai yaitu dengan mengolah kopi bijian untuk menjadi produk kopi herbal kemasan. Bahan alami yang pakai dalam membuat kopi herbal antara lain gula aren, kayu manis, jahe merah, kapulaga, dan cengkeh (Widakdo, *et al.*, 2021). Bahan campuran kopi yang digunakan memiliki khasiat bagi tubuh yang mengkonsumsinya. Kasiat rempah antara lain anti-inflamatori, antibakterial, mengatasi peradangan, meredakan batuk, mengatasi perut kembung, antioksidan dan penghangat bagi tubuh (Hakim, 2015).



Gambar 6. Pelatihan Pembuatan Kopi Herbal.

Metode dalam pembuatan kopi herbal instan menggunakan teknologi yang sederhana sehingga masyarakat Desa Bulusari dapat dengan mudah menerapkan upaya inovasi tersebut.

Pembuatan kopi herbal ini selanjutnya dikemas dan diberi label merek Kopi Bulupayung. Berat perkemasan kopi adalah 100 gram. Anggota masyarakat yang hadir sangat antusias dengan produk yang baru dihasilkan ini. Penambahan varian produk kopi bulupayung dapat meningkatkan nilai jual dan segmentasi pasar produk kopi. Produk kopi bubuk hitam biasa dijual 12.000/100gr. Kopi herbal dijual Rp.20.000/100gr.



Gambar 7 Produk Kopi Herbal Hasil Kegiatan PHDB.

### Monitoring dan Evaluasi

Tahapan terakhir Program Hibah Desa Binaan (PHDB) adalah monitoring dan evaluasi. Kegiatan monitoring dilaksanakan dengan kunjungan rutin untuk memastikan Kelompok Tani Gunung Karang menerapkan teknologi yang telah diberikan. Evaluasi dilakukan demi memastikan informasi dan teknologi yang diberikan telah dipahami dan dilakukan, serta ditindaklanjuti. Anggota Kelompok Tani Gunung Karang sangat antusias mengikuti kegiatan selama program berlangsung. Ketua kelompok ini juga yang menginginkan adanya pendampingan. Mengingat jarang adanya pendampingan dalam kegiatan serupa. Hasil desain kemasan baru juga dapat dicetak tanpa minimal (*on demand*) pada *printing services*. Silaturahmi antara kelompok Gunung Karang dengan tim pengabdian masih terus terjaga dengan baik.

### KESIMPULAN DAN SARAN

Program Hibah Desa Binaan pengolahan biji kopi berdampak pada produk olahan di Kelompok Tani Gunung Karang. Dampak pengabdian ini berupa penambahan nilai produk dengan mengembangkan olahan kopi herbal menjadi varian baru dengan merek Kopi Bulupayung. Hasil pengabdian mendapatkan ilmu pengetahuan dan ketrampilan. Hal ini dikarenakan ada pendampingan selama setelah program pelatihan. Selain itu kemasan yang dihasilkan juga dapat dipesan/dicetak tanpa jumlah minimum (*on demand*) pada *printing services*. Struktur kemasan jenis pouch yang dilengkapi fitur valve dan zipper cocok untuk produk olahan kopi. Desain kemasan yang mempunyai nilai estetis dan informasi yang baik dapat menjadi representasi produk yang ditawarkan. Hal ini dapat memberikan dampak emosional bagi konsumen. Saran setelah kegiatan ini yaitu perlu adanya kegiatan serupa. Daerah Desa Bulusari memiliki potensi lokal yang sangat potensial yang perlu ditingkatkan. Selain itu masyarakat harus konsisten dalam menerapkan program diperoleh demi optimalisasi hasil. Program pengabdian ini berpeluang meningkatkan nilai tambah dan daya saing produk kopi Bulusari, tetapi perlu didukung dengan promosi produk lewat media online (*digital marketing*) sehingga menjangkau pasar yang lebih luas.

### DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik [BPS]. Kecamatan Kalipuro dalam Angka 2019. BPS Kabupaten Banyuwangi. 2020.
- Hakim, L. 2015. Rempah dan Herba kebun-Pekarangan Rumah Masyarakat. Diandra Creative. Yogyakarta.
- Harith ZT, Ting CH, dan Zakaria NNA. 2014. Coffee packaging : Consumer Perception On Appearance, Branding And Pricing. *International Food Research Journal*, 21(3): 849 – 853.

- Kotler, Philip Gary Armstrong. 2008, Prinsip-Prinsip Pemasaran, Edisi 12 Jilid 1, Erlangga, Jakarta
- Rosnani, Ginting. 2009. Perancangan Produk. Graha ilmu. Yogyakarta.
- Setiawan, I. M. R. T., Andityawan, I. M., Dinata, I. N. A. A. P., Adiada, A. A. K., Ririhena, J. C. P., & Susanto, P. C. (2021). Diferensiasi Pemasaran Produk Kopi Arabika UUP Catur Paramitha Melalui Packaging dan Branding dalam Menyasar Konsumen Milenial. *Paradharma (Jurnal Aplikasi IPTEK)*. 4(1): 37 – 46.