

DESIGN ULANG KEMASAN PRODUK INDUSTRI RUMAH TANGGA 'BUKIT HITAM COFFE'

Redesign of Home Industry Product Packaging 'Bukit Hitam Coffe'

Fitri Yuwita, Damres Uker, Meizul Zuki, Arina Fatharani, Ulfah Anis

Program Studi Teknologi Industri Pertanian, Fakultas Pertanian Universitas Bengkulu

Jl. W.R Supratman Kandang Limun Bengkulu 38122

*Alamat Korespondensi: fitriyuwita.s@unib.ac.id

(Tanggal Submission: 24 Februari 2024, Tanggal Accepted : 3 April 2024)



Kata Kunci :

*Design,
Kemasan, Kopi*

Abstrak :

Kopi termasuk komoditi perkebunan yang memegang peranan penting dalam menyumbang devisa dan pendapatan Negara, sebagai sumber pendapatan petani, menciptakan lapangan kerja, pendorong pertumbuhan sektor agribisnis dan agroindustri. Bengkulu termasuk daerah yang memiliki usaha industri kecil terbanyak dalam mengolah kopi, salah satunya usaha industri kecil menengah dengan merek Bukit Hitam Coffe. Seiring berkembangnya teknologi, industri ini memiliki kendala dalam pengemasan dan label produk belum sesuai Standar Nasional Indonesia. Pada kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan *design* ulang kemasan kopi bubuk. Kemasan pada produk yang telah diproduksi sebelumnya kurang jelas dan warna nya kurang menarik. Metode kegiatan pengabdian kepada masyarakat menggunakan metode survey, diskusi dan praktek langsung. Tim pengabdian melakukan survey awal dan diskusi kepada mitra diketahui beberapa kendala yang dihadapi mitra, selanjutnya mendesain ulang kemasan sesuai diskusi yang telah dilakukan kemudian praktek langsung. Hasil dari kegiatan ini merupakan *design* ulang kemasan oleh tim pengabdian yang nantinya kemasan ini dapat direalisasikan serta dilakukan pencetakan dalam bentuk stiker dan kemasan bentuk *standing pouch*. Kemasan yang baru terlihat lebih elegan, rasa dan aroma kopi tidak mudah rusak dan nantinya akan meningkatkan umur simpan. Setelah *design* kemasan baru didapatkan tim pengabdian melakukan evaluasi. Evaluasi dilakukan untuk mengukur keefektifan dari kegiatan yang telah dilakukan kepada mitra. Mitra usaha mempunyai kemasan baru, kemasan ini dapat direalisasikan agar ditampilkan produk lebih informatif dibandingkan dengan kemasan dan logo sebelumnya.

Key word :

Abstract :



Design,
Packaging,
Coffee

Coffee is a plantation commodity that plays an important role in contributing to foreign exchange and state income, as a source of income for farmers, creating jobs, driving the growth of the agribusiness and agro-industrial sectors. Bengkulu is one of the regions that has the most small industrial businesses in processing coffee, one of which is a small and medium industrial business with the Bukit Hitam Coffe brand. Keywords: Design, Packing, Coffee. Along with the development of technology, this industry has obstacles in packaging and product labels have not complied with Indonesian National Standards. In this community service activity, a redesign of ground coffee packaging was carried out. The packaging on products that have been produced before is less clear and the color is less attractive. The method of community service activities uses survey, discussion and direct practice methods. The service team conducted an initial survey and discussion with partners known some of the obstacles faced by partners, then redesigned the packaging according to the discussions that had been carried out then direct practice. The result of this activity is a packaging redesign by the service team which later this packaging can be realized and printed in the form of stickers and standing pouch packaging. The new packaging looks more elegant, the taste and aroma of coffee is not easily damaged and will later increase the shelf life. After the new packaging design was obtained, the service team conducted an evaluation. Evaluation is carried out to measure the effectiveness of the activities that have been carried out to partners. Business partners have new packaging, this packaging can be realized so that the product display is more informative than the previous packaging and logo.

Panduan sitasi / citation guidance (APPA 7th edition) :

Yuwita, F., Uker, D., Zuki, M., Fatharani, A., & Anis, A. (2024). Design Ulang Kemasan Produk Industri Rumah Tangga 'Bukit Hitam Coffe'. *Jurnal Abdi Insani*, 11(2), 1138-1146. <https://doi.org/10.29303/abdiinsani.v11i2.1491>

PENDAHULUAN

Kopi termasuk komoditi perkebunan yang memegang peranan penting dalam memberikan kontribusi seperti membantu menyumbang devisa dan pendapatan Negara, sebagai sumber pendapatan petani, menciptakan lapangan kerja, pendorong pertumbuhan sektor agribisnis dan agroindustri dan UMKM (Ditjenbun, 2019). Kopi juga merupakan jenis tanaman yang banyak dibudidayakan dan memiliki nilai ekonomis tinggi (Rosalinda et al.,2021). Provinsi Bengkulu pada tahun 2022 tercatat jumlah industri kecil sebanyak 514 dan 19.919 unit untuk industri kecil menengah (BPS, 2022).

Industri kecil merupakan suatu peluang usaha yang mulai bermunculan sekarang ini karena semakin sedikitnya lapangan kerja yang tersedia. Industri semacam ini dapat dikelola di dalam rumah sehingga dapat dipantau setiap saat. Usaha industri kecil menengah ini disebut juga usaha ekonomi produktif yang didirikan oleh perorangan atau berdiri sendiri dan bukan merupakan cabang usaha dari perusahaan-perusahaan lain (Ayodya, 2020). Usaha industri kecil menengah mempunyai peran sangat penting dalam menggerakkan perekonomian saat ini, karena didukung dengan pengelolaan yang secara sederhana sehingga menjadi *alternative* sebagai wadah usaha yang menghasilkan nilai ekonomi dan menjadi pilihan utama karena memerlukan biaya yang tidak besar dan *relative* kecil (Komarian ,2022).

Bengkulu termasuk daerah yang memiliki banyak usaha industri kecil terutama dalam industri kecil menengah pengolahan kopi, hal ini membuat banyak timbulnya persaingan yang tajam dipasar



karena banyaknya pesaing pelaku industri. Maka dari itu industri kecil menengah dituntut untuk lebih memperhatikan produk yang mereka jual yang nantinya akan mempengaruhi kualitas dari produk serta harus mengevaluasi strategi pemasaran mereka agar nantinya usaha mereka dapat berkembang dan mampu bersaing di pasaran.

Salah satunya industri kecil menengah yang ada di kota Bengkulu adalah industri kecil menengah Bukit Hitam Coffe. Industri ini dikelola oleh Bapak Suyanto Industri Kecil Menengah berdiri sejak 23 April 1999, usaha ini merupakan usaha milik keluarga yang beralamat di Desa Barat Wetan Kecamatan Kabawetan Kabupaten Kepahiang. Industri pengolahan biji kopi menjadi bubuk ini sudah terdaftar dan telah memiliki izin DEPKES dengan nomor PIRT No. 12940004408110000001. Hasil dari produk Industri Kecil Menengah (IKM) ini telah dipasarkan luas didalam dan luar Kota Bengkulu.

Usaha kopi Bukit Hitam Coffe dipasarkan secara online dimedia sosial dan juga pemasaran secara langsung kepada agen penjual kopi selain itu kopi bubuk yang diproduksi juga telah dipasarkan ke berbagai daerah seperti ke Muara Enim, Bengkulu Utara, dan Kepahiang. Seiring berkembangnya industri ini memiliki beberapa kendala dalam pengemasan dan label produk yang belum sesuai dengan Standar Nasional Indonesia (SNI). Pengemasan merupakan kegiatan yang dilakukan dalam merancang atau membuat suatu tempat atau bungkus sebagai sebuah produk. Wujud dari kemasan mudah dipahami sebagai barang yang mudah dibawa dan melindungi produk apa pun (Mu'alim, 2014).

Pengemasan produk Bukit Hitam Coffe masih sederhana menggunakan plastik PP rentang terhadap kebocoran dan bubuk kopi tidak bertahan lama yaitu kopi bubuk hanya bertahan selama 6 bulan, kopi bubuk akan mengalami perubahan terhadap rasa dan aroma. Ketika kopi bubuk telah mengalami perubahan maka agen akan mengembalikan kopi tersebut kepada industri bukit hitam coffe. Selain itu kemasan pada produk yang telah diproduksi juga belum informatif serta kurang menarik. Karena kemasan pada produk merupakan hal yang sangat mempengaruhi nilai jual dan daya tarik konsumen terhadap produk yang akan dipasarkan. Kemasan yang unik mempunyai daya tarik tersendiri oleh konsumen, kemasan adalah daya tarik yang dapat ditonjolkan pada suatu produk karena memiliki pengaruh besar dalam pertimbangan konsumen dan membeli produk yang ditawarkan oleh penjual (Wijaya & Erlyana, 2022). Menurut (Apriyanti, 2018) tampilan kemasan produk akan memberikan pengaruh pada konsumen, karena dengan kemasan konsumen mendapatkan informasi dari isi produk yang akan dibeli.

Era globalisasi sekarang ini membuat persaingan dalam pasar sangat tajam, produk yang dilihat tidak hanya sebatas keunggulan kualitas yang dijual atau menggunakan teknologi canggih saja namun juga dilihat pada nilai tambah yang diberikan kepada konsumen agar nantinya pembeli melirik produk yang ditawarkan oleh penjual. Salah satu cara yang dilakukan untuk menghadapi persaingan dalam perdagangan yang semakin tajam adalah melalui desain dari kemasan produk yang ditawarkan. Karena daya tarik dari suatu produk yang utama terletak pada kemasannya maka dari itu sebuah kemasan harus mampu mempengaruhi konsumen untuk memberikan respon yang positif terhadap produk yang akan mereka pilih. Hal ini membuktikan jika kemasan yang sederhana dianggap tidak layak jika mitra akan mengembangkan produk mereka melalui pasar modern atau pasar yang berbasis teknologi digital yang ada pada saat sekarang ini. Maka dari itu untuk meningkatkan daya saing dan nilai jual dari produk industri Bukit Hitam Coffe perlu adanya desain ulang dari kemasan yang telah ada, agar nantinya produk dapat bersaing dengan produk lainnya serta dapat menemukan pasar baru untuk produk kopi bubuk yang industri produksi.

Berdasarkan permasalahan yang dihadapi mitra maka pengabdian ini akan melakukan *design* ulang kemasan kopi bubuk Industri Kecil Menengah Bukit Hitam Coffe dengan melakukan praktek langsung cara pembuatan kemasan dan label dari produk yang telah diproduksi. Dengan tujuan kegiatan ini dapat membantu Industri Kecil Menengah dalam memasarkan produknya lebih baik lagi. Apabila kemasan produk yang digunakan cukup menarik, maka konsumen juga tidak membutuhkan banyak pertimbangan untuk melakukan transaksi pembelian terhadap barang yang ditawarkan. Serta nantinya

kemasan baru yang telah dilakukan pencetakan ulang dapat meningkatkan nilai tambah dari produk dan juga meningkatkan nilai jual terhadap kopi Bukit Hitam Coffe.

METODE KEGIATAN

Waktu dan Tempat

Pengabdian kepada masyarakat ini telah dilaksanakan pada bulan Juni – Desember 2023 Desa Barat Wetan, Kecamatan Kabawetan, Kabupaten Kepahiang pada usaha Industri Kecil Menengah dengan dengan merk dagang Bukit Hitam Coffe.

Bahan dan Peralatan

Bahan yang digunakan pada kegiatan ini adalah berupa kemasan *standing pouch* dan bubuk kopi robusta, sedangkan peralatan yang digunakan yaitu seperangkat komputer dan aplikasi perangkat lunak canva digunakan untuk mendesain gambar yang nantinya hasil *design* baru dari canva tersebut akan dicetak dan ditempelkan pada kemasan *standing pouch*.

Keadaan Umum Usaha

Usaha Bukit Hitam Coffe merupakan Industri Kecil Menengah yang bergerak dalam bidang pengolahan kopi. Jenis kopi yang diolah pada industri ini yaitu kopi jenis robusta yang dijadikan kopi bubuk siap seduh yang beralamat di Desa Barat Wetan Kecamatan Kabawetan Kepahiang Provinsi Bengkulu. Selain menjual di tempat usaha industri ini juga memasarkan produk mereka ke berbagai daerah seperti daerah Muara Enim, Bengkulu Utara, dan Kepahiang. Usaha ini berdiri sejak tanggal 23 April 1999, didirikan oleh Bapak Eka Sugiarto dan dikelola oleh Bapak Suyanto (Bandot). Industri memiliki luas bangunan 20x30 m dan 4 orang karyawan tetap

Metode

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan menggunakan metode *survey*, praktek, dan diskusi. Adapun kegiatan yang dilakukan dalam mengatasi permasalahan yang terjadi pada mitra yaitu:

- a. Tim pengabdian terlebih dahulu berkoordinasi dengan mitra yaitu pemilik usaha Bukit Hitam Coffe yaitu Bapak Suyanto untuk menentukan waktu pelaksanaan kegiatan pengabdian yang sesuai dengan aktivitas mitra. Selanjutnya dilakukan diskusi kepada pemilik usaha Bukit Hitam coffe.
- b. Selanjutnya tim pengabdian menjadwalkan kedatangan selanjutnya untuk melakukan diskusi awal. Diskusi diawali dengan pertanyaan permasalahan apa yang dihadapi oleh mitra dalam memasarkan produk yang telah mitra hasilkan. Dilakukan diskusi cara penyelesaian masalah yang dihadapi mitra. Dari diskusi bersama pemilik dan 4 karyawan usaha Bukit hitam Coffe diketahui mitra terkendala dengan kemasan yang masih menggunakan plastik PP biasa, kemasan sering bocor, kurang menarik, dan bubuk kopi tidak bertahan lama rentan rusak
- c. Setelah diskusi dengan pemilik dan 4 karyawan usaha Bukit hitam Coffe dilakukan, mitra menyampaikan permasalahan yang mereka hadapi, selanjutnya tim pengabdian membuat desain logo dan kemasan ulang produk sebagai upaya perbaikan tampilan dan peningkatan harga jual pada produk kopi bubuk industri Bukit Hitam Coffe.
- d. Desain produk dibuat sebanyak 3 desain logo dan kemasan oleh tim pengabdian selanjutnya mitra disarankan memilih salah satu dari desain dari kemasan.
- e. Kemudian mitra di damping membuat logo dan kemasan yang telah mereka pilih. Disini tim pengabdian akan melakukan tutorial pembuatan desain dan logo kemasan selanjutnya mitra diminta untuk mendesain ulang kemasan tersebut namun tetap didampingi oleh tim

- pengabdian. Desain logo dan kemasan pada pengabdian ini menggunakan aplikasi Canva yang di akses langsung menggunakan internet.
- f. Setelah desain kemasan telah jadi, tim pengabdian selanjutnya melakukan sosialisasi tentang pentingnya logo dan kemasan dalam suatu produk yang akan dijual.
 - g. Kegiatan akhir yaitu melakukan evaluasi terhadap kegiatan yang telah dilakukan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Bukit Hitam Coffe merupakan industri kecil menengah dimana industri ini mengolah buah kopi menjadi *green bean* dan bubuk kopi robusta. Industri ini sudah berdiri sejak 23 April 1999, pemilik industri ini bernama bapak Eka Sugiarto dan bapak Suyanto (Bandot) sebagai penanggung jawab. Satu kemasan produk kopi bubuk Bukit Hitam Coffe dijual dengan harga Rp. 10.000,- perbungkusnya. Walaupun sudah berdiri sejak lama namun industri ini masih terkendala dengan kemasan maka Tim Pengabdian melakukan kegiatan pada industri ini. Pengabdian kepada masyarakat telah dilakukan di Desa Barat Wetan, Kecamatan Kabawetan, Kabupaten Kepahiang. Kegiatan ini diikuti oleh pemilik usaha serta karyawan kopi Bukit Hitam Coffe dan tim pengabdian Teknologi Industri Pertanian, Universitas Bengkulu yang ikut mendampingi mitra dalam melakukan kegiatan.

Rangkaian kegiatan ini diawali dengan observasi awal dengan model *survey* antara mitra dengan Program Studi Teknologi Industri Pertanian, Universitas Bengkulu. Berdasarkan diskusi yang dilakukan diawal, diketahui bahwa terdapat beberapa kendala yang dihadapi mitra dalam pengemasan dan label produk. Dimana kemasan dan label yang telah ada tidak sesuai dengan Standar Nasional Indonesia (SNI). Mitra masih memiliki sedikit pengetahuan tentang design kemasan dari produk. Hal ini nantinya akan menjadi penyebab sebuah produk yang dihasilkan kurang mampu bersaing dengan produk kopi bubuk yang lebih besar. Produsen atau pelaku usaha harusnya memahami bahwa kemasan yang tepat dan menarik itu tidak harus dengan menghabiskan biaya yang mahal, kemas yang sederhana jika dirancang dengan baik akan menjadi kemasan yang bernilai jual dan mempunyai daya tarik tersendiri bagi konsumennya.

Kemasan informatif dan dapat mewakili isi dari produknya adalah kemasan yang memiliki nilai lebih di mata konsumen (Wijaya & Erlyana, 2022). Kemasan yang terbatas akan mengakibatkan nilai jual produk rendah walaupun memiliki cita rasa yang layak untuk dihargai tinggi (Wahyuni & Ernawati, 2020). Gambar 1 menjelaskan observasi awal oleh tim pengabdian.



Gambar 1. Observasi Awal Tim Pengabdian ke Industri Rumah Tangga Bukit Hitam Coffe.

Kegiatan selanjutnya melakukan diskusi antara mitra dan tim pengabdian disini mitra memperlihatkan desain awal dari produk yang mereka produksi. Kemasan yang diperlihatkan kan jelas diketahui bahwa kemasan produk belum informatif dan kurang menarik. (Wadud & Fitriani, 2021) menyatakan bahwa selain sebagai pelindung isi, desain suatu kemasan juga berfungsi sebagai penarik konsumen serta media informasi pada sebuah produk yang kita tawarkan. Daya tarik yang dimaksudnya yaitu berupa daya tarik label yang digunakan maupun daya tarik dari struktur dari kemasan. Daya tarik label lebih mengarah kepada warna yang digunakan, citra, dan tata letak sedangkan daya tarik struktur lebih mengacu kepada kemasan yang digunakan mudah dibawa, dipegang, dibuka tutup, mudah untuk dipajang dan disimpan serta terlindung dari sinar matahari langsung, terhindar dari kuman dan serangga yang mengakibatkan produk menjadi rusak, jika kedua daya tarik ini dikombinasikan secara baik maka akan mempengaruhi emosi dan psikologis para konsumen (Zulkarnain, 2020).

Pada tahap kegiatan ini Tim Pengabdian memberikan sosialisasi pentingnya sebuah label dan kemasan pada suatu produk yang dihasilkan karena kemasan adalah sebuah desain kreatif agar produk dapat dipasarkan (Herudiansyah et al, 2019). Desain awal dari produk Bukit Hitam Coffe disajikan pada Gambar 2.



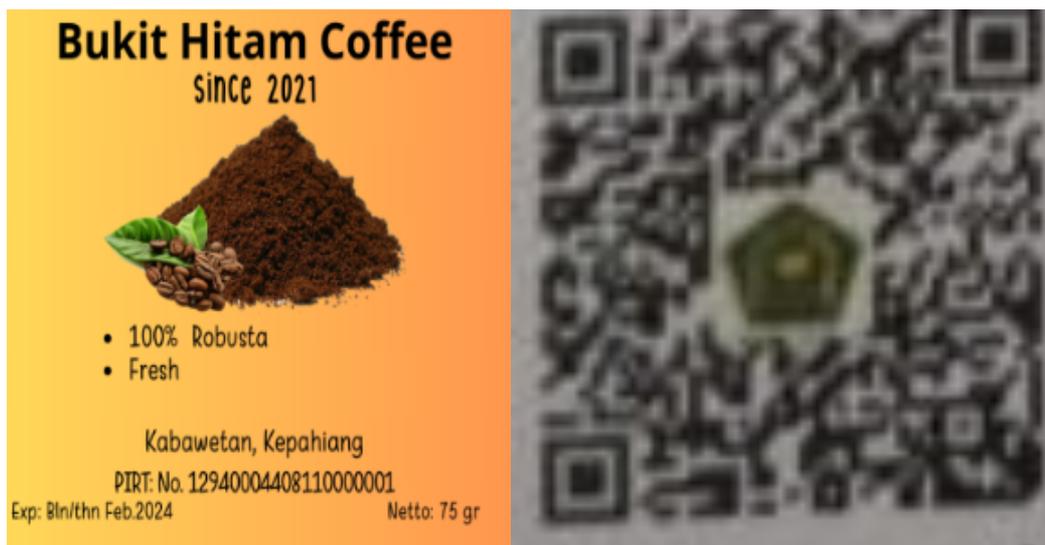
Gambar 2. Kemasan Awal Kopi Bubuk Bukit Hitam Coffe

Kemasan masih menggunakan plastik bening dengan desain yang sederhana dan tidak kedap udara, belum ada logo halal serta belum mencantumkan komposisi dari produk, keterangan kadarluarsa, berat bersih. Menurut Juniawan et al., (2019) pada sebuah kemasan hal yang umum tercantum berupa cap merek, komposisi, nama produksi, keterangan kadarluarsa, berat bersih, nomor registrasi dinas kesehatan, kode produksi dan logo halal. Pada kegiatan ini tim pengabdian juga melakukan sosialisasi tentang fungsi dan manfaat pengemasan yang baik dan menarik, serta nantinya dapat memperpanjang umur simpan dari produk. Dilanjutkan dengan sosialisasi pentingnya menampilkan logo halal pada produk agar nantinya para pembeli tidak merasa ragu untuk membeli produk yang ditawarkan.

Mu'alim (2014) menyatakan bahwa ada tiga alasan utama untuk melakukan pengemasan terhadap produk: (a) Keamanan produk yang akan dijual, disini kemasan dapat berfungsi sebagai pelindung produk dalam pengiriman dari produsen menuju konsumen. Produk yang dikemas akan lebih bersih, tidak rentan terhadap kerusakan terutama yang disebabkan oleh cuaca serta lebih menarik. (b) Kemasan akan membedakan dengan produk pesaing, pada kemasan produk yang ditawarkan akan diidentifikasi lebih efektif oleh konsumen maka akan mencegah adanya pertukaran

oleh produk pesaing. (c) Kemasan akan meningkatkan nilai jual produk karena kemasan harus dibuat bagus, unik dan semenarik mungkin agar dapat memikat konsumen untuk melihat produk yang ditawarkan.

Tim pengabdian membantu membuat dan memberi pelatihan secara langsung kepada mitra tentang perancangan desain ulang kemasan yang lebih informatif dan menampilkan logo halal pada produk Bukit Hitam Coffe. Label halal merupakan salah satu item yang harus di tampilkan pada kemasan karena akan menjamin kenyamanan para konsumen. Menurut Cahyowati et al., (2020) Label halal penting dicantumkan pada kemasan produk karena akan membuat konsumen merasa aman dalam mengkonsumsi produk yang ditawarkan, serta konsumen mendapat jaminan jika tidak mengandung sesuatu yang tidak halal dan diproduksi secara halal dan ber etika. Bagi produsen dapat lebih percaya diri dan loyalitas konsumen terhadap produk yang dijual. Label halal pada produk akan meningkatkan nilai penjualan karena sudah memiliki sertifikat halal nanti konsumen tidak ragu lagi untuk membeli produk yang ditawarkan (Sari, 2018). Perancangan ulang menggunakan aplikasi perangkat lunak canva karena aplikasi ini merupakan perangkat lunak yang tidak sulit untuk dipahami oleh kalangan masyarakat dan juga akan meminimalisir pengeluaran terkait perancangan ulang kemasan produk. Gambar 3 merupakan desain dan logo halal



Gambar 3. *Design* baru Bukit Hitam Coffe dan Logo Halal Produk

Desain produk yang telah dibuat oleh mitra selanjutnya dilakukan pencetakan dan tim pengabdian akan terus melakukan diskusi sehingga nantinya mitra bisa mendesain sendiri kemasan produk yang mereka jual. Desain kemasan baru yang kemudian direalisasikan untuk dilakukan pencetakan dengan model stiker dan kemasan *standing pouch*. Sehingga kemasan terlihat lebih elegan, rasa dan aroma kopi bubuk tidak mudah rusak serta diharapkan akan meningkatkan umur simpan dari kopi bubuk tersebut. Menurut Karseno et al., (2022) faktor penyebab utama dari kerusakan produk adalah tumbuhnya mikroba karena adanya cemaran. Solusi efektif dan tepat untuk meminimalisir terjadinya cemaran atau kerusakan pada proses pengemasan (Agustiyar et al., 2022).

Kemasan baru Bukit Hitam Coffe menggunakan kemasan *standing pouch* ukuran 20 x 29 cm, menggunakan *standing pouch* karena memiliki harga yang lebih ekonomis dan kualitas yang lebih baik, jenis kemasan ini juga dilengkapi sistem klip yang mudah untuk dibuka tutup, tidak mudah tumpah sehingga produk akan terjaga ketahanannya. Desain kemasan baru menggunakan warna dominan *orange*, warna yang cerah dapat menarik pandangan konsumen untuk melihat produk yang dijual. Kemasan baru produk akhir dari mitra yang telah didesain ulang oleh tim pengabdian dan mitra disajikan pada Gambar 4.



Gambar 4. Kemasan baru kopi bubuk Bukit Hitam Coffe

Murniyati (2009) Kemasan *standing pouch* merupakan salah satu kemasan yang fleksibel yang biasanya berbentuk kantong dapat berdiri tegak (*stand up packaging*) tanpa adanya penyangga atau penopang agar kemasan tetap bisa berdiri tegak. Kemasan ini terbuat dari laminasi *aluminium foil* yang berfungsi menghalangi sinar matahari langsung dan oksigen masuk dari luar kemasan sehingga jenis kemasan *pouch* tepat digunakan untuk tetap menjaga kualitas dari kopi, serta menjaga cita rasa dan aroma dari kopi. Berdasarkan hasil dari pengabdian kepada masyarakat ini maka kegiatan telah terlaksana dengan baik dan sesuai dengan tujuan dari kegiatan yang telah direncanakan. Hal ini dibuktikan dengan semangat dan atusias mitra untuk berdiskusi. Akhir dari kegiatan dilakukan evaluasi untuk mengukur keefektifan dari kegiatan yang dilakukan serta perlu pendampingan secara berkelanjutan terhadap mitra tentang inovasi dan pemasaran produk. Tahap evaluasi adalah suatu proses yang dilakukan untuk mengetahui atau mengukur hasil dari kegiatan yang telah dilaksanakan (Wahyuni & Sutarto, 2018).

KESIMPULAN DAN SARAN

Hasil dari kegiatan ini adalah khalayak sasaran atau mitra usaha mempunyai kemasan baru, kemasan baru ini berbentuk *standing pouch*. Kemasan ini dapat direalisasikan agar produk yang ditampilkan lebih menarik dan informatif dibandingkan dengan kemasan dan logo sebelumnya. Pada kemasan baru sudah terdapat informasi tentang produk halal, komposisi, masa berlaku dan berat bersih dari produk. Saran dari kegiatan ini adalah untuk kegiatan selanjutnya diadakan kegiatan penjualan secara online melalui *e-commerce* atau memiliki *website* sendiri untuk memasarkan produk yang telah diproduksi.

UCAPAN TERIMAKASIH

Ucapan terima kasih Tim Pengabdian sampaikan kepada LPPM Universitas Bengkulu yang telah mendanai kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini melalui kegiatan Pengabdian Pembinaan PNBPFakultas Pertanian Universitas Bengkulu tahun 2023. Terima kasih kepada Industri Bukit Hitam Coffe selaku mitra dalam kegiatan ini.

DAFTAR PUSTAKA

Agustiyar, F., Alam, S., Riyanto, A., Fatmawati, D. R., Hidayah, N., Rizqiyana, D., & Pradipta, M. F. (2022). Sterilisator Kemasan “Veganektar” Sebagai Solusi Peningkatan Umur Simpan Gula Cair. *ABDI*

- MOESTOPO: *Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 5(2), 169–177.
<https://doi.org/10.32509/abdimoestopo.v5i2.1915>
- Apriyanti, M. E. (2018). Pentingnya Kemasan terhadap Penjualan Produk Perusahaan. *Sosio E-Kons*, 10(1), 20. <http://dx.doi.org/10.30998/sosioekons.v10i1.2223>
- Ayodya, W. (2020). *UMKM 4.0 Strategi UMKM Memasuki Era Digital 4.0* (Dionisia Putri (ed.)). PT Elex Media Komputindo.
- BPS Provinsi Bengkulu. 2022. *Bengkulu dalam Angka 2022*. Badan Pusat Statistik Provinsi Bengkulu
- Cahyawati, C., Asmara, G., Rodliyah, R., & Risnain, R. (2020). Penyuluhan Hukum Tentang Pentingnya Memperoleh Sertifikat Halal dalam Usaha Kuliner di Kabupaten Sumbawa. *Jurnal PEPADU*, 1(3), 400–408. <https://doi.org/10.29303/jurnalpepadu.v1i3.128>
- Direktorat Jenderal Perkebunan. (2019.) *Statistik Perkebunan Indonesia Komoditas Kopi 2014-2019*. Jakarta: Direktorat Jenderal Perkebunan.
- Herudiansyah, G., Candra, M., & Pahlevi, R. (2019). Penyuluhan pentingnya label pada kemasan produk dan pajak pada usaha kecil menengah (UKM) Desa Tebedak II Kecamatan Payaraman Ogan Ilir. *Suluh Abdi*, 1(2) <https://doi.org/10.32502/sa.v1i2.2296>
- Juniawan, F. P., Sujono, S., & Hamidah, H, D. Y. S. (2019). Pelatihan Desain Kemasan Bagi UKM Rumah Tangga di Bangka Barat. *Seminar Nasional Hasil Pengabdian Kepada Masyarakat 2019*, 1(1), 18–22. <http://dx.doi.org/10.30700/sm.v1i1.529>.
- Murniyati, M. (2009). Penggunaan retort pouch untuk produk pangan siap saji. *Squalen Bulletin of Marine and Fisheries Postharvest and Biotechnology* 4 (2): 55-60. <https://www.bbp4b.litbang.kkp.go.id/squalenbulletin/index.php/squalen/article/view/14>.
- Mu'alim & Hidayat, R. (2015). Re-desain kemasan dengan metode Kansei engineering. *Jurnal Al-azhar Indonesia Seri Sains dan Teknologi*, 2(4), 215-223 <http://dx.doi.org/10.36722/sst.v2i4.156>
- Karseno, Y. T., & Handayani, I. (2020). Studi Pendahuluan Pembuatan Sirup GlukosaFruktosa Dari Nira Kelapa Secara Fermentasi Dengan Ragi Tapai. *Prosiding Seminar Nasional dan Call of Papers*. 6-7 Oktober 2020. Purwokerto. Indonesia. Pp. 93-99.
- Komarlah, I. (2022). Perancangan Ulang Desain Kemasan Produk pada UKM Makanan Ringan Basinda Menggunakan Metode Kansei Engineering. *Jurnal Media Teknologi*, 9(1), 39-48. <https://doi.org/10.25157/jmt.v9i1.2781>.
- Rosalinda, S., Febriananda, T., & Nurjanah, S. (2021). Penggunaan Berbagai Konsentrasi Kulit Buah Pepaya dalam Penurunan Kadar Kafein pada Kopi. *Jurnal Teknotan*, 15(1), 27. <https://doi.org/10.24198/jt.vol15n1.5>
- Sari, D. I. (2018). Perlindungan hukum atas label halal produk pangan menurut undang-undang. *Repertorium: Jurnal Ilmiah Hukum Kenotariatan*, 7(1), 1-14. <http://dx.doi.org/10.28946/rpt.v7i1.264>
- Wadud, A. M., & Fitriani, E. (2021). Pelatihan Desain Kemasan Dalam Rangka Peningkatan Nilai Jual Produk UMKM di Kabupaten Kuningan. *Dimasejati: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 177. <https://doi.org/10.24235/dimasejati.v3i2.9249>
- Wahyuni, I., & Ernawati, S. (2020). Analisis Pengaruh Product Assortment dan Desain Kemasan Terhadap Minat Beli Pada UMKM Di Kota Bima. *Widya Cipta: Jurnal Sekretari Dan Manajemen*, 4(1), 49–53. <https://doi.org/10.31294/widyacipta.v4i1.7815>
- Wahyuni, S., & Sutarto, J. (2018). Pembelajaran Kursus Menjahit di Lembaga Kursus dan Pelatihan Gassebo Kabupaten Kendal. *Jurnal Pendidikan dan Pemberdayaan Masyarakat (JPPM)*, 5(2), 23-44. <https://doi.org/10.36706/jppm.v5i2.8275>.
- Wijaya, M. P., & Eryana, Y. (2022). Perancangan Ulang Identitas Visual Yangko Pak Prapto Dengan Kemasan Sebagai Media Utama. *Ultimart: Jurnal Komunikasi Visual*, 15(2), 231–243. <https://doi.org/10.31937/ultimart.v15i2.2788>
- Zulkarnain, Z. (2020). Strategi Konsep Desain Kemasan Kopi Specialty untuk Industri Skala Mikro. *Jurnal Desain*, 8(1), 17-26. <http://dx.doi.org/10.30998/jd.v8i1.6491>