ABSTRAK

Pertumbuhan konsumsi kopi di Indonesia terus menunjukkan tren positif, khususnya di kalangan generasi muda dan profesional yang mengutamakan kepraktisan dan mobilitas tinggi dalam gaya hidup mereka. Perubahan pola konsumsi ini mendorong munculnya inovasi produk kopi instan siap minum yang tidak hanya efisien secara waktu, tetapi juga memiliki cita rasa otentik dan tampilan kemasan yang menarik. Pocket Coffee hadir sebagai alternatif baru berupa espresso instan dalam kemasan pouch kecil yang mudah dibawa, siap konsumsi, dan mengedepankan keberlanjutan lingkungan.

Penelitian ini bertujuan untuk merumuskan strategi pengembangan produk Pocket Coffee dengan fokus pada analisis preferensi konsumen dan penyempurnaan aspek produk berdasarkan uji coba. Aspek yang dianalisis meliputi rasa, kemasan, harga, dan daya tahan produk. Penelitian dilakukan dengan pendekatan deskriptif kualitatif, menggunakan metode wawancara mendalam dan kuesioner. Informan terdiri dari tim internal Pocket Coffee dan konsumen potensial berusia 18–35 tahun yang merupakan segmen pasar utama.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa konsumen menginginkan produk kopi dengan rasa yang kuat dan khas, seperti kombinasi antara espresso dan gula aren, yang dianggap mewakili identitas lokal. Kemasan produk juga menjadi perhatian utama; konsumen menyukai desain kemasan yang praktis, ramah lingkungan, dan visualnya menarik. Prototipe Pocket Coffee dengan kemasan biodegradable mendapatkan tanggapan positif karena sesuai dengan nilai keberlanjutan dan estetika yang diharapkan oleh konsumen muda masa kini.

Dalam uji harga, rentang Rp8.000–Rp9.000 dinilai masih wajar oleh mayoritas responden, selama produk dapat memberikan kualitas rasa yang baik dan kemasan yang nyaman digunakan. Sementara itu, hasil uji daya tahan menunjukkan bahwa produk tetap stabil dalam kondisi penyimpanan normal, menambah nilai kepraktisan dalam penggunaan sehari-hari. Data ini digunakan sebagai dasar untuk menyempurnakan prototipe produk agar lebih sesuai dengan kebutuhan pasar.

Kesimpulan dari penelitian ini menunjukkan bahwa strategi pengembangan produk Pocket Coffee harus mengacu pada pemahaman mendalam terhadap preferensi konsumen dan tren pasar saat ini. Inovasi pada rasa dan kemasan menjadi kunci utama keberhasilan produk, disertai validasi dari hasil uji coba langsung kepada konsumen. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi pelaku usaha kopi dan pengembang produk baru dalam menciptakan solusi minuman yang praktis, menarik, dan relevan bagi generasi muda.

Kata Kunci : pengembangan produk, kopi instan, inovasi kemasan, preferensi konsumen, strategi pemasaran