

Inovasi Kemasan Produk Makanan Dan Minuman Untuk Meningkatkan Nilai Jual Di Desa Wisata

Martini¹⁾, Nurussama²⁾, Nabila Kintan Oktadinna³⁾

¹²³Institut Teknologi Dan Bisnis Bina Sriwijaya Palembang

Jalan Mayjen HM Ryacudu No.24, 8 Ulu, Kecamatan Seberang Ulu I, Kota Palembang, Sumatera Selatan
30111

¹⁾martinii@unpal.ac.id ²⁾nurunuru@gmail.com ³⁾kintanabila28@gmail.com

Published: December , 2025

ABSTRACT

This study aims to demonstrate the transformation and development of local food and beverage product packaging to enhance its uniqueness and appeal, thereby increasing its marketability in tourism villages. This endeavor extends beyond merely preserving product quality and integrity; it also serves as a potent marketing tool. High-quality packaging can strengthen brand image and attract consumer attention, ultimately enhancing the product's visual appeal and sale value. Consequently, such efforts can provide financial support to Micro, Small, and Medium Enterprises (UMKM) within these tourism villages. The research methodology adopts a participatory approach, actively involving the community of the tourism village. Although no immediate change in selling price has been observed, the implementation of this program presents an opportunity for the future adoption of premium pricing strategies. This initiative contributes to the economic development strategy for coastal communities through local product packaging innovation, which has the potential to increase product value through creative and innovative packaging solutions. The conclusion drawn from this activity is the successful implementation of an educational program on product packaging innovation. The target audience, the community, is now better equipped to understand the technology and knowledge related to packaging innovation

Keywords: Innovation, Training Product Packaging Salevalue, Tourism V village;

© The Author(s). 2021 Open Access This article is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License, which permits use, sharing, adaptation, distribution and reproduction in any medium or format, as long as you give appropriate credit to the original author(s) and the source, provide a link to the Creative Commons licence, and indicate if changes were made. The images or other third party material in this article are included in the article's Creative Commons licence, unless indicated otherwise in a credit line to the material. To view a copy of this licence, visit <http://creativecommons.org/licenses/by/4.0>

PENDAHULUAN

Inovasi ialah bagian krusial pada upaya penambahan mutu maupun standar hidup masyarakat. Inovasi dibagi ke dalam sejumlah sektor, seperti inovasi guna memanfaatkan sumber daya alam dalam negeri. Adanya sebuah produk mampu menambah jumlah pemasukan golongan bisnis tertentu serta memberi mereka profit ketika menjalankan persaingan. Upaya praktis yang bisa dijalankan guna mengaplikasikan inovasi ialah diversifikasi, yakni dengan mengonversi pemakaian bahan pokok yang kerap dimanfaatkan untuk merancang produk selainnya. Ketepatan pada diversifikasi produk mampu menambah mutu produk sekaligus mengoptimalkan pemasukan (Gunawan et al., 2022). Inovasi atau pengembangan pada produk pangan kerap mengikuti perkembangan tren, yang mana tren kekinian mengenai produk pangan ialah pangan fungsional (Riyanti & Rini, 2022). Pangan fungsional yakni pangan yang mempunyai fungsi melebihi fungsi awal semacam pencegahan penyakit dan/ atau penyembuhan. Maka darinya, inovasi produk pangan bisa dijalankan dengan berpacu pada tren terkini yang ada di masyarakat, yakni pangan fungsional (Yuniastri et al., 2019). Pemanfaatan teknologi pengolahan pangan yang sehat juga melokal, serta adanya kemasan yang inovatif juga baik dikehendaki mampu memberi kemudahan kepada pengusaha agar senantiasa aktif menambah jumlah produksinya (Saati et al., 2022). Perkembangan generasi muda ialah sebuah langkah ketika mereka mencoba untuk meraih berbagai hal yang dikehendaki dengan praktis. Meski demikian, generasi muda mempunyai keahlian dalam menciptakan produk yang cenderung bermutu dari sebelumnya serta menjalankan aktivitas bisnis di dalam negeri (Fattach et al., 2022).

Desa wisata ialah sebuah ciptaan di sektor ekonomi yang baru dikembangkan. Pada teori ekonomi umum, kelebihan adanya persaingan pariwisata bisa ditinjau dari permintaannya, semisal banyaknya pengunjung yang berwisata ke suatu tempat dikarenakan pemasukan individu tersebut, total keseluruhan penduduk di negara pengunjung tersebut, tarif transportasi dua negara, tarif hidup, inflasi, maupun nilai tukar. Pariwisata seharusnya mampu berinovasi dalam hal pembangunan, supaya mempunyai kelebihan berdaya saing. Tujuan wisata yang sering kali dikunjungi umumnya dikarenakan infrastruktur yang ada, keadaan lingkungan, serta nilai budayanya (Irawan, 2010).

Ketika mengembangkan sebuah desa wisata, masyarakat setempat umumnya menjadi subyek aktif atau dijadikan sebagaimana tujuan dari sebuah aktivitas wisata. Dalam hal ini, masyarakat memiliki peran pula sebagai pihak yang mampu memasarkan tujuan wisata sekaligus menjadi penggerak perubahan dalam memberi ide guna mengembangkan desa wisata. Berdasar pada pandangan (Pitana & Gayatri, 2005), pengembangan serta pembangunan pariwisata senantiasa menyertakan masyarakat secara langsung, sehingga bisa memberi beragam dampak kepada masyarakat yang tinggal di area yang berdekatan dengan tempat wisata. Sumber daya alam maupun manusia yang dimanfaatkan di area sekitar desa wisata mampu memberi pengaruh yang besar kepada masyarakat setempat. Hasil yang didapat dari aktivitas desa wisata kemudian akan kembali kepada masyarakat setempat, sehingga mampu menambah tingkat kemakmuran mereka. Tidak sebatas itu, guna menumbuhkan kemakmuran, konsep desa wisata mampu membuat warga desa agar senantiasa memelihara kelestarian lingkungan, tradisi, maupun budaya desa.

Pemilihan produk untuk berinovasi didasarkan pada diskusi antara mitra dan tim PKM-nya. Berdasarkan hasil pengabdian terhadap pembelajaran inovatif dalam membangun karakter siswa di sekolah dasar adalah bahwa dalam pembelajaran inovatif guru harus mengutamakan pembelajaran yang menyenangkan untuk meningkatkan hasil belajar yang inovatif dan memiliki siswa yang memiliki karakter yang baik dalam pembelajaran (Rini et al., 2024). Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini membantu pengelola desa wisata di kota semarang bertujuan untuk membantu meningkatkan inovasi kuliner lokal di kota semarang dan menciptakan kreativitas menu baru serta mampu memberikan perubahan yang signifikan ke arah yang lebih baik. Kesimpulan dari kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah pengetahuan peserta terhadap inovasi kuliner lokal meningkat, peserta mampu memperbaiki dan mengupgrade kemasan sehingga menarik minat konsumen, dan peserta mampu menerapkan apa yang diberikan selama pelatihan (Maria et al., 2022). Pelatihan perbaikan kemasan produk olahan pisang dalam bentuk keripik dengan varian manis dan original ini bertujuan untuk memberikan pengalaman dan pengetahuan baru kepada produsen. Selama ini mereka mengemas keripik pisang dengan plastik ditutup menggunakan staples dan diberi label kertas berisi gambar dan merek hasil fotocopy. Perbaikan kemasan membuat produk lebih aman dan memiliki nilai jual yang tinggi. Metode yang digunakan dalam kegiatan ini adalah metode presentasi berbagai alternatif kemasan produk dan praktik untuk memberikan pengalaman langsung kepada para pelaku UMKM, setelah itu dilakukan evaluasi untuk mengamati hasil praktik. Di akhir kegiatan, tim pelaksana mengumpulkan tanggapan peserta dan mereka berharap kegiatan tersebut dapat terus meningkatkan kualitas produk (Rosyadi et al., 2023).

Kemampuan masyarakat dalam layanan makan minum sebagai indikator layanan prima. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas Sumber Daya Manusia (SDM) dalam pengelolaan pangan lokal di Desa Wisata Coal, Kec Kuwuws, Kabupaten Manggarai Barat. Pelaksanaan kegiatan menggunakan metode pelatihan pengolahan pangan lokal dengan materi pendampingan yang terbagi menjadi: (1) Variasi menu olahan telur untuk breakfast. (2) Inovasi olahan ayam sebagai bahan dasar main course. (3) Inovasi olahan pangan lokal yang sudah ada seperti kompiang dan serabe menjadi varian baru. (4) Food Presentation. Peserta kegiatan merupakan warga Desa Wisata Coal dari kelompok Homestay, Home Industry dan Komunitas Milenial Bukit Porong yang tergabung dalam Desa Wisata Coal. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan pengetahuan dan pemahaman akan variasi produk yang bisa dikembangkan serta kemampuan mengolah menu breakfast seperti Omelete, Scrambel dan egg benedict, Menu Main Course seperti Chicken Drum Stick, Thai Chicken Curry dan Chicken Steak serta inovasi pengembangan produk lokal kompiang dan serabe menjadi kompiang burger dan pancake serabe yang siap saji dan ditawarkan kepada tamu sebagai bagian dari kearifan kuliner lokal

Desa Wisata Coal (Berybe et al., 2024). Pengemasan produk merupakan strategi pemasaran yang efektif dalam mengatur hasil akhir produksi, hingga diterima oleh konsumen akhir. Sebagai kawasan wisata yang ramai pengunjung, pengolahan oleh-oleh yang baik dan efektif menjadi solusi yang dapat ditawarkan kepada pengunjung sebagai oleh-oleh. Tujuan dari pengabdian masyarakat ini adalah untuk meningkatkan kemasan yang baik, desain yang elegan, mudah dibawa dan mampu menjaga kualitas produk selama perjalanan. Hasil dari pengabdian kepada masyarakat ini adalah kemasan yang mempunyai desain yang menarik, kesan produk yang elegan, meningkatkan nilai produk, sehingga menjadi media promosi ketika dibawa ke tempat baru sebagai oleh-oleh, yang selanjutnya berdampak pada peningkatan kesejahteraan masyarakat sekitar khususnya UMK binaan 'Aisyiyah (Rumijati et al., 2021).

Kemasan kaos yang masih sederhana dan kurang menarik. Permasalahan kedua, inovasi desain kaos masih kurang dan belum memasukkan unsur kearifan budaya lokal dan agama. Solusi yang ditawarkan kepada Mitra adalah pelatihan dan pendampingan pengemasan produk kaos. Solusi kedua adalah dengan melatih dan mengembangkan desain kaos berdasarkan kearifan budaya lokal dan menambahkan unsur religi. Berdasarkan hasil musyawarah, Mitra turut berkontribusi dalam menyediakan ruang dan waktu selama kegiatan pendampingan, pelatihan, dan pemantauan usaha. Program PKM ini memberikan beberapa kontribusi nyata dan dapat dirasakan oleh Mitra yaitu: meningkatkan kualitas dan inovasi produk (kaos) agar memiliki daya jual yang lebih tinggi dan meningkatkan pendapatan Mitra. Hasil akhir dari kegiatan PKM ini menghasilkan inovasi produk berupa kaos dengan desain kearifan budaya lokal dengan memasukkan unsur religi dan inovasi kemasan berbahan karton berbentuk balok dengan desain kekinian (Hayati et al., 2020). Pengemasan adalah suatu proses pembungkusan, pewadahan atau pengepakan suatu produk dengan menggunakan bahan tertentu sehingga produk yang ada di dalamnya bisa tertampung dan terlindungi. Sedangkan kemasan adalah wadah berupa hasil akhir proses mengemas untuk meningkatkan nilai dan fungsi sebuah produk. Tampilan kemasan yang menarik dapat memberikan kesan tersendiri bagi para konsumen dalam menentukan keputusannya untuk membeli suatu produk. Selain itu, peran kemasan juga mampu meningkatkan atau menurunkan penjualan produk pada suatu perusahaan. Maksud dan tujuan dari adanya kegiatan pendampingan ini adalah membuat produk sekaligus memberi labelling pada produk dan mendesign kemasan semenarik mungkin sehingga mendapat nilai jual yang bisa menambah pendapatan. Metode pendekatan yang dilakukan dalam kegiatan pengabdian pada masyarakat di Desa Pandak adalah wawancara dengan tatap muka serta pendampingan dan pelatihan dalam melakukan pembuatan produk dan labelling kemasan produk. Hasil dari kegiatan pendampingan adalah untuk mengembangkan produk sehingga mempunyai daya tarik dan meyakinkan serta memberi informasi kepada konsumen terhadap produk yang dijual (TJ et al., 2024). Peningkatan yang signifikan dalam pemahaman mitra mengenai PIRT dan peraturan halal, serta kesiapan mereka untuk memproses izin. Produk mitra yang telah melalui proses standarisasi dan sertifikasi diharapkan mampu menembus pasar modern dan pengecer besar, sekaligus meningkatkan kepercayaan konsumen. Program ini selaras dengan Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (SDGs), khususnya pada aspek kesejahteraan masyarakat, kesehatan, dan kemitraan (Budiantoro et al., 2025).

Kelemahan Kemasan Tradisional: Produk minuman maupun makanan yang ada di desa wisata umumnya dikemas dengan plastik yang tidak disertai desain yang unik, yang mana hal ini tentunya tidak memenuhi target yang krusial dalam menciptakan kemasan yang optimal. a) Dominasi Pasar: Produk UMKM yang diperjualbelikan di dalam negeri umumnya tidak begitu diminati, maka darinya banyak yang beranggapan bahwasanya produk dalam negeri tidak mampu bersaing dengan produk internasional lantaran kemasannya yang tidak estetik; b) Kebutuhan Peningkatan Nilai Jual: Mengemas produk dengan inovatif serta terbarukan tentu menjadi krusial supaya nilai jual menjadi bertambah. Tujuan Inovasi Kemasan: a) Meningkatkan Daya Tarik Visual: Pembuatan kemasan dengan optimal mampu membuat tampilan produk menjadi estetik serta memikat; b) Menambah Nilai dan Keunikan: Desain kemasan yang inovatif biasanya memunculkan nilai yang sekaligus menjadi pembeda dengan produk saingan, juga memikat pelanggan, serta membuat pelanggan berkeinginan memiliki produk tersebut; c) Menciptakan Citra Merek: Kemasan yang bermutu tentu mempunyai tujuan guna dimanfaatkan sebagai media promosi atau branding, memperkuat citra merek, serta membuktikan adanya nilai maupun jati diri produk; d) Melindungi dan Menjaga Kualitas

Produk: Tidak sebatas dimanfaatkan guna promosi, fungsi yang begitu krusial kemasan yakni melindungi produk dari pengaruh eksternal, memelihara kesegarannya, serta menambah masa simpan; e) Memudahkan Konsumen: Beragamnya fungsi kemasan mampu memberi kemudahan kepada pelanggan dalam memilih produk. Manfaat bagi Desa Wisata; a) Meningkatkan Pendapatan UMKM: Desain kemasan yang menarik dapat meningkatkan penjualan produk olahan lokal, yang berkontribusi pada perekonomian desa; b) Membangun Keunggulan Kompetitif: Melalui inovasi kemasan, produk desa wisata bisa bersaing dengan produk lain di pasar; c. Memberdayakan Pelaku Usaha Lokal: Pelatihan dan pendampingan desain kemasan dapat meningkatkan kapasitas dan kekuatan fisik UMKM di desa wisata.

Berdasarkan pada hasil percakapan kami dengan mitra kami, bisa dikatakan bahwasanya mereka menghendaki adanya penerapan strategi pembelajaran yang tidak umum atau tidak sama dengan pesaing. Akan tetapi, hambatan yang umumnya dihadapi mitra ialah minimnya validasi ketika memanfaatkan pangan lokal guna menumbuhkan inovasi di Desa Wisata serta penyesuaian dirinya dengan lingkungan sosial ekonomi masyarakat. Dalam hal ini, yang seharusnya dipahami yakni minimnya fokus masyarakat dalam memperluas sudut pandang serta kreativitas dalam jangka panjang yang tentunya diselaraskan dengan ciri khas masyarakat, keterbatasan masyarakat, serta aktivitas pengelolaan lembaga yang dibutuhkan, sehingga peluang tidak dijalankannya program instruksional yang menyeluruh untuk masyarakat dikehendaki tidak terjadi. Adapun hasil dari pernyataan yang sudah dijabarkan, kami menyetujui agar dijalankan pengembangan pada berbagai produk inovatif yang memanfaatkan bahan dari dalam negeri melalui aktivitas penyuluhan. Penetapan produk yang dimanfaatkan guna berinovasi dilandaskan pada pembicaraan serta kesepakatan antara mitra serta tim PKM-nya.

METODE PENELITIAN

Lokasi kegiatan pengabdian masyarakat berada di desa wisata Tebat Lereh Kota Pagar Alam Sumatera Selatan. Target dari aktivitas ini ialah semua pengelola desa wisata yang ada di kota Pagar Alam, terlebih individu yang fokus pada sektor pangan di desa wisata. Waktu pelaksanaan dilangsungkan pada 15-16 April 2025, serta aktivitas dijalankan pada pukul 09.00 hingga pukul 17.00. Metode yang diterapkan dalam pengabdian ini ialah melalui sosialisasi, penyuluhan, serta membuka sesi diskusi, sehingga mampu menambah kesadaran dalam mengoptimalkan produk pangan dalam negeri agar kemudian dijalankan sebuah inovasi atau perubahan. Pelatihan atau penyuluhan dijalankan tim pengabdian dengan memberi penyuluhan inovasi kemasan produk makanan maupun minuman guna menambah tingkat nilai jual di desa wisata.

Metode penelitian untuk inovasi kemasan produk makanan dan minuman di desa wisata untuk meningkatkan nilai jual meliputi: studi literatur, analisis kondisi awal UMKM (observasi), desain kemasan inovatif, uji coba desain (uji umpan balik konsumen), analisis data, dan implementasi strategi kemasan yang didukung sosialisasi dan bimbingan bagi UMKM. Pelaksanaan kegiatan PKM berupa kegiatan sosialisasi dan pelatihan yang terdiri dari beberapa tahapan:

1. Studi Literatur dan Analisis Kondisi Awal

a. Tinjau Literatur

Kaji penelitian sebelumnya dan teori tentang fungsi kemasan (promosi, informasi, keamanan, estetika), serta strategi pemasaran produk di sektor pariwisata

b. Observasi Langsung

Lakukan observasi di desa wisata untuk memahami kondisi kemasan produk lokal yang ada saat ini, mengidentifikasi produk yang berpotensi, dan mengetahui kebiasaan konsumen.

2. Desain Kemasan Inovatif

a. Identifikasi Produk

Tentukan produk makanan dan minuman unggulan desa wisata yang akan dikembangkan kemasannya

b. Rancang Desain

Buat desain kemasan yang menarik, fungsional, dan memiliki keunikan lokal.

- c. Estetika: Visual desain yang ditujukan guna memikat perhatian pelanggan
- d. Fungsionalitas: Ukuran yang mudah dibawa, kemudahan penggunaan, dan kapasitas yang sesuai
- e. Informasi: Label yang jelas dan informatif (nama produk, komposisi, tanggal kadaluarsa, informasi produsen)
- f. Identitas merk : Mencerminkan identitas unik desa wisata atau budaya lokal
- g. Material: Pertimbangkan penggunaan material lokal yang ramah lingkungan untuk menonjolkan keunikan

3. Uji Coba dan Evaluasi

Uji Desain Kemasan: Kumpulkan umpan balik dan wawasan dari konsumen (wisatawan) untuk mengoptimalkan desain kemasan akhir. Tujuannya adalah memastikan desain kemasan sesuai dengan target audiens dan mendorong penjualan.

4. Analisis dan Strategi Penerapan

1. Analisis Data

Analisis data hasil observasi dan uji coba untuk mengevaluasi efektivitas desain kemasan.

2. Strategi Implementasi

Rancang strategi untuk menerapkan inovasi kemasan, yang meliputi:

- a. Sosialisasi: Memperkenalkan dan mengajarkan kepada UMKM tentang pentingnya kemasan yang baik.
- b. Edukasi dan Bimbingan: Memberikan pelatihan desain kemasan dan praktik pengemasan yang tepat kepada pelaku UMKM.
- c. Kebijakan Pendukung: Mendorong adanya kebijakan pemerintah yang mendukung Penerapan strategi produk dan kemasan hijau di UMKM Pariwisata

5. Implementasi dan Monitoring

a. Implementasi

Terapkan desain kemasan yang sudah diuji dan disempurnakan kepada produk-produk di desa pariwisata

b. Monitoring:

Pantau dan evaluasi dampak inovasi kemasan terhadap nilai jual produk dan kepuasan Pelanggan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan Inovasi Produk

Pada permulaannya, aktivitas dimulai dengan fokus pada inovasi sebuah produk, yang mana inovasi bisa dipahami sebagaimana sebuah proses dan/atau hasil dari pemanfaatan produk yang sudah ada, sehingga mempunyai nilai yang cenderung unggul dari sebelumnya. Hakikatnya, inovasi mempunyai manfaat guna menambah fungsi melalui pemanfaatan produk supaya manusia mendapat manfaat yang jauh lebih besar. Inovasi ditemukan di beragam sektor dalam kehidupan, baik sektor pendidikan, bisnis, komunikasi, maupun selainnya. Keberadaan inovasi selalu berdampingan dengan perkembangan manusia, lantaran inovasi yang menjadikan pekerjaan manusia cenderung praktis serta mudah. Aktivitas pendampingan yang berfokus pada inovasi ialah Peserta pendampingan memaparkan dan menjelaskan produk-produk yang dimiliki dan di produksi secara berkala untuk di pasarkan.

Pada saat peserta memaparkan produknya terdapat beberapa hal yang menjadi titik perhatian, diantaranya :

1. Komposisi makanan

Asupan menyehatkan berpadu dengan takaran akurat akan membuahkan nutrisi yang optimal. Apabila ukuran sajian kurang sesuai, niscaya sejumlah unsur nutrisi akan mengalami surplus ataupun malahan mendapati defisit. Susunan hidangan bergizi mencakup karbohidrat kompleks (nasi, pasta, jagung, singkong, ubi, kentang), protein minim gajih (daging sapi rendah lemak, daging ayam nir-kulit, ikan, tempe, tahu), sayur-mayur, serta buah-buahan. Sehubungan dengan itu, pihak fasilitator selaku pembimbing

memberi penekanan terhadap padu padan materi pangan yang diaplikasikan pada sebuah sajian utuh yang dipresentasikan partisipan; meliputi metode pemilahan unsur yang sesuai serta teknik menyatukan dari tiap muatan gizi, entah yang berlokasi di desa wisata ataupun penyelenggara bisnis boga.

2. Tampilan Makanan

Teknik pada pembuatan makanan serta bahan yang dimanfaatkan setidaknya hanya berdampak berkisar 50%, yang mana sebagian yang lain bergantung pada cara penyajian individu. Hal tersebut menjadi alasan bahwasanya nasi goreng yang dijual di restoran cenderung terasa nikmat dibanding nasi goreng yang diperjualbelikan di pinggir jalan. Pada makanan yang mempunyai visual baik, tentunya ada usaha yang jauh lebih besar. Maka darinya, tidak sedikit individu yang rela mengeluarkan tarif lebih guna mendapat makanan yang enak serta indah dilihat. Pada aktivitas pendampingan, fase juga fokus pada visual makanan yang sekaligus menjadi faktor penunjang dalam mempromosikan produk pangan, sehingga pada poin ini difokuskan kepada cara dalam mengelola produk pangan atau produk kuliner yang benar.

3. Rasa

Pada poin ini, fase mengacu pada rasa makanan yang disajikan. Fase dibantu oleh partisipan lainnya guna memberi saran kepada partisipan lain berkaitan dengan rasa dari makanan yang disediakan, tujuannya ialah supaya ada peningkatan dari segi rasa sekaligus menguji produk tiap partisipan.

a. Partisipan menjalankan aktualisasi produk maupun branding sebagai wujud untuk meyakinkan produk tiap partisipan, tujuannya yakni guna membedakan produk unggulan tiap partisipan dari desa wisata atau pengusaha pengelola kuliner.

b. Pendamping tiap partisipan memberi saran terkait berbagai hal yang seharusnya dioptimalkan. Dalam hal ini, para partisipan dikelompokkan menjadi satu, kemudian diberi masukan atau saran terkait strategi pengembangan maupun inovasi produk secara umum dari setiap produk unggulan pada tiap kelompoknya.

Melalui hasil pada pertemuan pertama didapat hasil bahwasanya tiap partisipan pendampingan mendapat wawasan baru serta informasi terkait cara guna menumbuhkan peluang yang ada serta menjadi tujuan wisata untuk kuliner.

4. Kegiatan pengemasan Produk

Pengemasan produk menjadi pokok bahasan pada kegiatan pendampingan periode kedua. Kegiatan ini menitik beratkan pada pengemasan produk yang dianggap bisa menambah nilai tambah dan nilai jual dari masing-masing produk kuliner yang menjadi unggulan dari masing-masing peserta baik yang ada di desa wisata maupun pengelola usaha jasa kuliner. Kemasan terbagi menjadi tiga kategori, yaitu kemasan primer, sekunder, dan tersier. Kemasan primer mengalami kontak langsung dengan produk, bahkan ikut terproses bersama dengan produk. Sedangkan kemasan sekunder

Asupan menyehatkan berpadu dengan takaran akurat akan membuahkan nutrisi yang optimal. Apabila ukuran sajian kurang sesuai, niscaya sejumlah unsur nutrisi akan mengalami surplus ataupun malahan mendapati defisit. Susunan hidangan bergizi mencakup karbohidrat kompleks (nasi, pasta, jagung, singkong, ubi, kentang), protein minim lemak (daging sapi rendah lemak, daging ayam nir-kulit, ikan, tempe, tahu), sayur-mayur, serta buah-buahan. Sehubungan dengan itu, pihak fasilitator selaku pembimbing memberi penekanan terhadap padu padan materi pangan yang diaplikasikan pada sebuah sajian utuh yang dipresentasikan partisipan; meliputi metode pemilahan unsur yang sesuai serta teknik menyatukan dari tiap muatan gizi, entah yang berlokasi di desa wisata ataupun penyelenggara bisnis boga.

5. Kegiatan Pengemasan Produk

Pengepakan hidangan secara apik bakal mendatangkan faedah bagi para partisipan. Mayoritas pelaku usaha di pasaran beranggapan bahwa mutu suatu produk dan strategi marketing jauh lebih diprioritaskan guna mendorong penjualan, ketimbang berkonsentrasi pada pembungkusan produk kuliner. Faktanya, sejumlah faktor yang berdampak pada penjualan, seperti mutu item, layanan, promosi, dan pengepakan,

juga saling menopang satu dengan lainnya. Dengan demikian, tidak serta merta sebuah produk dengan mutu unggul akan disukai oleh banyak pihak, terkecuali apabila pelanggan yang bersangkutan sungguh-sungguh memerlukannya. Pembungkusan suatu item inilah yang agaknya perlu dipertimbangkan sebagai komponen dalam siasat promosi. Sejumlah wujud pembaruan pengepakan yang diterapkan antara lain adalah:

- a. Seorang partisipan dari Desa Wisata asal Tebat Lereh menyajikan pengepakan boga berbahan bambu selaku tempat penganan. Dalam hal ini, pembaruan pengepakan tersebut dirancang dengan maksud guna memperoleh faedah lebih dari hidangan itu
- b. Kampung Jawi dinilai telah lebih awal menggarap pengepakan boga dalam wujud angkringan, yang turut difungsikan selaku salah satu lokasi kaji banding untuk partisipan lainnya. Kaji banding ini diselenggarakan dengan maksud agar para kontestan memiliki pandangan mengenai arah pengembangan boga yang telah eksis sejauh ini. Tentu, para kontestan tidak begitu saja menjiplak atau menyerupakan item yang dipunyai untuk dibungkus serupa dengan yang ada di Kampung Jawi, namun paling tidak tersedia acuan serta gagasan yang dapat diolah lebih lanjut dan diterapkan pada item andalan masing-masing.
- c. Kampung Bahari memaparkan pemrosesan dari boga laut.
- d. Dari aktivitas tersebut, bisa terpantau bahwa telah terjadi kemajuan serta hasrat untuk mengarahkan item yang dipunyai menuju orientasi yang lebih unggul dan berfaedah. Hal ini merupakan tanda bahwa terdapat pengaruh yang membangun dari penyelenggaraan bimbingan bagi para partisipan.

Adapun kegiatan dari Desa wisata Tebat Lereh Kota Pagar Alam yaitu:



Gambar 1 Kemasan Produk Makanan dan Minuman yang siap dijual



Gambar 2 Cara Pembuatan Pr1oduk Kopi bersama warga Masyarakat dan Tim Pengabdian



Gambar 3 Pelatihan Kegiatan PKM dan seluruh masyarakat yang terlibat dalam penjualan dan pembuatan produk kopi

Inovasi kemasan produk makanan dan minuman dapat meningkatkan nilai jual di Desa Wisata dengan beberapa cara: 1) Meningkatkan Daya Tarik: Kemasan yang menarik dan unik dapat membedakan produk Anda dari yang lain, sehingga meningkatkan minat pembeli. 2) Meningkatkan Kualitas Produk: Kemasan yang baik dapat menjaga kualitas produk makanan dan minuman, sehingga meningkatkan kepercayaan pembeli. 3) Meningkatkan Nilai Jual: Dengan kemasan yang baik, produk dapat dijual dengan harga

Beberapa contoh inovasi kemasan yang dapat dilakukan adalah: 1) Desain Kemasan yang Unik: Membuat desain kemasan yang unik dan mencerminkan identitas Desa Wisata. 2) Penggunaan Bahan yang Ramah Lingkungan: Menggunakan bahan kemasan yang ramah lingkungan dan dapat digunakan kembali. 3) Penambahan Informasi Produk: Menambahkan informasi produk yang relevan, seperti tanggal kadaluarsa dan komposisi bahan. Adapun Manfaat dari Inovasi Kemasan yaitu: a. Meningkatkan penjualan dan pendapatan UMKM; b. Meningkatkan kepercayaan pembeli terhadap produk; c. Membedakan produk dari yang lain di pasar. Contoh Implementasi nya adalah Pelatihan pembuatan logo dan kemasan untuk UMKM di Desa Wisata, Pendampingan dalam pembuatan kemasan yang baik dan menarik, Penggunaan teknologi digital untuk desain kemasan yang lebih efektif.

KE SIMPULAN

Mengacu pada temuan observasi sepanjang program pelayanan warga tersebut, lantas diperoleh sejumlah konklusi: 1) Wawasan masyarakat lokal selaku penyelenggara desa wisata, utamanya perihal boga setempat, masih terbilang minim; 2) Otoritas kota Semarang, spesifiknya instansi kepariwisataan sektor destinasi wisata, telah mengimplementasikan beragam inovasi guna mengoptimalkan kapabilitas para penyelenggara desa wisata dalam memajukan hasil karya, utamanya boga setempat.

REKOMENDASI

Pemerintah kota Semarang, utamanya instansi yang berwenang, secara terus-menerus menyelenggarakan pendampingan, lebih-lebih perihal boga, yang meliputi aspek mutu materiil, pemrosesan, terobosan baru, pengepakan, serta promosinya, guna menaikkan faedah lebih untuk warga penyelenggara desa wisata pada umumnya, dan spesifiknya individu yang beraktivitas pada ranah masakan.

DAFTAR PUSTAKA

- Berybe, G. A., Hanggu, E. O., Wellalangi, M., Tani, N. M. D., & Mala, C. Y. (2024). Inovasi Pengembangan Kuliner Lokal Desa Wisata Coal Kabupaten Manggarai Barat. *Abdimas Galuh*, 6(1), 658–657. <https://doi.org/10.25157/ag.v6i1.13557>
- Budiantoro, H., Santosa, P. W., Suhaeri, S., Putri, A. E., & Salsabila, A. Z. (2025). Inovasi Nilai Tambah dan Daya Saing Produk BUMDes Pokdakan Naminasang Farm melalui Pendampingan PIRT dan Sertifikasi Halal. *PROGRESIF: Jurnal Pengabdian Komunitas Pendidikan*, 5(2), 113–124. <https://doi.org/10.36406/progresif.v5i2.250>
- Fattach, A., Syairozi, M. I., & Rosyad, S. (2022). Inovasi daun lontar untuk meningkatkan produktivitas masyarakat Desa Lawanganagung. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Nusantara*, 3(1), 131–136. <https://doi.org/10.55338/jpkmn.v3i1.299>
- Gunawan, W. Ben, Sari, D. K., & Nashera, A. (2022). Diversifikasi dan inovasi produk berbahan dasar Kolang-Kaling di Kelurahan Jatirejo, Kecamatan Gunungpati, Kota Semarang. *CLOVER : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(02), 111–123. <https://doi.org/10.38156/sjpm.v1i02.128>
- Hayati, S. R., Putri, S. 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. <https://doi.org/10.22515/tranformatif.v1i2.2985>
- Irawan, K. (2010). Potensi Objek Wisata Air Terjun Serdang Sebagai Daya Tarik Wisata Di Kabupaten Labuhan Batu Utara. Kertas Karya. In *Program Pendidikan Non Gdar Pariwisata*. Universitas Sumatera Utara.
- Maria, A. D., W, T. A., & N, K. S. (2022). Peningkatan Inovasi Kuliner Lokal Desa Wisata Kota Semarang. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Waradin*, 2(2), 55–63. <https://doi.org/10.56910/wrd.v2i2.211>
- Pitana, I. G., & Gayatri, P. G. (2005). *Sosilogi Pariwisata*. CV Andi Offset.
- Rini, R. O. P., Ilham, W., Mulyadi, T., & Nuryanto, H. (2024). Inovasi Produk Makanan Dan Minuman Untuk Meningkatkan Nilai Bahan Lokal Di Sma 26 Kota Batam. *Jurnal Keker Wisata*, 2(1), 93–101. <https://doi.org/10.59193/jkw.v2i1.204>
- Riyanti, A., & Rini, R. O. P. (2022). Pemanfaatan Tepung Kulit Singkong dalam Diversifikasi Olahan Adonan. *Jurnal Manajemen Kuliner*, 1(2), 46–57. <https://doi.org/10.59193/jmn.v1i2.35>
- Rosyadi, A., Rahmani, D. A., Nugraha, C. S., & Permana, E. G. (2023). Upaya Peningkatan Nilai Jual Produk Makanan Ringan Desa Putrappingan Kecamatan Kalipucang Kabupaten Pangandaran Melalui Inovasi Packaging dan Labeling. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 3(1), 119–125. <https://doi.org/10.52436/1.jpni.936>
- Rumijati, A., Asfiah, N., & Rima Fiandari, Y. (2021). Peningkatan potensi desa wisata melalui pengembangan kemasan oleh-oleh. *Jurnal Inovasi Hasil Pengabdian Masyarakat (JIPE MAS)*, 4(1), 90–99. <https://doi.org/10.33474/jipemas.v4i1.9049>
- Saati, E. A., Br, A., Cahyono, E. B., Agustino, H., Inayah R, R., Sukmana, O., & Harini, R. (2022).

- Peningkatan Kualitas Usaha Mikro Makanan Sehat: Inovasi Kemasan dan Branding Produk Unggulan (Desa Pandanrejo, Kecamatan Pagak, Kabupaten Malang. Jurnal Aplikasi Dan Inovasi Sains Dan Teknologi "Sdiditas" (J-Sdid), 5(1), 46–57. <https://doi.org/10.31328/js.v5i1.3264>
- TJ, H. K., Fatmawati, A., Rohana, S., & Prasetyo, T. D. (2024). Pendampingan Pengembangan Produk Inovatif Sebagai Upaya Meningkatkan Produktifitas Produk. WIKUA CITYA : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, 3(2), 142–148. <https://doi.org/10.56681/wikuacity.v3i2.183>
- Yuniastri, R., Ismawati, I., & Putri, R. D. (2019). Pelatihan Keterampilan Pengolahan Kue Berbahan Baku Lokal di Waskita Catering. Jurnal PAD, 2(2), 66–70.