

PELATIHAN KEMASAN PRODUK UMKM SEBAGAI PENUNJANG DAYA TARIK DESA WISATA

Andhyka Murti¹, Nida Urrahma
Hidayati²

¹)Program Studi Manajemen, STIE
Pariwisata API

Email : dikamurti07@gmail.com

Abstrak

Desa Wisata Sambirejo di Kapanewonan Prambanan, Sleman, DIY, merupakan salah satu destinasi wisata yang memiliki potensi besar dalam mengembangkan ekonomi kreatif melalui UMKM. Namun, banyak pelaku UMKM di desa ini yang menghadapi permasalahan dalam hal kemasan pangan, seperti desain yang kurang inovatif, belum memenuhi standar BPOM, dan kurangnya *labeling*. Permasalahan ini menyebabkan rendahnya daya saing produk lokal sebagai oleh – oleh wisatawan maupun daya tarik wisata. Kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan daya tarik wisata melalui pelatihan kemasan pangan bagi pelaku UMKM di Desa Wisata Sambirejo. Metode yang digunakan dalam pengabdian meliputi: 1) pra-pelaksanaan, 2) pelaksanaan, 3) evaluasi. Identifikasi potensi dan permasalahan dilakukan pada tahap pertama agar program pengabdian sesuai dan tepat guna. Dalam tahap pelaksanaan, pelatihan dilakukan melalui ceramah interaktif, diskusi, *brainstorming*, serta praktik langsung dengan studi kasus kemasan dari produk peserta, Perbandingan nilai *pre-test* dan *post-test* menjadi indikator keberhasilan transfer materi, dilengkapi dengan peninjauan proses pelaksanaan oleh tim pengabdian melalui observasi dan wawancara. Hasil pengabdian menunjukkan bahwa ada peningkatan wawasan peserta akan kemasan pangan yang inovatif dan berstandar BPOM. Hasil ini terlihat dari rata – rata penilaian test yang meningkat dari 53,00 (*Pre-Test*) menjadi 86,00 (*Post-Test*). Untuk menjaga keberlangsungan dari pelatihan, peserta menyusun RKT sebagai komitmen untuk meningkatkan kualitas dan keamanan kemasan pangan sehingga menghasilkan daya tarik yang kreatif dan inovatif. Pelatihan ini diharapkan dapat memperkuat peran UMKM dalam mendukung daya tarik wisata dan keberlanjutan ekonomi lokal.

Kata Kunci: Kemasan Pangan, UMKM, Daya Tarik Wisata

Abstract

Sambirejo Tourism Village in Kapanewonan Prambanan, Sleman, DIY, is one of the tourist destinations that has great potential in developing the creative economy through the MSME. However, MSMEs in this village still face problems in terms of food packaging, such as less innovative designs, not meeting BPOM standards, and lack of labeling. These problems cause low competitiveness of local products as souvenirs for tourists and tourist attractions. This community service activity aims to increase tourist appeal through food packaging training for MSMEs in Sambirejo Tourism Village. The methods used in the community service include: 1) pre-implementation, 2) implementation, 3) evaluation. Identification of potential and problems is carried out in the first stage so that the community service program is appropriate and effective. In the implementation stage, training is carried out through interactive lectures, discussions, brainstorming, and direct practice with case studies of packaging from participants' products. Comparison of pre-test and post-test scores is an indicator of the success of material transfer, complemented by a review of the implementation process by the community service team through observations and interviews. The results of the community service program indicate that the participants' insight into innovative and BPOM-compliant food packaging has increased. This was evident in the average test score, which increased from 53.00 (Pre-Test) to 86.00 (Post-Test). To maintain the sustainability of the training, participants developed a RKT as a commitment to improving the quality and safety of food packaging, resulting in creative and innovative attractions. This training is expected to strengthen the role of MSMEs in supporting tourist attractions and local economic sustainability.

Keywords: Food Packaging, MSMEs, Tourist Attractions

PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan salah satu sektor strategis dalam pembangunan nasional (Razzaq et al., 2023). Melalui pemberdayaan UMKM di destinasi wisata, pariwisata mampu meningkatkan ekonomi daerah (Priatmoko et al., 2025). Produk lokal seperti souvenir maupun makanan khas memiliki peran ganda di mata pariwisata. Produk ini tidak hanya memenuhi kebutuhan wisatawan (Stone, 2025), namun juga berfungsi sebagai representasi identitas dari suatu destinasi (Jitpakdee et al., 2025). Bagi wisatawan, yang pertama kali dilihat dari produk lokal adalah kemasan (Aguilar, Oliveira, et al., 2025), apakah kemasan itu menarik, estetis (Rimbawan et al., 2024), informatif (Swasty & Mustafa, 2023), mudah dibawa dan aman sesuai standar. Kemasan yang monoton dapat menciptakan kesan negatif terhadap kualitas produk itu sendiri, bahkan dapat menurunkan minat beli dan citra produk (Rimbawan et al., 2024).

Dalam konteks daya tarik wisata, kemasan tidak lagi hanya berfungsi sebagai pelindung fisik suatu produk saja, melainkan telah berkembang menjadi identitas, media komunikasi dan alat pemasaran. Sebagai bagian dari strategi branding (Álvarez-González et al., 2024), kemasan perlu dipersiapkan secara menyeluruh melalui desain visual (Wang & Jiang, 2024), pemilihan material, serta kelengkapan penyajian informasi produk (Liu et al., 2025). Kemasan merupakan bagian dari *experience economy* (Álvarez-González et al., 2024), yang menyampaikan identitas dan nilai dari suatu brand (Pratama et al., 2025).

Meskipun demikian, banyak pelaku UMKM yang masih menghadapi tantangan perihal kemasan. Mulai dari desain kemasan yang masih sederhana dan monoton, hingga kurangnya pengetahuan akan kemasan yang berstandar BPOM (Badan Pengawas Obat dan Makanan). Padahal kemasan yang inovatif dan sesuai standar dapat menjadi sarana dalam memperkuat *positioning* produk, meningkatkan daya jual, dan memperluas jangkauan pasar (Kristiana et al., 2025). Kemasan menjadi salah satu aspek penting yang tidak boleh diabaikan. Bahkan di industri pariwisata, cara pengemasan makanan maupun produk lokal (*packaging*) penting untuk diperhatikan karena mampu menumbuhkan minat wisatawan untuk membelinya (Eskak et al., 2023).

Desa Wisata Sambirejo merupakan desa wisata yang terletak di Kapanewon prambanan, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta. Desa Wisata Sambirejo disahkan secara resmi sebagai desa wisata pada tahun 2018. Desa ini memiliki beberapa objek wisata yang tersebar di 8 dusun. Desa Wisata Sambirejo memiliki

kondisi alam berupa perbukitan, pertanian, perkebunan, ladang, hutan serta daerah pertambangan dengan luas total adalah 8.396.375 hektar.

Objek wisata di Desa Wisata Sambirejo antara lain Riepong View, Embung Sumberwatu, Wisata Taman Tebing Breksi, Arca Gupolo, Watu Papal, Watu Payung, Spot Riyadi, Candi Ijo, Candi Miri, Candi Dawangsari, dan Candi Barong. Meskipun memiliki banyak objek destinasi, UMKM di Desa Wisata Sambirejo masih menghadapi tantangan yaitu kemasan pangan yang masih dibawah standart BPOM dan memiliki desain visual sederhana.

Produk UMKM yang ada di Desa Wisata Sambirejo 90% memiliki kemasan plastik sederhana dan styrofoam. Keamanan dari kemasan sendiri masih kurang terjamin. Bahkan kemasan pangan yang dipasarkan tidak memiliki kejelasan informasi produk yang dijual. Kemasan hanya berfungsi sebagai wadah saja. Permasalahan ini muncul karena UMKM Sambirejo belum memahami bahwa kemasan dapat berfungsi sebagai alat promosi yang dapat menjadi daya tarik wisatawan. Oleh karena itu, pelatihan dan pemberdayaan UMKM mengenai inovasi desain kemasan dan standar keamanan kemasan masih perlu untuk dilakukan agar mampu menjadi faktor daya tarik (Isnugroho et al., 2025).

Dalam rangka menjawab permasalahan dan meningkatkan kapasitas UMKM Desa Wisata Sambirejo agar dapat bertahan di pasar yang kompetitif, STIE Pariwisata API mengadakan kegiatan pengabdian dalam bentuk pelatihan kemasan pangan bagi UMKM Desa Wisata Sambirejo. Pelatihan dan pemberdayaan ini berisi tentang kemasan pangan inovatif dan berstandar BPOM. Pelatihan ini berlokasi di rumah salah satu peserta UMKM. Dari kegiatan ini, diharapkan kemasan pangan UMKM Desa Wisata Sambirejo dapat melindungi, meningkatkan nilai, dan menjadi alat promosi yang dapat menambah daya tarik wisata.

KEMASAN

Menurut Pedoman Implementasi Peraturan Badan POM No 20 Tahun 2019 Tentang Kemasan Pangan, kemasan pangan merupakan bahan yang digunakan untuk

mewadahi dan membungkus pangan baik bersentuhan secara langsung maupun tidak. Kemasan merupakan implikasi hasil dari proses mengemas. Kemasan yang baik hendaknya mampu menjaga keamanan produk, *cost effective* namun tetap memenuhi standar bahan, memenuhi keinginan konsumen, dan memiliki sedikit dampak terhadap lingkungan. Selain itu, kemasan harus mampu menarik perhatian (Gayatri Anggarkasih et al., 2024) dan estetik (Rimbawan et al., (2024), Wang & Jiang, (2024)).

Kemasan sendiri dapat menjaga dan mencegah pembusukan makanan dengan menghalangi masuknya oksigen dan udara yang mengandung banyak kontaminan (Halim et al., 2025). Kemasan merupakan pembungkus yang berperan penting dalam mempertahankan mutu dan keamanan pangan serta meningkatkan daya tarik produk (Rahardjo, 2019)

Menurut Klimchuk & Krasovec, (2007), kemasan merupakan sebuah wadah yang memaksimalkan nilai dan fungsi sebuah produk agar dapat didistribusikan dan dipasarkan. Di lingkungan pasar yang kompetitif, kemasan memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen (Liu et al., 2025). Melalui atribut kemasan seperti perlindungan, kenyamanan, portabilitas, informasi, *branding*, dan keterlibatan, masing – masing menunjukkan pengaruh yang kuat terhadap niat beli konsumen (Álvarez-González et al., 2024).

Kemasan yang menarik sangat penting untuk mengkomunikasikan identitas produk dan menjaga relevansi kontekstual lokal (Ninaroon et al., 2023). Kemasan dapat dipadukan dengan ciri budaya lokal untuk menggambarkan latar belakang budaya lokasi yang ditransmisikan melalui kemasan (Hidayanto et al., 2024). Pelanggan akan tahu di mana produk tersebut dibuat hanya dengan melihat kemasannya (Gong & Wei, 2024). Hal inilah yang kemudian menjadikan kemasan sebagai suatu daya tarik yang dapat memikat konsumen melalui desain dan informasi produk. Bahkan bagi wisatawan yang membeli makanan lokal dan souvenir, mereka mungkin lebih memperhatikan penampilan dan kemasan. Pengemasan yang istimewa dan layanan opsi kustomisasi, seperti ukiran personal atau pencetakan nama di kemasan, dapat disediakan untuk meningkatkan nilai souvenir (Huang et al., 2025).

DAYA TARIK WISATA

Daya tarik wisata merupakan sebuah pendorong yang mempengaruhi keputusan wisatawan dalam pemilihan destinasi. Dengan kata lain, daya tarik wisata merupakan salah satu faktor yang menentukan keberlanjutan dan pertumbuhan industri wisata (Darmayasa et al., 2025). Selain objek wisata dan kebudayaan (Dancausa Millán & Millán Vázquez de la Torre, 2022), daya tarik wisata dapat

berupa karya seni dan produk unggulan dari UMKM (Renanti et al., 2024). Keunikan produk dan keberagaman sumber daya juga mampu menjadi salah satu daya tarik wisata (Cao et al., 2016). Kendati demikian, untuk meningkatkan daya tarik ini dan menumbuhkan daya saing bagi UMKM, inovasi desain kemasan memainkan peran yang penting. Penggunaan unsur budaya lokal dalam desain kemasan asalkan tetap modern dan estetik dapat meningkatkan daya tarik produk lokal (Aguilar, Oliveira, et al., 2025).

Menurut Widayati et al., (2025) daya tarik desa wisata harus memenuhi tiga aspek yakni atraksi, amenitas dan aksesibilitas. Hal ini tidak jauh berbeda dengan apa yang diutarakan oleh Damayanti & Puspitasari, tahun 2024 dimana daya tarik wisata terdiri dari tiga hal, yakni *something to see* (alam, bangunan), *something to do* (kegiatan wisata), dan *something to buy* (produk UMKM seperti makanan lokal dan cinderamata). Menurut Winarno et al., (2024) pengembangan aspek atraksi, amenitas dan aksesibilitas dapat meningkatkan daya tarik wisata melalui berbagai kegiatan dan produk inovatif – kreatif. Ketika daya tarik wisata dikelola dengan kreatif-inovatif, hal ini mampu mempengaruhi tingkat kunjungan kembali wisatawan (Pratminingsih et al., 2022). Semakin kreatif dan inovatif wirausahawan, maka daya saing dari daya tarik wisata dapat meningkat (Dias et al., 2025).

METODE PELAKSANAAN

Pelatihan Kemasan Pangan dilaksanakan di Desa Wisata Sambirejo, lebih tepatnya berlokasi di Dusun Mlakan, Kapanewon Prambanan, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta. Kegiatan ini bekerjasama dengan beberapa UMKM Desa Wisata Sambirejo serta pihak Kalurahan Sambirejo. Pelatihan dilakukan dengan berbagai metode, mulai dari pemaparan materi, diskusi, serta pemecahan masalah melalui *brainstorming*. Para peserta juga diminta membawa produk UMKM-nya masing – masing, yang kemudian dipelajari bersama sebagai studi kasus lalu diberikan masukan dan arahan untuk penyempurnaan desain kemasannya. Secara rinci, metode pelaksanaan kegiatan pelatihan meliputi: a) pra-pelaksanaan; b) pelaksanaan; c) evaluasi.

a. Tahap Pra-Pelaksanaan

Kegiatan pelatihan kemasan pangan diawali dengan proses identifikasi terhadap potensi

dan permasalahan. Hal ini dilakukan agar pelaksanaan program pelatihan dapat tepat sasaran, sesuai dengan kebutuhan serta mampu menjawab persoalan yang dihadapi. Setelah proses identifikasi dilanjutkan dengan penentuan lokasi dan jadwal pelatihan. Tahap ini diakhiri dengan koordinasi bersama oleh tim pengabdian serta pihak Desa Wisata Sambirejo.

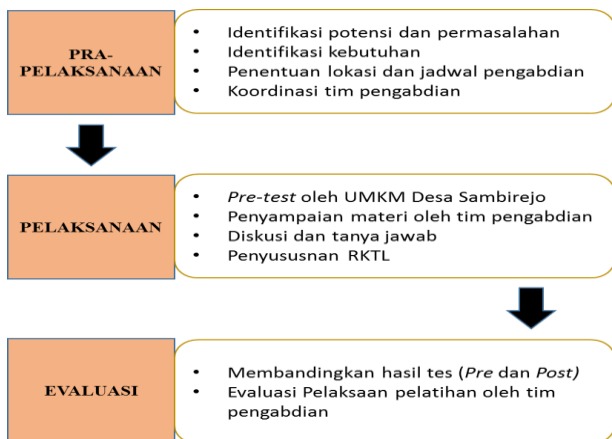
b. Tahap Pelaksanaan

Pelatihan mengenai kemasan pangan dilaksanakan pada hari Sabtu, 21 Desember 2024. Tahap ini dimulai dengan *pre-test* untuk mengukur tingkat pemahaman peserta mengenai kemasan pangan. Tim pengabdian kemudian menyampaikan materi dan dilanjutkan dengan *post-test* untuk menilai sejauh mana keberhasilan penerimaan materi. Pada akhir sesi pelatihan, peserta diminta menyusun Rencana Kerja Tindak Lanjut (RKTL) sebagai wujud komitmen dalam mengembangkan kemasan sehingga menjadi UMKM yang lebih kompetitif, berdaya saing, dan bertransformasi ke jenjang usaha yang lebih tinggi.

c. Tahap Evaluasi

Evaluasi merupakan tahapan akhir dari rangkaian pelatihan. Untuk mengetahui efektifitas pelaksanaan pelatihan, dilakukan penilaian dengan membandingkan hasil nilai *pre-test* dan *post-test*, dengan ketentuan minimal nilai *post-test* adalah sebesar/lebih dari 60 (Widayati et al., 2024). Selain itu juga dilakukan evaluasi proses pelaksanaan pelatihan secara keseluruhan oleh tim pelaksana pengabdian.

Keseluruhan tahapan kegiatan pelatihan disajikan dalam Gambar 1. Berikut:



Gambar 1. Tahapan kegiatan pelatihan kemasan pangan

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelatihan Kemasan Pangan bagi UMKM di Desa Wisata Sambirejo dilaksanakan dalam rangka meningkatkan

kualitas kemasan pangan sehingga dapat mendorong daya saing, meningkatkan nilai ekonomis dan mampu menjadi daya tarik bagi wisatawan. Keterkaitan antara desa wisata, kemasan, dan daya tarik wisata sendiri ditunjukkan pada Gambar 2.

Sebagai salah satu program pengabdian, Pelatihan Kemasan Pangan yang dilakukan ini memiliki tujuan yaitu: 1) Menyadarkan pelaku UMKM bahwa produk dapat menjadi salah satu daya tarik wisata; 2) Meningkatkan pemahaman dan keterampilan pelaku UMKM di Desa Wisata Sambirejo dalam merancang kemasan produk yang inovatif, informatif dan sesuai standar keamanan BPOM; 3) Memberikan pelatihan tentang desain kemasan yang tidak hanya melindungi produk, tetapi juga memperkuat identitas lokal dan meningkatkan daya tarik wisata; 4) Mendorong pelaku UMKM untuk menerapkan prinsip keberlanjutan (*sustainable packaging*) melalui penggunaan bahan ramah lingkungan dalam kemasan produk; 5) Meningkatkan nilai jual produk lokal Desa Wisata Sambirejo serta memperkuat citra destinasi wisata melalui pengemasan produk yang lebih estetik dan komunikatif; serta 6) Menguji efektifitas pelatihan kemasan dalam meningkatkan pengetahuan dan persepsi pelaku UMKM terhadap pentingnya kemasan sebagai bagian dari strategi branding dan pemasaran.



Gambar 2. Kaitan desa wisata, pelatihan kemasan, dan daya tarik wisata

Pelatihan Kemasan Pangan bagi UMKM Desa Wisata Sambirejo ditujukan untuk meningkatkan kesadaran pelaku UMKM mengenai pentingnya kemasan yang aman, inovatif, informatif, estetik dan berkualitas.

1. Tahap Pra-Pelaksanaan

Pada tahap ini, dilakukan proses identifikasi permasalahan utama UMKM di Desa Sambirejo.



Gambar 3. Identifikasi potensi dengan pengelola Desa Wisata Sambirejo (Sigit Prasetyo, S.E.)

Berdasarkan hasil survei awal dan wawancara dengan pengelola Desa Wisata Sambirejo dan perangkat Kalurahan Sambirejo serta pengurus kelompok UMKM (Gambar 3), produk pangan lokal UMKM Desa Wisata Sambirejo terbilang cukup banyak, seperti ceriping gadung, keripik sayur (pare, bayam, daun singkong, kemangi) keripik talas, keripik ubi, keripik pisang, emping mlinjo, tahu bakso, moci, aneka jamu, maupun makanan lokal seperti jajanan pasar.

Dari identifikasi ini terlihat bahwa sebenarnya Desa Wisata Sambirejo memiliki banyak potensi pangan lokal yang dapat menjadi daya tarik wisata. Kendati demikian, tim pengabdian menemukan bahwa sebagian besar pelaku UMKM mengalami kendala pada aspek kemasan, yaitu kurangnya inovasi mengenai kemasan, ketidaksesuaian produk dengan standar Badan Pengawas Obat dan Makanan, kurangnya pengetahuan akan PIRT (Pangan Industri Rumah Tangga) dan label gizi, serta masih minimnya keadaran tentang pentingnya kemasan sebagai alat pemasaran dan *branding*. Dari potensi dan permasalahan ini, maka tim pengabdian memutuskan untuk mengadakan pelatihan agar UMKM mampu memiliki daya saing yang lebih kuat melalui desain dan keamanan kemasan.

Tahapan ini ditutup dengan koordinasi antara tim pengabdian, perangkat Kalurahan Sambirejo, dan pengurus kelompok UMKM untuk menentukan waktu, tempat, dan peserta kegiatan. Dari total 22 UMKM yang terdaftar, 20 peserta hadir dan membawa contoh produk untuk dievaluasi dan menjadi studi kasus. Keunggulan pada tahap ini yaitu penentuan topik pelatihan didasarkan pada hasil pemetaan kebutuhan secara langsung dan peserta yang hadir adalah pelaku aktif usaha, sehingga pelatihan bersifat aplikatif.

2. Tahap Pelaksanaan

Pelatihan dilaksanakan pada Sabtu, 21 Desember 2024 di Dusun Mlakan, Desa Sambirejo. Kegiatan ini

menggunakan metode ceramah interaktif, diskusi kelompok, *brainstorming*, serta praktik langsung dengan studi kasus kemasan nyata dari produk peserta. Sebelum materi dipaparkan, dilakukan *pre-test* (Gambar 4) dengan hasil yang menunjukkan bahwa 60% dari peserta pelatihan memiliki skor dibawah 60. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa pengetahuan pelaku UMKM di Desa Wisata Sambirejo mengenai kemasan dan standarnya masih minim.



Gambar 4. Pre-test



Gambar 5.

Penyampaian materi

Setelah pre test, penyampaian materi dilakukan oleh tim pengabdian (Gambar 5). Materi pelatihan yang diberikan dalam pengabdian masyarakat ini mencakup:

1) Fungsi dan peran strategis kemasan dalam pariwisata dan *branding* produk lokal. Kemasan berperan langsung dalam mengkomunikasikan nilai dan identitas (Pratama et al., 2025). Pariwisata yang menarik tidak hanya dilihat dari atraksi yang berada didalamnya, melainkan juga bagaimana *branding* dari produk lokal melalui bahan pangan dan inovasi kemasan (Rimbawan et al., 2024). Kemasan menjadi salah satu strategi yang dapat digunakan untuk memperkuat *branding* destinasi wisata melalui inovasi (Isnugroho et al., 2025);

2) Standar kemasan pangan menurut BPOM dan PIRT. Pengemasan pangan tidak bisa lepas dari standar keamanan dan perizinan. Pemilihan bahan kemasan yang tepat dan berstandar dapat menjaga bahkan memperkuat *positioning* kualitas produk (Kusumaningrum et al., 2024). Pemahaman pelaku UMKM mengenai standar kemasan pangan mampu meningkatkan kualitas kemasan yang nantinya bisa menjadi daya saing tersendiri;

3) Prinsip desain kemasan yang inovatif, informatif, menarik, dan ramah lingkungan. Meningkatnya kesadaran masyarakat akan *sustainability* menciptakan perubahan akan persepsi produk dan kemasan yang ramah lingkungan dan inovatif (Aguilar, de Oliveira, et

al., 2025). Hal ini mendorong pelaku untuk sadar bahwa kemasan yang ramah lingkungan dan inovatif dapat lebih menarik konsumen yang sadar akan *sustainability*.

4) Unsur – unsur penting dalam *labeling* produk olahan. Selain penjabaran mengenai standar dan pemahaman akan produk yang inovatif dan ramah lingkungan, pelaku UMKM juga diberikan pemahaman akan *labeling* (Gambar 6). *Labeling* berfungsi untuk menunjukkan identitas, komposisi, keamanan, dan kualitas dari produk. Kelengkapan dari *labeling* mampu menciptakan persepsi kualitas dari suatu produk sehingga muncul daya tarik tersendiri;

5) Strategi pemilihan bahan kemasan yang efisien dan aman. Pemaparan ini memberikan gambaran mengenai strategi – strategi yang tepat guna bagi pelaku UMKM dalam memilih bahan yang *cost efisien* namun tetap aman sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia. Pemilihan bahan yang berfokus pada efisiensi biaya dan keamanan mampu menurunkan biaya produksi sehingga dapat meningkatkan profitabilitas.

6) Studi desain inspiratif dari daerah lain. Pembedahan desain inspiratif ini menjadi gambaran bagi pelaku untuk termotivasi dalam menciptakan desain yang menunjukkan *branding* lokal dan meningkatkan daya tarik. Dalam tahap ini, peserta memberikan studi kasus mengenai kemasan produk yang dimiliki (Gambar 7). Tahap ini berfungsi untuk evaluasi dan memberikan gambaran mengenai kemasan yang layak dan inovatif.



Gambar 6.
Penyampain Materi Labeling



Gambar 7. Studi kasus kemasan

Setelah penyampaian materi, peserta kemudian mengikuti *post-test* serta menyusun Rencana Kerja Tindak Lanjut (RKTL).



Gambar 8. *Post-Test*

Gambar 9.
Penyusunan RKTL

Peserta merancang perencanaan sistematis mengenai langkah – langkah yang akan dilakukan untuk menerapkan pengetahuan, keterampilan dan wawasan yang diperoleh selama pelatihan kemasan pangan. RKTL ini berisi identifikasi dan permasalahan di kemasan produk yang dimiliki dan menentukan rencana dan prioritas tindakan. Tidak hanya itu, peserta juga diarahkan untuk menyusun waktu pelaksanaan, dan sumber daya yang dibutuhkan serta meramalkan kemungkinan kendala yang akan dihadapi dan solusinya.

3. Tahap Evaluasi

Evaluasi dilakukan dengan pendekatan kuantitatif (nilai *pre-test* dan *post-test*) serta kualitatif melalui observasi partisipasi dan wawancara peserta pelatihan. Hasil Distribusi *pre-test* dan *post-test* dapat dilihat pada Tabel 1, sedangkan capaian Nilai dari peserta ditunjukkan dalam Tabel 2.

Tabel 1. Distribusi *Pre-Test* dan *Post-Test*

Nilai	Jumlah Peserta Pre-Test	Jumlah Peserta Post-Test
< 60	12	0
60-79	8	1
> 80	0	19

(Sumber: Data diolah tim pengabdian, 2024)

Tabel 1 menunjukkan bahwa sebanyak 12 peserta memperoleh nilai dibawah 60 pada saat pretest. Temuan ini mengindikasikan bahwa 60% peserta belum memiliki pemahaman yang memadai terkait aspek kemasan. Setelah pelatihan diberikan, terjadi peningkatan yang signifikan dalam capaian nilai *post-test*, dimana tidak terdapat peserta yang memperoleh skor dibawah 70, melampaui target minimal yaitu 60 (Widayati et al., 2024). Hal ini menunjukkan bahwa 100% peserta telah memahami dan memiliki wawasan lebih dalam memperbaiki dan mengembangkan kemasan. Oleh karenanya, dari hasil evaluasi dapat disimpulkan bahwa pelatihan dapat dikatakan efektif dalam meningkatkan pemahaman peserta terutama pada aspek fungsi strategis kemasan dan regulasi.

Tabel 2. Capaian Nilai *Pre-Test* dan *Post-Test*

Peserta	Capaian Nilai Peserta Pelatihan	
	<i>Pre-Test</i>	<i>Post-Test</i>

1	60	90
2	70	100
3	40	80
4	50	90
5	40	80
6	60	100
7	50	90
8	60	90
9	50	80
10	50	80
11	70	100
12	60	90
13	40	80
14	50	80
15	40	70
16	50	90
17	60	90
18	60	80
19	50	80
20	50	80
Modus	50.00	80.00
Median	50.00	85.00
Mean	53.00	86.00

(Sumber: Data primer diolah tim pengabdian, 2024)

Analisa mean pada Tabel 2 menunjukkan bahwa nilai *pre-test* dan *post-test*, mengalami kenaikan dari 53,00 (*Pre-Test*) menjadi 86,00 (*Post-Test*). Sehingga dapat disimpulkan bahwa pemahaman peserta meningkat secara signifikan setelah mengikuti pelatihan.

Hasil observasi menunjukkan bahwa peserta mengikuti pelatihan dengan antusias terutama saat studi kasus dan penyusunan RKT (Gambar 10). Sebanyak 4 peserta menanyakan perihal kemasan ramah lingkungan; penggunaan sekat dalam styrofoam; proses permohonan PIRT; serta *labeling* dari produk yang dimiliki. Tingginya tingkat antusiasme peserta yang ditunjukkan pada Gambar 11, 12, dan 13, menunjukkan bahwa pelatihan ini mampu memberikan kesempatan untuk memperbaiki kualitas kemasan produknya sehingga dapat lebih menarik konsumen yang sebagian besar adalah wisatawan. Hasil wawancara juga menunjukkan bahwa pelatihan ini telah memotivasi peserta UMKM untuk lebih inovatif dalam mendesain kemasan pangan lokal dan meningkatkan keamanan sesuai standar yang berlaku (Gambar 14). Beberapa peserta mengusulkan adanya pendampingan dan pelatihan lanjutan, seperti proses kepengurusan BPOM dan PIRT, desain grafis dan *digital printing*.



Gambar 10. Antusiasme peserta



Gambar 11. Partisipasi peserta dalam sesi diskusi



Gambar 12. Pemberian souvenir untuk peserta yang berpartisipasi



Gambar 13. Peserta dan tim pengabdian



Gambar 14. Perangkat desa dan tim pengabdian

KESIMPULAN

Pelatihan kemasan pangan dan *labeling* yang dilaksanakan di Desa Wisata Sambirejo berhasil mencapai tujuan yang telah ditetapkan dalam program pengabdian masyarakat. Berdasarkan tahapan pelaksanaan yang meliputi identifikasi kebutuhan (pra-pelaksanaan), penyampaian materi dan studi kasus (pelaksanaan), hingga evaluasi capaian peserta, kegiatan ini terbukti efektif dalam meningkatkan pengetahuan dan kesadaran pelaku UMKM terhadap pentingnya kemasan sebagai bagian dari strategi *branding* dan daya tarik wisata. Melalui pemaparan materi dan metode partisipatif seperti diskusi, studi kasus, dan *brainstorming*, peserta mampu merefleksikan langsung pada produk usahanya. Capaian evaluasi menunjukkan bahwa 100% peserta mengalami peningkatan nilai *post-test* di atas batas minimum yang ditetapkan, dengan sebagian besar peserta menunjukkan pemahaman baik terhadap aspek fungsi kemasan, desain, standar BPOM, hingga elemen dalam *labeling*.

Dibandingkan dengan kegiatan sejenis di wilayah lain, pelatihan ini unggul dalam penerapan langsung pada produk nyata peserta serta dukungan dari mitra lokal seperti pemerintah Kelurahan dan kelompok UMKM. Meskipun durasi pelatihan terbatas, komitmen peserta dalam menyusun Rencana Kerja Tindak

Lanjut (RKTL) menjadi indikator penting keberlanjutan dampak program ini. Sebagai simpulan umum, pelatihan ini tidak hanya berhasil meningkatkan kapasitas pelaku UMKM di Desa Sambirejo dalam aspek teknis kemasan, tetapi juga menunjukkan bahwa penguatan kualitas kemasan dapat menjadi salah satu kunci dalam menambah nilai ekonomi produk lokal serta mendukung pengembangan desa wisata dan menjadi daya tarik wisata tersendiri. Oleh karena itu, program serupa sangat direkomendasikan untuk direplikasi di desa wisata lainnya dengan dukungan kolaboratif dari berbagai pihak.

Berdasarkan hasil pelatihan, terdapat beberapa rekomendasi dari tim pengabdian untuk mendukung pengembangan UMKM dan daya tarik wisata melalui kemasan, yaitu: 1) Integrasi Pelatihan Kemasan dalam Program Desa Wisata. Pemerintah daerah dan pengelola desa wisata sebaiknya memasukkan program pelatihan kemasan secara berkala sebagai bagian dari strategi pengembangan potensi lokal dan pariwisata; 2) Bantuan Akses Legalitas dan Sertifikasi. Rekomendasi ini diberikan karena dari kegiatan pengabdian ini masih banyak peserta yang belum memiliki legalitas PIRT yang sesuai dengan standar BPOM. Oleh karena itu, diharapkan dinas terkait mampu memberikan fasilitas pengurusan izin dan label pangan secara kolektif untuk UMKM desa; 3) Pembentukan Klinik Kemasan dan Desain Produk. Desa Wisata Sambirejo maupun pemerintahan desa perlu membentuk pusat layanan atau "Klinik Kemasan" yang melibatkan perguruan tinggi dan praktisi desain untuk mendampingi UMKM dalam pengembangan kemasan yang inovatif, informatif, dan ramah lingkungan; 4) Pengembangan Bank Desain Kemasan Berbasis Kearifan Lokal. Desain kemasan dapat mencerminkan potensi dan ikon budaya Desa Wisata Sambirejo. Pemerintah desa dapat memfasilitasi pembuatan *template* desain berbasis budaya lokal yang bisa diakses oleh UMKM; 5) Penerapan Insentif untuk UMKM Inovatif dan Ramah Lingkungan. UMKM yang berhasil menerapkan kemasan ramah lingkungan dan kreatif dapat diberikan penghargaan atau subsidi produksi untuk mendorong adopsi lebih luas. 6) Penguatan Kolaborasi *Pentahelix* dengan melibatkan unsur akademisi, bisnis, komunitas, pemerintah, dan media dalam pengembangan kemasan sebagai bagian dari branding wisata berbasis produk lokal.

UCAPAN TERIMAKASIH

Sebagai bentuk apresiasi atas terselenggaranya kegiatan pengabdian kepada masyarakat bertemakan *Kemasan Pangan* dengan baik dan lancar, penulis dan tim pengabdian menyampaikan penghargaan dan terima kasih yang setulus-tulusnya kepada:

1) STIE Pariwisata API Yogyakarta, yang telah memberikan dukungan dan pendanaan sehingga kegiatan ini dapat terlaksana dengan optimal.

2) Pemerintah Kalurahan Sambirejo, atas kerjasama dan fasilitas yang diberikan maupun sarana penunjang lainnya yang sangat membantu kelancaran kegiatan.

3) Pengurus dan anggota UMKM Sambirejo, atas partisipasi aktif dan antusiasme yang luar biasa selama mengikuti seluruh rangkaian pelatihan.

DAFTAR PUSTAKA

- Aguilar, G. J., de Oliveira, A. M., & Tapia-Blácido, D. R. (2025). Analysis of intention to purchase environmentally friendly packaging in the city of Ribeirão Preto, Brazil. *Revista de Gestao Ambiental e Sustentabilidade*, 14(1), 1–34. <https://doi.org/10.5585/2025.25553>
- Álvarez-González, P., Dopico-Parada, A., & López-Miguens, M. J. (2024). What do consumers care about when purchasing experiential packaging? *British Food Journal*, 126(5), 1887–1903. <https://doi.org/10.1108/BFJ-07-2022-0579>
- Cao, F., Huang, Z., Jin, C., & Xu, M. (2016). Chinese National Scenic Areas' Tourism Efficiency: Multi-scale Fluctuation, Prediction and Optimization. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 21(5), 570–595. <https://doi.org/10.1080/10941665.2015.1068190>
- Damayanti, R. A., & Puspitasari, A. Y. (2024). Kajian Potensi Daya Tarik Wisata Heritage di Indonesia. *Jurnal Kajian Ruang*, 4(1), 13. <https://doi.org/10.30659/jkr.v4i1.36639>
- Dancausa Millán, M. G., & Millán Vázquez de la Torre, M. G. (2022). Quality Food Products as a Tourist Attraction in the Province of Córdoba (Spain). *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 19(19). <https://doi.org/10.3390/ijerph191912754>
- Darmayasa, Judijanto, L., Nurjannah, Mulya, R. A. S., Saputri, D. R., Djabbar, A., Renold, Rahayu, M., Prayogi, B., Wahyuni, S., Yanti, D., Gunawan, I., Nainggolan, H. C., & Muchlis, N. F. F. (2025). Interpretasi Daya Tarik Wisata (Sepriano (ed.); 1st ed.). PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Dias, A., González-Rodríguez, M. R., Pereira, L., & Costa, R. (2025). Attracting and retaining creative tourism entrepreneurs. *Creative Industries Journal*, 18(1), 88–103. <https://doi.org/10.1080/17510694.2023.2203290>
- Eskak, E., Paramadharma, H., Rohana Salma, I., Farida, F., Yudha Prasetya, T., Radhitya, Y., Maulana Wijaya, F., & Nurinda, Z. C. (2023). Design and Packaging Manufacturing for Young SMEs to Increase the Marketing Attractiveness of Crafts Products in Sorong District, Southwest Papua

- Province. Prosiding Seminar Nasional Industri Kerajinan Dan Batik, 1, 1–13.
- Gayatri Anggarkasih, M., Early Febrinda, A., Imas Faidoh Fatimah, A., Zaim Adzkiya, M. A., Mariyani, N., Lukie Trianawati, M., Yuni Hastati, D., Sarastani, D., Dyah Hapsari, R., Razna Suhaima, N., Irhamni Fajri, A., Putri Salshabila, L., Fatimah Madania, K., & Fidella, A. (2024). Strategi Perbaikan Kemasan Produk Beras Sehat Sebagai Media Promosi Kampung Wisata Tematik Mulyaharja. *Jurnal Abdi Insani*, 11(4), 2185–2198. <https://doi.org/10.29303/abdiinsani.v11i4.2070>
- Gong, L., & Wei, K. (2024). Trend Prediction and Optimization of Brand Packaging Design Based on Big Data. *Computer-Aided Design and Applications*, 21(S21), 276–292. <https://doi.org/10.14733/cadaps.2024.S21.276-292>
- Halim, R., Ritonga, A. M., & Novitasari, D. (2025). The Effect of Packaging Type and Pasteurization Time on Changes in the Quality of Getuk Lindri. *BIO Web of Conferences*, 158, 1–17. <https://doi.org/10.1051/bioconf/202515804009>
- Hidayanto, A. F., Hamat, B., Ahmad, N. S. B. N., Hidayat, M. J., & Noviana, M. (2024). The Conceptual Framework for Developing Packaging Designs of Traditional Heritage Foods from the Visual Aspect. *Pakistan Journal of Life and Social Sciences*, 22(2), 8225–8239. <https://doi.org/10.57239/PJLSS-2024-22.2.00623>
- Huang, Q., Yang, D., Xie, Y., Tan, F., & Kuang, T. (2025). How traditional cultural load affects tourists' purchasing intention of tourist souvenirs. In *PLoS ONE* (Vol. 20, Issue 1 January). <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0313905>
- Isnugroho, E., Priatmoko, S., Purwoko, Y., Winarno, S. B., Widayati, E., Panghastuti, T., & Wigati, E. (2025). Pelatihan Kemasan Produk Bagi Anggota Umkm Girikerta, Turi, Sleman. *ABDIMAS: Journal Tourism & Community Service (JTCS)*, 2(Jan), 81–85. <https://jurnal.stieparapi.ac.id/index.php/jtcs/article/view/179>
- Jitpakdee, R., Kritsanaphan, P., Jamaluddin, M. R., & Teshager, F. K. (2025). Creation of local identity as an added value to handicrafts: the case of Nypa Palm products in Pak Phanang River Basin Community, Thailand. *Cogent Arts and Humanities*, 12(1). <https://doi.org/10.1080/23311983.2025.2491185>
- Klimchuk, M. R., & Krasovec, S. A. (2007). *Desain Kemasan*. Erlangga.
- Kristiana, N., Patria, A. S., Anggalih, N. N., & Ayu, A. (2025). Desain Kemasan Ilustratif untuk Meningkatkan Nilai Pasar Permainan Tradisional. *Jurnal Gramaswara: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Bidang Pendidikan Bahasa Sastra Budaya Dan Seni*, 5(2), 205–218. <https://doi.org/10.21776/ub.gramaswara.2025.005.02.08>
- Kusumaningrum, D. A., Hurdawaty, R., Suheryadi, H., Maryetti, & Ni Made Dwiyana Rasuma Putri. (2024). Pelatihan Pengemasan Produk Pangan Olahan di Desa Sukamahi Kabupaten Bogor. *WAHATUL MUJTAMA': Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(1), 16–27. <https://doi.org/10.36701/wahatul.v5i1.1442>
- Liu, C., Samsudin, M. R., & Zou, Y. (2025). The multidimensional impact of packaging design on purchase intention: a systematic hybrid review. *Humanities and Social Sciences Communications*, 12(1), 1–18. <https://doi.org/10.1057/s41599-025-05122-1>
- Ninaroon, P., Sitthiwarongchai, C., Rodjam, C., Khammadee, P., & Charoenboon, P. (2023). Enhancing the Distribution of Community Enterprise Entrepreneurs through Product and Packaging Development of Klong Kone Shrimp Paste (Mesopodopsis) in the Post-Pandemic Era of Samut Songkhram Province. *Journal of Distribution Science*, 21(10), 21–29. <https://doi.org/10.15722/jds.21.10.202310.21>
- Pedoman Implementasi Peraturan Badan POM No 20 Tahun 2019 Tentang Kemasan Pangan, 173 (2019).
- Pratama, M. I. F. S., Nugraha, R., & Istianah, R. (2025). Analysis of the role of packaging design on brand identity with a case study of Sukabumi souvenirs "MOCHI" lampion. *BIO Web of Conferences*, 148. <https://doi.org/10.1051/bioconf/202414804024>
- Pratminingsih, S. A., Johan, A., & Salsabil, I. (2022). The effect of destination attractiveness on destination attachment and its impact on tourist sustainable behavior. *Jurnal Siasat Bisnis*, 26(2), 222–234.
- Priatmoko, S., Purwoko, Y., Winarno, S. B., Widayati, E., Panghastuti, T., Wigati, E., & Isnugroho, E. (2025). Potensi Dan Tantangan Pengembangan Pariwisata Di Dusun Wotawati Di Desa Wisata "Dewi Purbo", Kabupaten Gunungkidul, Yogyakarta. *ABDIMAS: Journal Tourism & Community Service (JTCS)*, 2(2), 49–55.
- Rahardjo, S. T. (2019). *Desain Grafis Kemasan UMKM*. Deepublish.
- Razzaq, A., Fatima, T., & Murshed, M. (2023). Asymmetric effects of tourism development and green innovation on economic growth and carbon emissions in top 10 GDP countries. *Journal of Environmental Planning and Management*, 66(3), 471–500. <https://doi.org/10.1080/09640568.2021.1990029>
- Renanti, M. D., Wicaksono, A., Nasir, M., Aziezah, N., Barus, I. R. G., Fami, A., & Indriasari, S. (2024). Prototype of a digital village application for potential and distribution of village's superior products and recommendations for tourist attractions. *E3S Web of Conferences*, 577. <https://doi.org/10.1051/e3sconf/202457703004>
- Rimbawan, A., Wijaya, I. K. A. P., Sumadewa, I. N. Y., & Suryani, N. N. D. (2024). Re-branding Identitas Visual dalam Desain Kemasan Kemasamenities Hospitality untuk Memperkuat Citra Merek. *Jurnal SASAK: Desain Visual Dan Komunikasi*, 6(1), 244–257. <https://doi.org/10.30812/sasak.v6i1.4005>
- Stone, M. J. (2025). Not just another trinket: defining unique attributes of food souvenirs. *Tourism Recreation Research*, 50(3), 672–677. <https://doi.org/10.1080/02508281.2023.2296813>
- Swasty, W., & Mustafa, M. (2023). How do Local and International Tourists Perceive (Un) Common Colours on SME Food Souvenir Packaging in Bandung? *Archives of Design Research*, 36(2), 107–127. <https://doi.org/10.15187/adr.2023.05.36.2.107>
- Wang, X., & Jiang, J. (2024). Visual Analysis of Brand Packaging Design Data Based on CAD and Big Data Technology. *Computer-Aided Design and Applications*, 21(S21), 309–324. <https://doi.org/10.14733/cadaps.2024.S21.309-324>
- Widayati, E., Budi, S., & Murti, A. (2025). Edukasi Keuangan Untuk Meningkatkan Literasi Keuangan Bagi Pengelola Homestay Di Desa Ekowisata Pancoh Turi Sleman. *ABDIMAS: Journal Tourism & Community Service (JTCS)*, 2(2), 86–91.
- Widayati, E., Sulistiono, & Purwoko, Y. (2024). Peningkatan Kompetensi Pelayanan Prima Bagi

Pengelola Dan Pelaku Usaha Pariwisata Di Desa Wisata Pulewulung Turi Sleman Pulewulung Turi Sleman. ABDIMAS: *Journal Tourism & Community Service (JTCS)*, 1(1), 1–6.

Winarno, S. B., Panghastuti, T., Isnugroho, E., & Manajemen, P. S. (2024). Pendampingan Pengembangan Potensi Situs Sejarah Gunung Batur Sebagai Daya Tarik Wisata Religi Di Purwodadi Tepus Gunungkidul. ABDIMAS: *Journal Tourism & Community Service (JTCS)* Vol.1, 1(1), 7–13.
<https://jurnal.stieparapi.ac.id/index.php/jtcs/article/view/137>