

## PELATIHAN KEMASAN PRODUK BAGI AKADEMISI PENDAMPING DESA WISATA MELALUI TRAINING OF TRAINERS OLEH KEMENPAREKRAF

Urip Sedyowidodo<sup>1\*</sup>, Vitria Ariani<sup>2</sup>, Riki Arswendi<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Universitas Bakrie, Indonesia

<sup>2</sup>Universitas Bina Nusantara, Indonesia

<sup>3</sup>Universitas Mercu Buana, Indonesia

[urip.sedyowidodo@bakrie.ac.id](mailto:urip.sedyowidodo@bakrie.ac.id)

### ABSTRAK

**Abstrak:** Pelatihan Kemasan Produk melalui *Training of Trainers* oleh Kemenparekraf ini bertujuan sebagai wadah sharing dan updating knowledge calon Akademisi Pendamping Desa Wisata. Kegiatan *Training of Trainers* ini diadakan selama 3 hari di Hotel Garden Inn, Bali, dan diikuti oleh 36 peserta. 20 peserta mengikuti secara offline dan 16 lainnya secara online melalui aplikasi Zoom. Adapun pelatihan pengemasan mendapatkan waktu selama 3 jam dari total 24 jam kegiatan ini. Peserta merupakan akademisi dari perguruan tinggi di Provinsi Bali, Nusa Tenggara Barat dan Nusa Tenggara Timur. Dari seluruh peserta, Hasil survey yang diberikan pasca pelatihan menunjukkan bahwa sebanyak 75% atau 27 orang pernah menjadi pendamping desa wisata, 94,4% atau 24 orang pernah memberi pelatihan untuk usaha UMKM di desa wisata 25% atau 9 orang pernah menjadi master trainer bagi pendamping desa wisata, 50% atau 18 orang pernah menjadi trainer bidang lain. Semua peserta (100%) menyatakan bahwa materi ini sangat sesuai bagi pelaku usaha di desa wisata. 69,4% peserta (yakni 25 orang) menyatakan kejelasan materi dinilai sangat baik, sedangkan 30,6% (11 peserta) lainnya merasa perlunya contoh produk untuk membedakan pengemasan produk wisata yang sudah baik dan yang masih perlu ditingkatkan. Adapun mengenai kemampuan implementasi materi di desa wisata, sebanyak 77,8% (yaitu 28 orang) menyatakan mampu mengimplementasikannya namun sisanya 22,2% (yaitu 8 orang) menyatakan adanya tantangan dalam mengimplementasikan materi tersebut dikarenakan terbatasnya tingkat pendidikan masyarakat

**Kata Kunci:** Akademisi; Desa Wisata; Kemasan Produk; Pendampingan

**Abstract:** *Training of Product Packaging through Training of Trainers by the Ministry of Foreign Affairs was a forum for sharing and updating the knowledge of prospective Tourism Village Companion Academics. This activity held for 3 days at Hotel Garden Inn, Bali, and attended by 36 participants. 20 participants followed offline and 16 others online through the Zoom app. The training of packaging got 3 out of total 24 hours Training of Trainers. Participants are academics from universities in Bali Province, West Nusa Tenggara and East Nusa Tenggara. Of all participants, the survey results given post-training showed that as many as 75% or 27 people have been tour village companions, 94.4% or 24 people have given training for MSME efforts in tourist villages 25% or 9 people have been master trainers for tour village companions, 50% or 18 people have been trainers in other fields. All participants (100%) stated that this material is suitable for businesses in tourist villages. 69.4% of participants (i.e. 25 people) said the clarity of the material was rated very good, while another 30.6% (11 participants) felt the need for product examples to distinguish the packaging of tourism products that were already good and which still needed to be improved. As for the ability to implement materials in tourist villages, 77.8% (i.e. 28 people) stated that they were able to implement it but the remaining 22.2% (i.e. 8 people) stated that there are challenges in implementing the material due to the limited level of public education*

**Keywords:** *Academician, Tourist Village, Product Packaging, Mentoring*



#### Article History:

Received: 06-08-2020

Revised : 05-11-2020

Accepted: 05-11-2020

Online : 07-12-2020



*This is an open access article under the  
CC-BY-SA license*

## A. LATAR BELAKANG

Desa wisata adalah wadah pemberdayaan masyarakat yang berguna untuk meningkatkan pendapatan dan mempercepat pembangunan di daerah tersebut (Chang & Tsai, 2016; Chiu et al., 2016; Rajaratnam et al., 2015). Eksistensi desa wisata ini juga sesuai dengan kebijakan pemerintah pusat untuk meningkatkan perekonomian dan kesejahteraan masyarakat di daerah (Andayani et al., 2017; Mukti et al., 2020). Pemerintah telah mencanangkan untuk membuat 2000 desa wisata di seluruh Indonesia melalui Program Pendampingan Desa Wisata oleh Akademisi.

Pada tahun 2020, demi melanjutkan cita-cita tersebut, Kemenparekraf untuk kedua kalinya menggandeng Kemendes PDTT dan 109 Perguruan Tinggi dalam program Pemberdayaan Masyarakat Desa Wisata Berbasis Pendampingan. Program ini dimaksudkan untuk memberikan pendamping dari kalangan akademisi. Tujuannya adalah meningkatkan levelnya satu tingkat lebih tinggi, serta memberikan akademisi wadah bagi pengabdian masyarakat (Tarunajaya, 2020).

*Training of Trainers* Akademisi Pendamping Desa Wisata diadakan di beberapa tempat di seluruh Indonesia untuk mengawali program ini. Tujuannya adalah sebagai tempat untuk *sharing* dan *updating knowledge* para akademisi yang akan terlibat di dalamnya. Akademisi sebagai bagian dari pentahelix pariwisata yang memiliki peran penting dalam pengembangan pariwisata, khususnya melalui kajian dan *sharing knowledge* yang menjadi kapasitasnya (Aribowo et al., 2018; Mukti et al., 2020; Yuningsih et al., 2019).

Desa wisata saat ini memasuki babak baru dengan adanya Covid-19 yang mewabah ke seluruh dunia dan berimbas pada perekonomian di berbagai Negara (Fernandes, 2020; McKibbin & Fernando, 2020; Nicola et al., 2020). Industri pariwisata merupakan salah satu sektor yang paling terimbas karena pariwisata bergantung pada mobilitas manusia, sedangkan banyak pemerintah di berbagai negara menutup akses keluar/masuk negaranya dan menerapkan aturan yang ketat bahkan sampai menghentikan semua *event MICE (Meeting, Incentive, Convention and Exhibition)* serta menutup tempat umum demi mencegah penularan virus tersebut. Indonesia sendiri menutup penerbangan domestik dan internasional sejak 24 April dan baru membukanya pada bulan Juni dengan protokol kesehatan yang ketat. Kebijakan *social distancing* dan *physical distancing* telah sementara melumpuhkan destinasi pariwisata di Indonesia, termasuk di dalamnya desa wisata di seluruh Indonesia (Budastra, 2020; Hanoatubun, 2020; Pakpahan, 2020).

Desa Wisata Institute (2020) mensurvei 97 desa wisata di seluruh Indonesia dan hasilnya adalah 92.8% desa (atau sekitar 90 desa) terdampak oleh pandemi Covid-19 walaupun mereka tidak mengandalkan pariwisata sebagai penghasilan utamanya. Penutupan desa wisata adalah awal dari efek domino yang mengikutinya, seperti terhentinya kegiatan produksi UMKM oleh-oleh di desa wisata, tutupnya rumah makan, ketiadaan permintaan pemandu wisata lokal dan lain sebagainya. Beberapa daerah seperti Bali, NTB dan NTT yang memiliki Pendapatan Asli Daerah melalui sektor pariwisata dan sebagian besar warganya bekerja di sektor

ini sangat terpukul dengan dihentikannya kunjungan wisatawan mancanegara.

Setelah melalui beberapa bulan dimana destinasi wisata berhenti beroperasi, termasuk didalamnya desa wisata, pemerintah mulai kembali memperbolehkan pengelola untuk membukanya dengan tujuan agar roda perekonomian di daerah dapat mulai berputar kembali. Dunia pariwisata pun menyambut hal ini dengan sukacita (Hakim, 2020) dan berlomba menemukan formula yang tepat untuk dapat terus beraktivitas di masa *new normal* walau dengan keberadaan virus tersebut. Dengan belum ditemukannya vaksin bagi Corona-19, beberapa protokol kesehatan tertentu wajib diterapkan di berbagai kegiatan wisata termasuk di desa wisata. Protokol kesehatan di *homestay*, di atraksi, dan di angkutan umum yang digunakan oleh wisatawan adalah bagian dari suatu keharusan demi terciptanya pariwisata yang sehat, aman dan nyaman.

Terdapat beberapa materi yang diberikan pada akademisi yang nantinya melalui kegiatan pengabdian kepada masyarakat akan menyampaikan kepada pengelola dan masyarakat yang berada di desa wisata, dan diantara materi tersebut adalah kemasan produk. Kemasan produk UMKM selama ini masihlah serba sederhana sehingga harus ditingkatkan demi menarik minat wisatawan untuk membeli. Kemasan produk adalah salah satu strategi yang dipakai oleh perusahaan untuk menampakan produk agar lebih menarik baik sehingga dapat disimpulkan bahwa kemasan merupakan salah satu media promosi untuk memikat konsumen sehingga konsumen berkeputusan untuk melakukan pembelian produk yang bersangkutan. Produk disini bisa diartikan sebagai produk barang maupun jasa (Mufreni, 2016; Susetyarsi, 2012).

Materi kemasan produk ini merupakan salah satu sub materi dalam materi pemasaran yang diberikan mengenai pengembangan potensi produk wisata yang terdiri dari *exploring, packaging and presentation*. Rangkaian materi ini diberikan karena masing-masing daerah Indonesia memiliki potensi sumber daya lokal, baik dalam hal budaya, kesenian, maupun produk bahan makanan dan kerajinan, yang apabila ditangani dengan pemasaran yang baik maka akan menjadi produk unggulan yang khas. Kemasan selama ini masih menjadi salah satu masalah, dimana kemasan produk yang ada masih dirasa terlalu sederhana dan kurang menarik, padahal banyak sekali produk pariwisata yang akan sangat menarik apabila kemasannya sudah tepat.

## **B. METODE PELAKSANAAN**

Pelaksanaan pengabdian masyarakat dilakukan di ruang pertemuan Hotel Garden Inn dengan diikuti sebanyak 36 akademisi peserta pelatihan baik yang hadir secara online maupun offline. Pelatihan Kemasan ini diberikan selama 3 jam dari total 24 jam Training of Trainers, dengan rincian sebagai berikut:

1. Metode Paparan, dalam sesi ini Penulis memberikan materi yang meliputi definisi dari pengemasan, tujuan dari pengemasan, syarat pengemasan yang baik serta bagaimana kemasan akan mempengaruhi minat dan keputusan membeli dari wisatawan. Dalam sesi ini juga penonton menonton video yang memudahkan mereka untuk membedakan antara pengemasan yang baik dan

- menjual dan pengemasan yang kurang baik dan kurang menjual. Metode ini memakan waktu sebanyak 120 menit.
2. Metode Diskusi, dalam sesi ini Penulis memberikan keleluasaan bagi para peserta untuk mengungkapkan pertanyaan, komentar maupun membagi pengalamannya terkait dengan kemasan selama mendampingi desa wisata, baik itu kemasan produk UMKM seperti oleh-oleh maupun yang sifatnya jasa seperti paket tur wisatawan. Sebagian besar pertanyaan adalah seputar kemasan produk pariwisata yang sifatnya atraksi atau pengemasan perjalanan. Diskusi ini berlangsung selama 60 menit.
  3. Metode Evaluasi, dimana peserta memberikan evaluasi atas pelatihan kemasan produk dan kesempatan mengungkapkan saran agar dalam pelatihan-pelatihan yang akan datang materi dapat disempurnakan, Diberikan waktu sebanyak 15 menit untuk mengisi angket yang disediakan di google doc. Adapun pertanyaan dalam angket meliputi:
    - a. Demografi Responden, yang terdiri dari latar belakang pendidikan, institusi tempat bernaung, serta pengalaman membina di desa wisata
    - b. Materi pelatihan, yang meliputi kesesuaian materi, kejelasan materi dan kemampuan implementasi materi.
    - c. Saran untuk pelatihan yang akan datang

## C. HASIL DAN PEMBAHASAN

### 1. Penyampaian Materi dan Diskusi

Paparan berjalan berjalan lancar dan baik, tidak ada kendala yang bersifat teknis dan semua peserta mengikuti dari awal hingga akhir, baik 20 peserta yang mengikuti offline maupun 16 peserta yang menyimak online melalui aplikasi Zoom (Gambar 1). Sesekali Penulis bertanya kepada peserta untuk melihat sampai dimana ketertarikan dan pemahaman peserta atas materi yang diberikan .



Gambar 1. Paparan Pemateri

Selama kegiatan berlangsung, beberapa dosen yang lebih senior terlihat lebih berani dalam mengungkapkan pendapat sementara mereka yang junior lebih banyak menjadi penyimak dan berbicara hanya apabila diberi pertanyaan.



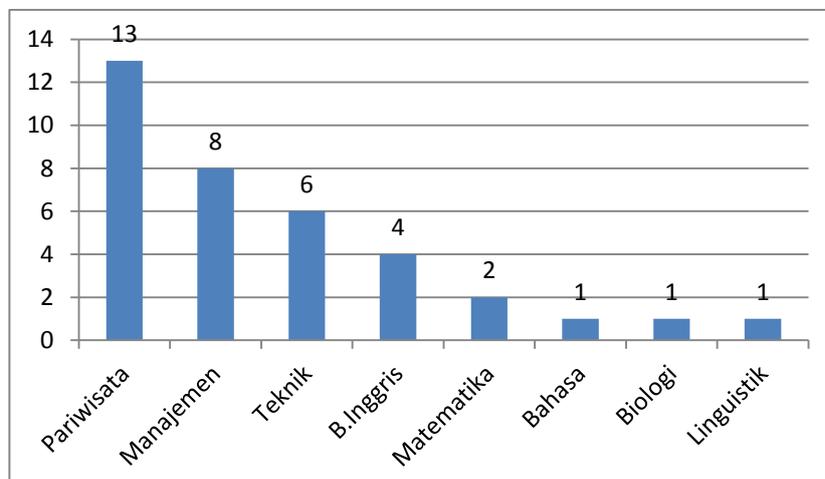
Gambar 2. Sesi Diskusi Peserta

Selama sesi diskusi, beberapa dosen bertanya mengenai pengemasan produk di desa wisata, dan beberapa peserta lain yang memiliki pengalaman akan hal tersebut juga berbagi sehingga dalam sesi ini jawaban tidak didominasi oleh Penulis. Diskusi berlangsung menarik dan hangat dan baru berakhir pada saat panitia mengingatkan mengenai alokasi waktu.

## 2. Hasil Survey Peserta FGD (*Focus Group Discussion*)

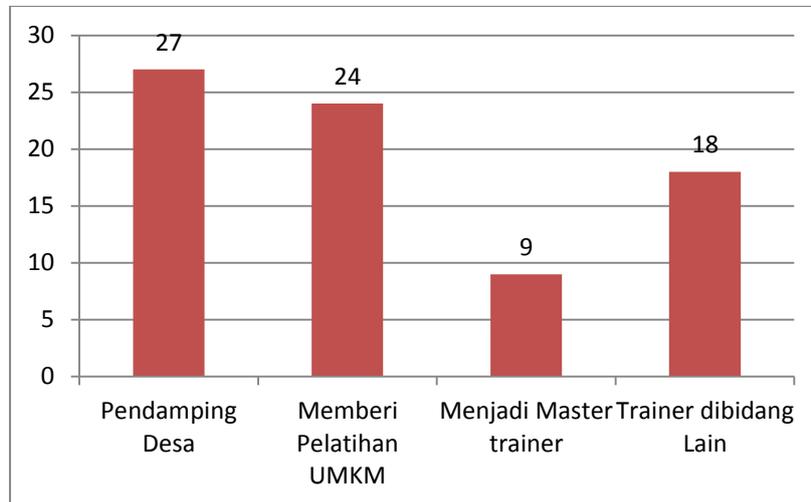
Dari 36 akademisi yang menjadi peserta dalam *Training of Trainer* ini didapatkan hasil angket melalui google doc sebagai berikut:

- a. Peserta yang mengikuti *Training of Trainer* ini berasal dari latar belakang pendidikan pariwisata (36,1% atau 13 orang), pendidikan manajemen (22,2% atau 8 peserta), pendidikan teknik (16,7% atau 6 orang), pendidikan bahasa Inggris (11,1% atau 4 orang), pendidikan matematika (5,5% atau 2 orang), pendidikan bahasa (2,8% atau 1 orang), pendidikan biologi (2,8% atau 1 orang), dan pendidikan linguistik (2,8% atau 1 orang).



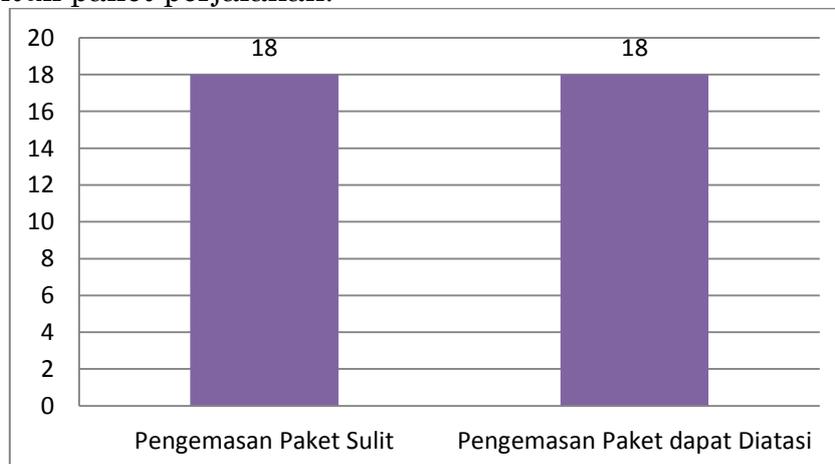
Gambar 3. Latar Belakang Peserta

Peserta juga memiliki beberapa pengalaman terjun ke masyarakat didesa wisata (boleh diisi lebih dari 1 pengalaman) Sebanyak 75% atau 27 orang pernah menjadi pendamping desa wisata, 94,4% atau 24 orang pernah memberi pelatihan untuk usaha UMKM di desa wisata 25% atau 9 orang pernah menjadi master trainer bagi pendamping desa wisata, 50% atau 18 orang pernah menjadi trainer bidang lain.



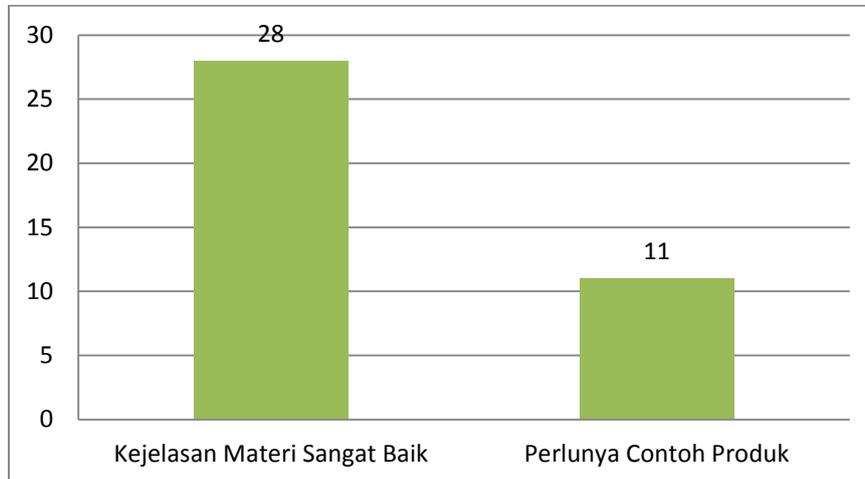
**Gambar 4.** Pengalaman di Desa Wisata

Melihat hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa sebetulnya para peserta yang merupakan akademisi rata-rata memiliki pengalaman dan ilmu yang memadai untuk terjun ke masyarakat dan mendampingi masyarakat Desa Wisata, walaupun tidak semuanya memiliki background pendidikan pariwisata. Untuk itu selama diskusi berlangsung, pertanyaan lebih banyak menyoal mengenai pengemasan produk wisata dalam bentuk atraksi, yakni pembuatan paket. Sebagian peserta (50 %) menyatakan bahwa pengemasan paket perjalanan merupakan sesuatu yang sulit dilakukan karena tidak memiliki background pengetahuan untuk hal ini. 50% lainnya menyatakan hal ini bisa diatasi karena sudah memiliki pengalaman dalam membuat paket wisata/pengemasan produk wisata dalam bentuk paket perjalanan.



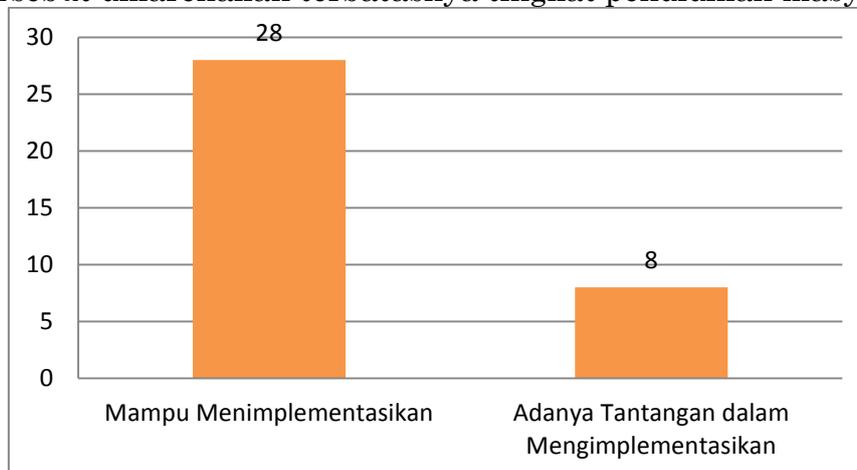
**Gambar 5.** Pembuatan Paket

- b. Semua peserta (100%) menyatakan bahwa materi ini sangat sesuai bagi pelaku usaha di desa wisata. 69,4% peserta (yakni 25 orang) menyatakan kejelasan materi dinilai sangat baik, sedangkan 30,6% (11 peserta) lainnya merasa perlunya contoh produk untuk membedakan pengemasan produk wisata yang sudah baik dan yang masih perlu ditingkatkan.



**Gambar 6.** Kesesuaian Materi

Adapun mengenai kemampuan implementasi materi di desa wisata, sebanyak 77,8% (yaitu 28 orang) menyatakan mampu mengimplementasikannya namun sisanya 22,2% (yaitu 8 orang) menyatakan adanya tantangan dalam mengimplementasikan materi tersebut dikarenakan terbatasnya tingkat pendidikan masyarakat.



**Gambar 7.** Kemampuan Implementasi Materi di Desa Wisata

- c. Peserta menyatakan bahwa untuk dapat memahami bagaimana kemasan yang baik, diperlukan bukan hanya teori saja akan tetapi juga praktik. Praktik ini harus meliputi bagaimana memilih dan menerapkan kemasan yang baik untuk produk barang maupun produk jasa. Misalkan, dengan pengemasan oleh-oleh khas daerah dan pengemasan paket wisata dan *homestay*. Untuk itu ke depan, pelatihan semacam ini juga akan menyertakan praktik pengemasan di dalamnya.

#### D. SIMPULAN DAN SARAN

Pengetahuan tentang kemasan produk wisata dibutuhkan oleh semua individu yang mendampingi desa wisata, terutama akademisi yang terjun ke masyarakat guna memberikan pengabdian kepada masyarakat dalam bentuk berbagi ilmu dan keterampilan untuk memberdayakan dan meningkatkan taraf hidup masyarakat. Hal ini berguna karena setiap desa wisata memiliki potensi produk yang bila dikemas dengan baik dapat menjadi produk unggulan dari desanya. Tantangan yang kemungkinan akan muncul dalam pelatihan pengemasan di desa wisata adalah keterbatasan dalam pendidikan masyarakat yang menyebabkan materi ini menjadi berat untuk dipahami sehingga idealnya teori diberikan sepaket dengan praktiknya. Kegiatan pelatihan kemasan produk wisata melalui ToT Pendampingan ini berjalan dengan baik, dimana sebagian peserta yang tidak berlatar belakang pariwisata memahami lebih baik mengenai pengemasan produk pariwisata, walaupun harus diakui bahwa pelatihan ini memiliki kekurangan yaitu tidak adanya waktu praktik. Untuk itu, pada pelatihan yang akan datang pelatihan mengenai kemasan ini disarankan untuk ditambah jamnya dan dilengkapi dengan praktik.

#### UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Direktorat Pengembangan SDM Pariwisata Kemenparekraf yang telah membiayai rangkaian kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini. Insya Allah hal ini membawa kebaikan bagi kita semua. Aamiin.

#### DAFTAR RUJUKAN

- Andayani, A. A. I., Martono, E., & Muhamad, M. (2017). Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pengembangan Desa Wisata Dan Implikasinya Terhadap Ketahanan Sosial Budaya Wilayah (Studi Di Desa Wisata Penglipuran Bali). *Jurnal Ketahanan Nasional*, 23(1), 1. <https://doi.org/10.22146/jkn.18006>
- Aribowo, H., Wirapraja, A., & Putra, Y. D. (2018). Implementasi Kolaborasi Model Pentahelix Dalam Rangka Mengembangkan Potensi Pariwisata Di Jawa Timur Serta Meningkatkan Perekonomian Domestik. *Jurnal Mebis (Manajemen Dan Bisnis)*, 3(1), 31–38. <https://doi.org/10.33005/mebis.v3i1.21>
- Budastra, I. K. (2020). Dampak Sosial Ekonomi Covid-19 Dan Program Potensial Untuk Penanganannya: Studi Kasus Di Kabupaten Lombok Barat Socio-Economic Impacts of Covid-19 and Potential Programs for Mitigation: a Case Study in Lombok Barat District. *Jurnal Agrimansion*, 20(1), 48–57.
- Chang, F. H., & Tsai, C. Y. (2016). Influences of the cultural implications and tourism attractiveness of festival tourism on tourist loyalty. *Journal of Business and Management Studies*, 3(1), 1–10.
- Chiu, W., Zeng, S., & Cheng, P. S. T. (2016). influence of destination image and tourist satisfaction on tourist loyalty: a case study of Chinese tourists in Korea. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, 10(2), 223–234. <https://doi.org/https://doi.org/10.1108/IJCTHR-07-2015-0080>
- Desa Wisata Institute. (2020). *Survey Desa Wisata Institute. (2020). Dampak Pandemi Covie-19 terhadap Desa/Kampung Wisata di Indonesia.* <https://desawisatainstitute.com/riset>
- Fernandes, N. (2020). *Economic effects of coronavirus outbreak (covid-19) on the world economy.* <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3557504>
- Hakim, L. (2020). COVID-19 and the Moment to Evaluate Tourism Euphoria , Indonesia. *Journal of Indonesian Tourism and Development Studies*, 8(2),

- 119–123. <https://doi.org/10.21776/ub.jitode.2020.008.02.09>
- Hanoatubun, S. (2020). Dampak covid-19 terhadap perekonomian indonesia. *EduPsyCouns Journal*, 2(1), 146–153.
- McKibbin, W., & Fernando, R. (2020). *The global macroeconomic impacts of covid 19: seven scenarios*. [http://www.sensiblepolicy.com/download/2020/2020WorkingPapers/2020\\_19\\_CAMA\\_COVID19\\_mckibbin\\_fernando\\_0.pdf](http://www.sensiblepolicy.com/download/2020/2020WorkingPapers/2020_19_CAMA_COVID19_mckibbin_fernando_0.pdf)
- Mufreni, A. N. (2016). Pengaruh desain produk, bentuk kemasan, dan bahan kemasan terhadap minat beli konsumen (studi kasus teh hijau serbuk tocha). *Jurnal Ekonomi Manajemen*, 2(2), 48–54.
- Mukti, A. B., Rosyid, A. N., & Asmoro, E. I. (2020). Model pentahelix dalam sinergi pariwisata di indonesia untuk pemberdayaan perekonomian lokal: studi literatur. *Journal Hospitality*, 9(1), 1–7.
- Nicola, M., Alsafi, Z., Sohrabi, C., Kerwan, A., Al-Jabir, A., Iosifidis, C., & Agha, R. (2020). The socio-economic implications of the coronavirus pandemic (COVID-19): A review. *International Journal of Surgery*, 78, 185–193. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.ijisu.2020.04.018>
- Pakpahan, A. K. (2020). Covid-19 dan implikasi bagi usaha mikro, kecil, dan menengah. *JIHI: Jurnal Ilmu Hubungan Internasional*, 20(April), 2–6. <https://doi.org/https://doi.org/10.26593/jihi.v0i0.3870.59-64>
- Rajaratnam, S. D., Nair, V., Sharif, S. P., & Munikrishnan, U. T. (2015). Destination quality and tourists' behavioural intentions: rural tourist destinations in Malaysia. *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*, 7(5), 463–472. <https://doi.org/https://doi.org/10.1108/WHATT-06-2015-0026>
- Susetyarsi, T. (2012). Kemasan produk ditinjau dari bahan kemasan, bentuk kemasan dan pelabelan pada kemasan pengaruhnya terhadap keputusan pembelian pada produk minuman mizone di kota semarang. *Jurnal STIE Semarang (Edisi Elektronik)*, 4(3), 1–28.
- Tarunajaya, W. B. (2020). *Buku Panduan Pemberdayaan Masyarakat Desa Wisata Berbasis Pendampingan (Kerjasama Kemenparekraf, Kemendes PDTT dan Perguruan Tinggi)*. Direktorat Pengembangan SDM Pariwisata Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif.
- Yuningsih, T., Darmi, T., & Sulandari, S. (2019). Model Pentahelik Dalam Pengembangan Pariwisata Di Kota Semarang. *JPSI (Journal of Public Sector Innovations)*, 2(2), 84. <https://doi.org/10.26740/jpsi.v3n2.p84-93>