

Pemberdayaan Masyarakat Melalui Inovasi Kemasan Modern Produk Unggulan Lokal di Desa Tetebatu Kabupaten Lombok Timur

Sari Novida^{1*}, Sahwan², Sri Sustini²

¹ Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Islam Al-Azhar Mataram, Indonesia.

² Program Studi Teknik Sipil, Fakultas Teknik, Universitas Islam Al-Azhar Mataram, Indonesia.

DOI: <https://doi.org/10.29303/jpmipi.v9i1.14327>

Situsi: Novida, S., Sahwan., & Sustini, S. (2026). Pemberdayaan Masyarakat Melalui Inovasi Kemasan Modern Produk Unggulan Lokal di Desa Tetebatu Kabupaten Lombok Timur. *Jurnal Pengabdian Magister Pendidikan IPA*, 9(1)

Article history

Received: 08 Desember 2026

Revised: 05 Januari 2026

Accepted: 17 Januari 2026

*Corresponding Author:

Sari Novida,
Universitas Islam Al-Azhar
Mataram, Indonesia, Email:
sarinovida@unram.ac.id

Abstract: Salah satu permasalahan yang sering dihadapi oleh pelaku industri rumah tangga (IRT) di tetebatu adalah kemasan produk. Produk rumah tangga di desa Tetebatu masih kurang variatif sehingga kelihatannya kurang menarik. Kemasan dan desain produk merupakan cara efektif sebagai media promosi. Semakin baik kemasan produk, maka semakin tinggi harapan peningkatan penjualan yang berdampak pada kesejahteraan ekonomi masyarakat. Tujuan PKM ini yaitu memberikan wawasan dan keterampilan kepada mitra sasaran tentang kemasan dan segala hal yang mengikat kemasan tersebut, baik itu desain, informasi terhadap produk dan legalitas. Metode yang digunakan dalam pkm ini adalah sosialisasi dan pelatihan. Mitra sasaran adalah pelaku industri rumah tangga yang belum sadar pentingnya sebuah kemasan terhadap peningkatan penjualan, strategi penjualan dan promosi. Tim pkm bersama inkubator bisnis teknologi unizar memberikan beberapa sosialisasi dan pelatihan terhadap mitra sasaran antara lain sosialisasi kemasan produk, sosialisasi pengenalan alat dan mesin kemasan produk serta pelatihan jenis dan kemasan produk yang dapat digunakan oleh mitra. Hasil yang tampak setelah dilaksanakan pengabdian menghasilkan beberapa kemasan modern dan inovatif, sehingga akan berdampak pada wisata Tetebatu yang semakin modern dan inovatif.

Keywords: Inovasi; Kemasan Modern; Produk Unggulan.

Pendahuluan

Desa Tetebatu merupakan salah satu desa pariwisata yang menjadi tujuan wisata mancanegara dan domestik karena memiliki keindahan lokal dan menjadi daya tarik tersendiri bagi para pengunjung (Jupri et al., 2021), antara lain topografi yang indah, keramahan penduduk lokal dan wisata air terjun alami. Umumnya desa wisata diikuti oleh produk-produk lokal yang dihasilkan (Aiping & Tribune, 2020). Produk yang menonjol di desa tersebut adalah kopi, kelapa dan aneka camilan lokal. Banyak penginapan/homestay yang ada di tetebatu, masyarakat menyediakan paket penginapan sederhana untuk wisatawan (Rengganis et al., 2025). Wisatawan asing disuguhkan paket wisata, salah satunya paket minum kopi dan

sarapan bersama masyarakat sekitar. Wisatawan bersedia membayar lebih untuk paket tersebut. Masyarakat di tetebatu didominasi oleh pedagang, petani, PNS, pengusaha, peternak, karyawan/ buruh lepas. Hasil pertanian yang menonjol di desa tersebut adalah kopi, kelapa, sayur-sayuran dan buah-buahan. Terdapat Bumdes di desa tersebut, namun tidak berjalan dengan baik. Produk yang dihasilkan oleh masyarakatnya lebih dominan dijual dan dikemas sederhana, padahal secara kuantitas dan kualitas sangat layak untuk naik kelas secara tampilan fisik produk (Bastomi et al., 2024).

Desa Tetebatu merupakan salah satu desa wisata yang berkembang pesat di Provinsi Nusa Tenggara Barat, terutama di Kabupaten Lombok Timur (Jupri et al., 2021). Desa ini dikenal banyak dikunjungi oleh wisatawan mancanegara dan

domestik karena keindahan alamnya yang memadukan lanskap perbukitan, sawah terasering, hutan, serta air terjun dan sungai yang masih alami, yang menjadi daya tarik utama bagi pengunjung untuk menikmati pengalaman wisata berbasis alam dan budaya lokal (Aiping & Tribune, 2020). Keunikan tersebut telah menarik minat wisatawan dari berbagai negara seperti Jerman, Perancis, dan Romania, serta mendorong pertumbuhan kunjungan yang signifikan dalam beberapa tahun terakhir.

Fenomena desa wisata tidak hanya sekedar lokasi rekreasi tetapi juga sebagai motor penggerak pembangunan ekonomi pedesaan (Budiyah, 2020; Krisnawati, 2021). Desa wisata secara umum memanfaatkan potensi alam dan budaya lokal untuk meningkatkan aktivitas ekonomi masyarakat melalui berbagai aktivitas pariwisata seperti homestay, panduan wisata lokal, kuliner tradisional, hingga souvenir produk khas desa (Komariah et al., 2018). Studi empiris menunjukkan bahwa pengembangan desa wisata dapat meningkatkan pendapatan masyarakat, membuka peluang kerja baru, memperluas usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM), serta memperkuat ekonomi lokal secara keseluruhan.

Dalam konteks Desa Tetebatu, aspek tersebut juga terlihat jelas. Komunitas lokal tidak hanya menyediakan akomodasi berupa penginapan/homestay, tetapi juga menyusun paket wisata yang melibatkan interaksi langsung antara wisatawan dan masyarakat setempat, seperti kegiatan minum kopi tradisional bersama warga dan sarapan khas desa (Rengganis et al., 2025). Wisatawan cenderung bersedia membayar lebih untuk pengalaman autentik ini, menciptakan nilai tambah pada produk dan layanan lokal yang ditawarkan.

Keberhasilan desa wisata sering diikuti oleh pengembangan produk lokal yang khas, termasuk hasil pertanian seperti kopi, kelapa, sayur-sayuran, serta camilan tradisional yang dikembangkan oleh masyarakat (Huda et al., 2024). Produk-produk ini tidak hanya berfungsi sebagai komoditas ekonomi tetapi juga sebagai bagian dari identitas budaya desa yang memperkaya pengalaman wisatawan. Namun demikian, tantangan dalam pengemasan dan pemasaran produk lokal masih sering ditemui, di mana pengemasan produk masih sederhana padahal secara kualitas produk layak untuk dikembangkan agar mampu bersaing di pasar yang lebih luas. Hal ini menunjukkan kebutuhan akan

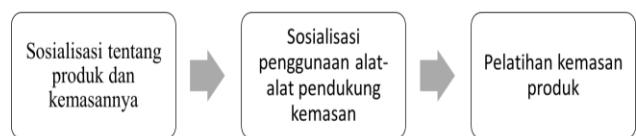
peningkatan kualitas kemasan, branding, dan pemasaran produk hasil desa agar dapat “naik kelas” (Bastomi et al., 2024).

Struktur sosial ekonomi masyarakat Tetebatu mencerminkan struktur masyarakat pedesaan yang heterogen, dengan profesi yang didominasi pedagang, petani, PNS, pengusaha kecil, peternak, dan pekerja buruh lepas. Walaupun desa wisata telah menjadi sumber pendapatan tambahan yang penting, beberapa studi menunjukkan bahwa keterlibatan masyarakat secara merata masih perlu diperkuat agar manfaat pariwisata dirasakan secara luas oleh seluruh kelompok masyarakat.

Selain peluang ekonomi, penelitian juga menekankan bahwa partisipasi aktif masyarakat dalam pengelolaan desa wisata merupakan kunci keberlanjutan pariwisata berbasis komunitas. Pendekatan partisipatif ini mencakup keterlibatan masyarakat dalam perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi kegiatan wisata sehingga mereka bukan hanya sekadar objek tetapi aktor utama dalam pengembangan desa wisata.

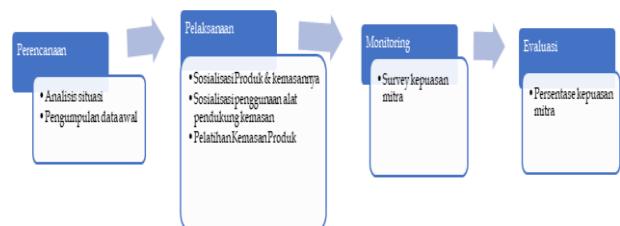
Metode

Metode yang digunakan dalam kegiatan ini adalah sosialisasi dan pelatihan. Adapun kegiatan-kegiatan yang dilakukan dilapangan sebagai berikut:



Gambar 1. Metode Kegiatan Pengabdian (Novida et al., 2022)

Adapun tahapan yang dilakukan dalam kegiatan pengabdian pada masyarakat di desa tetebatu yaitu:



Gambar 2. Tahapan Pengabdian Masyarakat (Novida et al., 2022)

Pada tahapan awal, tim PKM melakukan analisis situasi terhadap keadaan mitra, pengumpulan data-data awal terkait desa dan permasalahan yang dihadapi mitra. Di desa tetebatu terdapat beberapa kelompok usaha, antara lain usaha kopi, usaha aneka camilan dan usaha minyak alami (VCO) yang diusahakan secara sederhana dan penjualannya sebatas masyarakat lokal. Mitra menginginkan produk yang diusahakan bisa bernilai jual tinggi. Berdasarkan FGD awal dengan desa dan Pokdarwis setempat, maka Tim PKM Unizar memberikan sosuli berupa sosialisasi produk dan kemasannya, sosialisasi pengenalan & penggunaan alat pendukung kemasan dan yang terakhir adalah pelatihan penggunaan kemasan sesuai dengan produk usaha. Pada tahapan Monitoring, dilakukan survei kepuasan dengan membagi angket kepuasan mitra terhadap kegiatan yang dilakukan tim PKM Unizar. Pada tahap evaluasi, Tim PKM melakukan perhitungan dan menganalisis tingkat keberhasilan dan kepuasan mitra terhadap kegiatan yang dilaksanakan di desa tetebatu.

Hasil dan Pembahasan

Kegiatan PKM telah dilakukan di desa tetebatu sesuai dengan kebutuhan mitra sasaran. Kegiatan tersebut melibatkan para pelaku usaha industri rumah tangga (IRT), kelompok posyandu, Ibu PKK dan remaja desa. Tim PKM Unizar memberikan wawasan dan keterampilan tentang kemasan produk, alat-alat pendukung kemasan dan pelatihan penggunaan kemasan sesuai jenis produk. Kemasan produk merupakan cerminan dari produk yang kita jual, semakin estetik desain kemasan yang digunakan maka semakin menarik produk tersebut dimata konsumen (Azilla, 2025; Nugrahani, 2015; Rasa et al., 2023). Mengemas produk merupakan hal yang gampang-gampang sulit, karena pemilihan kemasan yang keliru akan berdampak pada produk yang dijual. Berikut kegiatan sosialisasi tentang kemasan produk (Ardiansyah & Kurniawan, 2024; Prayitno et al., 2024; Robiani et al., 2024).



Gambar 3. Sosialisasi Kemasan Produk

Pada kegiatan ini mitra diberi pemahaman informasi penting tentang kemasan, pemilihan kemasan sesuai produk, desain kemasan yang estetik serta memberi nilai jual tinggi (Herdiana et al., 2020; Kusumawati & Kusumah, 2022; Mashadi & Munawar, 2021). Mitra juga diberikan sosialisasi terkait alat-alat pendukung kemasan. Alat & mesin yang dapat digunakan adalah *Hand Sealer*, *vacuum sealer*, Mesin *Continuous Sealer*, Mesin Pengemas *Sachet*, Mesin isi udara kembung kemasan.



Gambar 4. Sosialisasi pengenalan alat-alat pendukung kemasan

Dalam kegiatan ini mitra dikenalkan alat dan mesin sederhana yang dapat digunakan sebagai pendukung kemasan. Selain

kedua sosialisasi tersebut, mitra langsung diajarkan pelatihan menggunakan kemasan yang tepat untuk produk yang ada. Misanya: kopi bubuk sangat tepat menggunakan kemasan *standing pouch* atau plastik alumunium *foil* sebagai kemasan primer, VCO sangat tepat menggunakan kemasan botol, sedangkan aneka camilan yang mudah remuk

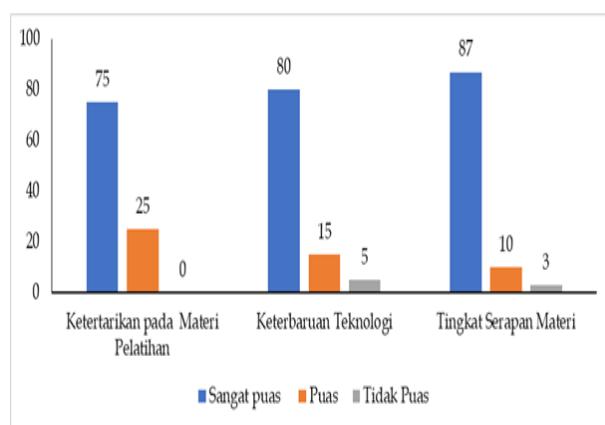
sangat tepat bila menggunakan alumunium foil/kemasan yang dikembungkan.



Gambar 5. Pelatihan kemasan produk

Produk-produk industri rumah tangga tersebut diharapkan mampu memberikan nilai tambah secara ekonomi bagi pelaku usaha, kemasan dan desain produk yang menarik diharapkan mampu menjadi paket produk wisata lokal yang dipersembahkan untuk pengunjung wisatawan mancanegara dan domestik.

Berdasarkan hasil monitoring dan evaluasi kegiatan PKM terhadap mitra sasaran, maka diperoleh data seperti pada Gambar 6. Grafik Tingkat Kepuasan Mitra menunjukkan bahwa secara umum mitra memberikan penilaian yang sangat positif terhadap kegiatan yang dilaksanakan, dilihat dari tiga aspek utama, yaitu ketertarikan pada materi pelatihan, keterbaruan teknologi, dan tingkat serapan materi. Pada aspek ketertarikan pada materi pelatihan, sebanyak 75% mitra menyatakan sangat puas, sementara 25% menyatakan puas, dan tidak ada mitra yang menyatakan tidak puas. Hal ini menunjukkan bahwa materi yang disampaikan dinilai relevan, menarik, dan sesuai dengan kebutuhan mitra.



Gambar 6. Tingkat kepuasan mitra

Aspek keterbaruan teknologi juga memperoleh penilaian yang tinggi, dengan 80% mitra merasa sangat puas, 15% puas, dan hanya 5% yang menyatakan tidak puas. Data ini mengindikasikan bahwa teknologi atau inovasi yang diperkenalkan dianggap cukup mutakhir dan memberikan nilai tambah bagi mitra. Sementara itu, pada aspek tingkat serapan materi, tingkat kepuasan paling tinggi terlihat, yaitu 87% mitra menyatakan sangat puas, 10% puas, dan hanya 3% tidak puas. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas mitra mampu memahami dan menyerap materi pelatihan dengan baik.

Secara keseluruhan, grafik ini pada Gambar 6 menggambarkan bahwa kegiatan pelatihan berhasil memberikan kepuasan yang sangat tinggi kepada mitra, baik dari segi kualitas materi, inovasi teknologi yang diperkenalkan, maupun efektivitas penyampaian materi.

Kesimpulan

Kegiatan pelatihan inovasi kemasan modern untuk produk unggulan lokal di desa tetebatu kecamatan sikur kabupaten lombok timur berjalan dengan baik dan sangat bermanfaat bagi mitra. Pelatihan ini memberikan wawasan dan keterampilan kepada mitra sasaran. Peserta mampu mempraktikkan penggunaan alat dan mesin kemasan, mitra mengetahui berbagai jenis kemasan dan kegunaannya, manfaat desain produk dan lain sebagainya.

REKOMENDASI

Pemerintah desa mendukung penuh kemajuan industri rumah tangga yang ada di desa tetebatu sehingga dijadikan paket wisata yang menarik wisatawan. Kemajuan industri rumah tangga mempengaruhi kesejahteraan masyarakat, mengadakan pelatihan serupa untuk meningkatkan pemasaran.

Referensi

- Aiping, Z., & Tribune, T. (2020). 张爱平 1, 2 (1). 35(4), 51–63.
Ardiansyah, A. A., & Kurniawan, H. (2024). Modul

- Pengabdian Kepada Masyarakat Sosialisasi Pembuatan Logo Kemasan Pada Produk UMKM di Desa Luwang. *Jurnal Abdimas UM Jambi*, 1(2), 102–112.
- Azilla, N. (2025). *Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Dan Desain Kemasan Terhadap Keputusan Pembelian Di Hanisun Cake Pekanbaru*. Universitas Lancang Kuning.
- Bastomi, M., Dhafa, G. M., & Malang, U. I. (2024). *Wujudkan Peluang Ibu Rumah Tangga Berbisnis Melalui Produk Inovasi Buah*. 5(1), 121–130.
- Budiyah, F. (2020). Implikasi pengembangan desa wisata terhadap peningkatan ekonomi masyarakat lokal studi kasus di Desa Ketenger. *Jurnal Ekonomi, Bisnis, Dan Akuntansi*, 22(2), 182–190.
- Herdiana, H., Novida, S., & dan. (2020). B Iptek Pengolahan Keripik Bunga Jantung Pisang Di Desa Lembuak Kecamatan Narmada. *Media Bina*, 14(7), 2877–82.
- Huda, M. Z., Fathurrahim, F., & Bratayasa, I. W. (2024). Strategi Pengembangan Desa Wisata Berbasis Masyarakat Di Desa Sukarara Kabupaten Lombok Tengah. *Journal Of Responsible Tourism*, 4(2), 481–490.
- Jupri, A., Syirojulmunir, D., Firmansyah, A., Prasedya, E. S., & Rozi, T. (2021). Rancang Bangun Papan Informasi Destinasi Wisata sebagai Penunjuk Lokasi Wisatawan di Desa Tetebatu Selatan Kecamatan Sikur Kabupaten Lombok Timur. *Jurnal Pengabdian Magister Pendidikan IPA*, 5(1), 380–85. <https://doi.org/10.29303/jpmi.v5i1.1578>
- Komariah, N., Saepudin, E., & Yusup, P. M. (2018). Pengembangan desa wisata berbasis kearifan lokal. *Jurnal Pariwisata Pesona*, 3(2), 158–174.
- Krisnawati, I. (2021). Program Pengembangan Desa Wisata Sebagai Wujud Kebijakan Pemerintah Dalam Rangka Pemulihan Ekonomi Pasca Covid dan Implementasinya. *Transparansi: Jurnal Ilmiah Ilmu Administrasi*, 4(2), 211–221.
- Kusumawati, D. N. I., & Kusumah, W. I. (2022). Analisis desain kemasan produk UMKM makanan tradisional lemper berbahan alami memiliki daya tarik dan ketahanan mutu produk. *Jurnal Nawala Visual*, 4(1), 41–49.
- Mashadi, M., & Munawar, A. (2021). Pendampingan pengembangan kemasan produk bagi UMKM Kota Bogor. *Jurnal Abdimas Dediaksi Kesatuan*, 2(1), 1–8.
- Novida, S., Linggarweni, B. I., & Mapanganro, N. (2022). Pelatihan Pembuatan Kemasan dan Foto Produk Pangan Olahan Bagi Enterpreneur Milenial di Kota Mataram. *Jurnal Pengabdian Magister Pendidikan IPA*, 5(1), 145–149.
- Nugrahanî, R. (2015). *Peran desain grafis pada label dan kemasan produk makanan umkm*. IX(2), 127–136.
- Prayitno, S. A., Ningrum, S., Safitri, N. M. A., Hasanah, K. M., & Meisyah, A. A. (2024). Sosialisasi Standar Pengemasan Produk Pangan di Unit Usaha SMK Muhammadiyah 3 Gresik. *Budimas: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 6(1).
- Rasa, I. N. M. A. G., Astiti, M. P., Eryani, I. A. A. P., Yudiastari, I. N. M., & Semaryani, I. A. A. M. (2023). *Pentingnya kemasan dalam pemasaran produk*. Scopindo Media Pustaka.
- Rengganis, B. S., Fathurrahman, F., & Novida, S. (2025). *Pemberdayaan Masyarakat Melalui Inovasi Biji Kopi Sajang Rinjani untuk Meningkatkan Nilai Tambah Produk Berbasis Model Ekonomi Sirkular*. *Jurnal Pengabdian UNDIKMA* (Vol. 6, Issue 1, pp. 226–32).
- Robiani, B., Mukhlis, M., Sukanto, S., Hamira, H., & Apriani, D. (2024). Peningkatan Kualitas Packaging Produk UMKM Untuk Meningkatkan Penjualan di Desa Sungsang 4. *AKM: Aksi Kepada Masyarakat*, 5(1), 31–42.