

Development of Culinary Products in Gamplong Tourism Village Through Local Food Innovation and Marketing

Pengembangan Produk Kuliner Desa Wisata Gamplong Melalui Inovasi Pangan Lokal dan Pemasaran

Audita Nuvriasari^{*1}, Titik Desi Harsoyo², Anief Fauzan Rozi³, Ichlasia Ainul Fitri⁴

^{1,2}Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Mercu Buana Yogyakarta

³Program Studi Sistem Informasi, Fakultas Teknologi Informasi, Universitas Mercu Buana Yogyakarta

⁴Program Studi Teknologi Hasil Pertanian, Fakultas Agroindustri, Universitas Mercu Buana Yogyakarta

*e-mail: audita@mercubuana-yogya.ac.id¹, desi_harsoyo@mercubuana-yogya.ac.id²,
anief@mercubuana-yogya.ac.id³, ichlasia@mercubuana-yogya.ac.id⁴

Abstract

Gamplong Tourism Village has local food resources in the form of garden produce that have not been optimally utilized due to the limited knowledge and skills of the local community in developing local food processing. Community service is aimed at developing culinary local products through innovations in food processing that have economic value and appropriate marketing. The activity method is training and counseling by involving active participation from partners. The results of the activity show an increase in insight and skills of partners in innovating local food processing so that the product results are more varied. In addition, partners increasingly understand marketing techniques so that local culinary products are more in demand by tourists. This program also developed labeling, packaging and product catalog designs. Product and marketing innovation is one of the important keys so that culinary product can become one of the sources of attraction for Gamplong Tourism Village.

Keywords: *culinary product, innovation, local food, marketing*

Abstrak

Desa Wisata Gamplong memiliki sumber daya pangan lokal berupa hasil kebun yang belum dimanfaatkan secara optimal karena keterbatasan pengetahuan dan keterampilan masyarakat setempat dalam mengembangkan olahan pangan lokal. Pengabdian masyarakat ditujukan untuk mengembangkan produk kuliner lokal melalui inovasi pengolahan pangan yang bernilai ekonomis dan pemasaran yang tepat. Metode kegiatan berupa pelatihan dan penyuluhan dengan melibatkan partisipasi aktif dari mitra. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan wawasan dan keterampilan mitra dalam melakukan inovasi pengolahan pangan lokal sehingga hasil produk lebih bervariasi. Disamping itu mitra semakin memahami teknik pemasaran agar produk kuliner lokal lebih diminati oleh wisatawan. Pada program ini juga dikembangkan desain labeling, kemasan dan katalog produk. Inovasi produk dan pemasaran menjadi salah satu kunci penting agar produk kuliner dapat menjadi salah satu sumber daya tarik Desa Wisata Gamplong.

Kata kunci: *produk kuliner, inovasi, pangan lokal, pemasaran*

1. PENDAHULUAN

Berkembangnya sektor pariwisata di Indonesia berdampak pada semakin beragamnya produk wisata yang ditawarkan kepada pengunjung, salah satunya adalah wisata kuliner. Kuliner dapat menjadi salah satu daya tarik utama yang diunggulkan pada suatu daerah tujuan wisata dimana wisatawan berkunjung karena ingin menikmati kuliner lokal sehingga mereka memperoleh pengalaman yang menarik (Auliya & Mona, 2020). Produk kuliner lokal juga dikembangkan di Desa Wisata Gamplong yang berlokasi di Pedukuhan Gamplong, Desa Sumberrahayu, Kecamatan Moyudan, Kabupaten Sleman, Yogyakarta. Desa wisata ini dikenal sebagai desa wisata kerajinan khususnya kerajinan tenun yang diproduksi menggunakan Alat Tenun Bukan Mesin (ATBM). Desa Wisata Gamplong dikelola oleh Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) yang beranggotakan para pengrajin yang tergabung dalam wadah Paguyuban TEGAR (Tekun, Ekonomis, Gigih, Amanah, Rajin). Paket wisata yang ditawarkan meliputi: edukasi belajar kerajinan tangan, kuliner, outbound, homestay dan jelajah desa atau jelajah alam.

Kuliner merupakan salah satu produk wisata yang potensial untuk dikembangkan mengingat pada umumnya rombongan wisatawan yang datang tidak hanya sekedar melakukan wisata belanja, wisata alam ataupun belajar kerajinan saja, namun juga tertarik untuk menikmati kuliner lokal. Secara khusus Pokdarwis memiliki unit kuliner “Citra Bugar” yang bertugas dalam menangani penyediaan kuliner. Meskipun menu yang ditawarkan cukup bervariasi namun belum menonjolkan ciri khas produk kuliner lokal. Desa Wisata Gamplong memiliki sumber daya alam berupa hasil kebun seperti pisang dan singkong yang tumbuh subur dan sangat potensial untuk diolah menjadi beragam variasi produk kuliner lokal.



Gambar 1. Hasil Kebun Desa Wisata Gamplong

Hasil kebun di Desa Wisata Gamplong belum dimanfaatkan secara optimal karena adanya keterbatasan keterampilan mitra dalam melakukan inovasi pengolahan produk. Kondisi tersebut menjadi salah satu permasalahan dalam pengembangan produk kuliner lokal. Olahan pangan lokal yang ditawarkan pada paket wisata kuliner umumnya dalam bentuk olahan pisang dan singkong rebus/kukus ataupun jajan pasar. Terbatasnya variasi produk kuliner tersebut dapat berdampak pada minat wisatawan untuk melakukan pembelian. Pada dasarnya pemanfaatan bahan pangan lokal seperti umbi-umbian dan sejenisnya dapat mengurangi tingkat ketergantungan masyarakat terhadap bahan baku impor seperti tepung (Affandi et al., 2018). Namun demikian, produk olahan pangan lokal seringkali tidak menarik bagi konsumen karena kurangnya inovasi proses produksi maupun diversifikasi produk (Ikhrum & Chotimah, 2022).

Upaya untuk mengenalkan hasil olahan pangan lokal juga perlu didukung dengan teknik pemasaran yang tepat sehingga dapat menarik minat calon konsumen. Produk kuliner yang berkualitas dari segi rasa, keragaman menu, tampilan dan ciri khas atau keunikan dapat menjadi sumber daya tarik bagi konsumen dalam melakukan pembelian (Fathiyah & Nuvriasari, 2024). Produk kuliner juga dapat dikenal oleh calon konsumen jika didukung dengan promosi yang menarik (Faturrohman & Nuvriasari, 2023). Unit kuliner Citra Bugar dalam menawarkan produknya masih bersifat sederhana dengan membagi informasi menu kuliner melalui aplikasi WhatsApp kepada calon rombongan wisatawan yang akan berkunjung ke Desa Wisata Gamplong. Mitra juga kurang memahami strategi dalam meningkatkan daya tarik produk melalui pengembangan atribut produk seperti kemasan dan pelabelan.

Adanya sejumlah kendala yang dihadapi mitra khususnya dalam melakukan inovasi pengolahan produk pangan lokal dan pemahaman di bidang pemasaran menjadi salah satu dasar dalam pelaksanaan program Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM). Tujuan kegiatan ini adalah untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan mitra didalam mengembangkan produk kuliner khususnya melalui pemanfaatan bahan pangan lokal dan meningkatkan wawasan mitra di bidang pemasaran. Dengan demikian diharapkan mitra mampu mengembangkan produk kuliner lokal sehingga diminati oleh wisatawan yang berkunjung di Desa Wisata Gamplong dan juga dapat berdampak pada peningkatan kesejahteraan masyarakat setempat.

2. METODE

Metode pelaksanaan PKM dilakukan dengan metode partisipatif yang melibatkan mitra secara aktif dalam setiap kegiatan. Metode yang digunakan adalah sebagai berikut:

Tabel 1. Tahapan Kegiatan dan Metode Pelaksanaan PKM

Tahapan Kegiatan	Metode Pelaksanaan Kegiatan
Persiapan	1. Observasi dan wawancara dengan Ketua Pokdarwis dan Koordinator Unit Kuliner Citra Bugar untuk melakukan analisis situasi dan identifikasi permasalahan mitra 2. Koordinasi dengan mitra untuk menentukan program kegiatan 3. Menyusun rundown dan kebutuhan sarana prasarana kegiatan 4. Melakukan sosialisasi program kepada mitra
Pelaksanaan	1. Uji coba pembuatan produk olahan pangan di laboratorium 2. Pra test untuk mengukur pemahaman mitra sebelum dilakukan kegiatan pelatihan dan penyuluhan 3. Pelatihan Inovasi Olahan Pangan Lokal 4. Penyerahan bantuan peralatan 5. Penyuluhan teknik pemasaran produk kuliner lokal dan perancangan label, kemasan dan pembaharuan katalog menu
Evaluasi	1. Evaluasi kekurangan dan kelebihan program yang telah dijalankan. 2. Pengukuran ketercapaian kegiatan melalui post test sehingga dapat diketahui dampak kegiatan bagi mitra.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan PKM dilaksanakan di Pendopo Paguyuban Tegar, Desa Wisata Gamplong, Sumberrahayu, Moyudan, Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta. Rangkaian kegiatan dari tahap persiapan sampai dengan tahap evaluasi dilaksanakan selama bulan Juli 2024 yang diikuti oleh 18 anggota unit kuliner Citra Bugar.

a. Pelatihan Inovasi Olahan Hasil Pangan Lokal

Variasi produk olahan hasil pangan lokal berbahan singkong dan pisang yang telah diproduksi mitra masih terbatas dari sisi ragam produk dan cara pengolahan yang masih sederhana dengan teknik rebus ataupun kukus. Upaya untuk mengembangkan produk kuliner lokal perlu dilakukan inovasi teknik pengolahan dan diversifikasi produk. Inovasi produk dan proses produksi dapat menjadi salah satu faktor pengaruh pada kinerja pemasaran yang ditunjukkan melalui meningkatnya minat beli konsumen (Laksana & Nuvriasari, 2024). Olahan pangan lokal seringkali kurang diminati masyarakat karena keterbatasan pelaku usaha dalam melakukan inovasi pengolahan pangan dan membangun image produk pangan lokal (Utami, 2021).

Pelatihan inovasi olahan hasil pangan lokal diawali dengan melakukan uji coba pembuatan produk berbahan singkong dan pisang di Laboratorium Teknologi Pangan Universitas Mercu Buana Yogyakarta (UMBY), dengan tujuan agar produk yang dihasilkan memiliki kualitas rasa yang enak dan komposisi bahan yang tepat. Alat yang dibutuhkan berupa: oven listrik, mixer, timbangan, gelas ukur, spatula, Loyang, kukusan, mangkuk dan sendok takar. Bahan yang digunakan terdiri dari pisang, singkong, telur, terigu, gula, baking powder, baking soda, margarin, susu, garam, emulsifier dan maizena.



Gambar 2. Uji Coba Pembuatan Produk

Hasil uji coba pembuatan produk kemudian digunakan sebagai dasar pelaksanaan kegiatan pelatihan inovasi olahan pangan lokal. Mitra berpartisipasi aktif dalam kegiatan tersebut dan turut berkontribusi dalam penyediaan peralatan dan bahan baku. Inovasi dari segi diversifikasi produk menghasilkan dua (2) resep yaitu Cup Cake Pisang dan Bolu Singkong. Dalam kegiatan pelatihan ini juga disampaikan informasi terkait dengan manfaat dari konsumsi pangan lokal dan kandungan gizi dari bahan pangan lokal khususnya singkong dan pisang. Mitra dipandu oleh tim PKM dalam setiap tahapan pengolahan dan mitra juga diberikan kesempatan untuk berkreasi dalam pemberian pewarna makanan dan pilihan topping.



Gambar 3. Pelatihan olahan pangan lokal



Gambar 4. Inovasi olahan pangan lokal (sebelum dan setelah pelatihan)

Produk kuliner hasil pelatihan menambah jumlah variasi produk pangan lokal pada unit kuliner Citra Bugar. Untuk mengetahui respon dari calon konsumen maka dilakukan uji coba produk dengan pemberian tester produk kepada wisatawan yang berkunjung untuk menilai kualitas produk. Kualitas produk kuliner yang baik dapat berdampak pada peningkatan minat beli konsumen (Siaputra, 2024). Wisatawan menilai produk cup cake pisang dan bolu kukus singkong memiliki rasa yang enak dengan tekstur yang lembut dan tampilan menarik.



Gambar 5. Penilaian wisatawan pada produk kuliner hasil pelatihan

Dalam rangka mendukung pengembangan usaha kuliner maka tim PKM memberikan sejumlah bantuan peralatan yang dibutuhkan oleh mitra, antara lain: kukusan, Loyang, alat panggang/bakar, hand mixer manual, dan parutan. Pemanfaatan peralatan tersebut diharapkan dapat memperlancar proses produksi mitra dan mampu menghasilkan produk olahan pangan lokal yang lebih inovatif sehingga dapat menjadi ciri khas produk kuliner Desa Wisata Gamplong.



Gambar 6. Penyerahan bantuan peralatan pengolahan pangan lokal

b. Penyuluhan di Bidang Pemasaran

Penyuluhan ini dilakukan dengan metode ceramah yang ditujukan untuk meningkatkan kualitas dan efektivitas pemasaran produk kuliner yang dihasilkan oleh mitra. Dalam kegiatan tersebut dijelaskan pentingnya peran pemasaran dalam kegiatan bisnis, strategi pemasaran yang mencakup inovasi produk, metode penetapan harga, pengantaran produk kepada konsumen dan

promosi. Peserta diberikan kesempatan untuk menyampaikan pengalamannya dalam memasarkan produk kuliner dan sejumlah kendala dalam mengembangkan usaha unit kuliner.



Gambar 7. Penyuluhan pemasaran produk kuliner lokal

Strategi pemasaran produk kuliner dapat dilakukan dengan pengembangan produk melalui diversifikasi produk dan pengembangan pasar melalui perluasan wilayah pemasaran (Marianti et al., 2024). Pengenalan produk kuliner kepada masyarakat luas perlu didukung dengan strategi promosi yang efektif salah satunya melalui media digital. Media digital yang sederhana dan dapat diadopsi dengan mudah oleh pelaku usaha skala kecil adalah aplikasi WhatsApp Business (Meylianingrum et al., 2023).

Pada kegiatan penyuluhan di bidang pemasaran juga dilakukan pengembangan atribut produk melalui perancangan desain labeling, pemberian contoh kemasan dan pembaharuan katalog menu kuliner. Hal ini ditujukan agar identitas mitra semakin kuat sehingga dikenal oleh wisatawan. Atribut produk juga dapat menjadi salah satu daya tarik promosi yang ditunjukkan melalui label produk yang informatif dan desain kemasan yang menarik (Sumarmi et al., 2023). Kemasan tidak hanya berfungsi sebagai pelindung produk namun dapat menjadi alat promosi melalui tampilan desain visual dan informasi penting mengenai produk yang melekat pada kemasan (Nuvriasari et al., 2024).



Gambar 8. Sampel Kemasan dan Desain labeling yang telah disetujui oleh mitra

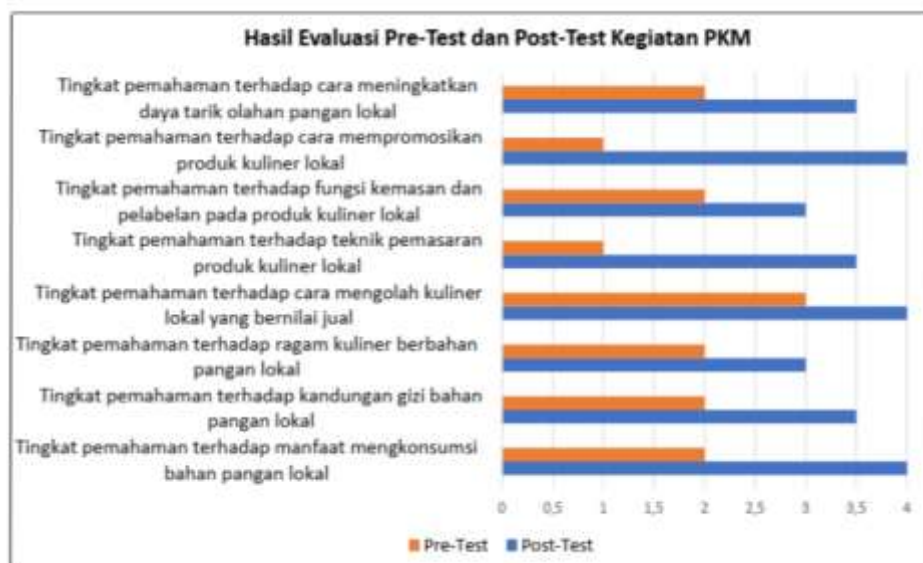
Atribut produk lainnya yang didesain ulang adalah katalog produk yang berisi daftar menu kuliner yang ditawarkan kepada wisatawan. Pembaharuan ini dilakukan agar tampilan lebih menarik dan memudahkan bagi konsumen untuk mencari informasi ragam menu dan harga yang ditawarkan.



Gambar 9. Pembaharuan Katalog Menu Produk Kuliner Citra Bugar

c. Evaluasi Kegiatan

Evaluasi hasil kegiatan PKM dapat diukur melalui pra test dan post test terkait dengan wawasan mitra terhadap inovasi olahan pangan lokal dan teknik pemasaran. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa mitra memperoleh manfaat positif dari kegiatan PKM dengan bertambahnya pengetahuan dan keterampilan mitra, disamping itu hasil lainnya adalah: bertambahnya varian produk (cupcake pisang dan bolu singkong), peralatan produksi mitra bertambah lengkap, mitra memiliki label kemasan dan katalog menu. Mitra sangat antusias untuk melanjutkan keberlangsungan program sehingga diharapkan dapat meningkatkan kinerja bisnis unit kuliner Desa Wisata Gamplong.



Gambar 10. Hasil Evaluasi Pre-Test dan Post-Test

4. KESIMPULAN

Pelaksanaan kegiatan PKM berjalan dengan lancar sesuai dengan rencana program yang telah disepakati dengan mitra. Permasalahan mitra khususnya di keterbatasan dibidang inovasi olahan pangan lokal dan pemasaran produk kuliner dapat diberikan solusi melalui kegiatan pelatihan, penyuluhan dan bantuan fasilitas peralatan maupun pengembangan sarana promosi. Berdasarkan hasil kegiatan maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Bertambahnya pengetahuan dan keterampilan mitra dalam melakukan inovasi produk kuliner lokal melalui pengembangan proses produksi dan diversifikasi varian produk.

2. Mitra semakin memahami teknik pemasaran sehingga diharapkan dapat diimplementasikan dengan baik guna meningkatkan minat beli wisatawan.
3. Mitra memiliki labeling kemasan dan katalog produk yang menarik dan informatif sehingga dapat dijadikan sebagai salah satu alat promosi.

UCAPAN TERIMA KASIH

Tim PKM mengucapkan terima kasih kepada Direktorat Riset, Teknologi, dan Pengabdian Kepada Masyarakat (DRTPM), Direktorat Jendral Pendidikan Tinggi Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia yang telah memberi dukungan finansial melalui Hibah PKM tahun 2024 dengan Nomor Kontrak Induk: 127/E5/PG.02.00/PM.BARU/2024. Terimakasih kami sampaikan pula kepada P3MK Universitas Mercu Buana Yogyakarta atas segala dukungannya dan apresiasi yang sebesar-besarnya bagi Pokdarwis Desa Wisata Gamplong khususnya anggota unit kuliner Citra Bugar atas partisipasinya sehingga kegiatan PKM ini dapat berjalan dengan lancar.

DAFTAR PUSTAKA

- Affandi, A. R., Ferdiansyah, M. K., & Aksin, N. (2018). Pelatihan pengolahan produk bakeri berbasis tepung umbi lokal di Pondok Pesantren Sultan Fatah Semarang. *LOGISTA-Jurnal Ilmiah Pengabdian kepada Masyarakat*, 2(2), 40–44.
- Auliya, A., & Mona, N. (2020). Pengembangan Kreativitas Kuliner Sebagai Elemen Daya Tarik Wisata Kota Depok. *Jurnal Ilmiah Pariwisata*, 25(3), 189–200.
- Fathiyah, I., & Nuvriasari, A. (2024). The Role of Service Quality, Product Quality, and Price in Creating a Competitive Advantage Coffee Shop in Cirebon City. *Formosa Journal of Multidisciplinary Research*, 3(3), 1033–1044.
- Faturrohman, M. D., & Nuvriasari, A. (2023). The Digital Marketing and Customer Management Assistance at Astajava Coffee and Roastery. *Asian Journal of Community Services*, 2(12), 1033–1042.
- Ikhrum, A., & Chotimah, I. (2022). Pemberdayaan masyarakat diversifikasi pangan masyarakat melalui inovasi pangan lokal dari singkong. *Abdi Dosen: Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 6(1), 271–278.
- Laksana, I., & Nuvriasari, A. (2024). The Role of Competitive Advantage, Marketing Innovation and Product Innovation on Marketing Performance. *Formosa Journal of Multidisciplinary Research*, 3(6), 2077–2088.
- Marianti, A., Susanti, R., Purwinarko, A., Dimarti, S. C., Sasi, F. A., Yuliantika, A., Hasani, A. A., & Rahmawati, S. K. (2024). -Product Diversification and Marketing Methods of Jamu Gendong in Kampung Jamu Semarang. *Dinamisia: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 8(1), 304–311.
- Meylianingrum, K., Jaya, T. J., & Fahmi, E. F. F. E. (2023). Optimization of Digital Branding and Marketing for Gempol MSMEs Through WhatsApp Business. *Dinamisia: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 7(6), 1528–1533.
- Nuvriasari, A., Octavia, F., Sunny, A., Widyanto, B. A., Wibowo, G., & Limor, N. (2024). Online Promotion, Packaging Innovation and Reseller Management at Hero Bakery. *IMPACTS: International Journal of Empowerment and Community Services*, 3(1), 85–94.
- Siaputra, H. (2024). Pengaruh Kualitas Makanan, Kualitas Layanan dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Ulang pada Restoran XYZ Surabaya. *Jurnal Manajemen Perhotelan*, 10(1), 13–23.
- Sumarmi, S., Anindyasari, V. R., Adhiany, L., Lestari, F. J. E., Fauziana, A., & Tentua, M. N. (2023). Digital Marketing: Solution for Market Expansion of MSME Products. *Dinamisia: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 7(6), 1540–1546.
- Utami, D. P. (2021). Strategi Branding Untuk Membangun Image Positif Pangan Lokal Bagi Usaha Mikro Kecil Dan Menengah. *Journal of Food Technology and Agroindustry*, 3(1), 26–35.