



---

## STRATEGI PENGEMBANGAN PRODUK TEH LOKAL MELALUI INOVASI KEMASAN BERKELANJUTAN DI DESA WISATA PATENGAN, KECAMATAN RANCABALI, KABUPATEN BANDUNG

Oleh

Dendi Gusnadi<sup>1</sup>, Tito Pandu Raharjo<sup>2</sup>, Eva Mardiyana<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup>Universitas Telkom

Email: <sup>1</sup>[dendigusnadi@telkomuniversity.ac.id](mailto:dendigusnadi@telkomuniversity.ac.id),

<sup>2</sup>[titopanduraharjo@telkomuniversity.ac.id](mailto:titopanduraharjo@telkomuniversity.ac.id),

<sup>3</sup>[evamardiyana@telkomuniversity.ac.id](mailto:evamardiyana@telkomuniversity.ac.id)

---

### Article History:

Received: 27-11-2024

Revised: 06-12-2024

Accepted: 30-12-2024

### Keywords:

Desa Wisata, Strategi Pengembangan Produk, Inovasi Kemasan Berkelanjutan

**Abstract:** Upaya penting untuk mendorong masyarakat terutama di Desa Wisata Patengan, Kecamatan Rancabali, Kabupaten Bandung, adalah pengembangan strategi pengembangan produk teh lokal melalui inovasi kemasan berkelanjutan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk meningkatkan pemahaman dan kemampuan masyarakat tentang proses pembuatan produk teh lokal serta penerapan inovasi kemasan yang berkelanjutan untuk meningkatkan nilai tambah produk dan mendukung keberlanjutan lingkungan. Penelitian ini menggunakan pendekatan partisipatif, yang melibatkan kolaborasi dan aktivitas penyuluhan dan pelatihan antara peneliti dan masyarakat setempat. Hasilnya menunjukkan bahwa masyarakat lebih memahami dan tahu lebih banyak tentang cara membuat produk teh lokal, termasuk tentang pentingnya inovasi kemasan berkelanjutan. Selain itu, kerja sama antara peneliti dan masyarakat mendorong ide-ide baru untuk mengemas produk teh lokal. Untuk menyelesaikan masalah ini, akan ada kegiatan pengabdian masyarakat yang berfokus pada pengembangan produk teh lokal melalui inovasi kemasan berkelanjutan. Hasil dari pengabdian ini dapat membantu pertumbuhan ekonomi lokal dan meningkatkan kesadaran akan pentingnya

---

## PENDAHULUAN

Desa wisata Patengan terletak di kecamatan Rancabali, Bandung, Jawa Barat, Indonesia. Desa ini terletak di sekitar perkebunan teh dan hutan lindung. Masyarakat Patengan tidak hanya memiliki kantor Kecamatan Rancabali dan tempat-tempat wisata yang terkenal dan indah sebagai sumber kehidupan mereka, tetapi mereka juga bekerja sebagai pemetik teh di perkebunan PTPN VIII Rancabali. Tidak ada lahan pertanian di Desa Patengan untuk bertani.



Desa Patengan memiliki banyak potensi wisata, seperti situ patengan, glamping, jembatan gantung, camping ground, dan wisata kopi yang sedang menjadi bisnis rintisan. Namun, salah satu potensi yang paling dapat dikembangkan adalah wisata perkebunan teh. Produk teh yang dihasilkan oleh petani kopi di kaki kebun teh Rancabali adalah salah satu perkebunan teh terbaik di dunia.



**Gambar 1 Lokasi Pengabdian Masyarakat**

Sumber: Dokumentasi Penulis, 2024

Masyarakat di desa wisata ini awalnya membuat teh untuk dijual kepada wisatawan, tetapi masih ada masalah dengan kemasan. Untuk membantu meningkatkan ekonomi desa, para petani teh di Desa Patengan diberdayakan dengan produksi teh untuk mengolah teh menjadi produk akhir. Selain itu, kebun teh ini menghasilkan teh hijau dan teh oolong. Namun, ada beberapa hambatan selama proses produksi teh. Salah satunya adalah bagaimana produk teh dikemas. Teh yang diproduksi masih dikemas secara konvensional, sehingga tidak menarik untuk pasar saat ini. Bahan baku yang melimpah tidak menjadi penghalang utama dalam proses produksi, tetapi pengemasan produk menjadi penghalang utama karena pasar tidak menerima produk tersebut dengan baik.

Permasalahan yang dihadapi oleh masyarakat desa wisata dalam pengembangan produk teh lokal melalui inovasi kemasan berkelanjutan dapat mencakup beberapa aspek, di antaranya:

1. Keterbatasan Pengetahuan dan Keterampilan:

Sebagian besar masyarakat di Desa Wisata Patengan mungkin memiliki keterbatasan pengetahuan dan keterampilan dalam hal inovasi kemasan berkelanjutan. Dibutuhkan pendekatan pendidikan dan pelatihan yang intensif untuk meningkatkan pemahaman mereka tentang pentingnya kemasan berkelanjutan dan bagaimana menerapkannya dalam bisnis mereka.

2. Biaya Produksi yang Lebih Tinggi:

Penggunaan kemasan berkelanjutan seringkali memerlukan investasi awal yang lebih besar daripada kemasan konvensional. Ini bisa menjadi kendala bagi pelaku usaha, terutama bagi mereka yang memiliki modal terbatas. Diperlukan strategi untuk mengatasi hambatan biaya ini, misalnya dengan memanfaatkan



bantuan dari pemerintah atau lembaga keuangan untuk pengembangan usaha berkelanjutan.

3. Ketersediaan Bahan Baku yang Terbatas:

Desa Patengan mungkin menghadapi keterbatasan dalam ketersediaan bahan baku untuk kemasan berkelanjutan. Penggunaan bahan - bahan lokal yang ramah lingkungan dapat menjadi solusi, tetapi perlu dilakukan penelitian lebih lanjut untuk menemukan alternatif yang sesuai dan berkelanjutan.

4. Kurangnya Infrastruktur Daur Ulang:

Dalam rangka mendukung penggunaan kemasan berkelanjutan, diperlukan infrastruktur daur ulang yang memadai. Namun, desa tersebut mungkin kurang memiliki fasilitas daur ulang yang memadai. Pemerintah setempat perlu terlibat aktif dalam membangun infrastruktur tersebut dan meningkatkan kesadaran masyarakat akan pentingnya daur ulang.

5. Resistensi terhadap Perubahan:

Beberapa pelaku usaha mungkin resisten terhadap perubahan menuju kemasan berkelanjutan karena mereka mungkin menganggapnya sebagai tambahan beban atau risiko bagi bisnis mereka. Pendidikan, pelatihan, dan dukungan yang tepat dari pemerintah dan pemangku kepentingan lainnya diperlukan untuk mengatasi resistensi ini dan mendorong adopsi kemasan berkelanjutan.

6. Kesadaran Konsumen:

Meskipun penting bagi masyarakat untuk mengadopsi kemasan berkelanjutan, kesadaran konsumen juga perlu ditingkatkan. Pelanggan perlu dididik tentang pentingnya memilih produk dengan kemasan yang ramah lingkungan dan berpartisipasi dalam upaya pelestarian lingkungan.

Mengatasi masalah: Desa Wisata Patengan dapat menyelesaikan masalah ini lebih efektif dan berkelanjutan dalam jangka panjang melalui pemberdayaan masyarakat melalui inovasi kemasan berkelanjutan. Hal ini akan menguntungkan ekonomi, sosial, dan lingkungan desa. Namun, masalah lingkungan dan gaya kontemporer menjadi masalah utama di era perubahan yang menuntut inovasi. Menurut Noviadji, B. R. (2014), kemasan memainkan peran penting dalam menjaga kualitas dan keamanan makanan serta meningkatkan daya tarik produk.

Fungsi kemasan sendiri sangat penting untuk melindungi kerusakan dan menambah value dari produk yang dikemas. Untuk memanfaatkan potensi ini secara maksimal, perlu adanya strategi pengembangan kemasan produk yang berkelanjutan dan inovatif. Dengan memperhatikan berbagai kendala tersebut, dibutuhkan suatu pendekatan yang komprehensif untuk meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan masyarakat Desa Wisata Patengan Melalui pengabdian kepada masyarakat dengan fokus pada penyuluhan strategi pengembangan produk teh lokal melalui inovasi kemasan berkelanjutan, diharapkan masyarakat akan memiliki pengetahuan dan keterampilan baru yang dapat meningkatkan kualitas produk lokal dan daya saing di pasar.

Inovasi kemasan merupakan salah satu aspek yang dapat meningkatkan daya saing produk teh lokal di pasar wisata. Kemasan yang menarik dan ramah lingkungan tidak hanya akan meningkatkan daya tarik produk di mata konsumen, tetapi juga mendukung upaya pelestarian lingkungan di desa wisata itu sendiri. Selain itu,

pengembangan produk teh lokal juga perlu mempertimbangkan keberlanjutan dalam hal pengelolaan sumber daya alam, proses produksi yang ramah lingkungan, serta pendekatan yang berkelanjutan dalam memperbaiki kesejahteraan masyarakat setempat.

### Metode Pelaksanaan



**Gambar 1. Milestone kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat**

Pengabdian kepada masyarakat merupakan proses yang melibatkan pemberian kontribusi nyata dari para ahli atau praktisi kepada masyarakat untuk meningkatkan kualitas hidup mereka. Metode Pengabdian kepada Masyarakat adalah menggunakan metode Partisipatif yang dimana melibatkan partisipasi aktif dari masyarakat lokal dalam perencanaan, implementasi, dan evaluasi program pengembangan produk teh lokal. Berikut adalah tahapan - tahapan yang akan dijalankan dalam pengabdian ini:

1. **Identifikasi Kebutuhan**  
Dengan melakukan studi pendahuluan untuk mengidentifikasi kebutuhan dan potensi lokal terkait pengembangan produk teh lokal dan inovasi kemasan berkelanjutan.
2. **Partnership**  
Membangun kemitraan dengan pemerintah daerah, lembaga pendidikan, organisasi non - pemerintah, dan sektor swasta untuk mendukung pelaksanaan program. Berkolaborasi dengan komunitas lokal, petani teh, dan pelaku usaha untuk memastikan keberlanjutan program dalam jangka panjang.
3. **Perencanaan Program**  
Merumuskan rencana program pengabdian kepada Masyarakat berdasarkan hasil identifikasi kebutuhan dan kajian literatur terkait. Kemudian menetapkan tujuan, strategi, dan kegiatan yang akan dilakukan dalam program pengembangan produk teh lokal.
4. **Kolaborasi dan Partisipasi Masyarakat**  
Mendorong partisipasi aktif masyarakat dalam seluruh tahapan program sangat penting. Kolaborasi antara peneliti, pembuat kebijakan, dan masyarakat setempat dapat menghasilkan solusi yang lebih berkelanjutan dan berdaya guna.
5. **Implementasi**  
Melaksanakan kegiatan - kegiatan program, seperti pelatihan, workshop, kampanye penyuluhan, dan kegiatan kolaboratif lainnya. Selanjutnya



mendorong partisipasi aktif dan keterlibatan masyarakat dalam semua tahapan implementasi program. Dan juga mengadakan sesi edukasi dan pelatihan untuk meningkatkan pemahaman masyarakat tentang inovasi kemasan berkelanjutan dan manfaatnya bagi lingkungan dan ekonomi.

6. **Monitoring dan Evaluasi**  
Memantau progres dan hasil dari pelaksanaan program secara berkala. Dan melakukan evaluasi untuk mengevaluasi efektivitas program, mengidentifikasi kendala, dan merumuskan rekomendasi untuk perbaikan di masa mendatang.
7. **Diseminasi Hasil dan Pembinaan**
  - a. Hasil dari program pengabdian kepada masyarakat ini perlu diseminasi kepada masyarakat luas, baik melalui publikasi ilmiah maupun kegiatan penyuluhan dan workshop. Pembinaan juga diperlukan untuk memastikan keberlanjutan dan pemanfaatan hasil program oleh masyarakat setempat.
  - b. Mengkomunikasikan hasil dan temuan dari program kepada masyarakat luas melalui berbagai media, seperti seminar, konferensi, publikasi ilmiah, dan media sosial.
  - c. Memastikan penyebaran informasi yang jelas dan mudah dimengerti tentang manfaat inovasi kemasan berkelanjutan dan potensi pengembangan produk teh lokal kepada semua pemangku kepentingan.
  - d. Dengan menerapkan metode dan tahapan pengabdian kepada masyarakat yang terstruktur dan partisipatif, diharapkan program pengembangan produk teh lokal melalui inovasi kemasan berkelanjutan di Desa Wisata Patengan dapat memberikan dampak positif yang signifikan bagi masyarakat lokal dan lingkungan sekitar.

## **HASIL**

Kegiatan pengabdian masyarakat ini berhasil mencapai beberapa hasil yang signifikan:

1. **Peningkatan Kapasitas Warga dan Pelaku UMKM**  
Kegiatan Pengabdian ini diikuti oleh 25 peserta, terdiri dari pelaku UMKM teh lokal dan warga Desa Wisata Patengan, memberikan pemahaman tentang pentingnya inovasi kemasan berkelanjutan. Peserta diajarkan tentang penggunaan bahan biodegradable seperti kertas daur ulang dan serat alami. Selain itu, mereka dilatih untuk mendesain kemasan yang menarik secara visual namun tetap ramah lingkungan. Setelah pelatihan, peserta mampu membuat konsep kemasan yang tidak hanya estetik tetapi juga relevan dengan kebutuhan pasar modern.



**Gambar 2. Peningkatan Kapasitas Warga dan Pelaku UMKM**

## 2. Prototipe Kemasan Berkelanjutan



**Gambar 3. Prototipe Kemasan Berkelanjutan**

Prototipe kemasan inovatif berhasil dirancang, menggunakan bahan yang ramah lingkungan seperti daun pisang kering dan karton daur ulang. Desain kemasan ini dirancang untuk menarik perhatian wisatawan, dengan mempertimbangkan estetika lokal yang menonjolkan kekayaan budaya Patengan. Prototipe ini mendapat tanggapan positif dari komunitas lokal dan wisatawan yang mengunjungi desa.

## 3. Diversifikasi Produk Teh Lokal

Produk teh lokal dikembangkan menjadi beberapa varian baru, seperti chiffon, roll cake dan juga farian pastry lainnya. Varian ini dirancang untuk memenuhi permintaan pasar wisatawan yang mencari pengalaman kuliner unik. Diversifikasi ini juga meningkatkan nilai tambah produk teh lokal, menjadikannya lebih kompetitif di pasar.

## 4. Peningkatan Branding dan Pemasaran

Program ini meluncurkan identitas baru produk teh lokal dengan nama "Patengan Tea: Harmony with Nature". Branding ini mengedepankan nilai keberlanjutan dan kekayaan alam Desa Patengan. Produk teh dengan kemasan inovatif mulai dipasarkan di toko oleh-oleh lokal dan melalui platform digital seperti media sosial dan e-commerce. Penjualan menunjukkan peningkatan 5 % dalam bulan pertama setelah implementasi strategi ini.

## 5. Kontribusi terhadap Ekonomi Lokal



Dengan meningkatnya daya tarik produk teh lokal, terjadi peningkatan pendapatan UMKM di desa. Selain itu, program ini mendorong terciptanya lapangan kerja baru, terutama dalam proses produksi kemasan dan diversifikasi produk.

## KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian masyarakat dengan judul "Strategi Pengembangan Produk Teh Lokal melalui Inovasi Kemasan Berkelanjutan di Desa Wisata Patengan, Kecamatan Rancabali, Kabupaten Bandung" berhasil memberikan dampak positif bagi masyarakat dan pelaku UMKM di desa tersebut. Melalui pelatihan dan pendampingan, peserta memperoleh pemahaman mendalam mengenai pentingnya inovasi kemasan berkelanjutan yang tidak hanya ramah lingkungan tetapi juga meningkatkan daya tarik produk di pasar wisata. Hasil dari kegiatan ini mencakup peningkatan kapasitas warga dalam memproduksi dan mendesain kemasan berbahan biodegradable, pengembangan varian baru produk teh lokal, serta peningkatan branding dan pemasaran melalui platform digital. Inovasi kemasan berkelanjutan ini berhasil memperkuat identitas Desa Wisata Patengan sebagai destinasi wisata yang peduli lingkungan, sekaligus memberikan kontribusi nyata terhadap peningkatan pendapatan dan kesejahteraan masyarakat lokal. Namun, beberapa tantangan seperti biaya awal produksi kemasan berkelanjutan dan distribusi produk di pasar yang lebih luas memerlukan solusi berkelanjutan melalui kolaborasi lintas stakeholder, seperti akademisi, pemerintah, dan sektor swasta. Dengan keberhasilan program ini, Desa Wisata Patengan tidak hanya menjadi model pengembangan UMKM berbasis keberlanjutan tetapi juga menginspirasi desa wisata lainnya untuk mengadopsi strategi serupa dalam mendukung pariwisata berbasis lingkungan dan budaya.

## DAFTAR REFERENSI

- [1] Cahyadi, S. A. M. (2023). *Perancangan Persuasi Komersial Desa Wisata Alamendah Melalui Media Audio Visual* (Doctoral dissertation, Universitas Komputer Indonesia).
- [2] Gusnadi, D. (2023). Penggunaan Bubuk Matcha Sebagai Bahan Tambahan Flourless Sponge Cake. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 3(3), 7424-7433.
- [3] Ismail, I., Prasetijowati, T., Azizah, A. K., & Setiawati, M. I. (2022, November). Strategi Pengembangan Ekowisata Kebun Teh Wonosari, Malang: Strategi Pengembangan Ekowisata Kebun Teh Wonosari, Malang. In *Seminar Nasional dan Call For Paper 2023 dengan tema "Penguatan Kapasitas Sumber Daya Manusia Menuju Indonesia Emas 2045" PSGESI LPPM UWP* (Vol. 9, No. 01, pp. 241-249).
- [4] Jatmiko, B., & JATMIKO, B. (2020). Strategi Distribusi Produk Teh Botol Sosro Oleh Pt. Sinar Sosro Cabang Kendari. *Journal Koperasi dan Manajemen*, 1(01), 15-27.
- [5] Lembang, R. D., & SUGIONO, S. (2010). *Analisis pengaruh kualitas produk, harga, promosi, dan cuaca terhadap keputusan pembelian teh siap minum dalam kemasan merek teh botol sosro (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi S1 Reguler II Universitas Diponegoro)* (Doctoral dissertation, Perpustakaan Fakultas Ekonomi UNDIP).
- [6] Nawangsih, N. (2018). Strategi Pengembangan Produk Pariwisata Kreatif Berbasis Potensi Sumber Daya Alam Dan Kearifan Lokal Desa Wisata. *Jurnal Ilmu Manajemen*



*Advantage*, 2(02), 70-80.

- [7] Pratopo, L. H., & Thoriq, A. (2020). Strategi Pengembangan Model Bisnis Teh Gaharu CV. Barokah Access, Sambas, Kalimantan Barat. *Agrimor*, 5(3), 48-52.
- [8] Sari, V. A., & Suryoko, S. (2017). Pengaruh harga, kualitas produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian teh siap minum dalam kemasan Teh Botol Sosro (Studi Kasus pada Mahasiswa S1 Fisip Undip Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 6(3), 453-464.