JURNAL CAHAYA MANDALIKA
P-ISSN: 2828-495X
E-ISSN: 2721-4796

ANALISIS KEMASAN MAKANAN DAN MINUMAN RAMAH LINGKUNGAN DALAM MENDUKUNG PARIWISATA BERKELANJUTAN DI KABUPATEN SOPPENG

[1]Andi Hasbi, [2]Hamsiati, [3]Nining
[1,2,3]Politeknik Pariwisata Makassar, Indonesia
Email: hasbiandipoke@gmail.com, ati.akpar@gmail.com, niningsilviasuni19@gmail.com

Kata kunci:
Kemasan Ramah Lingkungan, Pariwisata Berkelanjutan, Kabupaten Soppeng

ABSTRAK

Penelitian ini menganalisis peran kemasan ramah lingkungan dalam mempromosikan pariwisata berkelanjutan di Kabupaten Soppeng. Penelitian ini menyelidiki praktik inovatif dalam menciptakan kemasan makanan dan minuman yang ramah lingkungan, memeriksa kolaborasi yang diperlukan untuk sumber bahan dan pelatihan kemasan, serta mengidentifikasi faktor-faktor pendukung dan penghambat dalam pengembangan kemasan tersebut. Dengan mengeksplorasi aspek-aspek ini, penelitian ini bertujuan untuk memberikan wawasan berharga bagi bisnis dan pembuat kebijakan di sektor pariwisata, dengan menekankan keberlanjutan dan tanggung jawab lingkungan.

Keywords:
Eco-Friendly Packaging, Sustainable Tourism, Soppeng Regency

ABSTRACT

This study analyzes the role of eco-friendly packaging in promoting sustainable tourism in Soppeng Regency. The research investigates innovative practices in creating environmentally friendly food and beverage packaging, examines the collaboration needed to source materials and conduct packaging training, and identifies the supporting and hindering factors in developing such packaging. By exploring these aspects, the study aims to contribute valuable insights for businesses and policymakers in the tourism sector, emphasizing sustainability and environmental responsibility.

PENDAHULUAN

Pertumbuhan Pariwisata di Indonesia sebagai lokomotip pembangunan tidak terlepas dari peran dari seluruh elemen masyarakat dan pemerintah yang ditunjang oleh Infrastruktur yang semakin memadai serta kebijakan pemerintah dalam mendukukung sektor pariwisata sebagai prioritas utama dalam meningkatkan pendapatan negara diluar dari sektor lainnya, yang semakin lama semakin gencar dilakukan oleh pemerintah. Berdasarkan data dari WTO bahwa akomodasi wisata pada tahun 2016 kedatangan wisatawan di Desa didominasi oleh wisatawan daripada perkotaan.(Giurea et al. 2018). Ini tertuang dari kebijakan pemerintah melalui beberapa peraturan yang mendukung meningkatnya jumlah wisatawan yang sampai saat ini masih merupakan alat ukur keberhasilan pemerintah dalam meningkatkan kunjungan wisatawan.

Berdasarkan data yang dirilis oleh Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia Tahun 2023 bahwa kunjungan wisatawan Mancanegara selama lima tahun terakhir mengalami pertumbuhan jumlah kunjungan wisatawan terhitung tahun 2019 sampai dengan 2023 mengalami pertumbuhan berdasarkan data gambar 1. Grafik di bawah ini dimana jumlah kunjungan wisman pada bulan Desember 2023 sebesar 1.144.542 wisman atau mengalami pertumbuhan sebesar 20,17% dibanding tahun 2022 sebesar 952.469 wisman. Peningkatan ini

dikarenakan pintu masuk utama yaitu Ngurah Rai, Soekarno Hatta, dan Batam mengalami peningkatan masing-masing sebesar 27,11%; 38,50% dan 3,25%, (Komunikasi and Informatika 2024).

Dalam mempertahankan dan meningkatkan kunjungan wisatawan baik mancanegara maupun Nusantara, maka pemerintah serta seluruh elemen yang ada berupaya untuk menegakkan 4 pilar yang menjadi dasar ukuran dalam pengembangan Kepariwisataan, yakni: (1) destinasi; (2) pemasaran; (3) industri, dan (4) kelembagaan. Hal ini dikemukakan oleh Kemenparekraf oleh Bapak Sandiaga Uno bahwa pembangunan Kepariwisataan sangat ditunjang oleh Sustainable Tourism Destination, Sustainable Tourism Observatory, Sustainable Tourism Certification, Sustainable Tourism Industry dan Sustainable Marketing & Management.(medcom.id, August,2022).

Kemasan makanan dan minuman yang ada saat ini memerlukan model inovasi yang memunculkan kekhasan setiap produk kemasan. Hal ini sangat menentukan dalam menghadirkan layanan makan dan minuman khususnya pada wilayah usaha rumah makan baik itu yang dikelola secara mandiri yang hampir merata di seluruh daerah, baik perkotaan maupun pedesaan. Hal ini tentunya memerlukan inovasi dalam memberikan layanan yang memudahkan bagi pelanggan dalam menudukung kemajuan sutau usaha, khsususnya bagi pengusaha yang memfokuskan pada sajian layanan makanan dan minuman dalam bentuk kemasan yang bergerak disektor usaha kecil dan menengah. (Suherlan 2018).

Dalam meningkatkan produktivitas layanan makanan dan minuman yang dulunya berfokus pada pelayan yang menyajikan makanan dan minuman, ini perlu di kembangkan lagi dan di redefenisi tentang layanan makanan dan minuman yang bertumpu pada kemasan produk. Hal ini merujuk pada konsumsi makanan dan minuman bagi wisatawan sangat tinggi dibanding dengan layanan akomodasi. (Derek 2021). Layanan makanan dan minuman merupakan bagian dari sebuah pengalaman bagi wisatawan (Derek, 2021; Bessiere, 1998).

Lemahnya daya dukung layanan makanan dan minuman dalam bentuk kemasan produk menjadi permasalahan dalam meningkatkan daya saing makanan dan minuman. Persoalan citra, kualitas dan kemasan produksi makanan dan minuman menjadikan daya saing sangat lemah (Suherlan 2018). tanpa adanya kemasan yang baik dapat membuat tampilan makanan makanan dan minuman tidak menarik, kemasan yang dipakai tidak ramah lingkungan, mudah rusak dan lain lain kurang diminati oleh pengunjung atau dengan kata lain daya saing kemasan tidak mampu menarik minat pelanggan.

Hal lain yang menjadi perhatian adalah belum sinkronnya antara pegelolaan layanan makanan dan minuman dengan pihak yang mampu membuat kemasan atau dalam artian belun tersinerginya antara pengelola layanan makan dan minuman dengan pihak yang khusus membuat kemasan yang menarik, dalam hal ini adalah rumah kemasan yang berjalan sendiri sendiri yang mempersulit dalam pengembangan wisata makanan dan minuman yang ramah lingkungan. Masalah kemasan masih menjadi topik persoalan yang memerlukan perhatian (Suherlan 2018).

Hal lain yang menjadi perhatian adalah pengembangan pariwisata berkelanjutan yang ramah lingkungan khususnya di wilayah pedesaan belum dijadikan prioritas dalam mendukung pariwisata. Pariwisata berbasis pertanian dianggap sebagai salah satu kegiatan yang paling ramah lingkungan di antara pilihan wisata (Cerutti et al. 2016).

Untuk mengatur Pariwisata secara dinamis ini, maka pemerintah melalui Kementerian Pariwiata melahirkan Undang Undang Pariwisata nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataan yang secara petunjuk pelaksanaannya tertuang dalam undang undang tersebut. Hal ini memicu perkembangan ilmu pariwisata semakin berkembang dan menjadi tumpuan harapan rakyat Indonesia.

METODE

Merujuk dari pokok permasalahan yang akan diteliti, akan mengungkap kondisi faktual pelayanan penyajian makanan yang dilakukan pengelola usaha jasa makanan dan minuman yang lebih optimal melalui standar operasional penyajian menu secara sehat, maka metode yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif yang akan mendeskripsikan kondisi faktual tersebut dengan data-data yang telah dikumpulkan melalui kata-kata tertulis, atau lisan dari orang-orang dan prilaku yang diamati melalui pengamatan langsung obyek atau observasi dan wawancara (Moleong, 2007:4).

Penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subyek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dan lain-lain; secara holistik, dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode ilmiah (Moleong, 2007:6). Pendekatan kualitatif ini memberikan peluang bagi peneliti untuk mendapatkan data yang dibutuhkan karena dalam pelaksanaan penelitiannya, peneliti dapat berhubungan langsung dengan obyek yang diamati dengan melakukan observasi langsung kelapangan, yang secara khusus diprioritaskan pada aspek pola penataan dan penyajian menu sehat kepada pengujung.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Inovasi dalam mengemas makanan dan minuman berbasis ramah langkungan

Pengemasan makanan dan minuman dengan menitikberatkan pada ramah lingkungan (Barber 2016). Dalam mengembangkan usaha kepariwisataan, maka menjaga kelestarian lingkungan merupakan syarat utama dalam usaha pariwisata. (Chin, Chin, and Wong 2018). Salah satu kendala yang terjadi pada usaha makanan dan minuman adalah terjadinya pencemaran lingkungan yang tidak sesuai dengan kondisi lingkungan yang ada (Filimonau and De Coteau 2019). Berdasarkan hasil pengamatan di lapangan masih banyak ditemukan usaha makanan dan minuman menggunakan bahan kemasan yang terbuat dalam plastik dengan menggunkan hatter atau penjepit palstik yang ditinjau dari kemasan tersebut tidak layak dan tidan menimbulkan

estetika yang sangat menarik buat konsumen atau pelanggan. Selain tidak menarik juga jauh dari kesan ramah lingkungan yang bisa menimbulkan dampak lingkungan kedepannya.

Dalam melakukan pengemasan makanan dan minuman diperlukan kesadaran bagi pelaku usaha dalam memperhatikan layanan kepada pelanggan, utamanya dalam mengemas yang layak bagi kemasan dan juga pada standar penyajian klayanan kesehatan yang jauh dari kontamniasi bahan kima yang berdapak pada pelanggan dalam jangka waktu yang panjang. Kemasan memerlukan informasi dan inovatif (Syamsudin et al. 2015). Selain dapat menarik pelanggan untuk membeli juga untuk menghindari agar kemasan makanan dan minuman tersebut aman untuk dikonsumsi (Maflahah 2012). Dalam menarik minat untuk membeli, diperlukan suatu inovasi yang tidak terlepas dari faktor penentu yakni aman dan menarik untuk dibeli. Pada kondisi yang terlihat di objek penelitian dimana masih banyak ditemukan kemasan makanan dan minuman belum mencapai standar yang diharapkan oleh pelanggan. Hal ini diperkuat oleh hasil wawancara peneliti dengan informan selaku pelanggan sebagai berikut :

“ Bagaimana anda melihat kemasan makanan dan minuman (sajian kemasan kue Bolu Cukke) yang dipresentasikan oleh penjual” Jawabannya adalah Memang harga terjangkau, namun kemasan kue tersebut termasuk kuat namun saat membuka kemasannya sangat susah karena menggunakan plastik yang menggunakan hatter (alat oejepit kertas) yang tidak efisien.

Selanjutnya hasil wawancara oleh pengelola usaha makanan dan minuman dengan pertanyaan sebagai berikut :

“Bila terjadi pemesanan makanan dan minuman melalui pengemasan ditempat anda, apakah saudara mengemasnya sudah meperhitungkan dengan standar layanan yang ada. Jawaban dari pengelola usaha makanan dan minuman adalah kami sudah membuat kemasan makanan dan minuman sudah tradisi turun temurun dan tidak ada yang mengeluhkan tentang hal ini”.

Dari hasil wawancara tadi menunjukkan bahwa belum adanya persaingan yang ketat antara sesama pengelola usaha makanan dan minuman serta belum memikirkkan hal ini sehingga untuk memperbaiki kemasan maknan dan minuman tidak perlu dilakukan.

Selanjutnya dari hasil wawancara yang dilakukan oleh pihak pemerintah, dimana wawancara yang dilakukan oleh informan adalah Bagaimana wujud pelatihan yang dilakukan oleh pihak instansi dalam hal ini adalah perdagangan Kabupaten Soppeng yakni Kepala Bidang UMKM.

Pertanyaan.

“Bagaimana membina pelaku usaha jasa makanan dan minuman dalam meningkatkan kualitas kemasan makanan dan minuman yang ramah lingkungan”.

Jawaban

“*Dalam melakukan pembinaan dengan pelaku usaha jasa makanan dan minuman, pihak dinas perdagangan telah melakukan kerjasama dengan berbagai pelaku usaha yang telah terdaftar di dinas utnuk dilakukan pelatihan tentang inovasi. Salah satu yang kami lakukan adalah*

dengan mengundang tenaga terlatih untuk diajarkan tentang cara mengemas makanan dan minuman agar lebih inovatif dan menarik sehingga pelanggan akan lebih mudah untuk mengenali produk serta menggunakan bahan lokal yang mudah untuk didaur ulang dan tidak merusak lingkungan".

Dari hasil wawancara yang dilaksanakan oleh penulis terhadap informan, dalam hal ini adalah pemerintah yang membidangi UMKM dan pengelola usaha jasa makanan dan minuman, memang sangat dibutuhkan pelatihan dalam bentuk bimbingan teknis dan upaya mengkoordinasikan antara pihak pengelola usaha jasa makanan dan minuman dengan pemerintah serta mensikronisasikan kegiatan tersebut dalam bentuk bimbingan teknis serta keterlibatan stakeholder lainnya dalam membantu pengelola usaha jasa makanan dan minuman dalam membuat inovasi kemasan makanan dan minuman. Hal yang perlu dilakukan adalah dengan menginventarisis pengelola usaha jasa makanan dan minuman yang berada di Kabupaten Soppeng. Dari hasil penelusuran dan observasi di lapngan didapatkan pelaku usaha berjumlah 553 orang dimana Pelaku Usaha tersebut bergerak dibidang usaha jasa makanan dan minuman yang siap saji dan Kue Khas Kabupaten Soppeng, yang rata rata memiliki modal usaha berkisar 200.000 sampai dengan 5.000.000 Rupiah.

Pada umumnya pelaku usaha makanan dan minuman tersebut dalam menyajikan dan mempresentasikan maknan dan minumannya dalam bentuk kemasan rata rata menggunakan kemasan plastik yang semestinya bukan peruntukannya untuk makanan dan minuman. Kondisi ini belum menjadi suatu keharusan dalam melakukan kemasan maknan dan minuman yang bersifat ramah lingkungan sehingga masi tetap menggunakan bahan plastik. Hal lain yang menjadi persoalan dalam kemasan adalah belum adanya Tanggal dan waktu kemasan, berikut dengan Bahan yang dikandung sehingga belum dapat memberikan informasi detail tentang kemasan produk yang ada. Dari hasil wawancara juga menyebutkan bahwa informasi tentang produk yang dihasilkan belum memasukkan informasi secara detail kemasan makanan dan minuman.

Dalam memajukan usaha kuliner dimana keberadaanya di Kabupaten Soppeng masih termasuk dalam usaha mikro yang usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri yang dilakukan oleh perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung, dari usaha mikro, usaha kecil atau usaha besar yangmemenuhi kriteria usaha mikro sebagaimana dimaksud dalam Undang-undang tersebut, kriteria yang digunakan untuk mendefinisikan UMKM seperti yang tercantum dalam Pasal 6 adalah nilai kekayaan bersih atau nilai aset tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, atau hasil penjualan tahunan. Dengan kriteria sebagai berikut:

1) Usaha mikro adalah unit usaha yang memiliki aset paling banyak Rp.50 juta tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha dengan hasil penjualan tahunan paling besar Rp.300 juta.
2) Usaha kecil dengan nilai aset lebih dari Rp. 50 juta sampai dengan paling banyak Rp.500 juta tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha memiliki hasil penjualan tahunan

lebih dari Rp.300 juta hingga maksimum Rp.2.500.000, dan.

3) Usaha menengah adalah perusahaan dengan milai kekayaan bersih lebih dari Rp.500 juta hingga paling banyak Rp.100 milyar hasil penjualan tahunan diatasRp.2,5 milyar sampai paling tinggi Rp.50 milyar. Selain menggunakan nilai moneter sebagai kriteria, sejumlah lembaga pemerintahan seperti Departemen Perindustrian dan Badan Pusat Statistik (BPS), selama ini juga menggunakan jumlah pekerja sebagai ukuran untuk membedakan skala usaha antara usaha mikro,usaha kecil, usaha menengah dan usaha besar. Misalnya menurut Badan Puat Statistik (BPS), usaha mikro adalah unit usaha dengan jumlah pekerja tetap hingga 4 orang, usaha kecil antara 5 sampai 19 pekerja, dan usaha menengah dari 20 sampai dengan 99 orang. Perusahaan-perusahaan dengan jumlah pekerja di atas 99 orang masuk dalam kategori usaha besar.

Usaha mikro kecil dan menengah merupakan pemain utama dalam kegiatan ekonomi di Indonesia.masa depan pembangunan terletak pada kemampuan usaha mikro kecil dan menengah untuk berkembang mandiri. Kontribusi usaha mikro kecil dan menengah paada GDP di Indonesia tahun 1999 sekitar 60%, dengan rincian 42% merupakan kontribusi usaha kecil dan mikro, serta 18% merupakan usaha menengah. Pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) sangat penting dan strategis dalam mengantisipasi perekonomian kedepan terutama dalam memperkuat struktur perekonomian nasional.

Dari sejumlah pelaku usaha yang ada berdasarkan hasil penelusuran Penelti dengan mendatangi sejumlah pelaku usaha dan data yang didapatkan dari Dinas Perdagangan, Koperasi dan UKM di Kabupaten Soppeng dapat kita lihat pada Tabel 1 berikut ini :

Tabel 1. Pelaku Usaha Makanan dan Minuman UMKM
di Kabupaten Soppeng

No	Bidang Usaha	Klasifikasi Usaha	Modal Usaha (Rp)	Jumlah Pengusaha /Orang
1	Keripik	Usaha Kecil	Rp. 200.000 s.d. Rp. 1.000.000	20
2	Cemilan	Usaha Kecil	Rp. 1.000.000 s.d.Rp. 4.000.000	10
3	Kulinier	Usaha Kecil	Rp. 1.000.000 s.d.Rp. 8.000.000	10
4	Bolu Cukke	Usaha Kecil	Rp. 1.000.000 s.d.Rp. 20.000.000	30
5	Bubble	Usaha Kecil	Rp. 2.500.000 s.d.Rp. 10.000.000	8
6	Minuman Dingin	Usaha Kecil	Rp. 1.000.000 s.d.Rp. 15.000.000	50
7	Ayam Geprek	Usaha Kecil	Rp. 2.000.000 s.d.Rp. 13.000.000	20
8	Nasi Campur	Usaha Kecil	Rp. 3.000.000 s.d.Rp. 5.000.000	30
9	Nasi Kuning	Usaha Kecil	Rp. 3.000.000 s.d.Rp. 5.000.000	70
10	Aneka Pisang dan Abon Ayam	Usaha Kecil	Rp. 3.000.000 s.d.Rp. 5.000.000	60

11	Buras dan Kacang	Usaha Kecil	Rp. 1.000.000 s.d.Rp. 8.000.000	30
12	Gorengan	Usaha Kecil	Rp. 1.000.000 s.d.Rp. 5.000.000	40
13	Es Kelapa	Usaha Kecil	Rp. 2.000.000 s.d.Rp. 5.000.000	10
14	Salad Buah	Usaha Kecil	Rp. 1.000.000 s.d.Rp. 4.000.000	30
15	Mie Ayam	Usaha Kecil	Rp. 3.000.000 s.d.Rp. 8.000.000	30
16	Makanan Beku	Usaha Kecil	Rp. 8.000.000 s.d.Rp. 20.000.000	35
17	Tape dan Pipang	Usaha Kecil	Rp. 1.000.000 s.d.Rp. 5.000.000	70
	Total Pengusaha			553

Sumber : Olah Data, 2024

Pada umumnya dari hasil penelusuran data yang didapatkan dari Dinas PerindustrianPerdagangan Koperasi dan UKM Kab. Soppeng pada umumnya makanan dan minuman yang disajikan pada umumnya belum melakukan pengemasan yang sesuai dengan standar kelayakan dalam pengemasan. Untuk standar pengemasan yang ada selama ini hanya dalam mengemas seperti pada umumnya makanan yang sering kita lihat dipasaran dimana cukup menggunakan kean plastic namun juga tidak mencamtumkan Bahan yang terkandung, masa berlakunya bahan tersebut untuk dikonsumsi serta lokasi dimana bahan tersebut dibuat. Hal yang sangat mendasar dalam pengemasan tersebut juga seharusnya memenuhi unsur ramah lingkungan serta dapat memberi kesan yang mudah dibawa serta kemasan tersebut aman dalam kondisi terkemas dengan baik.

Terdapat beberapa hal yang menjadi perhatian selama melakukan penelitian dan observasi dilapangan yakni :

1) Tidak jelas ukuran porsi dalam kemasan
2) Belum tertera harga dalam kemasan
3) Bahan kemasan mayoritas masih dalam bentuk plastik yang belum ramah lingkungan
4) Belum ada daya tarik sebagai bentuk inovasi dalam kemasan makanan dan minuman yang mampu meningkatkan nilai ekonomi suatu produk kemasan
5) Kemasan makanan dan minuman belum memperlihatkan informasi produk yang jelas
6) Masih jauh terkesan unik dan menarik.

Dari hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti dengan informan pelaku usaha berinisial Waty , sebagai berikut :

Apa kendala dalam dalam mengembangkan kemasan yang inovatif dan efisien ?

Jawab

Kendala utama yang kami dapatkan adalah terbatasnya pengetahuan dalam membuat kesasan makanan dan minuman serta membutuhkan bimbingan dan panduan kepada kami agar dalam mengemas bisa dilakukan secara berkesinambungan. Kami membutuhkan bimbingan dan arasahan agar lebih mudah dalam mengakses [engetahuan serta bantuan dari pemerintah setempat dalam hal pembinaan.

Bentuk kerjasama dalam mendapatkan bahan dan pelatihan kemasan makanan dan minuman.

Pemerintah Kabupaten Soppeng dalam melakukan peningkatan kualitas layanan makanan dan minuman banyak melakukan berbagai upaya diantaranya kapasitas pelatihan dan kerjasama dalam memperbaikai kemasan maknan dan minuman utamanya pada makanan dan minuman yang memerlukan kemasan yang terlindungi dari kerusakan dan kenyamana dalam membeli oleh konsumen. Dari hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti dengan pihak pemerintah, dalam hal ini adalah terkait dengan kerjasama kelembagaan sebagai berikut :

Bagaimana system kerjasama yang dilakuakan oleh pemerintah kabupaten Soppeng dalam menjalin kerjasama dengan pihak yang terkait dalam rangka meningkatkan kapasitas pelaku usaha dalam mengemas makanan dan minuman ?

Jawab :

Selama ini kerjasama yang dilakukan adalah dengan mengikutsertakan Dekranasda dalam memberikan pelatihan kepada pelaku usaha dengan jalan melakukan pembinaan secara bertahap sesuai dengan kebutuhan pelaku usaha. PElaku usaha ini dikelompokkan berdasarkan kegiatan usahanya, setelah itu dikondisikan dengan apa yang menjadi kebutuhan yang akan diberikan untuk dilakukan kegiatan pelatihan.

Apakah dalam menjalankan pelatihan melibatkan tenaga terlatih dengan memanfaatkan teknologi tepat guna yang berbasis dengan ramah lingkungan ?

Jawab

Dalam melakukan kerjasama dalam rangka melaksanakan pelatihan, pihak Pemerintah Kabupaten Soppeng telah menjalin kerjasama dengan berbagai pihak, khususnya dalam rangka meningkatkan kemampuan pelatihan dan memberikan pemahaman dalam rangka menjaga kualitas kemasan makanan dan minuman. Untuk mendapatkan bahan kemsan makanan dan minuman dengan menggunakan bahan local yang didapatkan dari alam, misalnya dari daun pisang, daun janur kuning dan sebagainya. Hal ini dilakukan agar dalam menggunakan bahan alam mudah untk didapatkan serta harga yang terjangkau.

Dari hasil wawancara dengan pihak Perindustrian, Perdagangan, Koperasi dan UKM Kabupaten Soppeng dapat dikatakan bahwa kegiatan pelatihan seringkali dilakukan serta mendapatkan banyak manfaat mulai dari pemilihan bahan dasar kemasan sampai dengan pembuatan kemasan melalui pelatihan yang berkelanjutan. Berbagai upaya yang dilakukan pemerintah Kabupaeten Soppeng dalam meningkatkan kapasitas pelaku usaha dalam menggunakan kemasan makanan dan minuman ramah lingkungan serta tidak melupakan kondisi branding Kabupaten Soppeng.

Upaya pelatihan dan pembinaan yang dilakukan meliputi memanfaatkan bahan dasar alam yang kemudian dilakukan olah bahan kemasan agar dapat dilakukan sebagai bahan dasar untuk mengemas makanan dan minuman. Kendala yang dihadapi dalam kemasan ini adalah sentuhan teknologi yang belum memperlihatkan hasil yang memuaskan sehingga diperlukan upaya atau

kerjasama lain dalam menggandeng pihak yang mengerti akan teknologi tepat guna untuk meningkatkan kualitas bahan kemasan makanan dan minuman yang ramah lingkungan.

Selain upaya yang dilakukan oleh Dinasi Perindustrian, Perdagangan Koperasi dan UKM Kabupaten Soppeng juga mempunyai kendala dalam melaksanakan kerjasama yakni terbatasnya tenaga terlatih dalam melakukan kegiatan pelatihan serta terbatasnya kerjasama yang ada. Upaya tersebut menurut hasil wawancara akan terus diupayakan dalam meningkatkan kerjasama serta dukungan dari berbagai pihak dalam melaksnakan kegiatan pelatihan. Hal menjadi utama adalah sikap apatis bagi pelaku usaha serta usaha untyk memperbaiki kemasan masih dalam lingkaran permasalahan yang belum bisa memliki pandangan visioner menjadi kendala utama.

Selain itu yang menjadi kendala adalah tidak adanya yang memperhatikan kemasan menjadi produk utama dalam menarik minta pelanggan sehingga terkesan kemasan belum menjadi prooritas utama. Selain itu ketersediaan bahan baku berdasarkan penelusuran dan observasi dilapangan kegiatan kerjsama kelenbagaan terkendala dengan bentuk seperti pa saja model yang akan dilakukan agar tecipta suatu model kerjasama yang saling menguntungkan agar terciptan kerjasama yang ideal. Dari hasil diskusi dengan pelaku usaha didapatkan beberapa kendala yang pada intinya memerlukan pembimbingan yang saling mendukung dan tercipta yang begitu rapi dan terjaga. Oleh karena itu pola kerjasama perlu didukung oleh pemerintah setempat dalam rangka meningkatkan semangat dalam berinovasi melalui kerjasama kelembagaan. Dalam menjalin kerjasama yang dilakukan selama ini, belum menemukan suatu model kerjasama yang dapat meningkatkan semangat kerjasama bagi pelaku usaha khususnya dalam usaha kuliner, sehingga masing masing pelaku usaha menggerakkan dirinya secara mandiri.

Dari hasil pengamatan penulis, masih diperlukan kerjasama yang berkelanjutan yang tidak hanya yang berkaitan dengan bidang pariwisata, namun juga pelu dikaitkan kerjasama dengan pihak Politeknik Pariwisata Makassar dengan Dinas Perindustrian Perdagangan Koperasi dan UKM, serta Pemerintahan Desa dalam menjalin kerjasama yang berkelanjutan beserta dengan pihak Ekonomi Kreatif di Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif.

Pola kerjasama seharusnya dilakukan dengan lintas sektoral dengan menghubungkan antara pihak akademisi, Pemerintah Pusat dan Daerah serta Lembaga Swadaya Masyarakat baik dalam dan Luar negeri serta pelaku usaha yang sudah terdaftar dalam binaan Pemerintah setempat untuk dilakukan pembinaan dalam rangka menjalin kerjasama untuk mendukung kualitas Kemasan Makanan dan Minuman ramah lingkungan yang lebih baik.

Selain yang dijelaskan tersebut diatas, dibutuhkan pembinaan pelaku usaha dalam mengemas makanan dan minuman bagi perusahaan atau BUMN dan BUMD dalam rangka merangsang pertumbuhan kemasan makanan dan minuman yang ramah lingkungan. Selamaini kerjasama yang dilakukan hanya sebatas penyuluhan namun belum dibarengi dengan bimbingan teknis berupa pelatihan dan monitoring serta evaluasi agar progress kerjasama tersebut dapat dikukur perkembangannya serta dimana letak kendalanya aga segera dilakukan perbaikan.

Faktor pendukung dan penghambat dalam membuat kemasan makanan dan minuman dalam mendukung pariwisata berkelanjutan ramah lingkungan

Berdasarkan hasil wawancara oleh informan pelaku Usaha yang berinisal WT dengan melakukan pertanyaan sebagai berikut :

Dalam melakukan penjualan dalam bentuk kemasan bolu Cukke yang dikemas dalam bentuk plastic, apakah Ibu Wt sangat mudah mendapatkan bahan baku plastic dibanding kemasan lainnya ?

Jawaban :

Kalau kemasan plastic, sangat mudah kami mendapatkan kemasan plastic, cukup kita memesan selama ini pada pelanggan, kami mendapatkan dengan mudah dengan biaya yang sangat terjangkau ?

Pertanyaan berikutnya, *Apakah yang dipesan sudah lengkap dengan informasi lengkap tentang bolu cukke yang terdapat dalam kemasan plastic.?*

Jawaban

Mengenai tentang infomasi bolu cukke, kami cukup memasukkan kertas ke dalam plastic tentang informasi bolu cukke yang kami buat.

Dari hasil wawancara yang dilakukan oleh pelaku usaha, rata rata belum mengetahui standar sebuah kemasan yang dapat meningkatkan penapilan sebuah kemasan. Hal ini yang perlu menjadi bahan pertimbangan untuk dilakukan kegiatan pelatihan agar dapat mendukung Kabupaten Soppeng sebagai kota UMKM berbasis kulinier dan kemasan yang menarik.

Dalam mendukung upaya meningkatkan kualitas pelayanan melalui pengemasan makanan dan minuman dituntut akan berbagai faktor dalam menjalankan konsistensi agar produk kemasan tersebut dapat berjalan sesuai dengan tuntutan pasar. Dalam obseervasi dilapangan di Kabupaten Soppeng, ditemukan berbagai kondsi sebagai berikut :

1) Belum maksimalnya dukungan teknolgi, dimana ketersediaan teknologi bagi para pelaku usaha belum dapat memanfaatkan sebaik baiknya dalam mendukung upaya pengembangan layanan kemasan makanan danminuman yang bermutu dan berkuualitas. Namun disisi lain pelaku usaha yang dalam memanfaatkan teknologi sangat terbantukan dalam memanfaatkan kondisi yang ada.
2) Belum adanya persaingan dibutuhkan untuk menguji kualitas kemasan yang baik serta adanya dorongan dan upaya untuk selalu memperbaiki standar dan kualitas kemasan yang ada. Hal ini sangat jarang dilihat sifat kompetesi sehingga semangat untuk memperbaiki kemasan belum terlihat.
3) Kemasan yang tidak menarik sehingga komsumen tidak tertarik dalam membeli akibat dari kuranya dalam dalam melakukan inovasi. Padahal bila dilakukan inovasi bukan tidak mungkin terjadinya pesanan yang berulang ulang oleh karena adanya kesetiaan bagi

konsumen dalam melirik kemasan yang ada. Kondisi ini sangat jarang diketemukan di daerah dikarenakan belum terciptanya siklus layanan yang ada.

4) Masih kurangnya upaya dalam mendukung peningkatan kemasan makanan dan minuman ramah lingkungan, dimana pelaku usaha belum terdorong untuk mempertahankan kualitas kemasan dan lebih condong mengejar penjualan saja.

Disisi lain juga didapatkan beberapa faktor penghambat dalam mendukung kemasan makananan dan minuman yang berkelanjutan serta ramah lingkungan yakni :

1) Masih minimnya gagasan dan masukan bagi pihak pelaku usaha serta yang mendukung dalam memberikan ide agar tampilan kemasan lebih menarik dan inovatif.
2) Tingginya biaya dalam membuat kemasan yang memerlukan biaya sehingga para pelaku usaha berusaha meminimalkan biaya pembuatan kemasan agar harga masih dapat dijangkau oleh pelanggan, walaupun tampilan kemasan tidak lagi memperhatikan standar layanan yang ada.
3) Adanya kehawatiran pelaku usaha akan gagalnya produk kemasan yang dibuat sehingga dapat merdampak pada tidak lakunya barang yang sudah dibuat sementara biaya yang mereka keluakan tidak sedikit (mahal)
4) Dengan jumlah pelaku usaha yang bergerak dibidang dan produk yang sama sehingga pelanggan otomatis terbagi bagi dalam medapatkan layanan kemasan maknan danminuman yang tentunya membuat produk penjualan juga menipis.
5) Terdapat kemampuan untuk meniru produk kemasan yang sukses dipasar sehingga merugikan bagi pelaku usaha yang sudah berjuang untuk memperkenalkan produk kemasan mereka.
6) Mengingat para pelaku usaha masih berada dalam usaha kecil dan Menengah dengan keterbatasan modal membuat usaha dalam mengemas juga terkendala dengan permodalan.
7) Belum adanya ijin yang dikeluarkan oleh pengawasan dalam bentuk ijin edar.

Dengan melihat kendala dalam bentuk faktor pendukung dan penghambat membuat hasil kemasan menjadi tetap dalam prioritas untuk diberikan bantuan dan pembimbingan agar pelaku usaha yang utamanya berada pada usaha mikro kecil dan menegah membutuhkan bantuan dan kerjasama yang baik. Berdasarkan hasil pengamatan oleh penulis, kebanyakan pelaku usaha dalam mengemas makanan dan minuman tidak memperhatikan tampilan kemasan, sementara disisi lain dengan menggunakan kemasan dapat menarik serta meningkatkan nilai tambah dalam kemasan makanan dan minuman itu sendiri.

Harusnya dalam menampilkan kemasan yang ada sangat diperlukan tampilan kemasan yang menatik agar dapat menarik minat bagi pelanggan untuk membeli produk maknan dan minuman tersebut. Hal yang seharusnya dilakukan dengan menampilkan tampilan kemasan maknan dan minuman yang mencirikan budaya local yang ada sehingga dapat menarik minat

pelanggan yang tidak hanya profuknya namun juga tempat dimana kemsan makanan dan minuman tersebut dipesan.

Pembahasan Penelitian.

Dengan hadirnya berbagai macam kemasan makanan dan minuman dalam usaha ekonomi kreatif dapat membangkitkan semangat wisata kulinier keberbagai daerah di destinasi wisata khususnya di Kabupaten Soppeng yang dikenal dengan Kota UMKM yang menyajikan berbagai macam aneka industry kreatif. Untuk mengetahui kekhasan makanan dan minuman pernah dilakukan dan diteliti oleh R.M. Soedarsono di tahun 1999 dalam Margono 2018; 2 sebagai berikut:

1) Makanan dan minuman oleh-oleh dapat berfungsi sebagai kenang-kenangan dari destinasi wisata (memorabilia).
2) Ukurannya ringkas, mini, dan praktis sehingga mudah dibawa.
3) Harganya terjangkau.
4) Tidak memiliki nilai sakral.
5) Memiliki cita rasa yang khas.

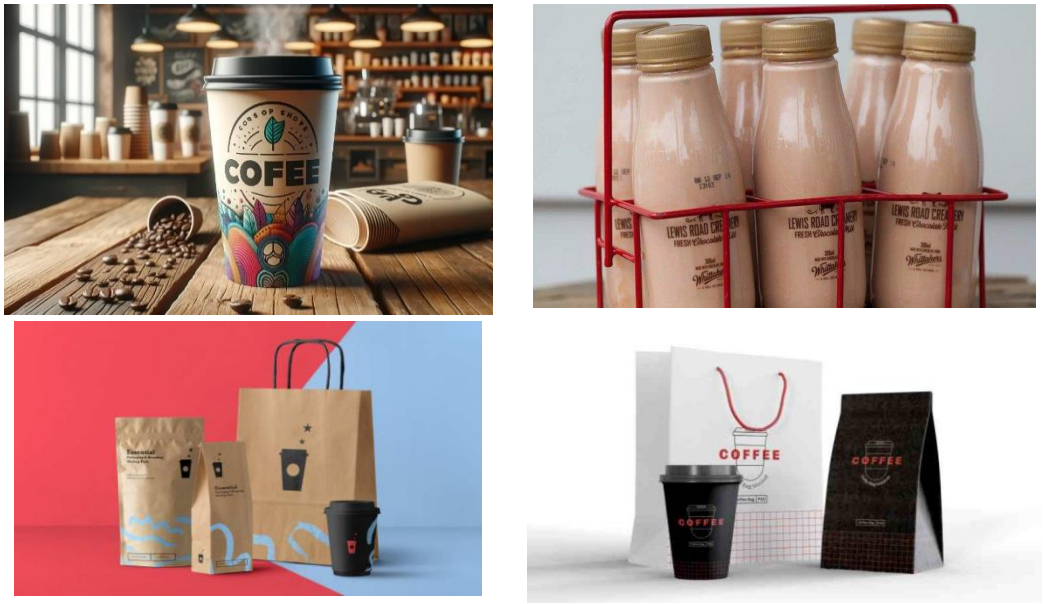
Makanan dan minuman oleh-oleh adalah produk yang dijual kepada wisatawan. Menurut Philip Kotler dan Armstrong (2000), "produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk menarik perhatian, dibeli, digunakan, atau dikonsumsi, dan yang mampu memuaskan keinginan atau kebutuhan." Untuk dapat melakukan sebuah inovasi suatu produk kemasan makanan dan minuman diperlukan suatu inovasi yang dibantu dengan infrastruktur yang ada. Adapun yang harus dilakukan oleh pelaku usaha dalam mengemas makanan dan minuman diperlukan langkah langkah sebagai berikut :

1) Nama produk (seperti bolu cukke, Kripik Pisang, Tape Bolong , dll.)
2) Menjelaskan tentang alamat produsen dimana produk dibuat.
3) Slogan "Oleh-oleh Khas Kabupaten Soppeng" yang menggambarkan rasa yang enak dan nikmat.
4) Menjelaskan secara singkat informasi tentang kehalalan, berat bersih, dan tanggal kedaluwarsa
5) Menjelaskna secara detail daftar komposisi atau bahan baku yang digunakan untuk membuat produk
6) Dibutuhkan izin produksi dari pemerintah Kabupaten Soppeng yang dikeluarkan oleh Dinas Perindustrian, Perdagangan Koperasi dan UKM Kabupaten Soppeng untuk industri skala rumah tangga

Pengemasan makanan dan minuman adalah langkah penting dalam menjaga kualitas, keamanan, dan kesegaran produk hingga sampai ke tangan konsumen. Metode pengemasan yang baik dan terbaik bukan hanya sekedar membungkus produk, tetapi juga melibatkan pemilihan bahan, desain kemasan, dan teknologi yang sesuai untuk melindungi produk dari kerusakan fisik, kontaminasi, dan penurunan kualitas selama penyimpanan dan distribusi.

Pertama, bahan kemasan yang digunakan harus sesuai dengan jenis produk yang dikemas. Untuk makanan dan minuman, bahan yang umum digunakan meliputi plastik, kertas, kaca, dan logam. Plastik sering digunakan karena fleksibel, ringan, dan bisa disesuaikan untuk berbagai jenis produk. Namun, penting untuk memilih jenis plastik yang aman untuk makanan dan tidak mengandung bahan kimia berbahaya yang dapat larut ke dalam produk. Alternatif lain seperti kaca atau logam juga bisa digunakan, terutama untuk produk yang membutuhkan perlindungan lebih kuat atau yang memiliki umur simpan panjang.

Gambar 1. Contoh kemasan makanan dan minuman



Sumber : hasil penelusuran Google, 2024

Kedua, desain kemasan harus mempertimbangkan faktor estetika dan fungsionalitas. Desain yang baik tidak hanya menarik perhatian konsumen, tetapi juga memudahkan penggunaan dan memastikan produk tetap dalam kondisi baik. Misalnya, kemasan minuman dalam botol dengan tutup ulir memungkinkan konsumen untuk menutup kembali produk setelah dibuka, menjaga kesegaran lebih lama. Desain ergonomis juga penting untuk kenyamanan konsumen saat membawa atau menggunakan produk.

Ketiga, teknologi pengemasan modern memainkan peran penting dalam memastikan keamanan produk. Teknologi seperti *vacuum packaging, modified atmosphere packaging (MAP), dan aseptic packaging* membantu mengurangi atau menghilangkan paparan oksigen, mikroorganisme, dan kontaminan lain yang dapat merusak produk. *Vacuum packaging*, misalnya, menghilangkan udara dari kemasan, memperlambat pertumbuhan bakteri dan jamur, sehingga memperpanjang umur simpan produk. MAP menggantikan udara di dalam kemasan dengan campuran gas yang memperlambat kerusakan produk.

Keempat, keberlanjutan menjadi semakin penting dalam memilih metode pengemasan. Konsumen kini lebih peduli terhadap dampak lingkungan dari kemasan yang mereka gunakan. Oleh karena itu, kemasan yang dapat didaur ulang, biodegradable, atau menggunakan bahan daur ulang menjadi pilihan yang lebih disukai. Misalnya, kemasan berbasis kertas atau bioplastik yang dapat terurai secara alami lebih ramah lingkungan dibandingkan dengan kemasan plastik konvensional.

Terakhir, dalam memilih metode pengemasan terbaik, produsen juga harus mempertimbangkan aspek regulasi dan standar keamanan pangan yang berlaku di wilayah distribusi produk mereka. Pengemasan yang tidak sesuai dengan standar dapat menyebabkan penarikan produk dari pasar, denda, atau bahkan kehilangan kepercayaan konsumen. Oleh karena itu, penting untuk selalu mengikuti perkembangan regulasi dan teknologi pengemasan yang ada demi menjaga kualitas dan reputasi produk.

KESIMPULAN

Kemasan makanan dan minuman ramah lingkungan berfokus pada penggunaan bahan yang dapat didaur ulang, terurai secara biologis, atau terbuat dari sumber daya terbarukan. Inovasi di bidang ini mencakup penggunaan kertas yang mudah terurai, kemasan bioplastik yang terbuat dari pati jagung atau tebu, dan kemasan yang dapat dimakan yang tidak menghasilkan limbah. Selain itu, ada upaya untuk mengurangi kemasan sekali pakai dengan mengadopsi ide kemasan yang dapat digunakan ulang atau minimalis. Inovasi ini bertujuan tidak hanya untuk mengurangi dampak negatif terhadap lingkungan tetapi juga untuk memenuhi permintaan konsumen yang semakin meningkat akan keberlanjutan dan tanggung jawab lingkungan.

Kerjasama dalam memperoleh bahan dan memberikan pelatihan kemasan dapat dicapai melalui kemitraan dengan pemasok bahan ramah lingkungan, kolaborasi dengan lembaga pelatihan untuk meningkatkan keterampilan kemasan, dan kerja sama dengan lembaga pemerintah serta LSM yang menawarkan dukungan untuk peraturan dan pelatihan. Melibatkan koperasi lokal atau komunitas dalam produksi kemasan serta mengembangkan program tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) dengan perusahaan besar juga dapat efektif dalam memberikan akses ke bahan kemasan berkualitas tinggi sambil memperkuat praktik kemasan yang berkelanjutan.

Faktor-faktor yang mendukung pengembangan kemasan ramah lingkungan untuk pariwisata berkelanjutan meliputi ketersediaan bahan kemasan ramah lingkungan, dukungan pemerintah melalui perundang-undangan, dan meningkatnya kesadaran serta permintaan konsumen akan produk yang berkelanjutan. Namun, tantangan seperti biaya produksi yang lebih tinggi, keterbatasan teknologi, dan kurangnya pelatihan atau pengetahuan bisnis sering kali menjadi penghalang. Untuk menciptakan solusi yang inovatif dan terjangkau, sangat penting bagi pemerintah, industri, dan institusi pendidikan untuk bekerja sama secara erat.

DAFTAR PUSTAKA

Abdillah, Yusri, and Program Studi Pariwisata. n.d. "Inovasi Dan Pengembangan Produk Ukm Handikraf Untuk Pasar Pariwisata Di Bali."

Abernathy, William J., Kim B. Clark, George White, Alan Kantrow, and Robert Hayes. 1985. "Innovation : Mapping the Winds of Creative Destruction *."

Agrusa, Jerome. 1994. "Group Tours in Hawaii." Annals of Tourism Research 21(1):146–47. doi: 10.1016/0160-7383(94)90011-6.

Ahrholdt, Dennis C., Siegfried P. Gudergan, and Christian M. Ringle. 2017. "Enhancing Service Loyalty: The Roles of Delight, Satisfaction, and Service Quality." Journal of Travel Research 56(4):436–50. doi: 10.1177/0047287516649058.

Anshori, Yusak, and Viviane Langner. 2007. "The Importance of Customer Satisfaction and Supreme Service Provision in the Hotel Industry: A Case Study of Surabaya Plaza Hotel." Jurnal Manajemen Perhotelan 3(1):18–25. doi: 10.9744/jmp.3.1.18-25.

Babin, By Barry J., Mitch Griffin, James S. Boles, J. Barry, Mitch Griffin, James S. Boles, and Buyer Reactions. 2004. "Buyer Reactions to Ethical Beliefs in the Retail Environment By: Barry J. Babin, Mitch Griffin, and James S. Boles Babin, Barry J., Mitch Griffin, and James S. Boles, 'Buyer Reactions to Ethical Beliefs in the Retail Environment,.'" 57:1155–63.

Barber, Nelson. 2016. "'Green' Wine Packaging: Targeting Environmental Consumers." International Journal of Wine Business Research 22(4):423–44.

Bessiere, J. 1998. "Local Development and Heritage: Traditional Food and Cuisine as Tourist Attractions in Rural Areas." Sociologia Ruralis 38(1):21–34. doi: 10.1111/1467-9523.00061.

Cerutti, Alessandro K., Gabriele L. Beccaro, Sander Bruun, Dario Donno, Luca Bonvegna, and Giancarlo Bounous. 2016. "Assessment Methods for Sustainable Tourism Declarations: The Case of Holiday Farms." Journal of Cleaner Production 111:511–19. doi: 10.1016/j.jclepro.2014.12.032.

Chin, Chee Hua, Chee Ling Chin, and Winnie Poh Ming Wong. 2018. "The Implementation of Green Marketing Tools in Rural Tourism: The Readiness of Tourists?" Journal of Hospitality Marketing and Management 27(3):261–80. doi: 10.1080/19368623.2017.1359723.

Derek, Marta. 2021. "Nature on a Plate: Linking Food and Tourism within the Ecosystem Services Framework." Sustainability (Switzerland) 13(4):1–17. doi: 10.3390/su13041687.

Desy Purwanti Atmaja, Martinus Febrian Adiwinata. 2013. "PENGARUH PRODUK, HARGA, LOKASI DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI KOPITIAM OEY SURABAYA." Vol. 1 No.:551–62.

Ernawati, Diah. 2019. "Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hi Jack Sandals Bandung." JWM (Jurnal Wawasan Manajemen) 7(1):17. doi: 10.20527/jwm.v7i1.173.

Ernawati, Ni Made, Dale Sanders, and Ross Dowling. 2017. "Host–Guest Orientations of Community-Based Tourism Products: A Case Study in Bali, Indonesia." International Journal of Tourism Research 19(3):367–82. doi: 10.1002/jtr.2119.

Eugene W. Anderson, Claes Fornell, &. Donald R. Lehmann. n.d. "Customer_satisfaction_market_share_and_p.Pdf."

Filimonau, Viachaslau, and Delysia A. De Coteau. 2019. "Food Waste Management in Hospitality Operations: A Critical Review." Tourism Management 71(April 2018):234–45. doi: 10.1016/j.tourman.2018.10.009.

Giurea, Ramona, Ilaria Precazzini, Marco Ragazzi, Moise Ioan Achim, Lucian Ionel Cioca, Fabio Conti, Vincenzo Torretta, and Elena Cristina Rada. 2018. "Good Practices and Actions for Sustainable Municipal Solid Waste Management in the Tourist Sector." Resources 7(3):1–12. doi: 10.3390/resources7030051.

Grönroos, Christian. 1984. "A Service Quality Model and Its Marketing Implications." European Journal of Marketing 18(4):36–44. doi: 10.1108/EUM0000000004784.

Kadek, Luh, Budi Martini, Ni Putu Widiastuti, Komang Sri, Wahyuni Prabawathi, and Tinggi Bisnis Runata. 2023. "DIGITAL MARKETING DAN PERANAN ELECTRONIC WORD OF MOUTH SERTA INOVASI PRODUK PARIWISATA PENGARUHNYA TERHADAP LOYALITAS WISATAWAN DI MUSEUM GEOPARK." 4(2):112–24.

Komunikasi, Dinas, and D. A. N. Informatika. 2024. "Nota Dinas SKP.Pdf." (2).

Kristen, Universitas, and Petra Surabaya. 2003. "DI SURABAYA DITINJAU DARI DERAJAT PEMENUHAN KEPUASAN."

Maflahah, Iffan. 2012. "DESAIN KEMASAN MAKANAN TRADISIONAL MADURA DALAM Packages Are Denoting an Attribute of a Product , It Can Be Information Media and Affect the Image the Brand of Product . Design an Attractive Product Packaging Will Be Identity and Distinctive Characteristi." Agrointek 6(2):118–22.

Margono, Samodro. 2018. "Upaya Meningkatkan Daya Tarik Produk Makanan Dan Minuman Oleh-Oleh Di Tempat Destinasi Wisata Melalui Kajian Tanda Pada Desain Kemasan." Widyakala Journal 5(1):66. doi: 10.36262/widyakala.v5i1.102.

Maria, Monica, and Mohamad Yusak Anshori. 2016. "Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen King Cake." Jurnal Manajemen Teori Dan Terapan| Journal of Theory and Applied Management 6(1):50–51. doi: 10.20473/jmtt.v6i1.2654.

Meilani, Yohana F. Cahya Palupi, and Sahat Simanjuntak. 2011. "Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Produk Makanan Dan Minuman Usaha Kecil Menengah Kabupaten Tangerang." Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan 14(2). doi: 10.9744/jmk.14.2.164-172.

Naryono, Endang. 2020. "Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Bengkel Pt. Honda Perdana Sukabumi." Jurnal Ekonomedia 9(02):57–72.

Purworejo, Kab, and Jawa Tengah. n.d. "(Studi Kasus Inovasi Pembangunan Pariwisata Kab Purworejo Jawa Tengah)."

Putri Apriyanti, Djasuro Surya, and Lutfi. 2017. "Analisis Kualitas Layanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening (Studi Empirik Nasabah Tabungan Tandamata Bank BJB Cabang Serang)." Jurnal Riset Bisnis Dan

Manajemen Tirtayasa 1(2):159–65.
Santhi, Dharma. 2016. "Plastik Sebagai Kemasan Makanan Dan Minuman." Bagian Patologi Klinik PSPD FK UNUD (April):1–11.
Sara, Rod. 1990. "Packaging as a Retail Marketing Tool." International Journal of Physical Distribution & Logistics Management 20(8):29–30. doi: 10.1108/EUM0000000000372.
Suherlan, Yayan. 2018. "Model Balai Pengembangan Kemasan." Model Balai Pengembangan Kemasan Ramah Lingkungan Untuk Meningkatkan Daya Saing Produk Lokal Umkm Pangan Olahan Menghadapi Pasar Global (d):290–301.
Syamsudin, Farid Wajdi, and Aflit Nuryulia. 2015. "Desain Kemasan Makanan Kub Sukarasa Di Desa Wisata Organik Sukorejo Sragen." Managemen Dan Bisnis 19(2):181–88.
Zhou, Fen Fen, Jian Jun Liao, and Jiao Teng. 2014. "Green Ecological Design Research of Tourism Product Packaging." Applied Mechanics and Materials 670–671:960–63. doi: 10.4028/www.scientific.net/AMM.670-671.960.

work is licensed under a
Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License