

## Inovasi Kuliner Ramah Anak di Desa Banjarsari Melalui Pengembangan Produk Tape Mochi Layak Hilirisasi

Eka Putri Surya<sup>1</sup>, Mohamad Firzon Ainur Roziqin<sup>2</sup>, Iriaji<sup>3</sup>, Alby Aruna<sup>4</sup>, Adinda Marcelliantika<sup>5</sup>, Ginanjar Atma Wijaya<sup>6</sup>

<sup>123456</sup>Universitas Negeri Malang

eka.putri.2304318@students.um.ac.id<sup>1</sup>,

mohamad.firzon.2305348@students.um.ac.id<sup>2</sup>, iriaji.fs@um.ac.id<sup>3</sup>,

alby.aruna.2301218@students.um.ac.id<sup>4</sup>, adinda2231@gmail.com<sup>5</sup>,

ginanjar.atma.1902146@students.um.ac.id<sup>6</sup>

### ABSTRACT

*The culinary innovation for children in Banjarsari Village through the development of Tape Mochi products suitable for down streaming aims to enhance the appeal and added value of local products. This program combines traditional and modern methods in creating Tape Mochi, an innovative product that integrates tape as the main ingredient with the child-friendly texture of mochi. Methods include recipe research and development, product trials, technical training for producers, and evaluation through consumer feedback. Results indicate increased interest and satisfaction among consumers regarding Tape Mochi. The implementation of this product is expected to support local culinary diversification, boost the village economy, and introduce children to traditional foods in an engaging manner.*

**Keywords:** Culinary Innovation; Child-Friendly; Tape Mochi; Downstreaming; Banjarsari Village

### ABSTRAK

Inovasi kuliner ramah anak di Desa Banjarsari melalui pengembangan produk Tape Mochi layak hilirisasi bertujuan untuk meningkatkan daya tarik dan nilai tambah produk lokal. Program ini menggabungkan metode tradisional dan modern dalam pembuatan Tape Mochi, sebuah produk inovatif yang menggabungkan tape sebagai bahan utama dengan tekstur mochi yang disukai anak-anak. Metode yang digunakan meliputi penelitian dan pengembangan resep, uji coba produk, pelatihan teknis bagi produsen, dan evaluasi melalui umpan balik konsumen. Hasil menunjukkan peningkatan minat dan kepuasan konsumen terhadap produk Tape Mochi. Implementasi produk ini diharapkan dapat mendukung diversifikasi kuliner lokal, meningkatkan perekonomian desa, dan memperkenalkan anak-anak pada makanan tradisional dengan cara yang menarik.

**Kata kunci:** Inovasi Kuliner; Ramah Anak; Tape Mochi; Hilirisasi; Desa Banjarsari

### PENDAHULUAN

Inovasi kuliner merupakan salah satu strategi penting dalam pengembangan industri makanan yang berkelanjutan dan kompetitif, terutama di era globalisasi saat ini. Desa Banjarsari, yang terletak di wilayah Jawa Timur, Indonesia, memiliki potensi besar dalam industri kuliner tradisional, khususnya dalam produksi tape. Tape, sebagai produk fermentasi ketela, telah menjadi bagian integral dari budaya kuliner

lokal dan memiliki nilai gizi tinggi (Hutagalung & Hermawan, 2020). Namun, untuk meningkatkan daya tarik dan nilai tambah produk lokal, diperlukan inovasi yang menggabungkan cita rasa tradisional dengan preferensi modern, terutama untuk segmen konsumen muda. Produk Tape Mochi adalah salah satu inovasi kuliner yang bertujuan untuk memadukan tape sebagai bahan utama dengan tekstur mochi yang kenyal dan disukai anak-anak. Mochi, makanan tradisional Jepang yang berbahan dasar tepung ketan, terkenal dengan teksturnya yang lembut dan kenyal, serta mudah dibentuk menjadi berbagai varian rasa dan bentuk yang menarik. Kombinasi antara tape dan mochi diharapkan dapat menciptakan produk kuliner baru yang tidak hanya lezat tetapi juga memiliki daya tarik visual yang tinggi, sehingga menarik minat anak-anak dan generasi muda (Purnamasari, Sari, et al., 2023).

Pengembangan produk Tape Mochi di Desa Banjarsari memiliki beberapa tujuan utama (Abbas & Sutrisno, 2022; Prasetyanti & Kusuma, 2020). Pertama, untuk meningkatkan nilai tambah produk tape lokal dengan menciptakan varian produk yang inovatif dan ramah anak. Kedua, untuk mendukung diversifikasi kuliner lokal sehingga dapat meningkatkan perekonomian desa melalui peningkatan penjualan produk tape yang telah dimodifikasi menjadi Tape Mochi. Ketiga, untuk memperkenalkan makanan tradisional kepada anak-anak dengan cara yang menarik dan sesuai dengan preferensi mereka, sehingga dapat meningkatkan apresiasi mereka terhadap warisan kuliner lokal. Pengembangan produk Tape Mochi melibatkan beberapa tahap penting, mulai dari penelitian dan pengembangan resep, uji coba produk, hingga pelatihan teknis bagi produsen (Prasetyo et al., 2023). Penelitian dan pengembangan resep dilakukan untuk menemukan kombinasi yang tepat antara tape dan mochi, sehingga menghasilkan produk dengan cita rasa yang seimbang dan tekstur yang sesuai dengan preferensi anak-anak. Uji coba produk dilakukan untuk memastikan kualitas dan konsistensi produk, serta mendapatkan umpan balik dari konsumen mengenai rasa, tekstur, dan penampilan Tape Mochi (Purnamasari, Winarno, et al., 2023).

Pelatihan teknis bagi produsen sangat penting untuk memastikan bahwa proses produksi Tape Mochi dapat dilakukan dengan baik dan efisien. Pelatihan ini mencakup berbagai aspek, mulai dari pemilihan bahan baku, teknik fermentasi tape, pembuatan mochi, hingga pengemasan produk akhir (Prasetyo et al., 2024). Dengan pelatihan yang memadai, produsen di Desa Banjarsari diharapkan dapat menghasilkan Tape Mochi dengan kualitas yang tinggi dan konsisten, serta mampu memenuhi permintaan pasar yang terus meningkat. Evaluasi efektivitas produk dilakukan melalui survei dan umpan balik dari konsumen, terutama anak-anak dan orang tua (Nurgiartha & Rosdiana, 2019). Umpan balik ini sangat penting untuk menilai sejauh mana produk Tape Mochi berhasil meningkatkan minat dan kepuasan konsumen. Selain itu, evaluasi juga dapat memberikan wawasan mengenai area yang perlu diperbaiki dalam proses produksi atau pengembangan produk, sehingga Tape Mochi dapat terus disempurnakan dan ditingkatkan kualitasnya (Sudianing & Sandiasa, 2020).

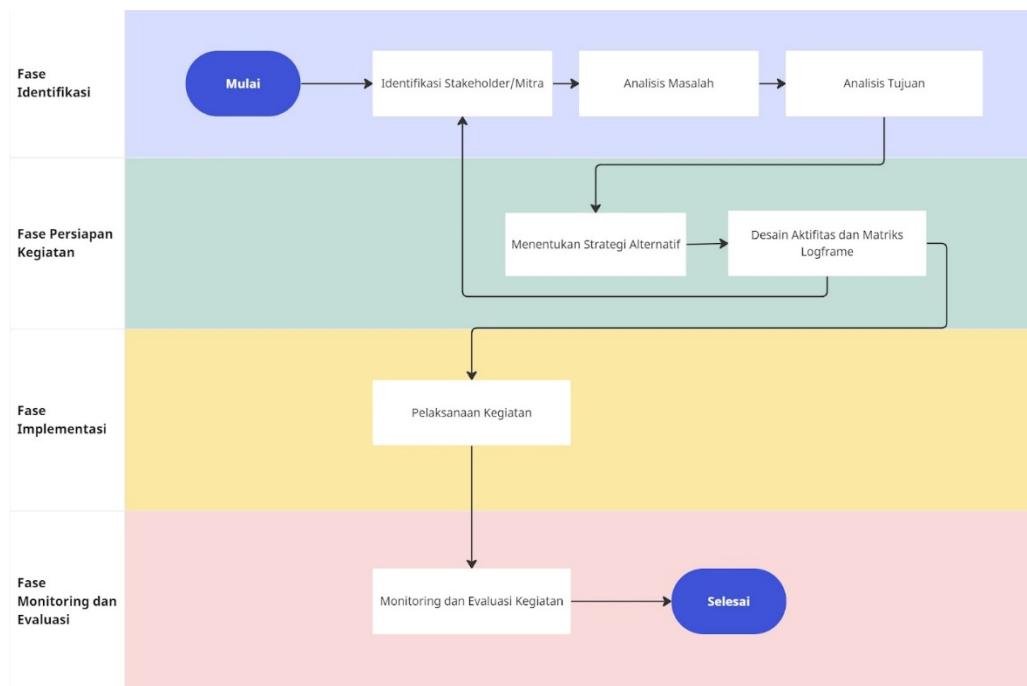
Hasil dari pengembangan dan implementasi produk Tape Mochi di Desa Banjarsari menunjukkan beberapa manfaat signifikan (Fitriana et al., 2024; Wulandari et al., 2021). Pertama, peningkatan minat dan kepuasan konsumen terhadap produk Tape Mochi. Produk ini berhasil menarik perhatian anak-anak dan generasi muda, yang tertarik dengan kombinasi cita rasa tape yang khas dan tekstur mochi yang kenyal. Kedua, peningkatan nilai tambah produk tape lokal. Dengan mengembangkan varian produk yang inovatif, nilai jual tape meningkat, sehingga memberikan manfaat ekonomi bagi produsen di Desa Banjarsari. Ketiga, dukungan terhadap diversifikasi kuliner lokal. Produk Tape Mochi menambah variasi kuliner di Desa Banjarsari, yang dapat menarik lebih banyak wisatawan dan pembeli, sehingga meningkatkan perekonomian lokal. Implementasi produk Tape Mochi juga memberikan dampak positif terhadap ekonomi lokal. Dengan meningkatnya permintaan terhadap Tape Mochi, pendapatan produsen tape di Desa Banjarsari juga meningkat. Selain itu, penggunaan bahan baku lokal dalam pembuatan Tape Mochi juga mendukung perekonomian setempat dan menciptakan lapangan kerja baru di sektor produksi dan pemasaran (Linggarwati et al., 2022). Hal ini sejalan dengan tujuan pembangunan ekonomi berkelanjutan yang bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat lokal melalui pengembangan industri kreatif dan inovatif.

Pentingnya dukungan dari berbagai pihak, termasuk pemerintah, lembaga pendidikan, dan sektor swasta, tidak dapat diabaikan dalam keberhasilan dan keberlanjutan program ini. Pemerintah dapat memberikan dukungan kebijakan dan pendanaan untuk mendorong inovasi kuliner dan pengembangan produk local (Dwiningwarni et al., 2023). Lembaga pendidikan dapat berkontribusi melalui penelitian dan pengembangan teknologi pangan serta memberikan pelatihan kepada produsen (Nurmianto & Anzip, 2022). Sektor swasta, terutama perusahaan di bidang makanan dan minuman, dapat berkolaborasi dengan produsen tape untuk mengembangkan dan memasarkan produk Tape Mochi (Vidyananda & Pradana, 2020). Kolaborasi yang efektif antara berbagai pihak ini juga penting untuk mengatasi berbagai tantangan yang mungkin dihadapi dalam implementasi produk Tape Mochi. Misalnya, kesulitan dalam memperoleh bahan baku berkualitas tinggi, tantangan dalam proses produksi yang membutuhkan keterampilan khusus, dan kebutuhan akan strategi pemasaran yang efektif untuk memperkenalkan produk baru kepada konsumen. Dengan komunikasi yang baik, komitmen yang kuat, dan pendekatan yang fleksibel, tantangan-tantangan ini dapat diatasi untuk mencapai tujuan bersama. Dalam jangka panjang, inovasi kuliner ramah anak melalui pengembangan produk Tape Mochi di Desa Banjarsari diharapkan dapat memberikan dampak positif yang berkelanjutan bagi masyarakat dan lingkungan. Pertama, program ini dapat mendukung pelestarian budaya kuliner lokal. Dengan mengenalkan makanan tradisional dalam bentuk yang menarik bagi anak-anak, program ini dapat membantu melestarikan warisan kuliner dan meningkatkan apresiasi generasi muda terhadap budaya lokal. Kedua, program ini dapat mendukung pengembangan ekonomi lokal yang berkelanjutan. Diversifikasi produk kuliner dapat membuka peluang pasar baru, meningkatkan pendapatan produsen, dan menciptakan lapangan kerja. Ketiga,

program ini dapat berkontribusi pada keberlanjutan lingkungan. Penggunaan bahan baku lokal dan proses produksi yang efisien dapat mengurangi dampak lingkungan dan mendukung praktik pertanian yang berkelanjutan.

### METODE PENELITIAN

Pengembangan produk tape mochi di Desa Banjarsari melalui pendekatan *Logical Framework Approach* (LFA) adalah inisiatif strategis untuk menciptakan inovasi kuliner ramah anak yang layak dihilirisasikan. LFA adalah metodologi yang dirancang untuk memastikan perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi proyek dilakukan secara sistematis dan logis, sehingga setiap langkah mendukung pencapaian tujuan akhir (Arieli et al., 2021). Dalam konteks ini, LFA membantu merumuskan strategi pengembangan produk tape mochi yang tidak hanya lezat dan menarik bagi anak-anak, tetapi juga memiliki potensi pasar yang kuat.



**Gambar 1. Metode *Logical Framework Approach* (LFA)**

Sumber: Dokumen penulis, 2024

Tahap pertama dalam metode LFA adalah Fase Identifikasi. Proses ini dimulai dengan identifikasi *stakeholder* dan mitra yang relevan, seperti pengrajin tape, pelaku usaha kuliner, pemerintah desa, serta akademisi dan ahli gizi anak. Identifikasi *stakeholder* bertujuan untuk memahami peran dan kontribusi masing-masing pihak dalam pengembangan produk tape mochi (Xu et al., 2020). Setelah itu, dilakukan analisis masalah untuk mengidentifikasi kendala dan tantangan yang dihadapi dalam pengembangan produk ini. Masalah yang sering muncul meliputi keterbatasan akses bahan baku berkualitas, kurangnya pengetahuan tentang teknologi pengolahan tape

mochi, serta minimnya strategi pemasaran yang efektif. Setelah analisis masalah, langkah berikutnya adalah analisis tujuan. Tujuan utama dari program ini adalah menciptakan produk tape mochi yang ramah anak dan layak hilirisasi, dengan memperhatikan aspek gizi, rasa, dan daya tarik visual. Analisis tujuan membantu dalam merumuskan indikator keberhasilan yang jelas dan terukur, seperti peningkatan volume produksi, peningkatan penjualan, dan peningkatan kepuasan konsumen (Tagliaferri & Aldini, 2018).

Fase kedua adalah Fase Persiapan Kegiatan. Pada tahap ini, ditentukan strategi alternatif yang dapat digunakan untuk mencapai tujuan program. Berbagai pendekatan dan teknologi dipertimbangkan, termasuk penggunaan bahan baku organik, penerapan teknologi pengolahan modern, dan strategi pemasaran digital (White & Frederiksen, 2018). Setelah strategi alternatif dipilih, langkah berikutnya adalah desain aktivitas dan matriks *logframe*. Desain aktivitas mencakup perencanaan rinci dari setiap kegiatan, mulai dari pelatihan pengrajin, pengembangan resep, hingga strategi pemasaran. Matriks *logframe* adalah alat yang sangat penting dalam LFA, karena membantu merumuskan tujuan, *output*, aktivitas, dan indikator keberhasilan secara terstruktur. Matriks ini memberikan gambaran menyeluruh tentang hubungan antara tujuan program, sumber daya yang dibutuhkan, dan hasil yang diharapkan. Penggunaan matriks *logframe* memastikan bahwa setiap langkah dalam program ini dirancang untuk mendukung pencapaian tujuan secara efisien dan efektif (Niu et al., 2022).

Tahap ketiga adalah Fase Implementasi. Pada tahap ini, dilakukan pelaksanaan kegiatan sesuai dengan desain aktivitas yang telah disusun. Pelaksanaan kegiatan mencakup pengembangan dan penerapan teknologi pengolahan tape mochi, serta strategi pemasaran yang efektif. Teknologi pengolahan yang modern dan higienis diterapkan untuk memastikan produk tape mochi yang dihasilkan berkualitas tinggi dan aman untuk dikonsumsi anak-anak (Arieli et al., 2021). Selain itu, pelatihan diberikan kepada pengrajin tape dan pelaku usaha kuliner mengenai cara pengolahan dan penyajian tape mochi yang menarik dan bergizi. Strategi pemasaran digital digunakan untuk meningkatkan jangkauan pasar dan menarik minat konsumen. Platform media sosial dan *e-commerce* dimanfaatkan untuk mempromosikan produk tape mochi, dengan konten yang menarik dan informatif mengenai manfaat gizi dan lezatnya produk. Kerja sama dengan *influencer* kuliner dan ahli gizi anak juga dilakukan untuk memperkuat *branding* dan kredibilitas produk. Tahap keempat adalah Fase *Monitoring* dan Evaluasi. *Monitoring* dan evaluasi kegiatan dilakukan secara berkala untuk menilai kemajuan dan efektivitas program. *Monitoring* dilakukan dengan mengumpulkan data mengenai pelaksanaan kegiatan, hasil yang dicapai, dan umpan balik dari *stakeholder*. Evaluasi dilakukan untuk menilai dampak program terhadap peningkatan produksi dan penjualan tape mochi, serta kepuasan konsumen (Xu et al., 2020). Evaluasi dampak bertujuan untuk mengukur sejauh mana program ini berhasil mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Pengukuran terhadap tujuan dilakukan dengan menggunakan indikator keberhasilan

yang telah dirumuskan dalam matriks *logframe*. Refleksi dan pembelajaran dari hasil *monitoring* dan evaluasi digunakan untuk mengidentifikasi area yang perlu ditingkatkan dan merumuskan rekomendasi untuk perbaikan program di masa depan.

Dengan menggunakan metode LFA, pengembangan produk tape mochi di Desa Banjarsari dapat dilakukan secara sistematis dan terstruktur, memastikan setiap langkah saling mendukung dalam mencapai tujuan akhir (Tagliaferri & Aldini, 2018). Pendekatan ini tidak hanya meningkatkan kualitas dan daya saing produk tape mochi, tetapi juga menciptakan inovasi kuliner yang ramah anak dan memiliki potensi pasar yang kuat. Melalui kolaborasi yang erat antara berbagai *stakeholder*, program ini diharapkan dapat memberikan kontribusi signifikan terhadap pembangunan ekonomi dan sosial di Desa Banjarsari. Implementasi sistem informasi terpadu dan teknologi *Celestial Cartography* dalam industri tape di Desa Banjarsari merupakan contoh nyata bagaimana teknologi dapat digunakan untuk meningkatkan efisiensi operasional dan daya tarik wisata. Metode LFA memberikan kerangka kerja yang sistematis untuk merencanakan, mengelola, dan mengevaluasi program ini, memastikan bahwa setiap langkah dilakukan dengan mempertimbangkan kebutuhan dan harapan masyarakat. Dengan demikian, program ini tidak hanya memberikan manfaat ekonomi bagi pengusaha tape, tetapi juga meningkatkan kualitas hidup masyarakat Desa Banjarsari secara keseluruhan.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Perancangan dan Implementasi Kelas Simulasi Visual

Kelas ini dirancang untuk mengintegrasikan inovasi kuliner dengan teknologi visual dan media imersif, fokus pada pengembangan produk Tape Mochi yang ramah anak. Siswa akan mempelajari teknik desain grafis, animasi produk makanan, dan pemasaran virtual melalui realitas virtual, yang memungkinkan mereka untuk menciptakan presentasi yang menarik dan interaktif dari Tape Mochi. Implementasi kelas melibatkan penggunaan perangkat lunak desain dan *hardware* yang mendukung kreativitas dalam pengembangan produk kuliner yang sehat dan menarik bagi anak-anak. Implementasi kelas yang menggunakan perangkat lunak desain dan *hardware* yang mendukung kreativitas dapat membantu siswa mengembangkan produk kuliner yang lebih inovatif. Kelas ini dirancang untuk memungkinkan siswa mempelajari teknik desain grafis, animasi produk makanan, dan pemasaran virtual melalui realitas virtual (VR). Melalui pendekatan ini, siswa dapat menciptakan presentasi yang menarik dan interaktif dari Tape Mochi, meningkatkan keterampilan kreatif dan teknis mereka.

Proses pembelajaran dimulai dengan pengenalan dasar-dasar desain grafis. Siswa diajarkan cara menggunakan Adobe Illustrator untuk membuat desain kemasan yang fungsional dan menarik. Mereka belajar tentang pentingnya elemen visual seperti warna yang cerah dan desain yang ramah anak untuk menarik

perhatian pasar target mereka. Sesi ini diikuti oleh latihan praktis di mana siswa mengaplikasikan teori yang telah dipelajari untuk membuat desain kemasan Tape Mochi yang unik dan menarik. Selanjutnya, siswa diperkenalkan pada animasi produk makanan. Melalui penggunaan Adobe After Effects, mereka belajar membuat animasi yang menggambarkan proses pembuatan Tape Mochi. Animasi ini berfungsi untuk menjelaskan setiap tahap pembuatan dengan jelas, dari fermentasi tape hingga pengemasan mochi. Animasi yang dibuat oleh siswa kemudian digunakan dalam presentasi produk mereka, menambah dimensi visual yang dinamis dan menarik. Bagian terakhir dari kurikulum adalah pemasaran virtual melalui VR. Siswa belajar cara mengembangkan presentasi VR yang memungkinkan pengguna mengalami produk Tape Mochi dalam lingkungan virtual. Dengan menggunakan *headset* VR, pengguna dapat melihat bagaimana Tape Mochi dibuat, menjelajahi berbagai varian rasa, dan memahami manfaat nutrisinya. Presentasi VR ini dibuat oleh siswa bekerja dalam tim, menggabungkan desain grafis, animasi, dan elemen interaktif untuk menciptakan pengalaman yang benar-benar imersif.

Pendekatan ini dipilih karena beberapa alasan yang kuat. Pertama, teknologi visual dan media imersif seperti VR menawarkan cara yang lebih menarik dan efektif untuk mengajarkan konsep-konsep yang kompleks. Desain grafis dan animasi membantu siswa memahami dan menerapkan teori dengan cara yang lebih praktis dan visual. Penggunaan VR dalam pemasaran memberikan siswa pengalaman langsung tentang bagaimana teknologi dapat digunakan untuk menciptakan kampanye pemasaran yang inovatif dan efektif. VR memungkinkan siswa untuk berpikir di luar kotak dan menciptakan presentasi yang tidak hanya informatif tetapi juga memikat. Pendekatan ini mendorong kolaborasi dan kerja tim. Dalam mengembangkan presentasi VR, siswa harus bekerja sama, berbagi ide, dan memecahkan masalah bersama. Ini membantu mereka mengembangkan keterampilan interpersonal dan kolaboratif yang penting dalam dunia kerja.

### **Analisis Kebutuhan Kurikulum dan Industri**

Analisis kebutuhan dilakukan dengan menggali informasi dari *stakeholder* di industri kuliner dan pendidikan, serta dari kelompok target konsumen (orang tua dan anak-anak) di Desa Banjarsari. Hasilnya menunjukkan permintaan tinggi untuk produk makanan yang sehat, inovatif, dan menarik bagi anak-anak. Kurikulum dirancang untuk menyesuaikan dengan ekspektasi pasar dan kebutuhan nutrisi anak, mempersiapkan peserta didik untuk mengembangkan produk yang berorientasi masa depan dengan aplikasi teknologi visual. Desa Banjarsari sedang berusaha untuk memanfaatkan inovasi dalam kuliner dan teknologi untuk menciptakan produk yang tidak hanya menarik tetapi juga ramah anak dan sehat. Salah satu inisiatif terbarunya adalah pengembangan Tape Mochi, produk kuliner yang menggabungkan tape dan mochi untuk menciptakan makanan yang unik dan bergizi. Untuk mendukung inisiatif ini, perlu adanya kurikulum yang komprehensif dan relevan serta keterlibatan industri untuk mengintegrasikan teknologi visual dan media imersif dalam proses pembelajaran.

Survei dengan orang tua dan anak-anak di Desa Banjarsari memberikan wawasan berharga tentang preferensi mereka terkait produk kuliner. Orang tua menekankan pentingnya produk yang sehat dan aman dikonsumsi oleh anak-anak. Mereka menginginkan produk dengan informasi gizi yang jelas dan transparan pada kemasannya, sehingga mereka dapat membuat keputusan yang lebih baik tentang makanan yang mereka berikan kepada anak-anak mereka. Selain aspek kesehatan, orang tua juga mencari produk yang menarik secara visual. Kemasan yang menarik dengan desain yang cerah dan bentuk yang kreatif sangat penting untuk menarik perhatian anak-anak. Anak-anak, di sisi lain, menginginkan makanan yang tidak hanya enak tetapi juga menyenangkan untuk dilihat. Mereka menyukai produk dengan warna yang cerah, bentuk yang lucu, dan elemen visual yang menarik.

Berdasarkan temuan dari analisis kebutuhan ini, maka diperlukan kurikulum yang mencakup pelatihan dalam desain grafis, animasi produk makanan, dan pemasaran virtual melalui VR. Ini akan memberikan siswa keterampilan yang diperlukan untuk mengembangkan produk kuliner yang inovatif dan menarik. Selain itu, program pengembangan profesional yang berkelanjutan untuk guru dan tenaga pengajar harus disediakan untuk memastikan mereka dapat mendukung siswa dengan baik. Dengan pendekatan yang terintegrasi dan dukungan yang kuat dari semua *stakeholder*, Desa Banjarsari dapat menjadi pusat inovasi kuliner yang diakui secara luas, memproduksi produk yang sehat, menarik, dan berdaya saing tinggi. Analisis kebutuhan ini menyediakan dasar yang kuat untuk pengembangan kurikulum dan industri yang relevan, memastikan bahwa setiap aspek dari proses pembelajaran dan produksi dapat memenuhi kebutuhan dan harapan konsumen serta industri.

### **Evaluasi Dampak Pendidikan dan Respons Industri**

Evaluasi dilakukan dengan mengukur peningkatan pengetahuan dan keterampilan siswa dalam desain produk dan pemasaran digital. Sebelum dan setelah pelatihan, siswa mengembangkan prototipe produk dan melakukan presentasi virtual kepada panel orang tua dan profesional industri. Peningkatan yang signifikan dalam desain kreatif dan teknik pemasaran dicatat, dengan respons industri yang sangat positif, mengakui bahwa produk yang dikembangkan siswa memiliki potensi pasar yang tinggi dan sesuai dengan tren konsumsi sehat. Desa Banjarsari, yang terkenal dengan produk tape tradisional, telah mengalami transformasi besar dalam beberapa tahun terakhir. Salah satu inovasi yang paling menonjol adalah pengembangan produk Tape Mochi yang ramah anak. Melalui penggunaan teknologi visual, teknik desain kreatif, dan strategi pemasaran yang inovatif, desa ini tidak hanya meningkatkan kualitas produk tetapi juga berhasil menarik perhatian industri kuliner secara lebih luas. Produsen diajarkan untuk memulai dengan konsep dasar desain yang melibatkan pemilihan warna, tipografi, dan tata letak yang sesuai dengan selera anak-anak. Warna-warna cerah dan karakter yang lucu menjadi elemen utama dalam desain kemasan Tape Mochi. Dengan pelatihan yang komprehensif dalam penggunaan perangkat lunak seperti Adobe Illustrator dan Photoshop, produsen tape

kini mampu menciptakan desain kemasan yang tidak hanya fungsional tetapi juga estetis dan menarik bagi anak-anak.

Penggunaan realitas virtual (VR) dalam pemasaran adalah langkah inovatif lainnya yang diambil oleh Desa Banjarsari. Dengan VR, produsen dapat menciptakan pengalaman pemasaran yang imersif, di mana konsumen, terutama anak-anak dan orang tua, dapat mengalami proses pembuatan Tape Mochi secara virtual. Dalam lingkungan VR, pengguna dapat melihat bagaimana tape diproses menjadi mochi, memahami nilai gizi setiap bahan, dan bahkan "mencicipi" produk melalui visual dan deskripsi yang mendetail. Hal ini tidak hanya meningkatkan kesadaran tentang produk tetapi juga membangun kepercayaan konsumen terhadap kualitas dan keamanan Tape Mochi. Kampanye media sosial juga mendorong keterlibatan konsumen melalui kontes dan tantangan. Melalui media sosial sebagai platform utama dalam strategi pemasaran tape mochi, kampanye dilakukan dengan melibatkan pembuatan konten menarik video tutorial, animasi produk, dan cerita pengguna yang menampilkan anak-anak menikmati Tape Mochi. Inovasi dalam produk Tape Mochi telah membawa dampak positif bagi kesejahteraan ekonomi di Desa Banjarsari. Peningkatan permintaan dan penjualan Tape Mochi menciptakan lebih banyak lapangan kerja dan meningkatkan pendapatan bagi para produsen dan pekerja lokal. Industri kuliner merespons dengan sangat positif terhadap inovasi yang dilakukan di Desa Banjarsari. Tape Mochi yang awalnya hanya dikenal secara lokal kini mulai dikenal di tingkat regional dan nasional. Produsen besar dan pengecer mulai tertarik untuk menjalin kemitraan dan mendistribusikan Tape Mochi ke pasar yang lebih luas.

### **Rekomendasi untuk Pengembangan Kurikulum**

Pembaruan periodik kurikulum adalah kunci untuk memastikan bahwa pendidikan tetap relevan dengan tren terbaru dan kebutuhan industri. Proses pembaruan kurikulum dimulai dengan pemantauan terus-menerus terhadap tren teknologi *emergent*. Tim pendidikan dan pengembangan di Desa Banjarsari secara aktif mengikuti perkembangan terbaru dalam teknologi yang dapat diterapkan dalam industri kuliner dan pendidikan. Mereka berpartisipasi dalam konferensi teknologi, mengikuti publikasi ilmiah, dan menjalin hubungan dengan universitas dan lembaga penelitian untuk tetap *up-to-date* dengan inovasi terbaru. Setelah mengidentifikasi teknologi baru, langkah berikutnya adalah mengevaluasi kesesuaiannya dengan kebutuhan lokal dan tujuan pendidikan di Desa Banjarsari. Ini melibatkan penilaian apakah teknologi tersebut dapat diintegrasikan secara efektif ke dalam kurikulum dan apakah itu memberikan manfaat yang signifikan bagi siswa dan industri kuliner. Umpan balik yang dikumpulkan kemudian dievaluasi dan dianalisis untuk mengidentifikasi tren dan area perbaikan. Misalnya, jika konsumen menunjukkan minat yang meningkat pada kemasan yang lebih ramah lingkungan, ini akan memicu penyesuaian dalam modul desain kemasan dalam kurikulum. Demikian juga, jika ada permintaan untuk varian rasa baru, ini akan dimasukkan dalam sesi pengembangan produk.

Dengan pembaruan periodik kurikulum berdasarkan teknologi *emergent* dan *feedback* pasar, siswa di Desa Banjarsari tidak hanya mendapatkan keterampilan teknis yang relevan tetapi juga kesempatan untuk berinovasi dalam industri kuliner ramah anak. Mereka belajar bagaimana menggunakan teknologi terbaru untuk menciptakan produk yang menarik dan sehat, serta bagaimana memasarkan produk mereka dengan cara yang efektif dan inovatif. Ini membuka peluang besar bagi mereka untuk menawarkan solusi yang berkelanjutan dan populer di pasar. Pembaruan kurikulum ini tidak hanya meningkatkan keterampilan siswa tetapi juga mendukung pertumbuhan industri lokal. Dengan pekerja yang lebih terampil dan pemahaman yang lebih baik tentang teknologi dan pasar, industri kuliner di Desa Banjarsari dapat bersaing lebih efektif di tingkat regional dan nasional. Produk Tape Mochi telah mendapatkan pengakuan luas dan berhasil memasuki pasar baru berkat inovasi yang terus-menerus dan strategi pemasaran yang efektif.

#### **KESIMPULAN DAN SARAN**

Inovasi kuliner ramah anak di Desa Banjarsari melalui pengembangan produk Tape Mochi layak hilirisasi berhasil meningkatkan daya tarik dan nilai tambah produk tape lokal. Program ini menggabungkan metode tradisional dan modern untuk menciptakan Tape Mochi yang menarik bagi anak-anak dan generasi muda. Hasil evaluasi menunjukkan peningkatan minat dan kepuasan konsumen, serta dampak positif terhadap ekonomi lokal melalui diversifikasi produk kuliner. Implementasi produk ini diharapkan dapat mendukung pelestarian budaya kuliner lokal dan memberikan kontribusi berkelanjutan bagi perekonomian desa.

#### **UCAPAN TERIMA KASIH**

Kami mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Universitas Negeri Malang atas dukungan penuh dan pendanaan tunggal Non APBN dengan nomor kontrak 4.4.904/UN32.14.1/PM/2024, yang memungkinkan terlaksananya program pengabdian kepada masyarakat ini pada tahun 2024. Dukungan ini sangat berarti dalam upaya kami untuk mengembangkan potensi lokal dan meningkatkan kualitas serta daya saing produk kuliner di Desa Banjarsari.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Abbas, W., & Sutrisno, S. (2022). Pengembangan website desa sebagai sistem informasi dan inovasi di desa indu makkombong, kabupaten polewali mandar. *Jurnal Abdi Masyarakat Indonesia*, 2(2), 505–512. <https://www.jamsi.jurnal-id.com/index.php/jamsi/article/view/276>
- Arieli, O., Borg, A. M., Heyninck, J., & Straßer, C. (2021). Logic-Based Approaches to Formal Argumentation. In *FLAP*. [cgi.csc.liv.ac.uk. https://cgi.csc.liv.ac.uk/~tbc/publications/VATJAPL.pdf#page=468](https://cgi.csc.liv.ac.uk/~tbc/publications/VATJAPL.pdf#page=468)

- Dwiningwarni, S. S., Sujani, S., & Ningsih, S. W. (2023). IMPLEMENTASI PROGRAM INOVASI DESA UNTUK MENINGKATKAN KEMANDIRIAN DESA DI KABUPATEN JOMBANG. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 20(2), 166–174. <https://journal.unilak.ac.id/index.php/JIEB/article/view/12715>
- Fitriana, I., Soraya, F., Surya, E. P., Aruna, A., & Prasetyo, A. R. (2024). Pelatihan Program Komposter Ramah Lingkungan (KRL) SDM SD Islam Plus Al-Azhar. *Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat UNSIQ*, 11(2), 183–190. <https://doi.org/https://doi.org/10.32699/ppkm.v11i2.5843>
- Hutagalung, S. S., & Hermawan, D. (2020). Website Desa sebagai Media Inovasi Desa di Desa Bernung Kabupaten Pesawaran Provinsi Lampung. *Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 5(2), 299–308. <http://www.ppm.ejournal.id/index.php/pengabdian/article/view/304>
- Linggarwati, T., Haryanto, A., & Darmawan, R. (2022). Implementasi SDGs di Desa Pandak, Kecamatan Baturraden, Kabupaten Banyumas. *Prosiding Seminar Nasional LPPM Unsoed*.
- Niu, Y., Sterling, J., Grodin, H., & Harper, R. (2022). A cost-aware logical framework. *Proceedings of the ACM on ....* <https://doi.org/10.1145/3498670>
- Nurgiarta, D. A., & Rosdiana, W. (2019). Pemberdayaan Masyarakat Melalui Program Inovasi Desa (PID) di Desa Labuhan Kecamatan Brondong Kabupaten Lamongan. *Publika*, 7(3), 1–8. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/publika/article/view/27137>
- Nurmianto, E., & Anzip, A. (2022). Evaluasi Desain Ergonomi Alat Pengasapan Ikan Untuk Pemberdayaan Masyarakat. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Bina Dharma*, 2(1), 25–37. <https://journal.binadarma.ac.id/index.php/pengabdian/article/view/1659>
- Prasetyanti, R., & Kusuma, B. M. A. (2020). Quintuple Helix dan Model Desa Inovatif (Studi Kasus Inovasi Desa di Desa Panggungharjo, Yogyakarta). *Jurnal Borneo Administrator*, 16(3), 337–360. <http://www.samarinda.lan.go.id/jba/index.php/jba/article/view/719>
- Prasetyo, A. R., Sayono, J., Nidhom, A. M., Rahmawati, N., Roziqin, M. F. A., Aruna, A., Surya, E. P., & Marcelliantika, A. (2024). Pengembangan Aset Brand Guidelines sebagai Alat Pendukung Program 3S di Wisata Jeruk Desa Samar. *Indonesian Journal of Tourism Business and Entrepreneurship*, 1(1), 25–39. <https://doi.org/https://doi.org/10.31002/ijtb.v1i1.1464>
- Prasetyo, A. R., Sayono, J., Nidhom, A. M., Romadho, I. F., Rahmawati, N., Roziqin, M. F. A., Aruna, A., & Surya, E. P. (2023). Pengembangan Produk Wall Decor Interaktif dengan Pendekatan Edusociopreneurship: Studi Kasus Madrasah Aliyah (MA) Ibadurrochman. *Prosiding Seminar Nasional Unimus*, 6, 1246–

1256.

[https://scholar.google.com/citations?view\\_op=view\\_citation&hl=en&user=5XkRaB8AAAAJ&sortby=pubdate&citation\\_for\\_view=5XkRaB8AAAAJ:TFP\\_iSt0sucC](https://scholar.google.com/citations?view_op=view_citation&hl=en&user=5XkRaB8AAAAJ&sortby=pubdate&citation_for_view=5XkRaB8AAAAJ:TFP_iSt0sucC)

- Purnamasari, I., Sari, Z. N., Prasetyo, A. R., Marcelliantika, A., Aruna, A., & Surya, E. P. (2023). Rancang Desain Sistem Informasi Produk Unggulan Desa Pakisjajar, Kabupaten Malang, Jawa Timur Berbasis Progressive Web-App. *Prosiding Seminar Nasional Pengabdian Masyarakat*, 1. <https://doi.org/https://doi.org/10.61142/psnpm.v1.93>
- Purnamasari, I., Winarno, A., Irawan, D., Aruna, A., & Surya, E. P. (2023). Pengembangan Brand Guideline Merk Industri Susu Lokal. *CARADDE: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(1), 68. <https://doi.org/10.31960/caradde.v6i1.1959>
- Sudianing, N. K., & Sandiasa, G. (2020). Pemanfaatan Dana Desa Dalam Menunjang Program Inovasi Desa (Di Desa Uma Anyar Dan Desa Tejakula). *Locus Majalah Ilmiah FISIP UNIPAS*, 12(2), 1–16. <https://core.ac.uk/download/pdf/335134399.pdf>
- Tagliaferri, M., & Aldini, A. (2018). From knowledge to trust: a logical framework for pre-trust computations. *Trust Management XII: 12th IFIP WG 11.11 ...* [https://doi.org/10.1007/978-3-319-95276-5\\_8](https://doi.org/10.1007/978-3-319-95276-5_8)
- Vidyananda, N. F., & Pradana, G. W. (2020). Efektivitas Pelaksanaan Bursa Inovasi Desa (BID) di Kabupaten Bojonegoro (Studi pada Bursa Inovasi Desa Cluster VI Tahun 2019). *Publika*, 8(4). <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/publika/article/download/36431/32367>
- White, B., & Frederiksen, J. (2018). A theoretical framework and approach for fostering metacognitive development. *Computers as Metacognitive Tools for ...* <https://doi.org/10.4324/9781315866239-3>
- Wulandari, E. A., Afifuddin, A., & Sekarsari, R. W. (2021). Kebijakan Pemerintah Desa Dalam Pengembangan Program Inovasi Desa (PID) Di Masa Pandemi Covid 19 (Studi Kasus Desa Tirtoyudo, Kecamatan Tirtoyudo, Kabupaten Malang). *Respon Publik*, 15(7), 27–31. <http://jim.unisma.ac.id/index.php/rpp/article/view/12107>
- Xu, J., Zadorozhny, V., & Grant, J. (2020). IncompFuse: a logical framework for historical information fusion with inaccurate data sources. *Journal of Intelligent Information Systems*. <https://doi.org/10.1007/s10844-019-00569-6>