

## **PEMBERDAYAAN BISNIS UMKM KULINER BERBASIS KELUARGA MENUJU KEBERLANJUTAN USAHA**

Irwan Christanto Edy, Kristian Faskahariyanto, Suryo Adinugroho  
Institut Teknologi dan Bisnis Kristen Bukit Pengharapan Tawangmangu  
[irwan.christanto@bukitpengharapan.ac.id](mailto:irwan.christanto@bukitpengharapan.ac.id)

### **Abstract**

*The family system is cooperation in the family including business linkages, both direct and indirect, based on the principle of mutual need, trust, strengthening, and benefit involving family members. Income in business along with improving the quality of family-based businesses. The involvement of each family member always leads to improving the quality of family business product output. Product innovation is becoming a key factor also in family businesses. This community service activity provides the aim of increasing collaboration between higher education in supporting the improvement of the quality of family-based businesses. This service activity includes collaboration between the Bukit Pengharapan Christian Institute of Technology and Business (ITBK Bukit Pengharapan) with culinary MSMEs around Tawangmangu. The method is counseling on the importance of product innovation directly, questions and answers and discussions with family-based MSME actors. The results of this activity show an increase in knowledge, skills of culinary MSME actors in Tawangmangu.*

**Keywords** : Innovation, Product, Family Business

### **Abstrak**

Sistem kekeluargaan adalah kerja sama dalam keluarga termasuk ada keterkaitan usaha, baik langsung maupun tidak langsung, atas dasar prinsip saling memerlukan, mempercayai, memperkuat, dan menguntungkan yang melibatkan anggota keluarga. Kekeluargaan dalam bisnis seiring dengan peningkatan mutu usaha yang berbasis keluarga. Keterlibatan setiap anggota keluarga selalu mengarah pada peningkatan mutu luaran produk bisnis keluarga. Inovasi produk menjadi faktor kunci juga dalam bisnis keluarga. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini memberikan tujuan peningkatan kolaborasi antara pendidikan tinggi dalam menudukung peningkatan mutu bisnis berbasis keluarga. Kegiatan pengabdian ini mencakup kerjasama antara Institut Teknologi dan Bisnis Kristen Bukit Pengharapan (ITBK Bukit Pengharapan) dengan UMKM kuliner di sekitar Tawangmangu. Metode adalah penyuluhan tentang pentingnya inovasi produk secara langsung tanya jawab dan diskusi dengan pelaku UMKM yang berbasis keluarga. Hasil kegiatan ini menunjukkan adanya peningkatan pengetahuan, ketrampilan para pelaku UMKM kuliner di Tawangmangu.

**Kata Kunci** : Inovasi, Produk, Bisnis Keluarga

### **Pendahuluan**

Tawangmangu adalah daerah di Kabupaten Karanganyar yang menonjol dari sektor pariwisata. Perkembangan pariwisata di daerah ini menjanjikan perkembangan usaha bagi masyarakat sekitarnya, terutama UMKM. Perkembangan pesat dari UMKM ini membuat persaingan juga turut meningkat. UMKM yang menginginkan usahanya berkembang harus dapat meningkatkan penjualan dan pangsa pasarnya. Hal ini adalah langkah yang cukup sulit, terutama bagi UMKM yang masih sangat terbatas dari segi pengetahuan dan kemampuan manajerial, terutama dari segi inovasi. Inovasi sendiri merupakan salah satu ujung tombak

dalam menarik konsumen. Inovasi merupakan salah satu strategi bagaimana cara suatu bisnis dapat mempertahankan konsumennya dari waktu ke waktu

Inovasi dibutuhkan dalam suatu bisnis. Inovasi umumnya dianggap sebagai aspek penting dari sebagian proses bisnis karena dapat memberikan keunggulan kompetitif (Anatan & Ellitan, 2009). Inovasi produk merupakan hasil dari pengembangan produk baru oleh suatu perusahaan atau industri, baik yang sudah ada maupun belum. Dari produk lama yang telah mencapai titik jenuh di pasaran, diperlukan sebuah inovasi untuk mengganti produk lama tersebut (Anatan & Ellitan, 2009).

Penggantian ini dapat berupa produk pengganti yang secara total baru atau dengan perkembangan produk lama yang lebih modern dan *up to date*, sehingga dapat terus meningkatkan keinginan konsumen dalam keputusan pembelian produk tersebut (Fontana, 2009). Inovasi produk merupakan sebagai proses pengenalan produk atau sistem baru yang membawa kesuksesan ekonomi bagi perusahaan dan kesuksesan sosial bagi konsumen serta komunitas atau lingkungan yang lebih luas (Kotler & Keller, 2009).

Tujuan utama dari inovasi produk adalah untuk memenuhi permintaan pasar sehingga produk inovasi merupakan salah satu yang dapat digunakan sebagai keunggulan bersaing bagi perusahaan (Citra et al., 2015). Pelanggan umumnya menginginkan produk-produk yang inovatif sesuai dengan keinginan mereka. Bagi perusahaan, keberhasilannya dalam melakukan inovasi produk berarti perusahaan tersebut selangkah lebih maju dibandingkan dengan pesaingnya. Hal ini menuntut kemampuan perusahaan dalam mengenali selera pelanggannya sehingga inovasi yang dilakukan pada akhirnya memang sesuai dengan keinginan pelanggan (Kotler & Amstrong, 2012).

Konsep manajemen berbasis inovasi adalah konsep baru yang memiliki perpaduan antara ilmu dengan profesi, teori dengan praktik, harapan dengan kenyataan, serta retorika dengan realitas (Afifudin, 2015). Konsep ini diharapkan dapat meningkatkan kualitas SDM dan pendidikan sekaligus menghasilkan output yang sesuai dengan

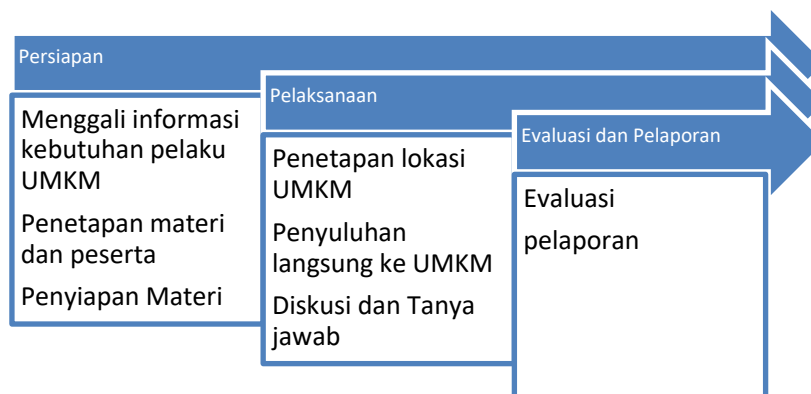
kebutuhan masyarakat, serta membentuk dan meningkatkan profesionalisme SDM. Sesuai dengan kebijakan "*link and match*" penyelenggaraan pendidikan tinggi dilingkungan Departemen Pendidikan dan Kebudayaan diharuskan untuk bekerjasama dengan pemakai lulusan, baik dalam perencanaan maupun pelaksanaan pendidikan, agar kualifikasi lulusan dapat sesuai dengan kebutuhan (Soesilowati, 2009). Faktor strategis kemitraan dalam penyelenggaraan pendidikan profesional dapat dilihat dari aspek "multiplier effect" baik bagi perguruan tinggi secara kelembagaan, maupun bagi peningkatan kualitas individu dosen dan peningkatan kualitas karyasiswa dan keluarga.

Berdasarkan fenomena tersebut, maka perguruan tinggi ITBK Bukit Pengharapan Tawangmangu memberikan kegiatan pengabdian kepada masyarakat pelaku UMKM disekitar Tawangmangu. Permasalahan dalam pengabdian kepada masyarakat ini adalah bagaimana membangun motivasi, meningkatkan pengetahuan dan ketrampilan kepada pelaku UMKM supaya mereka bisa mengembangkan bisnisnya. Tujuan dari pengabdian kepada masyarakat ini adalah memberdayakan UMKM khususnya kuliner yaang berbasis kekeluargaan di Tawangmangu yang berdampak keberlanjutan usaha keluarga.

### Metode

Metode pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat dilakukan dengan beberapa tahap sebagai berikut :

Gambar 1. Alur Pelaksanaan Kegiatan



### Hasil Dan Pembahasan Hasil Pembahasan

Program kegiatan pengabdian kepada masyarakat telah dilaksanakan di 5 UMKM berbasis keluarga yaitu Mie Ayam, Molen, Warung Makan, Pedagang buah, Pengusaha Ubi Ungu Oven. Kegiatan yang dilaksanakan adalah penyuluhan langsung tentang pembuatan produk. Proses produksi hingga labeling, pengemasan dan implementasi dari manajemen keuangan sederhana. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini diawali dengan melakukan silaturahmi kepada pelaku UMKM di tempat usaha, dan kemudian dilanjutkan dengan penyuluhan dari tim pengabdian ITBK

Bukit Pengharapan Tawangmangu. Kemudian dilanjutkan dengan diskusi dengan pelaku UMKM produk kuliner. Setelah itu dilakukan sosialisasi dalam bentuk penyuluhan dan diskusi singkat tentang pengembangan produk berbasis inovasi dari bahan terbuang seperti tulang ayam, maka pengabdian kepada masyarakat dilanjutkan dengan membangun kesepakatan kerjasama atau kemitraan antar perguruan tinggi ITBK Bukit Pengharapan dengan pelaku UMKM. Berikut ini adalah tabel dari hasil pelaksanaan penyuluhan dan pelatihan pengembangan produk kuliner berbasis inovasi.

Tabel 1. Hasil Pelaksanaan Kegiatan Penyuluhan untuk Inovasi Produk.

No	Kegiatan	Hasil Kegiatan
1	Identifikasi masalah	Permasalahan yang dihadapi pelaku usaha dalam membuat inovasi produk
2	Identifikasi materi	Materi disusun sesuai dengan kebutuhan, praktis, dan mudah dipahami, sebagai usaha inovasi produk agar memiliki nilai jual lebih baik dan segmen pasar lebih luas.
3	Identifikasi Peserta	Peserta adalah para pelaku UMKM kuliner pengembangan produk yang inovatif.
4	Identifikasi pemateri	Pemateri adalah dosen ITBK Bukit Pengharapan Tawangmangu yang memiliki kemampuan dan kompetensi dalam membimbing mahasiswa untuk membuat inovasi produk khususnya produk kuliner
5	Sosialisasi kegiatan Pengabdian	Sosialisasi dilakukan dengan menyampaikan maksud, tujuan, dan sasaran yang akan dicapai dari tim pengabdian ITBK Bukit Pengharapan ke UMKM
6	Penyiapan materi bahan dan alat	Tersedianya materi, bahan- bahan dan alat serta penunjang pelatihan.
7	Identifikasi tempat	Tempat kegiatan di toko/etalase/warung/tempat usaha UMKM
8	Peserta	a. Pelaku UMKM memberikan partisipasinya dengan kehadiran sekitar 15 peserta . b. Meningkatkan kreatifitas & inovasi hasil produk, pengetahuan dan ketrampilan membuat bolu kukus berkarakte

Gambar 2. Pengembangan Produk berbasis Inovasi untuk Pelaku UMKM Tawangmangu



Gambar 3. Tim Pengabdian kegiatan Pengabdian kepada pelaku Usaha di Warung



Gambar 4. Penjelasan oleh Tim Pengabdian tentang pelaku UMKM Ubi Ungu Oven



Gambar 5. Kebersamaan Tim Pengabdian dengan diskusi Kegiatan



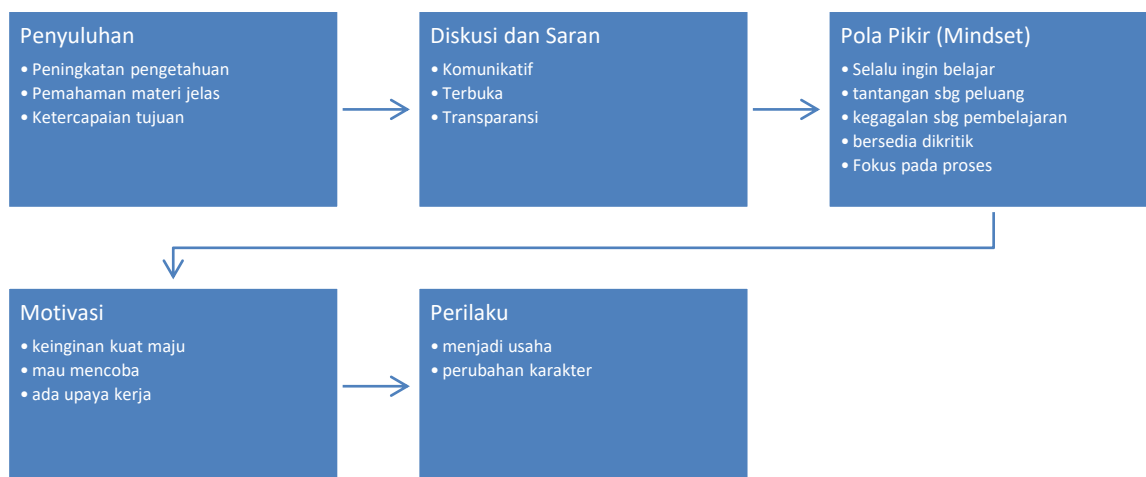
## Pembahasan

Tim pengabdian dari ITBK Bukit Pengharapan memberikan penyuluhan tentang pentingnya inovasi produk dengan bahan baku yang sudah terbuang di masyarakat. Pembuatan produk makanan cukup mudah dan sederhana serta tidak memerlukan keterampilan khusus. Pengetahuan tentang bahan-bahan yang digunakan mudah dipahami. Dalam proses pembuatan produk yang dibutuhkan ketelatenan dan kesabaran dalam mengikuti setiap tahapan pembuatan. Produk yang sudah jadi bisa langsung dinikmati dan juga bisa disimpan sebagai stok makanan.

Proses selanjutnya adalah pengemasan dan pemberian label produk. Kegiatan ini menghasilkan contoh produk makanan cemilan yang bisa dinikmati langsung oleh peserta. Setelah praktek pembuatan dan pengemasan selesai dilanjutkan dengan pemberian materi cara memasarkan produk. Produk yang sudah dikemas dapat dipasarkan dalam bentuk siap saji (sudah di goreng) dengan masa simpan hanya satu hari.

Dengan kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan oleh tim pengabdian ITBK Bukit Pengharapan dengan kemitraan UMKM, dapat disajikan dalam alur sebagai berikut :

Gambar 6. Alur Kebermanfaatan Kegiatan Pengabdian Masyarakat



Pada akhir acara, peserta diberi kesempatan untuk menyampaikan pendapat dan saran. Aspek yang ditinjau meliputi semua tahapan pelaksanaan kegiatan. Berdasarkan hasil kritik dan saran menunjukkan bahwa pelaku UMKM sangat senang dengan kegiatan ini. Menurut peserta pengabdian, membuat produk makanan inovatif merupakan tantangan yang menarik, yang dapat dilakukan merupakan hal yang baru dan bermanfaat baik untuk dikonsumsi sendiri maupun untuk diperdagangkan. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan pelaku UMKM ini, juga berharap agar pengabdian ini dapat manfaat dalam rangsangan pelaku untuk lebih kreatif dan inovatif.

### Kesimpulan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat oleh tim pengabdian ITBK Bukit Pengharapan Tawangmangu kepada pelaku UMKM, telah berjalan dengan baik. Hasil kegiatan pengabdian berupa :

- Adanya peningkatan pengetahuan pelaku UMKM tentang inovasi produk yang kreatif. Inovasi produk sebagai bagian dari proses pembelajaran yang inovatif memberikan bekal UMKM
- Adanya perubahan pola pikir/ mindset pelaku UMKM dalam membuat produk yang lebih inovatif. Inovasi sangat diperlukan dalam meningkatkan nilai

tambah produk dan penerimaan produk oleh konsumen

- Adanya perubahan motivasi dan sikap pelaku UMKM. Perubahan motivasi nampak dari antusiasme UMKM untuk mengikuti kegiatan pengabdian dari awal hingga akhir..
- Adanya perubahan perilaku yang ditandai dengan perubahan sikap yang positif dalam mengikuti kegiatan pengabdian dengan baik.

### Referensi

- Afifudin. (2015). *Manajemen Pendidikan Berbasis Sekolah*. Bandung: Pustaka Setia.
- Anatan, L., & Ellitan, L. (2009). *Manajemen Inovasi (Transformasi Menuju Organisasi Kelas Dunia)*. Penerbit, CV. Alfabeta Bandung.
- Citra, L., Nawazirul, L., & Widayanto. (2015). *Pengaruh Jaringan Usaha, Inovasi Produk dan Persaingan Usaha Terhadap Perkembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah*. Universitas Diponegoro, Semarang.
- Fontana, A. (2009). *Innovate we can! Manajemen Inovasi dan Penciptaan Nilai*. Gramedia Jakarta Widiasarana Indonesia.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2012). *Marketing Management, Global Edition*. In *Organization* (Vol. 22, Issue 4). <https://doi.org/10.1080/08911760903022556>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen pemasaran Jilid 1*. In *Jakarta*.

Soesilowati, E. (2009). *Link and Match Dunia Pendidikan dan Industri dalam Meningkatkan Daya Saing Tenaga kerja dan Industri*. LIPI Indonesia.