

## **PKM PENGEMBANGAN INOVASI PRODUK MAKANAN DAN MINUMAN YANG DIJUAL DI SEPUTARAN KAMPUS UNSRAT BAHU**

**Christoffel Kojo<sup>1</sup>, Mirah H. Rogi<sup>2</sup>, Deбри Ch. Lintong<sup>3</sup>**

<sup>1</sup>christoffelkojo@gmail.com, <sup>2</sup>mirahrogi@gmail.com  
<sup>3</sup>debrilintong@gmail.com

<sup>1,2,3</sup> Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Sam Ratulangi

### **ABSTRAK**

*Inovasi produk makanan dan minuman saat ini penting untuk dikembangkan karena industri makanan dan minuman merupakan industri yang besar di Indonesia yang menjadi salah satu produk andalan penyumbang PDB terbesar untuk industri non migas. Untuk itu perlu ada pengembangan inovasi produk makanan dan minuman yang dijual. Masalah yang dihadapi oleh usaha makanan dan minuman di kantin dan UKM kampus adalah masih kurangnya inovasi karena kurangnya berpikir inovatif dari pelaku usaha yang menjual produk makanan dan minuman. Tujuan pengabdian ini adalah meningkatkan kemampuan inovasi dari usaha-usaha yang menjual makanan dan minuman di seputaran kampus khususnya di Kampus Unsrat Manado. Tahapan Kegiatan Yang Dilakukan Adalah peningkatan dan pelatihan ketrampilan serta pendampingan untuk peningkatan inovasi produk makanan dan minuman pada usaha makanan dan minuman di seputaran Kampus Unsrat Manado.*

---

**Kata Kunci :** PKM, pengembangan inovasi, produk makanan dan minuman, Kampus Unsrat, Bahu, Manado

### **PENDAHULUAN**

Peran UKM dalam perekonomian suatu negara sangatlah penting. UKM melambangkan kekuatan pembangunan ekonomi sebuah negara. Pentingnya UKM sebagian besar berkaitan dengan sebutan mereka sebagai tulang punggung ekonomi pembangunan. Bila dibandingkan dengan perusahaan besar, UKM memungkinkan perusahaan untuk lebih mudah beradaptasi terhadap perubahan lingkungannya. Oleh karena itu, keberadaan UKM, menjadi penting sebagai penggerak kewirausahaan dan pembangunan ekonomi.

Kehadiran UKM merupakan dasar bagi pertumbuhan banyak negara di dunia, termasuk Indonesia. Dalam sepuluh tahun terakhir ini, kehadiran UKM di Indonesia meningkat dengan pesat. Badan pusat statistik mencatat perkembangan UKM di Indonesia mencapai angka 55,3 juta di tahun 2010, UMKM akhir tahun 2012 mencapai angka 56,53 juta, pertumbuhan 2009-2013 sebesar 2,3%/tahun, tahun 2013 mencapai

angka 56,5 juta. Maka dapat dilihat bahwa UKM memberikan pengaruh cukup besar terhadap pertumbuhan perekonomian di Indonesia. Inilah sebabnya mengapa diperlukan kerja sama pemerintah untuk mendukung pengembangan pasar melalui manajemen inovasi di negara-negara berkembang

Pertumbuhan industri di sektor makanan dan minuman di Indonesia terbilang cukup baik. Kontribusi industri makanan dan minuman terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) juga terbilang yang tertinggi dibandingkan sektor industri lainnya. Kontribusi industri makanan dan minuman di tahun 2017 terhadap PDB Indonesia mencapai Rp 540 triliun. Sektor industri ini memberikan salah satu sumbangan terbesar terhadap PDB RI.

Namun kebanyakan UKM produk makanan dan minuman masih kurang menerapkan inovasi berkelanjutan terhadap produk makanan dan minumannya artinya sejak awal dibuka misalnya bertahun-tahun bahkan berdekade-dekade tidak terjadi atau tidak dilakukan inovasi terhadap produknya. Untuk itu perlu ada inovasi terhadap produk makanan dan minuman khususnya bagi UKM untuk menghadapi persaingan, tren kekinian, perubahan selera, bahkan sampai desain tampilan dan pengemasan, serta proses produksi dan sebagainya.

UKM di seputaran Kampus khususnya yang melayani mahasiswa yang dilihat serta dibandingkan masih kurang atau tidak berinovasi terhadap produk makanan dan minuman artinya dari segi variasi, rasa, tampilan dan sebagainya masih sama dari beberapa tahun yang lalu. Hal ini mungkin disebabkan karena pola pikir dari para pelaku UKM yang belum memikirkan atau tidak memiliki pengetahuan dan ketrampilan untuk berinovasi.

Mitra menghadapi permasalahan berupa kurangnya inovasi terhadap produk-produk makanan dan minuman yang dijualnya. Dimana produk yang dijual masih mirip atau imitasi atau duplikasi murni dari UKM-UKM yang ada di sekitar. Hal ini menyebabkan terjadi persaingan yang sengit untuk jenis produk yang sama. Untuk itu perlu diubah mindset dan juga pengetahuan dan ketrampilan para pelaku UKM makanan dan minuman agar mampu dan trampil berinovasi secara mandiri.

### **Tujuan Pengabdian**

Adapun tujuan yang ingin dicapai dalam pengabdian ini adalah untuk:

1. Memberikan pelatihan untuk memberikan pemahaman tentang inovasi produk makanan dan minuman.
2. Memberikan pelatihan untuk memberikan ketrampilan berinovasi.

## **TINJAUAN PUSTAKA**

### **Industri Kecil dan Menengah**

Industri adalah bidang yang menggunakan ketrampilan, dan ketekunan kerja (bahasa Inggris: *industrious*) dan penggunaan alat-alat di bidang pengolahan hasil-hasil bumi, dan distribusinya sebagai dasarnya. Maka industri umumnya dikenal sebagai mata rantai selanjutnya dari usaha-usaha mencukupi kebutuhan (ekonomi) yang berhubungan dengan bumi, yaitu sesudah pertanian, perkebunan, dan pertambangan yang berhubungan erat dengan tanah. Kedudukan industri semakin jauh dari tanah, yang merupakan basis ekonomi, budaya, dan politik.

Badan Pusat Statistik (BPS) mendefinisikan Industri Kecil dan Menengah (IKM) sebagai berikut (BPS, 2015):

1. Industri kecil, yaitu suatu kegiatan ekonomi yang melakukan kegiatan mengubah barang dasar menjadi barang jadi/setengah jadi dan atau barang yang kurang nilainya menjadi barang yang lebih tinggi nilainya, yang memiliki tenaga kerja sebanyak 5-19 orang.
2. Industri menengah, yaitu suatu kegiatan ekonomi yang melakukan kegiatan mengubah barang dasar menjadi barang jadi/setengah jadi dan atau barang yang kurang nilainya menjadi barang yang lebih tinggi nilainya, yang memiliki jumlah tenaga kerja sebanyak 20-99 orang.

Kementerian Perindustrian dan Perdagangan (Kemenperindag) mendefinisikan Industri Kecil dan Menengah (IKM) sebagai berikut (Kemenperin RI, 2016):

1. Industri kecil, adalah suatu kegiatan ekonomi yang mengolah bahan mentah, bahan setengah jadi dan atau barang jadi menjadi barang lebih tinggi untuk penggunaannya dan memiliki nilai investasi antara Rp. 5.000.000,- (lima juta rupiah) sampai Rp. 200.000.000,- tidak termasuk tanah dan bangunan usaha.
2. Industri menengah, adalah suatu kegiatan ekonomi yang mengolah bahan mentah, bahan setengah jadi dan atau barang jadi menjadi barang lebih tinggi untuk penggunaannya yang memiliki investasi antara Rp. 200.000.000,- sampai 10 milyar, tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.

Bidang industri dibedakan menjadi dua, yaitu industri barang dan industri jasa (Godam, 2006).

1. Industri barang

Industri barang merupakan usaha mengolah bahan mentah menjadi barang setengah jadi atau barang jadi. Kegiatan industri ini menghasilkan berbagai jenis barang, seperti pakaian, sepatu, mobil, sepeda motor, pupuk, dan obatobatan.

2. Industri jasa

Industri jasa merupakan kegiatan ekonomi yang dengan cara memberikan pelayanan jasa. Contohnya, jasa transportasi seperti angkutan bus, kereta api, penerbangan, dan pelayaran. Perusahaan jasa ada juga yang membantu proses produksi. Contohnya, jasa bank dan pergudangan. Pelayanan jasa ada yang langsung ditujukan kepada para konsumen. Contohnya asuransi, kesehatan, penjahit, pengacara, salon kecantikan, dan tukang cukur.

Menurut Keputusan Presiden RI no. 99 tahun 1998 pengertian Usaha Kecil (termasuk industri kecil) adalah: kegiatan ekonomi rakyat yang berskala kecil dengan bidang usaha yang secara mayoritas merupakan kegiatan usaha kecil dan perlu dilindungi untuk mencegah dari persaingan usaha yang tidak sehat. UKM di Indonesia sangat penting bagi ekonomi karena menyumbang 60% dari PDB dan menampung 97% tenaga kerja.

Sesuai dengan Undang- Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM)/Industri Mikro, Kecil dan Menengah (IMKM) (Pemerintah RI, 2008):

1. Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.
2. Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang 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 menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria Usaha Kecil sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang ini.
3. Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perseorangan atau badan usaha yang bukan merupakan

anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha Kecil atau usaha besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini

### **Pengembangan Inovasi**

Secara mikro, konsep inovasi dari sisi fokus penelitian terdapat dua pendekatan yang berbeda. Pendekatan pertama adalah “innovation as a process”, dimana inovasi didefinisikan dengan lebih menekankan pada proses inovasi dalam organisasi dan proses sosial yang menghasilkan inovasi sebagai kreativitas individu, budaya organisasi, kondisi lingkungan dan faktor-faktor sosial-ekonomi. Pendekatan kedua adalah “innovation as an outcome” dimana dikatakan bahwa inovasi adalah produk yang dibuat atau penciptaan produk yang memiliki nilai tambah. Dalam perspektif inovasi sebagai sebuah hasil an outcome, inovasi dibagi menjadi dua jenis, yaitu inovasi radikal yaitu adanya teknologi yang mendorong inovasi dalam menciptakan suatu yang baru bagi perusahaan dan juga untuk pasar atau pelanggan. Inovasi inkremental yaitu biasanya dikategorikan sebagai inovasi yang berorientasi pasar karena ide-ide yang didapatkan dalam penciptaan produk baru berasal dari pasar, sehingga sering disebut produk yang berorientasi pasar.

Manajemen inovasi merupakan alat yang digunakan oleh manajer maupun organisasi atau perusahaan untuk mengembangkan produk dan inovasi organisasi atau dengan kata lain manajemen inovasi adalah pengelolaan dan pengorganisasian sebuah proses. Melalui penelitian dan pengembangan, perusahaan melakukan respon terhadap kesempatan eksternal atau internal dan menggunakan upaya kreatif untuk memperkenalkan ide-ide baru, proses, atau produk (Dhewanto, 2015).

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. 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.

Perkembangan produk sangat penting untuk keberlangsungan bisnis, terutama dalam membentuk loyalitas pelanggan. Inovasi produk dapat terlaksana dengan

memahami praktik apa yang terbaik yang harus diadopsi untuk proses pengembangan produk, dan kemudian mengadopsi praktik-praktik ini untuk mengulangi kesuksesan dan proses maturity dari perusahaan-perusahaan yang memiliki performa terbaik. Semua perusahaan harus memperbarui produk dan layanan mereka untuk bertahan hidup. Inovasi produk menjadi tanggung jawab seluruh bagian dalam bisnis. Baik departemen pemasaran, operasional, keuangan, akuntansi, pembelian, semua merupakan bagian integral dari suatu organisasi untuk mengembangkan produk secara efektif dan efisien. Seluruh departemen ini memiliki peran dalam perwujudan suatu produk baru. Ide-ide baru dapat tercipta terutama dari kebutuhan konsumen yang tersampaikan kepada salah satu karyawan dalam perusahaan yang dapat mengembangkannya menjadi suatu nilai tambah akan produk lama atau menjadi produk pengganti yang lebih diharapkan pelanggan (Dhewanto, 2015).

## **METODE PENELITIAN**

### **Jenis Pengabdian**

Pelatihan dilakukan tentang inovasi produk. Pelaksanaan pengabdian akan dilakukan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unsrat Manado.

### **Tempat dan Waktu Pengabdian**

Pengabdian berlokasi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unsrat Kota Manado Provinsi Sulawesi Utara. Lama waktu pengabdian ini yaitu lima bulan yakni bulan Juni 2018 sampai bulan Oktober 2018. Sedangkan waktu pelaksanaan pengabdian adalah Oktober 2018. Lama pengabdian ini sudah termasuk penyusunan pustaka dan materi sosialisasi serta pembuatan laporan baik proposal, monev dan laporan akhir.

### **Populasi dan Sampel**

Populasi dalam pengabdian ini adalah masyarakat termasuk mahasiswa yang berminat pada industri kecil menengah informal yang ada di wilayah Kampus Unsrat Kota Manado. Sedangkan sampel yang dijadikan sebagai sasaran untuk dilakukan pengabdian dipilih oleh ketua pengabdian.

### **Teknik Pendekatan**

Metode pendekatan yang ditawarkan: metode pelaksanaan dalam IBM ini adalah dalam bentuk pelatihan kepada mitra.

### **Metode Pengabdian**

Pelatihan kepada para mitra dimana mitra terlibat aktif dalam program ini. Evaluasi pelaksanaan program dan keberlanjutan program setelah selesai: Mitra yang mampu menciptakan produk makanan dan minuman yang baru yang lain dari pada yang lain serta sesuai dengan tren kekinian dan memiliki nilai jual/ komersial.

## **HASIL PENGABDIAN**

### **Hasil**

Hasil yang sudah dicapai dalam pengabdian Program Kemitraan Masyarakat (PKM) adalah:

#### **Kegiatan koordinasi**

Kegiatan koordinasi sekaligus survey terhadap lokasi kegiatan PKM. Kegiatan PKM ini merupakan koordinasi awal dengan perguruan tinggi, dalam hal ini dengan marketplace Unsrat yaitu Entrepreneur and Innovation Center (EIC) Unsrat Manado. Setelah mendapat persetujuan dari pihak terkait, selanjutnya melakukan koordinasi lainnya. Melalui wawancara dengan beberapa pihak diperoleh informasi tentang pemahaman wirausahawan mahasiswa yang berjualan makanan dan minuman di seputaran kampus. Selama ini wirausahawan mahasiswa masih kesulitan dalam melakukan inovasi produk khususnya di bidang makanan dan minuman.

#### **Penyiapan Perangkat Pelatihan.**

Dari hasil koordinasi awal, tim pelaksana menyiapkan materi pelatihan dengan memperhatikan usulan dari berbagai pihak atau sesuai kebutuhan wirausahawan mahasiswa. Selain menyiapkan materi, tim pelaksana juga melakukan pembekalan kepada mahasiswa dan tim pendamping untuk mempermudah pelaksanaan pelatihan.

#### **Pelaksanaan Pelatihan**

Pelaksanaan pelatihan diawali dengan doa bersama dan selanjutnya diikuti dengan beragam langkah dalam inovasi produk berbasis makanan dan minuman. Dalam kegiatan ini, tim pelaksana melibatkan pendamping dan mahasiswa sebagai tutor.

#### **Refleksi Hasil Pelatihan**

Selama proses pelatihan, tim pelaksana kegiatan pengabdian PKM, melakukan pemantauan kepada peserta pelatihan sekaligus melakukan wawancara terhadap materi, metode dan instruktur dalam kegiatan ini.

Secara umum peserta pelatihan mengatakan pelatihan ini sangat baik dan materi yang diberikan merupakan materi yang sangat dibutuhkan dalam situasi dunia nyata.

**Gambar 1. Tanggapan Peserta Terhadap Pelatihan**

*Sumber: Olah Data (2018)*

Berdasarkan Gambar Tanggapan Peserta Terhadap Materi, 75% peserta menyatakan materi yang diberikan sangat baik, selanjutnya 20% yang menyatakan materi yang diberikan baik, dan 5% yang menyatakan materi yang diberikan cukup baik.

**Gambar 2. Tanggapan Peserta Terhadap Instruktur**

*Sumber: Olah Data (2018)*

Berdasarkan Gambar Tanggapan Peserta Terhadap Instruktur, 78% menyatakan materi yang diberikan sangat baik, selanjutnya 20% yang menyatakan materi yang diberikan baik, dan hanya 2% yang menyatakan materi yang diberikan cukup baik.

### **Luaran yang Dicapai**

Luaran yang dicapai dalam penelitian ini berupa dokumentasi baik berupa foto-foto serta publikasi yang diunggah di media sosial dalam hal ini media sosial yang digunakan adalah youtube (tautan/link disertakan pada lampiran dari PKM).

### **Rencana Tahapan Berikutnya**

Tahapan pelaksanaan PKM yang sudah dilakukan sampai saat ini adalah pada tahapan pelatihan pada para peserta dalam melakukan pengembangan inovasi produk

makanan dan minuman khususnya yang dijual di seputaran Kampus Unsrat Bahu. Pada tahapan selanjutnya adalah evaluasi dan pendampingan terhadap pelaksanaan kegiatan ini di tempat yang sama serta melakukan pelatihan untuk tema yang sama pada wilayah atau lokasi lain baik di Manado maupun di wilayah lainnya di Sulawesi Utara.

## **PENUTUP**

### **Kesimpulan**

Kesimpulan dari pengabdian ini adalah:

1. Pengabdian ini penting dalam rangka mendorong industri kecil menengah agar bisa berubah dari usaha informal menjadi usaha formal.
2. Pengabdian ini penting pula dalam mendorong modernisasi industri kecil menengah agar bisa kompetitif dan meningkatkan skala usaha.
3. Masyarakat menganggap materi yang diberikan dan para pemateri yang memberikan materi pada pengabdian ini ditanggapi sangat baik.

### **Saran**

Saran dari pengabdian ini adalah:

1. Perlu ada upaya-upaya sosialisasi seperti pengabdian ini secara terus menerus di seluruh wilayah Sulawesi Utara.
2. Perlu ada peningkatan peran dari akademisi dan pemerintah dalam melakukan sosialisasi formalisasi usaha dan modernisasi usaha di seluruh Sulawesi Utara dan Indonesia.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- BPS. (2015). Indonesia dalam Angka 2015. Biro Pusat Statistik.
- Dhewanto, W. (2015). *Managemen Inovasi – Peluang Sukses Menghadapi Perubahan*. Yogyakarta: ANDI.
- Godam. (2006). Pengertian, Definisi, Macam, Jenis dan Penggolongan Industri di Indonesia - Perekonomian Bisnis. Diambil 7 November 2018, dari <http://www.organisasi.org/1970/01/pengertian-definisi-macam-jenis-dan-penggolongan-industri-di-indonesia-perekonomian-bisnis.html>
- Kemenperin RI. Peraturan Kementerian Perindustrian No. 6 tahun 2016 (2016).
- Pemerintah RI. (2008). Undang-Undang No. 20 tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah.