

Pengembangan Produk Minuman Mojithoss Pada Program Wirausaha Merdeka Guna Meningkatkan Inovasi Kreativitas UMKM Lokal

Salma Saputra¹, Daryono Soebagiyo²

¹Universitas Muhammadiyah Surakarta

Jl. A Yani, Mendungan, Pabelan, Kartasura, Sukoharjo 57169, (0271) 717417, e-mail:

b300210270@student.ums.ac.id

²Universitas Muhammadiyah Surakarta

Jl. A Yani, Mendungan, Pabelan, Kartasura, Sukoharjo 57169, (0271) 717417, e-mail:

daryono51@gmail.com

ARTICLE INFO

Article history:

Received 31 Juli 2024

Received in revised form 29 Agustus 2024

Accepted 5 Oktober 2024

Available online 22 November 2024

ABSTRACT

This research examines the product development strategy of Mojithoss drinks in order to increase innovation and creativity of local micro, small and medium enterprises (MSMEs) through the Merdeka Entrepreneur Program. This program provides opportunities for students to optimize creative ideas and ideas in the entrepreneurial world. Mojithoss, a refreshing non-alcoholic mojito drink, was chosen as the main product because of its ability to adapt to the tastes of local consumers who want halal and refreshing drinks. This research used a qualitative method that involved seminars, internships, and product exhibitions. Qualitative data analysis applied to this research. The results showed that innovations in flavor variants, the use of natural ingredients, as well as creative and diverse marketing strategies, such as offline and online marketing succeeded in improving the competitiveness and sustainability of local MSMEs. Mojithoss product innovation, which includes flavor variations such as Mojithoss De Fresa, Melon, Vino Tinto, and La Sandia, as well as the use of fruit slices as a complement, shows that local MSMEs are able to adapt and develop by creating attractive and quality products.

Keywords: Local MSMEs, product innovation, non-alcoholic mojito, Entrepreneurship

Abstrak

Penelitian ini mengkaji strategi pengembangan produk minuman Mojithoss dalam rangka meningkatkan inovasi dan kreativitas usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) lokal melalui Program Wirausaha Merdeka. Program ini memberikan peluang kepada mahasiswa untuk mengoptimalkan ide dan gagasan kreatif dalam dunia wirausaha. Mojithoss, sebuah minuman mojito non-alkohol yang segar, dipilih sebagai produk utama karena kemampuannya untuk beradaptasi dengan selera konsumen lokal yang menginginkan minuman halal dan menyegarkan. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif yang melibatkan berbagai kegiatan seminar, magang, dan pameran produk. Analisis data kualitatif yang diterapkan pada penelitian ini. Hasil penelitian menunjukkan bahwa inovasi dalam varian rasa, penggunaan bahan alami, serta strategi pemasaran yang kreatif dan beragam, seperti pemasaran *offline* dan *online* berhasil meningkatkan daya saing dan keberlanjutan UMKM lokal. Inovasi produk Mojithoss, yang mencakup variasi

rasa seperti Mojithoss De Fresa, Melon, Vino Tinto, dan La Sandia, serta penggunaan *slice* buah sebagai pelengkap, menunjukkan bahwa UMKM lokal mampu beradaptasi dan berkembang dengan menciptakan produk yang menarik dan berkualitas.

Kata Kunci: UMKM lokal, inovasi produk, mojito non-alkohol, Wirausaha Merdeka.

1. PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) adalah sektor usaha yang dapat meningkatkan kesempatan kerja dan memberi kesempatan perekonomian yang menyeluruh terhadap Masyarakat, serta dapat berfungsi dalam kestabilan penghasilan Masyarakat, memajukan perkembangan ekonomi dan menjaga keseimbangan ekonomi nasional (Rahayu, 2016). Pertumbuhan ekonomi di Indonesia terjadi karena sebagian sektor memiliki peran dalam perkembangan ekonomi nasional, salah satu sektor yang mempunyai peran penting adalah sektor Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) (Hafsah, 2015). Seiring perkembangan zaman terdapat permasalahan mengenai kurangnya inovasi dan Kreativitas UMKM lokal. Para pelaku UMKM harus membuat strategi untuk bersaing dalam era modern, inovasi baru berguna untuk mengamati kemajuan pasar, teknologi, dan juga informasi, karena berpengaruh terhadap pelaku usaha dalam bidang usaha dan industri (Aboelmaged, 2014). Sementara itu, menurut (Kotler & Keller, 2016) Inovasi produk adalah kombinasi berbagai macam tahap yang bergantian mempengaruhi sehingga menciptakan produk yang baru gabungan ide kreatif dari beragam produk yang sudah ada. Inovasi dan kreativitas merupakan bagian penting dalam meningkatkan daya saing UMKM, hal tersebut membuat pelaku usaha dapat menganalisa perubahan pasar serta dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen yang selalu berkembang. Salah satu faktor yang penyebabnya adalah kurangnya program-program pengembangan usaha yang efektif. Dalam hal ini Program Wirausaha Merdeka 2023 memberikan solusi bagi pelaku UMKM lokal khususnya Mahasiswa agar dapat belajar mengembangkan produk usaha yang inovatif serta dapat sebagai referensi untuk UMKM lokal.

Wirausaha Merdeka adalah program dari Merdeka Belajar-Kampus Merdeka (MBKM) yang diselenggarakan oleh Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi Indonesia bertujuan menyediakan kesempatan bagi mahasiswa untuk mencari ilmu dan meningkatkan kemampuan diri menjadi wirausahawan melalui kegiatan di luar perkuliahan. Program ini berkolaborasi dengan Perguruan Tinggi Pelaksana untuk menciptakan lingkungan belajar kewirausahaan yang mampu melatih jiwa wirausaha, meningkatkan pengalaman wirausaha, dan memperkuat kemampuan kerja mahasiswa (Suranto et al., 2022). Universitas Muhammadiyah Surakarta adalah perguruan tinggi yang terpilih menjadi pelaksana Program Wirausaha Merdeka 2023. Melalui program ini mahasiswa mengikuti berbagai rangkaian kegiatan antara lain workshop, pembuatan proposal bisnis, magang, akselerasi *start up* dan *expo* produk. Kegiatan ini membuat mahasiswa dapat memberikan ide dan gagasan yang kreatif tentang produk usaha yang menjadi minatnya. Melalui Wirausaha Merdeka mahasiswa dapat mengembangkan produk UMKM yang sudah ada atau bahkan dapat menciptakan produk UMKM yang baru berdasarkan kesepakatan dan persetujuan dengan kelompok masing-masing.

Salah satu produk yang mendapatkan persetujuan dari Program Wirausaha Merdeka 2023 adalah Minuman Mojito dengan nama brand Mojithoss. Mojito merupakan minuman beralkohol yang berasal dari kuba dan banyak dijumpai di restoran dan kafe. Minuman ini terbuat dari lima bahan: rum putih, gula, jeruk limau, alkohol, dan daun mint (Lord, 2016). Ketika mulai populer di Indonesia penggunaan alkohol pada mojito diganti dengan soda, untuk menambah kesegaran minuman dan agar bisa dinikmati oleh semua lapisan masyarakat. Oleh sebab itu mojito memiliki peluang yang besar di Indonesia dengan iklim dan cuaca yang cenderung panas membuat mojito menjadi salah satu pilihan untuk melepas dahaga karena sensasi yang menyegarkan. Inovasi produk minuman Mojithoss menghasilkan berbagai varian rasa seperti Mojithoss De Fresa (Strawberry), Mojithoss Melon, Mojithoss Vino Tinto (Anggur), dan Mojithoss La Sandia (Strawberry Anggur).

Penelitian ini bertujuan untuk menginspirasi UMKM lokal agar dapat berani melakukan inovasi serta menciptakan peluang bisnis yang baru. Minuman mojithoss dipilih karena dapat menyesuaikan minat pasar dalam hal adaptasi rasa dan penyajian, yang memungkinkan untuk lebih berkreasi. Selain itu, mojito memiliki potensi pasar yang luas, baik di kalangan konsumen lokal maupun internasional.

2. METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif, metode yang digunakan untuk memahami kejadian atau permasalahan yang luas melalui pengumpulan data non-numerik. Menurut (Sugiyono, 2006) Penelitian Kualitatif yaitu penelitian yang diperlukan untuk mengkaji, mendapatkan, mendeskripsikan, dan menjelaskan berbagai aspek pengaruh sosial yang tidak dapat dipaparkan, diukur atau diuraikan dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Analisis data adalah proses sistematis dalam memperoleh dan merangkai data yang didapat dari wawancara, laporan lapangan, dan materi penunjang lainnya sehingga mudah dimengerti dan dapat memberikan informasi kepada orang lain dengan tepat (Bogdan et al., 1982). Dalam penelitian ini digunakan analisis data kualitatif yang diperoleh dari wawancara dan observasi, agar informasi yang diperoleh lebih menggambarkan suatu kejadian. Data didapatkan melalui serangkaian kegiatan yang diselenggarakan Wirausaha Merdeka meliputi seminar, magang, akselerasi startup, pitching produk, dan expo produk. Penelitian di lakukan pada tempat magang dari wirausaha Merdeka yaitu di Stako Kopi UMS yang terletak di Jalan Rajawali IA, Nilagraha, Gonilan, Kecamatan Kartasura, Kabupaten Sukoharjo, Jawa Tengah. Pelaksanaan magang dilakukan dari tanggal 28 Agustus 2023 sampai dengan 4 November 2023.

Kegiatan magang pada Wirausaha Merdeka memberikan peluang kepada mahasiswa atau peserta magang untuk mempraktikkan pengetahuan teoritis yang mereka dapat dari lingkungan pendidikan dengan pengalaman praktis dalam dunia nyata. Program magang ini bertujuan untuk menambah ketrampilan soft skill dan hard skill lulusan agar dapat menjawab kebutuhan zaman, serta merencanakan mereka untuk menjadi pemimpin masa depan yang unggul dalam hal kepribadian (Baird & Parayitam, 2019). Selain itu, hal ini berperan dalam membentuk individu menjadi wirausahawan yang lebih mandiri, kreatif, dan mampu bersaing pada tingkat global. Sehingga mahasiswa dapat memenuhi harapan yang diberikan dari perusahaan terhadap mereka di tempat kerja dan mampu menggunakan kemampuan ilmu pengetahuan mendasar, tingkat cakap, dan profesional yang diperlukan (Kapareliotis et al., 2019).

Kegiatan awal magang yang dilakukan adalah melakukan pengumpulan data melalui wawancara, observasi partisipatif, dan dokumentasi. Wawancara dilakukan dengan supervisor dan manajer Stako kopi untuk mendapatkan informasi tentang proses pengembangan usaha, tantangan yang dihadapi, serta inovasi yang dilakukan terhadap produk usaha. dan kreativitas. Observasi partisipatif dilakukan dengan mengamati langsung kegiatan usaha dalam mengembangkan dan memasarkan produknya, mencakup teknik produksi, kreativitas dalam pengembangan produk, dan interaksi dengan konsumen. Dokumentasi berisi pengumpulan dokumen terkait kegiatan usaha, seperti daftar menu minuman, laporan penjualan produk, dan hasil evaluasi produk.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini disusun berdasarkan serangkaian kegiatan dari Program Wirausaha Merdeka. Pada kegiatan Wirausaha Merdeka ini setiap kelompok diharuskan membuat produk usaha yang nantinya akan dikembangkan menggunakan konsep-konsep kewirausahaan. Hasil penelitian ini ingin menunjukkan strategi pengembangan produk minuman Mojithoss.

3.1. Strategi Pengembangan Produk

3.1.1. Strategi dan Inovasi Produk

Kegiatan magang dari program wirausaha Merdeka sangat membantu dalam membuat strategi dan inovasi produk Mojithoss yang dilaksanakan di Stako Kopi UMS. Pelaksanaan magang dilakukan dari tanggal 28 Agustus 2023 sampai dengan 4 November 2023. Sebab produk minuman Mojithoss memiliki market pesaing dari beberapa macam usaha seperti *coffee shop*, restoran, dan stand penjual minuman manis. Oleh karena itu, penambahan bahan pelengkap menjadi inovasi produk minuman Mojithoss dengan tujuan menarik konsumen. Agar konsumen yang menghindari minuman beralkohol dapat menikmati minuman mojito, dibuatlah mojito non alkohol salah satunya minuman Mojithoss yang mengganti alkohol dengan air soda sehingga Mojithoss halal untuk dikonsumsi dan menjadikan Mojithoss memiliki rasa segar yang khas. Produk minuman Mojithoss memiliki keunggulan dari segi variasi rasa yang beragam dengan berbagai campuran bahan pelengkap seperti lemon, selasih, daun mint. Nilai tambah yang ditawarkan dari produk Mojithoss ini selain memiliki beragam varian rasa dan pelengkap minuman Mojithoss juga memberikan slice buah sebagai bahan pelengkap agar rasa dari Mojithoss lebih maksimal. Produk minuman Mojithoss menyajikan berbagai varian rasa seperti Mojithoss De Fresa (Strawberry), Mojithoss Melon, Mojithoss Vino Tinto (Anggur), dan Mojithoss La Sandia (Strawberry Anggur).



Gambar 1. Kegiatan Magang di Stako Kopi

3.1.2. Desain Produk

Kegiatan pembuatan proposal dan *pitching* produk membantu dalam menentukan ide produk yaitu minuman Mojithoss. Mojithoss adalah salah satu minuman klasik yang memiliki simbol kehangatan dan kesegaran. Dengan kombinasi dasar antara rasa mint yang segar, perasan jeruk lime yang asam, gula yang manis, dan soda yang berkarbonasi. Mojithoss sendiri menggunakan bahan utama seperti sirup berasa (strawberry, lemon, leci, anggur, melon, jeruk, air soda, lime, daun mint, serta *slice* buah. Semua bahan ini diracik dengan takaran yang tepat dan disajikan dalam wadah cup minuman yang telah di desain dengan *sticker* logo Mojithoss. Penggunaan wadah cup ini bertujuan untuk menjangkau target pasar yang luas, yaitu semua kalangan masyarakat. Kombinasi bahan-bahan tersebut menghasilkan rasa segar yang khas, membuat Mojithoss menjadi pilihan minuman yang menyegarkan untuk semua orang.



Gambar 2. Produk Minuman Mojithoss

3.1.3. Pemasaran

Sasaran yang ingin dicapai dari produk Mojithoss adalah konsumen umum yang mencakup berbagai kelompok usia dan latar belakang, yang tertarik dengan minuman menyegarkan. Terutama di tengah cuaca yang terik dan panas, minuman Mojithoss dapat menjadi pilihan minuman yang menyegarkan bagi tubuh. Produk minuman Mojithoss memiliki keunggulan dari segi variasi rasa yang beragam dengan berbagai campuran bahan pelengkap seperti lemon, selasih, daun mint, dan toping buah-buahan segar sesuai varian rasa. Nilai tambah yang ditawarkan dari produk Mojithoss ini selain memiliki beragam varian rasa dan pelengkap minuman Mojithoss juga memberikan *slice* buah sebagai bahan pelengkap agar rasa dari Mojithoss lebih maksimal. Strategi pemasaran produk minuman Mojithoss dilakukan secara *offline* melalui kegiatan Expo Wirausaha Merdeka 2023, membuka Stand berjualan di *Car Free Day* Colomadu, dan *Delivery Order*. Produk juga dapat dipesan secara *online* melalui *WhatsApp*, *Instagram*, dan *Shopee Food*.



Gambar 3. Kegiatan Expo Produk

Peningkatan inovasi dan kreativitas dalam pengembangan produk Mojithoss menggambarkan kemampuan UMKM lokal untuk beradaptasi dan berkembang dengan menyajikan produk yang menarik, berkualitas, dan sesuai dengan kebutuhan konsumen. Ini dapat dilihat dari pengembangan varian rasa baru, inovasi kemasan, dan pemberian topping pelengkap untuk meningkatkan efisiensi dan kualitas produk. Dampaknya tidak hanya terasa dalam meningkatnya daya saing di pasar domestik, tetapi juga membuka peluang ekspansi ke pasar internasional. Selain itu, inovasi ini juga dapat memperkuat branding dan meningkatkan kesetiaan pelanggan, yang pada akhirnya akan berkontribusi pada peningkatan penjualan dan keuntungan, serta pertumbuhan bisnis secara keseluruhan.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa pengembangan produk minuman Mojithoss berhasil mencapai tujuan meningkatkan inovasi dan kreativitas UMKM lokal melalui berbagai strategi yang efektif. Mojithoss menawarkan keistimewaan produk dengan berbagai varian rasa menarik seperti Mojithoss De Fresa (Strawberry), Mojithoss Melon, Mojithoss Vino Tinto (Anggur), dan Mojithoss La Sandia (Strawberry Anggur), yang menunjukkan kreativitas dalam menciptakan pilihan rasa yang beragam. Penggunaan bahan alami dan pelengkap seperti lemon, selasih, daun mint, serta potongan buah sebagai nilai tambah, menandakan inovasi dalam meningkatkan kualitas dan pengalaman rasa produk. Kemasan yang praktis dan menarik dalam bentuk wadah cup minuman memudahkan konsumen dari berbagai kalangan untuk menikmati minuman, sekaligus meningkatkan daya tarik visual produk. Penyesuaian dengan preferensi konsumen melalui mojito non-alkohol yang menggunakan air soda sebagai pengganti alkohol memperluas pangsa pasar dengan menjadikan produk halal dan aman dikonsumsi oleh semua kalangan. Strategi pemasaran kreatif yang mencakup pemasaran *offline* melalui Expo Wirausaha Merdeka 2023 dan stand jualan di *Car Free Day Colomadu*, serta pemasaran online melalui *WhatsApp*, *Instagram*, dan *Shopee Food*, menunjukkan pemanfaatan berbagai saluran untuk menjangkau konsumen lebih luas. Kemampuan Mojithoss untuk bersaing dengan pesaing dari *coffee shop*, *Burjo*, dan stand penjual minuman manis lainnya menunjukkan adaptasi dan inovasi dalam mengembangkan produk yang unik dan berbeda. Semua ini mencerminkan bagaimana UMKM lokal dapat beradaptasi, berkembang, dan bersaing di pasar dengan meningkatkan inovasi dan kreativitas, serta memberikan kontribusi positif terhadap perekonomian lokal.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] D. P. Rahayu, "Kajian Keberhasilan Program Pendampingan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (Ukm) Pangan Direktorat Surveilans dan Penyuluhan Keamanan Pangan dalam Penerapan Prinsip Keamanan Pangan," Institut Pertanian Bogor, Bogor, 2016.
- [2] M. J. Hafsah, "UPAYA PENGEMBANGAN USAHA KECIL DAN MENENGAH (UKM)," 2015. [Online]. Available: <https://api.semanticscholar.org/CorpusID:168363975>
- [3] M. G. Aboelmaged, "Predicting e-readiness at firm-level: An analysis of technological, organizational and environmental (TOE) effects on e-maintenance readiness in manufacturing firms," *Int J Inf Manage*, vol. 34, no. 5, pp. 639–651, Oct. 2014, doi: 10.1016/j.ijinfomgt.2014.05.002.
- [4] P. Kotler and K. L. Keller, *Marketing Management*, 15th Edition. New Jersey: Pearson Education, Inc, 2016.

-
- [5] S. Suranto, A. Sulistyanto, and A. Marimin, "Program Magang Wirausaha Merdeka Meningkatkan Mental Berdaya Wirausaha Mahasiswa," *BUDIMAS: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, vol. 4, no. 2, Oct. 2022, doi: 10.29040/budimas.v4i2.6924.
- [6] J. Lord, "'Condensed' cocktails: A brief history," *Spirit of Progress*, vol. 17, no. 2, pp. 8–10, Mar. 2016, [Online]. Available: <https://search.informit.org/doi/10.3316/informit.307790810249668>
- [7] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2006.
- [8] Bogdan, Robert C, Biklen, and Sari Knopp, *Qualitative Research for Education, An Introduction to Theory and Method*. Boston: Allyn and Bacon., 1982.
- [9] A. M. Baird and S. Parayitam, "Employers' ratings of importance of skills and competencies college graduates need to get hired," *Education + Training*, vol. 61, no. 5, pp. 622–634, Jun. 2019, doi: 10.1108/ET-12-2018-0250.
- [10] I. Kapareliotis, K. Voutsina, and A. Patsiotis, "Internship and employability prospects: assessing student's work readiness," *Higher Education, Skills and Work-Based Learning*, vol. 9, no. 4, pp. 538–549, Sep. 2019, doi: 10.1108/HESWBL-08-2018-0086.