

DAMPAK INOVASI TREND MINUMAN KEKINIAN : MINUMAN JELLY TERHADAP MASYARAKAT SEKITAR

Denny Cahya Jaya Putra¹, Aldi Dwi Prasetyo², Aga Niagara³,
Rachmadani Nur Aji Wijaya Kusuma⁴, M. Syarif hidayani⁵, Zsa Zsa Izazi⁶

Manajemen, STIE MAHARDHIKA

Email: dennycahya45@gmail.com¹, aldidwi301202@gmail.com², nrnmn9@gmail.com³,
aganiagara@gmail.com⁴, yayanpascips96@gmail.com⁵, zsazsaizazi07@gmail.com⁶

Abstract

Innovations in the marketing of jelly drinks have brought about significant changes in consumer tastes and consumption patterns in society. In addition, innovations in taste, texture and attractive appearance have made jelly drinks one of the most popular products in society, especially among teenagers and children. Therefore, as an innovation compared to ordinary jelly drinks, this drink comes with attractive packaging and a taste that makes this product stand out compared to other similar drinks both in terms of taste and appearance. The beverage product developed is called "MINJELL". The aim of this innovation is to analyze the social impact of consuming jelly drinks in terms of health and also apply it on campuses, snack places and several small stalls, so as to expand market reach by up to 50%. Additionally, attractive and sustainable packaging is a major attraction, especially for young, environmentally conscious consumers. As a result, this innovation not only makes products more competitive but also causes society to change towards more modern consumption patterns. The conclusion highlights the importance of combining product innovation with marketing strategies to increase the acceptance and sustainability of jelly drink businesses.

Keywords: *verage processing innovation, jelly drinks, and Customer Satisfaction*

Abstrak

Inovasi dalam pemasaran minuman jelly telah membawa perubahan signifikan dalam selera konsumen dan pola konsumsi di masyarakat. Selain itu, inovasi dalam rasa, tekstur, dan tampilan yang menarik telah membuat minuman jeli menjadi salah satu produk paling populer di masyarakat, terutama di kalangan remaja dan anak-anak. Oleh karena itu, sebagai sebuah inovasi dibandingkan minuman jelly biasa, minuman ini hadir dengan kemasan yang menarik serta cita rasa yang membuat produk ini menonjol dibanding minuman sejenis lainnya baik dari segi rasa maupun tampilan. Produk minuman yang dikembangkan disebut "MINJELL". Tujuan dari inovasi ini adalah untuk menganalisis dampak sosial konsumsi minuman jeli dalam hal kesehatan dan juga menerapkannya di kampus-kampus, tempat jajanan dan beberapa warung kecil, sehingga dapat memperluas jangkauan pasar hingga 50%. Selain itu, kemasan yang menarik dan berkelanjutan merupakan daya tarik utama, terutama bagi konsumen muda yang sadar lingkungan. Hasilnya, inovasi ini tidak hanya membuat produk lebih kompetitif tetapi juga menyebabkan perubahan masyarakat ke arah pola konsumsi yang lebih modern. Kesimpulannya menyoroti pentingnya menggabungkan inovasi produk dengan strategi pemasaran untuk meningkatkan penerimaan dan keberlanjutan bisnis minuman jelly.

Kata kunci: Inovasi pengolahan minuman, Minuman Jelly, Kepuasan Pelanggan

Pendahuluan

Dengan kemampuan mereka untuk menyerap tenaga kerja dan mendorong pertumbuhan ekonomi lokal, usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) memainkan peran penting dalam perekonomian nasional. Inovasi adalah kunci untuk UMKM untuk bersaing di era global dalam ekonomi kreatif. Inovasi pada produk minuman seperti minuman jelly, yang menawarkan rasa yang berbeda, kemasan yang menarik, dan strategi pemasaran kontemporer, adalah salah satu tren yang berkembang pesat. Jelly drink bukan hanya minuman pelepas dahaga, tetapi juga gaya hidup yang disukai orang, terutama remaja. Hal ini merupakan salah satu langkah perbaikan yang dilakukan pemerintah dalam rangka meningkatkan mutu dan kualitas tenaga kerja negeri kita agar berdaya saing di dunia kerja. Salah satu tujuan pembangunan ekonomi adalah meningkatkan penyediaan barang dan sumber daya manusia yang berguna. Untuk mencapai tujuan ini, tidak hanya pemerintah tetapi semua masyarakat perlu berpartisipasi dalam sistem pembangunan ini dan menggunakan sumber daya yang ada untuk mewujudkan rencana pembangunan ekonomi lokal. [1]

Dalam ilmu ekonomi modern, istilah “ekonomi kreatif” mengacu pada konsep ekonomi di mana seseorang menghasilkan ide-ide unik dan menarik atau kreativitas. [2]

Sektor UMKM terus berkembang dan berkontribusi meski banyak wirausahawan baru yang masuk ke pasar masyarakat. Tren menuju bisnis baru disebabkan oleh tekanan ekonomi yang memaksa orang untuk menciptakan pekerjaan mereka sendiri. Selain itu, ada faktor lain seperti pengangguran dan depresi pada pekerjaan sebelumnya serta tuntutan kehidupan sehari-hari. SDM salah satu faktor utama untuk mempengaruhi sektor ekonomi kreatif Indonesia saat ini dan memiliki dampak yang signifikan terhadap tren pertumbuhan UKM. Sumber daya manusia merupakan modal terpenting di era global ini. Bahkan suatu negara dengan sumber daya alam yang sebanding tidak akan mampu memberi pengaruh yang signifikan dalam persaingan

global tanpa SDM. Hanya negara dengan sumber daya manusia terbaik yang dapat berpartisipasi, memperoleh pengetahuan dan menggunakan untuk memecahkan masalah.

Seorang inovator adalah seseorang yang dapat menemukan atau menciptakan ide-ide dengan cara unik yang belum terpikirkan oleh orang lain. Inovasi dapat diartikan sebagai suatu bentuk penemuan atau penciptaan ide-ide baru. Ide-ide tersebut dipublikasikan dan disajikan kepada publik untuk membangkitkan minat membeli produk yang kami tawarkan.

Di era perdagangan bebas dan persaingan global, siapa pun yang memulai bisnis harus bisa menghadapi persaingan yang semakin ketat. Seiring meningkatnya persaingan dan konsumen menjadi lebih selektif dalam memilih produk, kita sebagai pengusaha perlu mengembangkan atau mengevaluasi adanya produk yang memunculkan produk yang lebih baik daripada produk rival. Tidak ada yang namanya produk terbaik jika tidak memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan Anda. Kualitas produk dipahami dan diamati dari sudut pandang bagaimana suatu perusahaan menyampaikan produknya kepada publik. [3]

Misalnya saja bisnis minuman yang semakin digemari terutama di Indonesia yang beriklim sangat panas. Ada banyak distributor minuman di pasaran, masing-masing mencoba menciptakan sesuatu yang istimewa dalam hal kemasan, rasa, dan harga. Akibatnya, para distributor berlomba-lomba memproduksi minuman berkualitas tinggi untuk memuaskan konsumen dan juga menawarkan promosi mereka sendiri. Dengan menerapkan promosi yang unik, produk kami beserta fitur-fiturnya dapat dikenal oleh masyarakat umum. Banyaknya aplikasi media sosial membuatnya terjangkau bagi berbagai macam pengguna. [4]

Sistem pemasaran yang terdiri dari produk, harga, taktik pemasaran, dan tempat merupakan salah satu poin strategis yang paling penting dalam memasarkan suatu produk. Dalam dunia penjualan yang kompetitif saat ini, penetapan harga penjualan dan strategi promosi sangat penting untuk mendapatkan keterlibatan dan loyalitas konsumen. Hal ini penting mengingat semakin

kompetitifnya lanskap dan meningkatnya permintaan barang.

Kemasan produk merupakan ciri khas perusahaan kami karena merupakan sarana penyajian produk dan mendorong pelanggan untuk membelinya. Kemasan produk merupakan elemen pemasaran yang penting karena tidak hanya membungkus produk tetapi juga meningkatkan nilai jualnya. [5]

Kemasan dan label yang unik memudahkan pelanggan untuk mengidentifikasi produk kami. Semakin banyak produk yang bersaing memberi pelanggan lebih banyak pilihan dan mendorong perusahaan untuk tetap kreatif. Suatu produk yang tidak berbeda dengan produk pesaing tidak dapat dianggap inovatif. Produk yang berbeda sangat penting bagi bisnis karena mereka membuat perbedaan dan berkontribusi pada kelangsungan hidup perusahaan. Satu hal yang membedakan produk tersebut dari produk lain adalah kemasannya.

Orang perlu berdagang dan mengirimkan barang dan jasa dengan cepat. Selain itu, kemajuan teknologi informasi telah memungkinkan penerapan strategi penjualan dan pemasaran baru yang memungkinkan pengiriman barang dan jasa yang lebih cepat, lebih akurat, dan lebih tepat. Salah satu kemajuan teknologi informasi adalah Internet. Konsumen dapat mengakses internet dari mana saja. Konsumen masa kini hidup dengan kecepatan yang lebih cepat. Oleh karena itu, kami tawarkan minuman jelly dengan berbagai pilihan rasa dengan menciptakan peluang besar di kalangan konsumen dan menarik minat mereka.

Minuman jelly merupakan minuman ringan sederhana yang terbuat dari dua bahan utama, susu dan jeli, dan disajikan dalam kemasan yang menarik dengan perpaduan rasa rasa yang enak dan unik sehingga numannya akan terasa lebih enak. Sehingga sangat kompetitif di pasar dan diminati di berbagai kelompok usia. Minuman inovatif ini tidak hanya menghilangkan dahaga saat Anda beraktivitas.

Menurut Wulandari et al. (2023), inovasi produk minuman jelly yang sehat dan menyegarkan mampu meningkatkan daya tarik konsumen. Wachyuni (2019) juga menekankan bahwa variasi bahan dasar, seperti lidah buaya dan lemon, memberikan nilai tambah pada cita rasa dan manfaat kesehatan. Agustin dan Putri (2014) meneliti pengaruh komposisi bahan terhadap tekstur dan rasa jelly drink, menunjukkan bahwa proporsi yang tepat meningkatkan kepuasan konsumen. Selain itu, Hardi et al. (2018) mengungkapkan bahwa perencanaan usaha dengan kapasitas produksi yang efisien mampu memperluas jangkauan pasar.

Minuman jelly dapat diolah menjadi minuman yang memiliki fungsi sebagai pelepas dahaga dan penunda lapar, serta memiliki potensi besar untuk berinovasi dan memperluas pasar. Dijelaskan bahwa ada. Telah berkembang lebih jauh. Hal ini terlihat pada perkembangan ekonomi yang terdapat di kota besar. Kecenderungan di Kota Besar orang mengandalakan pilihan yang tersedia untuk konsumsi makanan. Minuman jelly adalah minuman semi-manis yang dapat digunakan sebagai penekan nafsu makan seperti halnya minuman biasa.

Peneliti tertarik untuk membahas tentang dampak inovasi tren minuman kekinian : minuman jelly terhadap masyarakat sekitar dan Sejauh mana strategi pemasaran memengaruhi minat beli konsumen terhadap produk minuman jelly.Tujuan diadakan penelitian ini untuk mengidentifikasi efektifitas strategi pemasaran dalam menarik minat beli konsumen dan mengesplorasi dampak social yang di timbulkan oleh tren minuman jelly di masyarakat sekitar

Metode Penelitian .

. Untuk penelitian mengenai "Dampak Inovasi Tren Minuman Kekinian: Minuman Jelly terhadap Masyarakat Sekitar," berikut adalah metode penelitian yang dapat digunakan:

1. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan **kuantitatif** dan **deskriptif** dengan metode **eksperimental** dan **survei**. Secara eksperimen, penelitian ini menguji kandungan nutrisi dari produk Minjell melalui pengukuran laboratorium. Sementara itu, metode survei diterapkan untuk mengukur tingkat kepuasan, preferensi rasa, dan respon konsumen terhadap inovasi produk minuman jelly.

2. Populasi dan Sampel

- **Populasi:**
Masyarakat sekitar yang mencakup berbagai kelompok usia, terutama anak-anak, remaja, dan dewasa, yang menjadi target pasar produk Minjell.
- **Sampel:**
Pengambilan sampel dilakukan secara **purposive sampling** di lokasi-lokasi strategis seperti kampus, warung jajanan, dan tempat nongkrong. Sampel yang dipilih merupakan konsumen yang sudah pernah atau berpotensi mencoba produk minuman jelly.

3. Teknik Pengumpulan Data

- **Data Primer:**
 - **Uji Laboratorium:**
Pengujian kandungan nutrisi (energi, gula, protein, lemak, serat, natrium) dilakukan pada bahan-bahan dan produk jadi. Data yang diperoleh disusun dalam tabel untuk melihat perbandingan proporsi bahan.
 - **Kuesioner dan Observasi:**
Dilakukan uji rasa (uji penjualan di masyarakat) dengan menyebarkan kuesioner untuk mengukur tingkat kepuasan konsumen, preferensi rasa (misalnya coklat, strawberry, cappucino, mangga), dan frekuensi pembelian.
- **Data Sekunder:**
Mengkaji literatur terkait inovasi

produk, teori pemasaran, dan data pendukung dari penelitian terdahulu untuk memperkuat kerangka konseptual serta analisis SWOT.

4. Instrumen Penelitian

- **Formulir Pencatatan Pengukuran Nutrisi:**
Digunakan untuk mencatat data hasil uji laboratorium pada masing-masing bahan (jelly, bubuk rasa, gula, air, susu) dan perhitungan total nutrisi per porsi.
- **Kuesioner Konsumen:**
Terdiri dari pertanyaan tertutup dan skala penilaian untuk mengukur kepuasan, preferensi rasa, dan penilaian terhadap aspek pemasaran (kemasan, harga, promosi).

5. Prosedur Penelitian

1. **Tahap Persiapan:**
 - Pengumpulan bahan baku dan perencanaan resep produk Minjell.
 - Perancangan kemasan dan strategi pemasaran awal.
2. **Tahap Eksperimen:**
 - Pembuatan produk minuman jelly dengan formulasi yang telah ditetapkan.
 - Pengujian laboratorium untuk mendapatkan data kandungan nutrisi produk.
3. **Tahap Uji Rasa dan Survei:**
 - Distribusi sampel produk kepada responden yang telah ditentukan.
 - Pelaksanaan uji rasa dengan pengisian kuesioner dan pencatatan data respon (misalnya, tingkat kesukaan tiap varian rasa dan frekuensi pembelian).
4. **Tahap Analisis Data:**
 - Pengolahan data kuantitatif dari hasil laboratorium dan

- kuesioner menggunakan analisis deskriptif.
- Penyajian data dalam tabel dan grafik (misalnya, data statistik penjualan dan persentase respon konsumen).
- Pelaksanaan analisis SWOT untuk mengevaluasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman produk.

6. Teknik Analisis Data

- **Analisis Deskriptif:**
Digunakan untuk menjelaskan data numerik seperti nilai nutrisi dan persentase kepuasan konsumen.
- **Analisis Statistik Sederhana:**
Meliputi perhitungan frekuensi dan distribusi respon terhadap berbagai variabel seperti rasa dan frekuensi pembelian.
- **Analisis SWOT:**
Digunakan untuk mengidentifikasi kelebihan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang terkait dengan produk Minjell dalam konteks pasar.

7. Validitas dan Reliabilitas

- **Validitas Instrumen:**
Dilakukan uji coba (pilot test) terhadap kuesioner dan instrumen pengukuran lainnya, kemudian dilakukan revisi berdasarkan masukan responden untuk memastikan instrumen mengukur apa yang seharusnya diukur.
- **Reliabilitas:**
Pengujian konsistensi kuesioner menggunakan metode seperti Cronbach's Alpha untuk memastikan data yang dikumpulkan dapat dipercaya.

Tujuan penelitian

Tujuan penelitian ini ialah untuk mengetahui berapa kandungan dalam Mijell serta tingkat kegemaran konsumen terhadap Minjell serta mengetahui tingkat

kesukaan konsumen terhadap Minuman Jelly.

Hasil dan Pembahasan

Tujuan dari penelitian pendahuluan ini adalah untuk mengeksplorasi potensi sebagai bahan dasar dalam pembuatan minuman jelly. Dalam proses penelitian ini, peneliti membandingkan sampel dengan komposisi jumlah bahan baku, energy, gula, protein, lemak, serat, natrium untuk memahami seberapa besar perbedaan yang ada.

Bahan	Jumlah	Energi (Kalori)	Gula	Protein	Lemak	Serat	Natrium
Jelly	5 kg	1 kcal	0 g	0 g	0 g	0,25 g	0 mg
Bubuk Rasa	10 g	23 kcal	5 g	0,7 g	1,4 g	3,7 g	1,5 mg
Gula Pasir	20 g	77 kcal	20 g	0 g	0 g	0 g	0 mg
Air	50 ml	0 kcal	0 g	0 g	0 g	0 g	0 mg
Susu	150 ml	90 kcal	7,2 g	5 g	4,8 g	0 g	75 mg

Tabel 1. Kandungan bahan Minuman Jelly

Nutrisi	Jumlah Total per Porsi (200 ml)
Energi	191 kcal
Gula	32.2 g
Protein	5.7 g
Lemak	6.2 g
Serat	3.95 g
Natrium	76.5 mg

Tabel 2. Total Kandungan bahan Minuman Jelly

Hasil penelitian di Tabel 1 dan 2 menunjukkan bahwa penentuan proporsi kandungan dalam pembuatan minuman jelly sangat penting. Dalam penelitian ini, peneliti menguji penggunaan kandungan energi (kalori) Minuman Jelly menyediakan sekitar 191 kalori per porsi. Gula Sebagian besar kalori berasal dari karbohidrat, terutama gula (sekitar 32.2 gram per porsi). Kandungan ini cukup tinggi karena penambahan gula pasir dan gula alami dari susu serta bubuk coklat. Protein Mengandung sekitar 5.7 gram protein, terutama dari susu cair, menjadikannya minuman yang mengandung sedikit protein untuk membantu kebutuhan harian. Lemak sebagian besar berasal dari susu cair dan bubuk coklat, dengan total 6.2 gram. Serat ini memiliki kandungan serat sekitar 3.95 gram, sebagian besar dari bubuk coklat dan

agar-agar. Kandungan natrium rendah, yaitu sekitar 76.5 mg per porsi, yang aman untuk konsumsi.

Dari hasil penelitian pendahuluan, dapat disimpulkan bahwa Minuman Jelly adalah minuman manis yang mengandung kalori sedang, kaya gula, dan memiliki sedikit protein dan serat. Cocok untuk dinikmati sebagai Penahan Rasa lapar, tetapi perlu dibatasi konsumsi gula jika sedang mengontrol asup. Inovasi minuman kekinian berbasis jelly telah memberikan dampak positif bagi masyarakat, terutama dalam aspek ekonomi, kesehatan, dan kreativitas kuliner. Berikut beberapa dampak yang dapat dicermati:

Dampak inovasi tren minuman kekinian pada produk minuman jelly

Peningkatan Pendapatan dan Kesempatan Usaha

Pengenalan minuman jelly telah membuka peluang usaha baru bagi masyarakat. Misalnya, Kaldin, seorang pelaku UMKM dari Depok, berhasil menciptakan produk "Jelly Coconut" yang menggabungkan kelapa muda segar dengan puding jelly dan buah. Usaha yang dimulai dengan modal awal Rp100.000 ini kini menghasilkan omzet hingga Rp800.000 per hari dan telah memperkerjakan tambahan karyawan.

Pemberdayaan Ibu Rumah Tangga melalui Kewirausahaan

Inovasi dalam pembuatan minuman jelly juga telah memberdayakan ibu rumah tangga untuk meningkatkan pendapatan keluarga. Pelatihan pembuatan "Fruit Jelly Ball" menggunakan buah-buahan lokal memberikan keterampilan baru yang dapat dijadikan usaha rumahan, sehingga membantu ekonomi keluarga dan komunitas sekitar.

Peningkatan Kesehatan Masyarakat melalui Produk Fungsional

Beberapa inovasi minuman jelly difokuskan pada peningkatan kesehatan. Contohnya, mahasiswa Universitas Pendidikan Indonesia menciptakan "Es Jelly Binahong" yang memanfaatkan ekstrak daun binahong, dikenal memiliki manfaat bagi kesehatan ginjal. Produk ini menawarkan alternatif jajanan sehat bagi masyarakat.

Diversifikasi Produk dan Kreativitas Kuliner

Inovasi minuman jelly mendorong diversifikasi produk kuliner lokal. Contohnya, pengembangan jelly drink dari kulit manggis yang diperkaya dengan rumput laut tidak hanya memberikan variasi rasa baru tetapi juga meningkatkan nilai gizi produk tersebut.

Secara keseluruhan, tren minuman jelly memberikan dampak positif dengan menciptakan peluang ekonomi, memberdayakan masyarakat, meningkatkan kesehatan, dan mendorong kreativitas dalam industri kuliner lokal.

Aspek Pemasaran

Tujuan pemasaran adalah untuk mengenalkan produk minuman kepada kita sendiri, sehingga masyarakat bias tertarik dengan minuman yang kita promosikan yang nantinya bias menambah nilai beli pada produk kita sendiri, dan memenuhi selera masyarakat yang semakin hari tambah aneh, unik dan meningkat.

Menawarkan sampel Yaitu dengan cara menawarkan produk yang udah di buat kepada konsumen, karna dengan menawarkan sampel langsung ke konsumen bisa mengetahui langsung dari segi rasa dan semacamnya.

Dengan Social digital marketing kita biasa menawarkan produk kita melalui platform yang ada seperti wa, ig dan tiktok, disamping itu melalui media social kita bias bertransaksi langsung dengan konsumen kosumen yang ingin bertanya dan relative murah

Membuat anggaran yang sistematis semua usaha perlu membutuhkan dana yang

sistematis dan terperinci antara uang produksi dan uang keuntungan.

Periklanan

Ini adalah salah satu komponen bauran pemasaran dan dianggap sangat penting. periklanan terdiri dari lima unsur yaitu:

1. Periklanan
2. Promosi penjualan.
3. Penjualan eceran.
4. Pemasaran Langsung
5. Hubungan Masyarakat [6]

Periklanan sangat penting dalam pemasaran. Jika tidak dilakukan dengan baik, konsumen tidak akan tertarik dengan produk yang dijual. Promosi penjualan melibatkan penyediaan semua informasi yang diterima, menganalisis segmentasi pasar dan produk yang tersedia di pasar, memperoleh, membeli atau menggunakan produk, dan loyalitas pelanggan.

Kemasan

Pengemasan adalah proses merancang dan membuat wadah atau kemasan suatu produk. Pengemasan adalah aktivitas umum dalam perencanaan produk yang menentukan desain dan pembuatan kemasan produk.

tujuan penggunaan kemasan adalah sebagai berikut:

1. Memberikan kemudahan.
2. Bermanfaat dalam pemakaian ulang.
3. Memberikan daya tarik
4. Menjadi identitas produk.
5. Distribusi.
6. Informasi.
7. Inovasi produk yang berkaitan dengan kemajuan teknologi.
8. Melindungi produk.

Di antara dimensi kemasan termasuk:

- Gambar
- Bahan

- Ukuran
- Tipografi

Kemasan atau pembungkus yang menarik akan memberi pelanggan nilai tambah karena mereka dapat membedakan produk yang hampir identik dari segi bentuk dan kualitas. Label yang biasanya ada di kemasan produk akan menunjukkan perbedaan tersebut.

Kepuasan pelanggan

Kepuasan pelanggan berdampak pada banyak hal penting, seperti membangun loyalitas pelanggan, meningkatkan reputasi perusahaan, dan meningkatkan produktivitas dan efisiensi karyawan. Salah satu komponen kinerja pasar adalah tingkat kepuasan pelanggan perusahaan. Beberapa indikator kepuasan konsumen, menurut Andreassen, adalah sebagai berikut:

1. kepuasan umum, yaitu kepuasan pelanggan secara keseluruhan setelah menggunakan produk.
2. kepuasan harapan, yaitu kepuasan yang diharapkan pelanggan.
3. kepuasan pengalaman, yaitu tingkat kepuasan yang dialami pelanggan.[7]

Dalam proses pengambilan keputusan pembeli, kepuasan pelanggan adalah tahap di mana pembeli benar-benar memilih produk. Keputusan konsumen tentang produk yg akan dibeli dipengaruhi beberapa faktor seperti teknologi, ekonomi, politik, budaya, harga, lokasi, promosi, bukti fisik, individu, dan proses. konsumen bisa memilih sebuah produk sesuai dengan kebutuhannya, memilih lokasi, metode, jumlah, dan alasan untuk membeli.

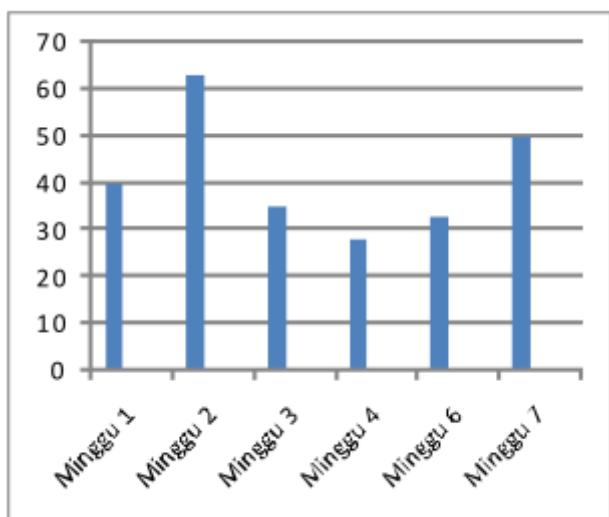
Uji Penjualan di Masyarakat

Untuk mengetahui kesukaan masyarakat terhadap minuman jelly lidah buaya maka dilakukan uji kesukaan untuk menguji tingkat responde dari segi rasa, dan

beberapa kalangan yang membeli minuman jelly



Gambar 2. Aneka Rasa minuman jelly



Gambar 3. Data Statistik Penjualan

Berdasarkan Gambar 3 menunjukkan bahwa banyak diantara kalangan Anak-anak dan remaja mendominasi konsumsi minuman jelly, menunjukkan produk ini lebih menarik untuk kelompok usia muda. Rasa unik seperti buah menunjukkan kecenderungan masyarakat terhadap rasa segar dan bervariasi. Harga menjadi faktor paling berpengaruh. Sebagian besar konsumen mengonsumsi minuman jelly beberapa kali seminggu dengan minggu pertama (40%), Minggu kedua (63%), minggu ketiga (37%), minggu keempat (28%), minggu keenam (33%) dan minggu ketujuh (50%) sehingga menunjukkan produk ini lebih sebagai camilan daripada kebutuhan harian.

Aneka Rasa	Persentase Responde (%)	Penjelasan
Coklat	67%	Disukai untuk rasa manis dan lezat yang khas terutama anak

		muda
Strawberry	40%	Paling diminati karena kesegaran dan variasi rasa.
Cappuccino	22%	Segmen kecil tetapi loyal dengan kalangan Pria
Mangga	45%	Paling diminati karena kesegaran dan variasi rasa serta banyak kalangan orang tua yang banyak diminati

Tabel 3. Respon Minuman Jelly pada masyarakat

dalam Tabel 3 uji kualitas penjualan ini menjelaskan bahwa rasa coklat adalah favorit utama (67%) karena memberikan rasa khas dan anak muda banyak yang suka. Rasa Mangga (45%) dan strawberry (40%) juga diminati, khususnya oleh anak-anak dan orang tua karena variasi rasa yang unik. Rasa Loyal seperti cappuccino memiliki pasar kecil karena mamang segmen pasarnya kecil (22%) kebanyakan kalangan pria, tetapi menarik untuk inovasi.

Analisis Swot

Strenght (Kekuatan)

Minuman Jelly (MINJELL) ini berbeda dengan yang lain dan bukan hanya saja rasanya yang lezat namun juga menyegarkan apalagi saat ini pas musim panas sangat cocok untuk minuman dikala haus.

Weakness (Kelemahan)

Minuman Jelly (MINJELL) ini tidak tahan lama, terkecuali berada dilemari pendingin (kulkas). Dan itupun tidak tahan sampai satu bulan melainkan beberapa hari saja.

Opportunity (Peluang)

Minuman Jelly (MINJELL) ini sangat berpeluang dikalangan masyarakat dari kalangan anak-anak sampai dewasa, dari

cita rasa yang enak dan menggoda selera serta terdapat jelly didalamnya yang menambah ketertarikan konsumen untuk minum, serta harga yg sangat murah.

Threatment (Ancaman)

Minuman Jelly (MINJELL) ini sangat mudah memasuki pasar, namun saingan banyak. Karna banyak penjual minuman yang menjual berbagai minuman, selain itu cuaca sangat ancaman yang sangat tidak mendukung seperti musim hujan kita tidak bisa berjualan.

Kesimpulan

Inovasi adalah tentang pengembangan produk baru yang memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen, meningkatkan minat terhadap produk dan kemungkinan mengarah pada keputusan pembelian. Minuman jelly inovatif ini juga unik karena tersedia dalam rasa yang berbeda, memberikan rasa yang lebih baik dan lebih segar dan juga memperluas peluang pasar untuk bersaing dengan merek minuman lainnya. Dikemas dalam botol praktis yang mudah dibawa ke mana saja, minuman ini tidak hanya menghilangkan dahaga tetapi juga menunda rasa lapar. Sehingga berdasarkan hasil uji Kandungan dijelaskan bahwa minuman jelly dapat dikonsumsi masyarakat sekitarnya dengan Energi 191 kalori, Gula 32.2 g, Protein 5.7 g, Lemak 6.2 g, Serat 3.95 g Natrium 76.5 mg Perorsi, dan juga banyak masyarakat suka dengan minuman ini dengan total minggu kesatu sampai minggu ketujuh hampir 50 % masayarakat suka Minuman jelly yang dikembangkan oleh ini dapat digunakan sebagai bisnis rumahan atau bersaing dipeluang bisnis UMKM

Daftar Pustaka

Wulandari, Ni Putu Nadia Putri, Paskalia Vesbyanti Adolf, and Ni Putu Dyah Krismawintari. "INOVASI

PENGOLAHAN PRODUK MINUMAN MILKY JELLY KREATIF YANG SEHAT DAN MENYEGARKAN. "Seminar Nasional Aplikasi Iptek (SINAPTEK). Vol. 6. 2023.

Wachyuni, Suci Sandi. "Inovasi Pembuatan Jelly Dari Bahan Lidah Buaya Dengan Penambahan Lemon." *Jurnal Sains Terapan Pariwisata* 4.3 (2019): 20-29.

Agustin, Firdausia, and Widya Dwi Rukmi Putri. "Pembuatan jelly drink averrhoa blimbi l.(kajian proporsi belimbing wuluh: air dan konsentrasi karagenan)." *Jurnal Pangan dan Agroindustri* 2.3 (2014): 1-9

Batrisyia, Nurjihan Daros. *PROYEK PERANCANGAN BRAND IDENTITY DAN INOVASI PRODUK PADA MINUMAN JELLY SUSU BND*. Diss. Universitas Andalas, 2024.

Hardi, Cindy Felicia, Andi Nathanael Sumanto, and Amelia Christina Wijaya. "Perencanaan usaha pengolahan slurpy freshcorn minuman jelly jagung dengan kapastias 100 botol@ 250ml per hari." (2018).

"Pengaruh Promosi Penjualan Inovasi Produk Kemasan Produk Terhadap Minat Beli Ulang Melalui Kepuasan Konsumen Pada Sentra Souvenir Di Desa Mulyoharjo Jepara | Formosa Journal Of Multidisciplinary Research." Diakses: 14 Desember 2024. [Daring]. Tersedia Pada: [Https://Journal.Formosapublisher.Org/Index.Php/Fjmr/Article/View/1255](https://Journal.Formosapublisher.Org/Index.Php/Fjmr/Article/View/1255)

A. D. Maria, "Analisis Dampak Promosi Dan Inovasi Menu Terhadap Kepuasan Pelanggan," *J. Manaj. Stie Muhammadiyah Palopo*, Vol. 9, No. 1, Art. No. 1, Jul 2023, Doi: 10.35906/Jurman.V9i1.1292.

“Marketing Mix 4p Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan Konsumen Centrale Gelato Malang | Meraki: Journal Of Creative Industries.” Diakses: 14 Desember 2024. [Daring]. Tersedia Pada:[Https://Journal.Ubaya.Ac.Id/Index.Php/Meraki/Article/View/6989](https://Journal.Ubaya.Ac.Id/Index.Php/Meraki/Article/View/6989)

Mustari, Nur Arisah,Nur Jannah,sitti hajerah hasyim,nahriana,” Inovasi Jelly Buah Menjadi Fruit Jelly Ball Untuk Meningkatkan Pendapatan Ibu Rumah Tangga.” Jurnal Akademik Pengabdian Masyarakat.2.6,(2024).

Riadi, Muchlisin. 2020. Susu (Pengertian, komposisi, kandungan gizi, jenis dan manfaat).Tersedia:<https://www.kajianpusaka.com/2020/09/susu.html?m=1>.

Wulan, Rose Ita Setiyaning. 2019. Analisa kadar siklamat pada berbagai jenis jelly yang dijual di pasar kembang Surabaya. (Karya tulis ilmiah), Surabaya: Universitas Muhammadiyah Surabaya.

Fadilah, Chairanil. 2021. Karakteristik permen jelly jeruk kalamansi (*Citrofortunella macrocarpa*) dengan variasi jenis dan konsentrasi pemanis. (Skripsi), Indralaya : Universitas Sriwijaya.