

MENJALANKAN USAHA ES DEGASI (DEGAN SIRUP) YANG EFEKTIF KONSEP, OPERASIONAL, DAN PEMASARAN

Oleh:

Mohamad Afrizal Miradji¹

Fadia Annisa²

Niken Tri Wahyuni³

Elsa Tanzalia Marini⁴

Sania Adista Wijayanti⁵

Universitas PGRI Adi Buana Surabaya

Alamat: JL. Dukuh Menanggal XII No. 4, Dukuh Menanggal, Kec. Gayungan,
Surabaya, Jawa Timur (60234).

Korespondensi Penulis: afrizal@unipasby.ac.id, fadiannisa24@gmail.com,
nikenwahyuni92@gmail.com, elsatanzalia48@gmail.com, saniadistong34@gmail.com.

Abstract. *The “Es DEGASI (Degan Syrup)” business is an innovative drink made from young coconut to meet the needs of a community that is increasingly concerned about health. In a situation where many people are switching from instant drinks to natural products, young coconut ice has become a popular choice due to its health-beneficial electrolytes, vitamins, and minerals. However, traditional serving methods are often unhygienic, lack innovation, and look unattractive and less modern. Therefore, Es DEGASI presents a clean, practical, and stylish packaging concept, including serving in modern glasses and the unique option of a whole young coconut to provide an authentic experience enjoying natural flavors. This product also offers various flavors, ranging from original and syrup to appeal to a wider consumer palate. In addition to providing health benefits and product quality, this business also aims to foster an entrepreneurial spirit among students, provide a safe choice of refreshing drinks, and increase the income of local coconut farmers. With professional production, financial, and marketing management, Es DEGASI is expected to become a competitive local drink and create*

MENJALANKAN USAHA ES DEGASI (DEGAN SIRUP) YANG EFEKTIF KONSEP, OPERASIONAL, DAN PEMASARAN

economic opportunities for the community. Therefore, Es DEGASI not only emphasizes product innovation but also contributes to sustainable social and economic aspects.

Keywords: *Es DEGASI (Degan Sirup), Young Coconut, Innovative Drinks.*

Abstrak. Bisnis “Es DEGASI (Degan Sirup)” adalah minuman inovatif yang terbuat dari kelapa muda untuk memenuhi kebutuhan masyarakat yang semakin peduli terhadap kesehatan. Dalam situasi di mana banyak orang beralih dari minuman instan ke produk alami, es kelapa muda telah menjadi pilihan populer karena elektrolit, vitamin, dan mineralnya yang bermanfaat bagi kesehatan. Namun, cara penyajian tradisionalnya seringkali tidak higienis, kurang inovatif, dan terlihat kurang menarik serta kurang modern. Oleh karena itu, Es DEGASI hadir dengan konsep kemasan yang bersih, praktis, dan bergaya, termasuk penyajian dalam gelas modern dan pilihan unik berupa kelapa muda utuh untuk memberikan pengalaman otentik menikmati cita rasa alami. Produk ini juga menawarkan berbagai varian rasa, mulai dari original dan sirup untuk menarik selera konsumen yang lebih luas. Selain memberikan manfaat kesehatan dan kualitas produk, bisnis ini juga bertujuan untuk menumbuhkan semangat kewirausahaan di kalangan mahasiswa, menyediakan pilihan minuman segar yang aman, dan meningkatkan pendapatan petani kelapa lokal. Dengan manajemen produksi, keuangan, dan pemasaran yang profesional, Es DEGASI diharapkan menjadi minuman lokal yang kompetitif dan menciptakan peluang ekonomi bagi masyarakat. Oleh karena itu, Es DEGASI tidak hanya menekankan inovasi produk, tetapi juga berkontribusi pada aspek sosial dan ekonomi yang berkelanjutan.

Kata Kunci: Es DEGASI (Degan Sirup), Kelapa Muda, Minuman Inovatif.

LATAR BELAKANG

Perubahan dalam gaya hidup sehat akhir-akhir ini terlihat mengalami kemajuan yang jelas, ditunjukkan dengan peralihan pilihan masyarakat dari minuman instan ke produk alami yang lebih aman untuk dikonsumsi. Air kelapa muda menjadi salah satu pilihan minuman alami yang banyak diminati karena kandungan elektrolit, vitamin, dan mineral, menjadikannya sebagai minuman isotonik alami yang dapat membantu menjaga

keseimbangan cairan dalam tubuh. Beberapa penelitian telah menunjukkan bahwa air kelapa muda berfungsi sebagai minuman rehidrasi yang efektif, sehingga sesuai dengan kebutuhan masyarakat Indonesia yang hidup di daerah tropis. Namun, hasil penelitian sebelumnya juga menegaskan bahwa kekurangan utama dari minuman tradisional terletak pada kebersihan, inovasi, dan kemasan, yang menyebabkan produk lokal kurang bersaing di pasar modern.

Keadaan ini menggambarkan adanya jarak antara potensi besar kelapa muda sebagai minuman sehat dengan minimnya pengembangan produk yang memenuhi kriteria kebersihan, daya tarik visual, dan selera konsumen saat ini. Meskipun banyak studi yang mendukung khasiat kesehatan dari air kelapa, masih sedikit usaha yang berhasil menggabungkan konsep minuman tradisional dengan pemasaran modern, inovasi rasa, serta kemasan unik seperti *cup sealed* dan kemasan kelapa utuh. Kekurangan inilah yang menjadi pentingnya penelitian dan pengembangan usaha untuk menciptakan inovasi dalam minuman lokal agar lebih bersaing.

Berdasarkan analisis tersebut, penelitian dan pengembangan usaha ini dilakukan untuk menciptakan “Es DEGASI (Degan Sirup)” sebagai produk minuman kelapa muda yang modern, higienis, praktis, dan memiliki variasi rasa yang menarik, sambil tetap mempertahankan cita rasa alami dengan penyajian dalam kelapa muda utuh. Penelitian ini bertujuan untuk merumuskan konsep produk inovatif, menganalisis potensi pasar, serta mengidentifikasi peluang ekonomi dan sosial yang dapat meningkatkan nilai komoditas kelapa lokal serta mendorong semangat kewirausahaan, khususnya di kalangan mahasiswa. Oleh karena itu, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan produk minuman lokal yang sehat, berkualitas tinggi, dan berkelanjutan.

KAJIAN TEORITIS

Pengembangan bisnis minuman berbasis kelapa muda, seperti "Es DEGASI (Degan Sirup)", berlandaskan pada sejumlah konsep dan teori yang relevan. Teori pertama adalah teori perilaku konsumen, yang menjelaskan bahwa keputusan untuk membeli dipengaruhi oleh kebutuhan, keinginan, persepsi kualitas, serta tren gaya hidup. Dalam hal minuman yang sehat, konsumen semakin memperhatikan aspek kebersihan, bahan alami, dan manfaat kesehatan. Ini sejalan dengan konsep konsumsi yang peduli

MENJALANKAN USAHA ES DEGASI (DEGAN SIRUP) YANG EFEKTIF KONSEP, OPERASIONAL, DAN PEMASARAN

kesehatan, di mana konsumen cenderung memilih produk yang mendukung gaya hidup sehat dan aman untuk dikonsumsi. Dengan demikian, minuman alami seperti kelapa muda memiliki preferensi yang lebih tinggi dibandingkan dengan minuman instan yang mengandung bahan tambahan.

Teori kedua adalah teori inovasi produk, terutama dalam perspektif pengembangan produk yang menekankan pentingnya menciptakan nilai tambah melalui modifikasi bentuk, rasa, kemasan, dan pengalaman konsumen. Inovasi dalam penyajian, menggunakan kemasan cup sealed atau kelapa utuh, menjadi bagian dari strategi untuk membedakan yang dapat meningkatkan daya tarik serta memperluas pasar. Teori pemasaran modern juga menekankan pentingnya branding, aspek visual, dan kemasan yang menarik sebagai faktor yang memengaruhi persepsi kualitas dan keputusan pembelian, terutama di kalangan konsumen muda. Selanjutnya, teori kewirausahaan juga menjadi dasar pengembangan bisnis ini. Teori ini menjelaskan bahwa peluang usaha muncul dari kemampuan individu atau kelompok untuk mengidentifikasi kebutuhan di pasar, menghasilkan nilai baru, dan mengelola sumber daya dengan cara yang efisien. Pengembangan usaha minuman kelapa muda modern menawarkan pengalaman langsung dalam manajemen produksi, finansial, dan pemasaran yang sesuai dengan karakteristik usaha kecil menengah.

Beberapa studi sebelumnya menunjukkan bahwa air kelapa muda memiliki manfaat kesehatan sebagai minuman isotonik alami, membantu rehidrasi, dan aman untuk dikonsumsi tanpa tambahan bahan. Studi lain juga mengungkapkan bahwa inovasi dalam kemasan dan branding memiliki dampak signifikan terhadap ketertarikan beli konsumen, khususnya di era yang semakin meningkatnya kesadaran akan kesehatan. Di sisi lain, penelitian tentang kewirausahaan di kalangan mahasiswa menunjukkan bahwa keterlibatan dalam bisnis nyata dapat meningkatkan keterampilan manajerial, kreativitas, dan pemahaman tentang peluang pasar. Berdasarkan teori dan penelitian yang telah dilakukan, pengembangan usaha ini berpijak pada asumsi bahwa inovasi dalam produk minuman kelapa muda, baik dari segi rasa, kemasan modern, maupun branding yang kuat, akan meningkatkan daya tarik dan ketertarikan beli konsumen. Selain itu, pengelolaan

usaha yang terstruktur dapat menciptakan peluang ekonomi sekaligus menjadi sarana pembelajaran kewirausahaan yang efektif.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini mengadopsi desain deskriptif-kualitatif dengan pendekatan analisis kelayakan bisnis untuk mengevaluasi potensi, feasibility, serta prospek dari usaha minuman “Es DEGASI (Degan Sirup)”. Pemilihan desain ini bertujuan untuk mendapatkan gambaran komprehensif mengenai aspek pasar, manajemen, produksi, dan keuangan, sehingga hasil yang diperoleh dapat menjadi landasan dalam merancang strategi pengembangan usaha. Populasi yang diteliti meliputi seluruh konsumen yang berpotensi untuk minuman sehat di sekitar kampus, area publik, dan masyarakat luas yang menjadi target pasar untuk usaha ini. Pemilihan sampel ditentukan dengan menggunakan metode purposive sampling, yaitu pemilihan responden berdasarkan kriteria tertentu, seperti orang yang telah membeli atau mencoba minuman berbahan kelapa muda. Jumlah sampel disesuaikan dengan kebutuhan dalam analisis deskriptif dan kelayakan usaha.

Data dikumpulkan melalui observasi langsung, wawancara santai, dan kuesioner singkat yang diajukan kepada calon konsumen untuk mengumpulkan informasi tentang preferensi rasa, pandangan tentang kualitas, dan minat untuk membeli. Di samping itu, data sekunder diperoleh dari berbagai literatur, jurnal riset, dan sumber resmi yang membahas manfaat kelapa muda, tren dalam minuman sehat, serta prinsip-prinsip pemasaran dan kewirausahaan. Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini telah diuji secara sederhana untuk menjamin kesesuaian dan pemahaman responden, dan hasilnya menunjukkan bahwa instrumen tersebut dapat digunakan dengan baik dan konsisten dalam mengukur variabel yang diamati.

Untuk analisis data, digunakan teknik analisis deskriptif, analisis SWOT guna menilai kekuatan dan kelemahan usaha, serta analisis kelayakan finansial yang meliputi perhitungan biaya produksi, harga pokok penjualan (HPP), dan estimasi laba. Model yang diterapkan mengacu pada kerangka kerja kelayakan bisnis yang terdiri dari empat komponen utama: (1) kelayakan pasar, (2) kelayakan teknis dan operasional, (3) kelayakan manajerial, dan (4) kelayakan finansial. Keempat aspek ini saling berhubungan dan difungsikan untuk menentukan tingkat kelayakan usaha secara keseluruhan. Dalam model tersebut, variabel input mencakup bahan baku, tenaga kerja, biaya operasional, dan

MENJALANKAN USAHA ES DEGASI (DEGAN SIRUP) YANG EFEKTIF KONSEP, OPERASIONAL, DAN PEMASARAN

strategi pemasaran, sedangkan variabel output meliputi potensi penjualan, keuntungan, dan keberlangsungan usaha. Model ini memberikan kerangka analitis untuk menilai apakah usaha “Es DEGASI (Degan Sirup)” cocok untuk dikembangkan secara komersial.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Bagian ini menguraikan cara pengumpulan data, periode pelaksanaan studi, tempat penelitian, serta hasil analisis yang dipresentasikan dalam tabel untuk menjelaskan temuan. Hasil penelitian selanjutnya dihubungkan dengan teori yang ada dan penelitian sebelumnya, serta memberikan penjelasan tentang implikasi teoritis dan praktisnya.

Proses Penelitian dan Deskripsi Data

Berikut ini menjelaskan tentang cara pengumpulan data, durasi, serta lokasi penelitian.

1. Proses Pengumpulan Data

Data dalam penelitian ini diambil melalui observasi di lapangan, wawancara santai, dan distribusi kuesioner kepada calon konsumen. Pengumpulan informasi ini bertujuan untuk memahami pilihan konsumen terhadap minuman berbahan kelapa muda, terutama berkaitan dengan kebersihan, variasi rasa, dan kemasan dari produk “Es DEGASI (Degan Sirup)”.

2. Observasi Lapangan

Observasi dilakukan di berbagai lokasi yang berpotensi untuk pemasaran, seperti area kampus Universitas PGRI Adi Buana Surabaya, pusat makanan, serta tempat umum seperti car free day. Tujuan dari observasi ini adalah untuk menangkap kebiasaan konsumsi minuman sehat dalam masyarakat.

Hasil Analisis dan Pembahasan

Berikut adalah hasil analisis data dan diskusi berdasarkan penemuan dari penelitian ini.

1. Analisis Preferensi Konsumen

Data tentang preferensi konsumen dihimpun melalui kuesioner dan diproses menjadi ringkasan yang bisa dilihat di Tabel 1.

a) Hasil Preferensi Konsumen

Tabel 1. Ringkasan Preferensi Konsumen terhadap Es DEGASI

Aspek yang Dinilai	Setuju (%)	Interpretasi
Higienitas Produk Penting	92%	Konsumen sangat memperhatikan kebersihan
Kemasan Modern Menarik	88%	Kemasan yang modern menarik perhatian pembeli
Varian Rasa Dibutuhkan	85%	Konsumen menginginkan beragam rasa
Minat Beli Es DEGASI	90%	Ketersediaan pasar sangat tinggi

Sumber: Hasil kuesioner penelitian (2025)

Tabel tersebut menunjukkan bahwa konsumen sangat memperhatikan kebersihan, kemasan modern, dan variasi rasa sebagai elemen yang memengaruhi pilihan pembelian. Temuan ini sejalan dengan teori perilaku konsumen yang menggarisbawahi pentingnya persepsi kualitas visual serta kebersihan dalam membuat keputusan pembelian.

2. Analisis SWOT

Analisis SWOT dilaksanakan untuk mengetahui posisi strategis bisnis. Hasil analisis dapat dilihat pada Tabel 2.

a) Analisis SWOT Produk

Tabel 2. Analisis SWOT Usaha Es DEGASI

Aspek	Uraian
Strengths	Bahan alami, rasa segar, kemasan modern, variasi rasa yang menarik
Weaknesses	Umur simpan yang singkat, bergantung pada pasokan kelapa segar
Opportunities	Tren minuman sehat meningkat, permintaan pasar luas
Threats	Persaingan dari minuman kekinian seperti boba dan teh

Sumber: Analisis peneliti (2025)

Hasil dari analisis menunjukkan bahwa usaha memiliki peluang yang kuat di segmen minuman sehat, namun membutuhkan strategi yang tepat untuk bersaing dengan produk minuman terbaru.

MENJALANKAN USAHA ES DEGASI (DEGAN SIRUP) YANG EFEKTIF KONSEP, OPERASIONAL, DAN PEMASARAN

3. Evaluasi Kelayakan Keuangan

Evaluasi kelayakan usaha dilakukan berdasarkan HPP dan estimasi laba.

a) Hasil Analisis Finansial

Tabel 3. Ringkasan Analisis Finansial Produk Es DEGASI

Komponen	Nilai
HPP per cup	Rp 7.200
Harga jual	Rp 8000
Laba per cup	Rp 800
Presentase Laba	11%

Sumber: Data perhitungan usaha (2025)

Margin keuntungan sebesar 11,1% menunjukkan bahwa produk ini memiliki potensi untuk menghasilkan laba yang baik jika volume penjualan tetap stabil.

4. Pembahasan Analisis Penelitian

Hasil dari penelitian ini mengindikasikan bahwa pilihan konsumen sangat dipengaruhi oleh faktor kebersihan, variasi rasa, dan kemasan. Temuan ini memperkuat teori tentang konsumen yang sadar kesehatan, yang menunjukkan bahwa konsumen masa kini lebih cenderung memilih produk yang aman, sehat, dan dikemas dengan cara yang menarik. Temuan penelitian ini sejalan dengan studi sebelumnya yang menunjukkan bahwa inovasi dalam kemasan dan branding memberikan dampak yang signifikan terhadap keinginan konsumen untuk membeli. Meskipun demikian, penelitian ini menawarkan kontribusi baru dalam masalah minuman yang berbahan dasar kelapa muda dengan pendekatan pengemasan seluruh kelapa, suatu hal yang belum banyak diterapkan oleh bisnis lokal. Dari segi kualitas produk, pemanfaatan bahan alami dan penyajian langsung dalam buah kelapa menciptakan nilai autentik yang semakin diminati oleh konsumen.

5. Implikasi Penelitian

a) Implikasi Teoritis

Temuan dari penelitian ini memperkuat teori mengenai perilaku konsumen, inovasi produk, dan pemasaran kontemporer yang menyatakan bahwa presentasi produk

serta branding memiliki peranan penting dalam membentuk pandangan nilai. Penelitian ini juga menambah referensi dalam kajian UMKM yang berbasis produk alami.

b) Implikasi Praktis

Implikasi praktis dari studi ini antara lain:

- 1) Pentingnya inovasi dalam kemasan untuk meningkatkan minat beli.
- 2) Kebutuhan akan manajemen bahan baku yang efektif mengingat bahwa umur simpan kelapa muda cukup terbatas.
- 3) Perlunya strategi pemasaran yang menggabungkan media offline dan online.
- 4) Diversifikasi rasa bisa meningkatkan daya tarik pasar.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan studi tentang pengembangan usaha minuman "Es DEGASI (Degan Sirup)", dapat disimpulkan bahwa minuman yang terbuat dari kelapa muda ini memiliki peluang pasar yang besar karena tingginya minat konsumen terhadap produk yang bersih, alami, dan dikemas dengan cara modern. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor kebersihan, variasi rasa, dan kemasan menjadi elemen penting yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen, sementara analisis SWOT serta kelayakan finansial menunjukkan bahwa usaha ini pantas untuk dikembangkan, meskipun tetap memerlukan pengelolaan bahan baku yang efisien dan strategi pemasaran yang tepat untuk bersaing dengan minuman masa kini.

Berdasarkan temuan tersebut, disarankan agar usaha ini memperkuat merek, meningkatkan pemasaran digital, serta mengelola bahan baku secara optimal karena umur simpan kelapa muda yang terbatas, sambil melakukan inovasi pada varian rasa dan kemasan guna mempertahankan daya tarik di mata konsumen. Penelitian ini memiliki batasan terkait jumlah sampel dan area yang diteliti, sehingga generalisasi dari temuan perlu dilakukan dengan hati-hati, dan penelitian mendatang disarankan untuk melibatkan area yang lebih luas atau membandingkan berbagai konsep kemasan untuk mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam mengenai preferensi konsumen.

MENJALANKAN USAHA ES DEGASI (DEGAN SIRUP) YANG EFEKTIF KONSEP, OPERASIONAL, DAN PEMASARAN

DAFTAR REFERENSI

- Budiarti, M., & Rachmawati, A. (2020). Innovation in Food and Beverage Packaging to Increase Consumer Interest. *International Journal of Business and Technology*, 8(1), 45–57. <https://doi.org/10.28945/ijbt.801>
- Dewi, S. P., & Lestari, R. (2021). Analysis of Small Business Feasibility in the Beverage Sector: A Case Study of Natural Drink Products. *Jurnal Ekonomi & Kewirausahaan*, 19(1), 33–41. <https://doi.org/10.21831/jek.v19i1.35211>
- Hapsari, L., & Rahmawan, D. (2018). The Role of Packaging Design in Consumer Purchase Decision of Ready-to-Drink Products. *Asia Pacific Journal of Marketing & Logistics*, 30(3), 658–673. <https://doi.org/10.1108/APJML-04-2017-0078>
- Fahrurrozi, I. (2023). Laporan studi kelayakan bisnis es kelapa (Tugas akhir, Universitas Pelita Bangsa). Diunggah di Scribd. <https://id.scribd.com/document/689866107/Laporan-Studi-Kelayakan-Bisnis-Es-Kelapa>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education. <https://share.google/noJmWikj3Sol2gqH3>
- Kusumawati, A., & Handayani, P. (2022). Consumer Behavior in Choosing Healthy Drinks Among Young Adults. *Jurnal Psikologi Sosial*, 20(2), 99–110. <https://doi.org/10.7454/jps.v20i2.1567>
- Norsyaheera, A. W., Lailatul, F. A. H., Shahid, S. A. M., & Maon, S. N. (2016). The Relationship Between Marketing Mix and Customer Loyalty in Hijab Industry: The Mediating Effect of Customer Satisfaction. *Procedia Economics and Finance*, 37, 366–371. [https://doi.org/10.1016/S2212-5671\(16\)30138-1](https://doi.org/10.1016/S2212-5671(16)30138-1)
- Pratama, A. R., & Astuti, N. (2017). The Influence of Branding and Product Innovation on Purchase Intention of Local Beverage Products. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 12(3), 177–185. <https://doi.org/10.9744/jmp.12.3.177-185>