

## Pengembangan Produk Minuman ES'BOYO Pada Kegiatan Wirausaha Merdeka Kampus Guna Meningkatkan Inovasi Kreatifitas UMKM Lokal

### *Development Of ES'BOYO Beverage Products At Campus Independent Entrepreneurship Activities To Increase The Innovation And Creativity Of Local Msmes*

**Viona Eka Putri Mardiono**

Universitas 17 Agustus 1945, Surabaya

\*Email : [1222100045@surel.untag-sby.ac.id](mailto:1222100045@surel.untag-sby.ac.id)

---

#### **Article History:**

Received: 30 November 2023

Accepted: 02 Januari 2024

Published: 29 Februari 2024

**Keywords:** MSMEs, Wirausaha Merdeka Kampus, ES'BOYO

**Abstract:** *This community service discusses the initiative to develop a beverage product called ES'BOYO through the Independent Campus Entrepreneur program. The main focus of this activity is to encourage innovation and creativity among local Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs). By involving students as agents of change, this activity aims to enrich the entrepreneurial ecosystem on campus and support the development of competitive local products. The product development process includes a market study stage to understand consumer needs and preferences, ES'BOYO product design that combines traditional flavors with an innovative touch, and product trials in the local market. These steps are designed to increase the competitiveness of local MSMEs by providing added value through unique and attractive products for consumers. In addition to the product development aspect, this activity also focuses on involving students in developing entrepreneurial skills, building business networks, and understanding local market dynamics. The results of this service are expected to have a positive impact, not only in increasing sales of ES'BOYO products, but also in increasing public awareness of the importance of supporting local MSMEs and local wisdom-based product innovation. Overall, this article describes a real effort in supporting entrepreneurial ecosystems at the campus level to strengthen contributions to the development of local MSMEs and create an environment that stimulates creative innovation among students*

---

#### **Abstrak**

Pengabdian masyarakat ini membahas inisiatif pengembangan produk minuman bernama ES'BOYO melalui program Wirausaha Merdeka Kampus. Fokus utama kegiatan ini adalah mendorong inovasi dan kreativitas di kalangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) lokal. Dengan melibatkan mahasiswa sebagai agen perubahan, kegiatan ini bertujuan untuk memperkaya ekosistem wirausaha di kampus dan mendukung pengembangan produk lokal yang kompetitif. Proses pengembangan produk mencakup tahap studi pasar untuk memahami kebutuhan dan preferensi konsumen, perancangan produk ES'BOYO yang memadukan cita rasa tradisional dengan sentuhan inovatif, serta uji coba produk di pasar lokal. Langkah-langkah ini dirancang untuk meningkatkan daya saing UMKM lokal dengan memberikan nilai tambah melalui produk yang unik dan menarik bagi konsumen. Selain aspek pengembangan produk, kegiatan ini juga menitikberatkan pada pelibatan mahasiswa dalam pengembangan keterampilan wirausaha, membangun jaringan bisnis, dan memahami dinamika pasar lokal. Hasil pengabdian ini diharapkan dapat memberikan dampak positif, tidak hanya dalam peningkatan penjualan produk ES'BOYO, tetapi juga dalam meningkatkan kesadaran masyarakat akan pentingnya mendukung UMKM lokal dan inovasi produk berbasis kearifan lokal. Keseluruhan, artikel ini menggambarkan upaya nyata dalam mendukung ekosistem wirausaha di tingkat kampus untuk memperkuat kontribusi terhadap pengembangan UMKM lokal dan menciptakan lingkungan yang merangsang inovasi kreatifitas di kalangan mahasiswa.

**Kata Kunci:** UMKM, Wirausaha Merdeka Kampus, ES'BOYO.

## **PENDAHULUAN**

Wirausaha Merdeka Kampus sebagai salah satu program inovatif di perguruan tinggi menjadi tonggak awal dalam menggerakkan potensi kewirausahaan mahasiswa. Dalam kerangka inisiatif ini, fokus pengembangan produk minuman menjadi langkah strategis untuk mendukung Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) lokal. Artikel ini membahas pengabdian masyarakat dengan judul "Pengembangan Produk Minuman ES'BOYO pada Kegiatan Wirausaha Merdeka Kampus Guna Meningkatkan Inovasi Kreativitas UMKM Lokal," yang bertujuan merespons tantangan aktual dalam meningkatkan daya saing UMKM dan menggali potensi kreatifitas lokal melalui produk yang dihasilkan.

Wirausaha Merdeka Kampus menjadi pusat perhatian dalam rangka meningkatkan keterampilan wirausaha mahasiswa. Menurut (Drucker 2014), perguruan tinggi memiliki peran penting dalam membentuk jiwa kewirausahaan, yang pada gilirannya, akan menciptakan lulusan yang mampu beradaptasi dengan dinamika pasar.

Pengembangan produk menjadi elemen kritis dalam memperkuat daya saing UMKM. Menurut (Kotler et al 2017), pengembangan produk yang sukses memerlukan pemahaman mendalam terhadap kebutuhan dan preferensi konsumen, serta kemampuan untuk menggabungkan inovasi dengan nilai-nilai lokal.

Pengembangan Minuman ES'BOYO berbasis pada konsep memadukan tradisi dengan inovasi. Menurut (Setiawan 2019) , memahami kearifan lokal adalah kunci dalam menciptakan produk yang tidak hanya memikat pasar tetapi juga memperkaya identitas budaya suatu daerah.

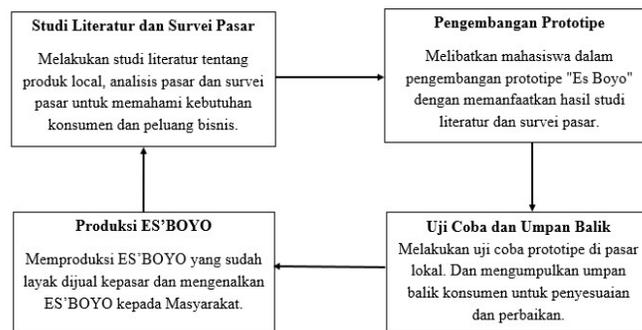
Mahasiswa memiliki peran strategis dalam menggerakkan roda kewirausahaan. Dalam pandangan (Kuratko et al Small Business Management.), mahasiswa yang terlibat dalam kegiatan kewirausahaan di kampus dapat mengembangkan keterampilan kewirausahaan dan membentuk mindset inovatif yang diperlukan di dunia bisnis.

Keberhasilan UMKM lokal dalam mempertahankan eksistensinya di pasar saat ini membutuhkan terobosan inovatif. Dalam konteks ini, Minuman ES'BOYO diangkat sebagai fokus pengembangan produk, menggabungkan kearifan lokal dengan sentuhan inovatif untuk menciptakan produk yang tidak hanya memenuhi tuntutan pasar modern tetapi juga memperkaya warisan budaya kuliner lokal.

Menurut (Acs and Audretsch 2010) , dukungan untuk UMKM lokal adalah kunci dalam memastikan pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan. Inisiatif pengembangan produk lokal melalui kegiatan kewirausahaan kampus dapat menjadi langkah efektif dalam memberikan kontribusi positif pada ekonomi lokal.

Artikel ini merinci langkah-langkah konkrit dalam pengembangan produk, melibatkan proses studi pasar, perancangan produk yang terinspirasi inovasi, hingga implementasi di pasar lokal. Selain itu, artikel ini menyoroti peran krusial mahasiswa dalam menyemarakkan kreativitas dan memberikan dampak positif pada UMKM lokal melalui kegiatan kewirausahaan. Melalui pendekatan ini, diharapkan hasil pengabdian ini tidak hanya menghasilkan produk yang berkualitas tetapi juga membentuk ekosistem wirausaha yang berkelanjutan di tingkat kampus, dengan tujuan akhir mendukung pertumbuhan ekonomi lokal.

## METODE



**Gambar 1. Diagram Metode Pelaksanaan**

Metode pelaksanaan yang diterapkan dalam pengembangan Minuman ES'BOYO mencakup empat tahap utama untuk memastikan kesuksesan implementasi. Tahap pertama, Studi Literatur dan Survei Pasar, diawali dengan penyelidikan literatur untuk memahami lanskap produk lokal sejenis dan mendalaminya dengan analisis pasar. Langkah berikutnya melibatkan survei pasar yang mendalam untuk menggali kebutuhan konsumen dan peluang bisnis yang mungkin belum terungkap. Pentingnya riset dalam bidang kewirausahaan, menunjukkan bahwa inovasi dan penelitian dapat membentuk landasan utama bagi perkembangan produk dan keberlanjutan usaha (Shane and Venkataraman 2000)

(Zahra and Dess 2001) Perlunya dialog dan perdebatan dalam mengembangkan wawasan dalam riset kewirausahaan. Pemikiran ini relevan dalam konteks pengembangan Minuman ES'BOYO karena menyoroti pentingnya kolaborasi dan pertukaran ide untuk menciptakan produk yang tidak hanya inovatif tetapi juga responsif terhadap kebutuhan pasar. Tahap kedua, Pengembangan Prototipe, mengandalkan peran aktif mahasiswa dalam menerapkan hasil studi literatur dan survei pasar ke dalam proses perancangan prototipe "Es Boyo". Kolaborasi antara mahasiswa dan ahli industri menjadi kunci dalam menciptakan prototipe yang tidak hanya memenuhi ekspektasi pasar tetapi juga memanfaatkan temuan

inovatif yang dihasilkan dari studi awal.

Selanjutnya, tahap Uji Coba dan Umpan Balik menjadi langkah penting untuk mengukur kinerja prototipe di pasar lokal. Melibatkan konsumen dalam uji coba memberikan gambaran langsung tentang bagaimana Minuman ES'BOYO diterima, sementara pengumpulan umpan balik konsumen menjadi pijakan untuk penyesuaian dan perbaikan yang diperlukan agar produk dapat memenuhi standar kualitas dan kepuasan konsumen.

Penekanannya pada manajemen kewirausahaan dapat diartikan sebagai landasan untuk melibatkan mahasiswa dalam proses pengembangan prototipe "Es Boyo", di mana aspek manajemen dan kepemimpinan kewirausahaan menjadi kunci (Stevenson and Jarillo 1990).

Terakhir, tahap Produksi ES'BOYO menjadi implementasi nyata dari seluruh proses. Produk yang telah melalui uji coba dan perbaikan akan diproduksi dalam skala lebih besar untuk memenuhi permintaan pasar. Selain itu, langkah mengenalkan Minuman ES'BOYO kepada masyarakat menjadi strategi pemasaran yang efektif untuk membangun kesadaran dan mendukung keberlanjutan produk di pasar lokal. Keseluruhan, metode pelaksanaan ini didesain untuk memastikan bahwa setiap tahap mendukung secara sinergis menuju tujuan akhir, yaitu suksesnya Minuman ES'BOYO sebagai produk berdaya saing tinggi dan responsif terhadap kebutuhan konsumen. Keseluruhan proses pengembangan dan produksi Minuman ES'BOYO, di mana unsur ekonomi dan keberlanjutan usaha menjadi aspek kritis dalam menghadapi pasar lokal (Casson and Della 2007).

## **HASIL**

Dalam konteks pengembangan Minuman ES'BOYO melalui kegiatan Wirausaha Merdeka Kampus, pencapaian hasil terukur menjadi penanda kesuksesan implementasi metode pelaksanaan yang telah dirancang. Setelah melalui tahap Studi Literatur dan Survei Pasar, hasil akhir dari proses ini adalah pencapaian penjualan yang menggembirakan. Minuman ES'BOYO berhasil terjual sebanyak 300 cup dengan margin keuntungan mencapai 65%. Hasil ini tidak hanya mencerminkan adopsi positif dari pasar lokal tetapi juga menunjukkan bahwa produk ini memiliki daya saing yang kuat.

Dalam tahap Pengembangan Prototipe, keterlibatan mahasiswa dalam merancang dan menciptakan prototipe "Es Boyo" memberikan kontribusi signifikan terhadap kualitas dan daya tarik produk. Keberhasilan penjualan yang tinggi juga menunjukkan bahwa integrasi hasil studi literatur dan survei pasar dengan kreativitas mahasiswa mampu menciptakan produk yang sesuai dengan ekspektasi konsumen.

Pada tahap Uji Coba dan Umpan Balik, penjualan sebanyak 300 cup mengindikasikan

bahwa Minuman ES'BOYO memiliki potensi besar untuk diterima oleh pasar lokal. Umpan balik konsumen yang dihimpun selama proses uji coba memberikan pandangan yang berharga untuk perbaikan produk, dan kemampuan tim pengembang untuk merespons secara cepat telah membantu meningkatkan kualitas dan daya tarik produk.

Akhirnya, pada tahap Produksi ES'BOYO, hasil penjualan yang signifikan memberikan dasar untuk memasukkan produk ke dalam pasar dengan skala yang lebih besar. Dengan margin keuntungan sebesar 65%, produk ini memberikan dampak positif pada UMKM lokal, mendukung pertumbuhan ekonomi di tingkat kampus, dan menciptakan lingkungan wirausaha yang berkelanjutan.

Secara keseluruhan, hasil penjualan yang mencapai 300 cup dengan margin 65% menegaskan bahwa Minuman ES'BOYO bukan hanya produk yang sukses secara bisnis tetapi juga merupakan implementasi praktis dari visi dan tujuan dari kegiatan Wirausaha Merdeka Kampus. Keberhasilan ini juga dapat diartikan sebagai bukti nyata bahwa metode pelaksanaan yang diadopsi mampu mencapai tujuan awal, yaitu meningkatkan inovasi kreatifitas UMKM lokal melalui produk yang tidak hanya memukau tetapi juga memberikan nilai tambah yang signifikan pada tingkat lokal.



Gambar 2. Produk ES'BOYO



Gambar 3. Uji Coba Penjualan ES'BOYO

### **Diskusi**

Hasil pengabdian masyarakat dalam pengembangan Minuman ES'BOYO menunjukkan keberhasilan yang signifikan, terutama terlihat dari pencapaian penjualan sebanyak 300 cup dengan margin keuntungan 65%. Produk ini tidak hanya mendapatkan

penerimaan positif dari konsumen lokal, tetapi juga menginspirasi pertumbuhan UMKM lokal serta membuka peluang baru dalam inovasi kreatifitas di tingkat kampus. Keterlibatan mahasiswa dalam proses pengembangan prototipe menciptakan kolaborasi yang menguntungkan antara dunia akademis dan industri, memberikan kontribusi nyata terhadap keberhasilan pengabdian ini.

Tahap Studi Literatur dan Survei Pasar yang melibatkan analisis produk lokal dan kebutuhan pasar dapat ditemukan kaitannya dengan (Shane and Venkataraman 2000) yang menekankan pentingnya riset dalam pengembangan produk. Penggunaan hasil studi literatur untuk mengarahkan pengembangan prototipe mencerminkan pemikiran (Zahra and Dess 2001) tentang perlu adanya dialog dan debat untuk mencapai inovasi yang berkelanjutan. Selanjutnya, pengujian prototipe di pasar lokal dan pengumpulan umpan balik konsumen mencerminkan praktik-praktik yang diajukan oleh (Gartner 1985) dalam konsep penciptaan usaha baru.

Kontribusi teoritis dari pengabdian ini mencakup pemahaman lebih lanjut tentang bagaimana keterlibatan mahasiswa dapat menjadi kunci keberhasilan dalam mengembangkan produk berbasis lokal. Konsep dialog dan debat dalam kewirausahaan, seperti yang diajukan oleh (Zahra and Dess 2001), dapat diterapkan dalam konteks keterlibatan aktif mahasiswa dalam pengembangan prototipe. Hasil ini juga memvalidasi teori-teori yang menyoroti pentingnya penyesuaian produk berdasarkan umpan balik konsumen untuk mencapai kesuksesan di pasar.

Proses pengabdian masyarakat ini menunjukkan bahwa integrasi antara riset literatur, kreativitas mahasiswa, dan respons terhadap pasar lokal memiliki dampak positif terhadap pertumbuhan UMKM dan inovasi kreatifitas di tingkat kampus. Temuan ini menciptakan landasan bagi pengembangan produk lokal yang responsif dan berdaya saing tinggi. Proses ini juga memvalidasi teori-teori dalam kewirausahaan yang menekankan pentingnya adaptasi, dialog, dan perubahan berkelanjutan.

Dengan mengaitkan hasil pengabdian masyarakat dengan literatur kewirausahaan, proses ini bukan hanya memberikan kontribusi nyata pada tingkat lokal tetapi juga memperkaya pemahaman teoritis dalam konteks pengembangan produk lokal. Dengan menghubungkan teori dengan praktik, pengabdian ini menciptakan sinergi yang memperkuat keberlanjutan usaha dan inovasi kreatifitas di UMKM lokal. Temuan ini memiliki potensi untuk menjadi model bagi pengembangan produk serupa di komunitas lain dan memberikan kontribusi lebih lanjut pada literatur dan pemahaman teoritis tentang kewirausahaan dan inovasi.

## **KESIMPULAN**

Pengembangan Minuman ES'BOYO tidak hanya berhasil menciptakan produk yang sukses secara bisnis tetapi juga memberikan sumbangan berharga pada tingkat lokal dan akademis. Keberhasilan ini dapat dijadikan model untuk pengembangan produk serupa di komunitas lain, membuka jalan bagi pertumbuhan UMKM lokal dan inovasi kreatifitas yang berkelanjutan.

## **PENGAKUAN/ACKNOWLEDGEMENTS**

Kami mengucapkan terima kasih kepada Rektorat dan pimpinan kampus atas dukungan dalam pelaksanaan Wirausaha Merdeka Kampus. Terima kasih kepada dosen pembimbing, mahasiswa peserta, UMKM lokal, masyarakat, sponsor, dan semua yang terlibat. Kontribusi, dukungan, dan kerjasama kalian menjadi kunci sukses dalam pengembangan Minuman ES'BOYO dan keberhasilan program ini. Ucapan terima kasih disampaikan dengan tulus untuk semua yang telah berkontribusi dalam menjadikan program ini sukses. Semoga kerjasama ini terus berkembang dan memberikan manfaat yang berkelanjutan.

## **DAFTAR REFERENSI**

- Acs, Zoltan J, dan David B Audretsch. *Handbook of Entrepreneurship research*. New York: Springer, 2010.
- Casson, M, dan Giusta M Della. "Entrepreneurship and social capital: Analysing the impact of social networks on entrepreneurial activity from a rational action perspective." *International Small Business Journal*, 2007: pp. 220–244.
- Drucker, Peter. *Innovation and Entrepreneurship*. New York: Routledge, 2014.
- Gartner, W. B. "A Conceptual Framework for Describing the Phenomenon of New Venture Creation." *Academy of Management Review*, 10(4), 1985: 696-706.
- Kotler et al. *Marketing Management*. 15th. New Jersey: Pearson Prentice Hall, Inc, 2017.
- Kuratko et al. 2007. John Wiley & Sons Inc., Small Business Management.
- Setiawan, D et al. "Integration of Local Wisdom in the Development of Community-Based Health Information Systems." *Journal of Information Technology*, 2019: 165-180.
- Shane, S, dan S Venkataraman. "The promise of entrepreneurship as a field of research." *Academy of Management Review*, 2000: 217-226.
- Stevenson, H.H, dan J.C Jarillo. "A paradigm of entrepreneurship: Entrepreneurial management." *Entrepreneurship: Concepts, Theory and Perspective*, 11, 1990: pp. 17–27.
- Zahra, S, dan G.G Dess. "Entrepreneurship as a Field of Research: Encouraging Dialogue and Debate." *The Academy of Management Review*, 26(1), 2001: pp. 8–10.