

DEMO DAY SEBAGAI TOMBAK KEBERHASILAN PROGRAM. ANALISIS PENGARUH PROGRAM WIRAUSAHA MERDEKA TERHADAP PERKEMBANGAN MOCHABBY DI UNTAG SURABYA

Regina Ayu Prasanthi¹, Ni Made Ida Pratiwi²

Prodi Ilmu Administrasi Niaga, Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik,
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Email: reginaayu2004@gmail.com, idapратиwi@untag-sby.ac.id

Abstract

The Independent Entrepreneurship Program is a program from the Indonesian Ministry of Education, Culture, Research, and Technology which is part of the Independent Campus program. It aims to provide opportunities for students to learn to develop themselves into prospective entrepreneurs through activities outside of class. The Independent Entrepreneurship Program collaborates with the Implementing Universities. This study will discuss the influence of the Independent Entrepreneurship program on the development of Mochabby at the University of 17 August 1945 Surabaya. Mochabby is a non-alcoholic beverage innovation that combines classic mojito elements with the addition of fresh fruit flavors, creating a unique and refreshing taste sensation. In recent years, more and more people have been looking for healthy and refreshing alternative drinks without alcohol content. This study uses a descriptive approach to analyze the influence of this program on various aspects of the business, such as marketing strategies, financial management, and increasing sales. This study uses a descriptive method with a qualitative and quantitative approach. Data were collected through observation, interviews, consumer surveys, and financial analysis. The results of the study show that WMK makes a significant contribution to various aspects of business development, including increasing brand awareness, product innovation, product diversification, better financial management, and expanding marketing networks.

Keywords : *Independent Entrepreneurship, Mochabby, Inovation, Mbkm, marketing, business development*

Abstrak

Program Wirausaha Merdeka merupakan program dari Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi Indonesia yang merupakan bagian dari program Kampus Merdeka. Bertujuan untuk memberikan kesempatan kepada mahasiswa belajar dalam mengembangkan diri menjadi calon wirausahawan melalui aktivitas di luar kelas perkuliahan. Program Wirausaha Merdeka ini bekerjasama dengan Perguruan Tinggi Pelaksana. Dalam penelitian

Article history

Received: Januari 2025
Reviewed: Januari 2025
Published: Januari 2025

Plagiarism checker no
871.874.831

Doi : prefix doi :
10.8734/musytari.v1i2.365

Copyright : author
Publish by : musytari



This work is licensed under a [creative commons attribution-noncommercial 4.0 international license](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

kali ini akan membahas pengaruh dari adanya program Wirausaha Merdeka terhadap perkembangan *Mochabby* di Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. *Mochabby* merupakan inovasi minuman non-alkohol yang menggabungkan elemen klasik mojito dengan tambahan rasa buah segar, menciptakan sensasi rasa yang unik dan menyegarkan. Dalam beberapa tahun terakhir, semakin banyak orang yang mencari alternatif minuman yang sehat dan menyegarkan tanpa kandungan alkohol. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif untuk menganalisis pengaruh program ini terhadap berbagai aspek bisnis, seperti strategi pemasaran, manajemen keuangan, dan peningkatan penjualan. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif dan kuantitatif. Data dikumpulkan melalui observasi, wawancara, survei konsumen, dan analisis keuangan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa WMK memberikan kontribusi signifikan dalam berbagai aspek berkembangnya usaha, meliputi peningkatan kesadaran merek, inovasi produk, diversifikasi produk, pengelolaan keuangan yang lebih baik, serta perluasan jaringan pemasaran.

Kata kunci :Wirausaha Merdeka, *Mochabby*, Inovasi, Mbkm, pemasaran, business development.

LATAR BELAKANG

Program MBKM ini mencakup 8 program utama, diantaranya, pertukaran pelajar, penelitian, proyek independen, KKN tematik, magang, bimbingan mengajar di institusi pendidikan, aktivitas wirausaha, dan proyek kemanusiaan (Pandunata et al., 2023). Salah satu program unggulan dari program ini adalah kegiatan wirausaha yaitu program Wirausaha Merdeka (WMK). Program ini memiliki tujuan untuk memberikan fasilitas sebagai wadah pengembangan keterampilan kewirausahaan mahasiswa. Pada tahun 2024, Universitas 17 Agustus 1945 (UNTAG) Surabaya menjadi salah satu universitas penyelenggara program WMK dengan fokus pada pengembangan usaha berbasis inovasi. Disamping itu, program ini juga bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan sekaligus keterampilan bekerja, menumbuhkan mental pengusaha, sebagai tempat implementasi kegiatan magang, Wirausaha Merdeka menerapkan sistem Learning by doing. Manfaat dari dilaksanakannya program ini adalah memberikan siswa pengalaman praktis dalam kegiatan startup dan kesempatan melakukan pembelajaran di luar sekolah untuk dapat berkembang, khususnya pada bidang wirausaha. (Chayo, 2022). Learning by doing merupakan metode yang bertujuan untuk membantu mahasiswa memahami pentingnya bekerja langsung di perusahaan dan menghasilkan produk nyata. (Sitti Retno Faridatussalam, 2022). Hal tersebut seperti yang dijelaskan pada temuan penelitian yang mengatakan bahwa adanya hubungan positif antara model pengembangan materi inkuiri berbasis karakter dengan dukungan, pengetahuan, dan keterampilan berbasis guru. (Yuli, Sulistyorini,dkk, 2015, Sulistyorini, Parmin,dkk, 2016).

Dalam pelaksanaannya, UNTAG Surabaya menyediakan kegiatan *Demo Day* sebagai sarana memasarkan ide bisnis (prototype produk) yang sudah dikembangkan oleh peserta. Seperti Mochabby salah satunya, Mochabby atau “mocktail with jelly Chabby” merupakan minuman mocktail yang dipadukan dengan mojito berbasis jeruk nipis dan jelly yang menawarkan konsep minuman segar dan sehat dengan menggabungkan rasa asam segar dari jeruk nipis, serta tekstur kenyal dari jelly. Minuman ini cocok untuk segmen pasar yang menginginkan sensasi unik dan menyegarkan tanpa kandungan alkohol, serta mengutamakan bahan-bahan alami. Gaya hidup masyarakat yang memiliki gaya hidup aktif membuat mereka lebih memilih minuman yang praktis. Mocktail mojito buah memenuhi kebutuhan ini, karena terbuat dari bahan-bahan segar tanpa pemanis buatan. Produk ini dapat dinikmati dalam berbagai suasana, baik di acara sosial maupun sebagai pilihan harian, sehingga menjadikannya pilihan yang ideal di tengah tren konsumsi yang serba praktis. Industri minuman non-alkohol di Indonesia mengalami pertumbuhan yang pesat. Dengan banyaknya konsumen yang mencari alternatif minuman yang menyegarkan dan bebas alkohol, mocktail mojito buah memiliki peluang besar untuk bersaing di pasar ini.

Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis sekaligus mengevaluasi pengaruh program WMK terhadap perkembangan *Mochabby*, termasuk bagaimana program ini memengaruhi aspek inovasi produk, strategi pemasaran, dan pengelolaan usaha dan peningkatan penjualan. Beberapa ahli telah mengembangkan berbagai model evaluasi yang dapat digunakan untuk menilai kinerja suatu program (Mardiah & Syarifudin, 2019).

Rumusan Masalah

1. Bagaimana pengaruh yang dirasakan Mochabby selama mengikuti program WMK?
2. Bagaimana hasil survey dan wawancara yang dilakukan oleh Mochabby selama mengikuti Program WMK?
3. Adakah peningkatan penjualan yang dirasakan oleh usaha Mochabby?
4. Strategi pemasaran apa yang dilakukan Mochabby dalam memasarkan Produknya?

Tujuan dan Manfaat Penelitian

Tujuan dari penulisan penelitian ini adalah untuk mengetahui :

1. Menganalisis pengaruh yang usaha Mochabby dapatkan selama mengikuti program WMK,
2. Mengetahui hasil survey dan wawancara yang dilakukan oleh Mochabby,
3. Mengetahui bagaimana peningkatan penjualan yang dirasakan oleh Mochabby selama program WMK berlangsung,
4. Mengetahui strategi pemasaran apa yang dilakukan oleh Mochabby dalam memasarkan Produknya.

Manfaat yang didapatkan penulis dari penulisan penelitian ini adalah untuk memberikan pemahaman dan informasi bagaimana program Wirausaha Merdeka dapat berpengaruh terhadap suatu usaha. Dimana dalam prosesnya seluruh peserta sudah dibekali oleh berbagai rangkaian kegiatan yang menunjang. Mulai dari Pre-Immersion, Immersion, dan Post-Immersion. Menjadi Referensi bagi peneliti lain yang akan melakukan penelitian terhadap wirausaha dan program Wirausaha Merdeka (WMK).

TINJAUAN TEORI

Wirausaha

Menurut buku Kewirausahaan (Kemendiknas 2010:15), kewirausahaan didefinisikan sebagai suatu jiwa, sikap dan kemampuan untuk menciptakan pengalaman maupun sesuatu yang baru dan bernilai bagi dirinya sendiri juga orang lain. Menurut Mas'ud Machfoedz dan Mahmud Machfoedz (2004) Wirausaha adalah seorang inovator yang mampu mengubah kesempatan menjadi sebuah ide yang bisa di jual, dapat memberikan nilai tambah melalui upaya, waktu, biaya, serta kecakapan dengan tujuan mendapatkan keuntungan. Sedangkan, Suryana (2003) mengatakan bahwa kewirausahaan merupakan suatu kemampuan dalam menciptakan nilai tambah di pasar melalui proses pengelolaan sumber daya dengan cara-cara baru dan berbeda melalui adanya pengembangan teknologi baru, Penemuan pengetahuan ilmiah baru, dan Perbaikan produk barang maupun jasa yang ada, Penemuan cara baru untuk menghasilkan barang lebih banyak dengan sumber daya yang efisien. Menurut Nuraeni (2022) mengemukakan bahwa, wirausaha adalah individu/seseorang yang mandiri dan memiliki kebebasan untuk merancang, menentukan, mengelola, dan mengendalikan seluruh usahanya.

Wirausahawan adalah mereka yang dapat melihat peluang dan bisa memanfaatkannya untuk menghasilkan nilai ekonomi yang lebih untuk diri mereka sendiri dan orang banyak (Suryana, Yuyus 2012). Wirausahaan atau menjadi pelaku usaha wajib memiliki komitmen, etos kerja yang tinggi, dan rasa tanggung jawab yang besar dalam mengelola usahanya guna tercapainya keberhasilan usaha dan bisa mensejahterakan karyawan.

Pengaruh

Hugiono dan Poerwantana menyatakan pengaruh merupakan dorongan atau bujukan yang bersifat membentuk suatu dampak/efek. Sedangkan menurut Badadu dan Zain menyebutkan bahwa Pengaruh adalah daya/power yang menyebabkan sesuatu terjadi, sesuatu yang membentuk atau mengubah sesuatu yang lain dan tunduk atau mengikuti karena kuasa atau kekuasaan orang lain.

Wirausaha Merdeka (WMK)

Wirausaha Merdeka yang menjadi salah satu bagian dari program milik Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi Republik Indonesia spesial bagi para mahasiswa yang memiliki Ketertarikan terhadap dunia Wirausaha (Suranto et al., 2022). Program Wirausaha Merdeka (WMK) merupakan bagian dari program MBKM yang memberikan kesempatan kepada mahasiswa untuk terjun langsung menjadi calon entrepreneur melalui kegiatan di luar kelas.

Program yang digagas oleh Kemendikbud ini bertujuan untuk membangkitkan kecintaan dan semangat berwirausaha dari mahasiswa, menanamkan pemikiran dan keterampilan dasar pada sektor kewirausahaan, memberikan motivasi kepada mahasiswa untuk lebih meningkatkan pengalaman berwirausaha, dan meningkatkan kemampuan kerja serta mendukung peningkatan kapasitas serta mutu lulusan dari perguruan tinggi. Dalam pelaksanaannya, program WMK ini harus didampingi dengan Dosen Pembimbing Lapangan, Coach, dan juga Mentor yang merupakan pembimbing dari pihak mitra. Program yang

dilaksanakan setahun sekali ini memiliki berbagai rangkaian / tahapan didalamnya. Dimana seluruh peserta program wajib mengikuti berbagai rangkain dari awal hingga akhir,

METODELOGI PENELITIAN

Pada penelitian ini penulis menggunakan metode deskriptif kualitatif dan kuantitatif untuk menganalisis dan mengevaluasi dampak program Wirausaha Merdeka (WMK) terhadap Mochabby di UNTAG Surabaya. Metode yang efektif untuk menggambarkan kejadian/fenomena yang terjadi dan nyata adanya (sesuai fakta). Penelitian kualitatif dilakukan untuk menjelaskan penelitian yang ada tanpa adanya manipulasi data. Variabel diteliti dengan melakukan wawancara langsung dengan mahasiswa, dan wawancara langsung dengan mentor dan coach WMK. Penelitian Kuantitatif, bersumber dari hasil melakukan survey dengan pengisian form dan data hasil peningkatan penjualan, meliputi saat melakukan tes pasar, Open PO dan demo day hari 1-2. Dalam penelitian ini, data primer diperoleh dengan wawancara langsung dengan mahasiswa, Mentor WMK, Coach WMK, dan konsumen. Dalam penelitian ini, data sekunder diperoleh dari buku, jurnal, website, artikel, dokumentasi dan literatur lainnya. Data primer adalah data yang berupa/berbentuk bentuk verbal (kata-kata) yang diucapkan secara lisan, gerak gerak atau perilaku (Arikunto (2013:22).

Teknik Pengumpulan Data

- **Observasi:** Pengamatan secara langsung kegiatan *Mochabby* selama program WMK berlangsung, meliputi pada saat rangkaian kegiatan berlangsung hingga melakukan tes pasar/uji coba produk pada CFD di taman bungkul, penjualan *by Pre-Order*, penjualan pada saat Demo day dan pemesanan melalui whatsapp.
- **Wawancara:** Melibatkan beberapa konsumen, mentor WMK, coach WMK, teman sekelas, dan anggota kelompok untuk mendapatkan hasil (testimoni).
- **Survei:** Menyebarkan form pengisian tanya jawab mengenai bisnis *Mochabby* dengan teman, keluarga dan konsumen sebagai responden.
- **Studi Pustaka:** Referensi dari jurnal, artikel, dan buku yang relevan digunakan untuk mendukung analisis penelitian ini.

Teknik Analisis Data

- Reduksi data : melakukan penyeleksian catatan/ dokumen yang ada untuk diubah/ ditransformasikan dan disusun menjadi bahasa yang lebih baik.
- Presentasi data : presentasi data dilakukan dengan mengumpulkan informasi yang kemudian disusun sehingga menampilkan dan menunjukkan pemahaman dengan sumber yang kuat.
- Menarik kesimpulan : Dalam penelitian ini akan diungkapkan dari informasi yang diperoleh dari awal sampai peneliti mengubah informasi yang disampaikan oleh informan, kemudian akan ditarik kesimpulan yang tidak menyimpang. (Moleong, 2007: 248) dalam (Conference & Corresponding, 2023)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengaruh Program WMK terhadap Usaha Mochabby

Dalam pelaksanaannya, program Wirausaha Merdeka meliputi kegiatan Pre-Immersion, Immersion, Post-Immersion dan puncaknya pada Demo Day. Dalam rangkaian Kegiatan pertama (Pre-Immersion) Mochabby mendapat banyak pemaparan materi dan kelas mendasar dalam berwirausaha. Mulai dari Teori dasar Kewirausahaan, perbedaan passion dan hobby, cara mengubah mindset, melakukan analisa pasar, menentukan segmentasi pasar cara menjadi public speaker yang baik dalam menjalankan usaha, etika bisnis, cara menentukan design, cara menentukan BMC pada produk, menghitung HPP, RAB dan berbagai kelas lainnya. Berjalannya rangkaian kegiatan pre-immersion dilangsungkan secara hybrid. Metode pembelajaran jenis hybrid learning cukup identik dan sering dikaitkan dengan blended learning, metode pembelajaran hybrid Learning yaitu metode pembelajaran yang menggabungkan antara pembelajaran online dengan pembelajaran tatap muka (offline) secara teratur dan efektif (Vaughan, 2007). Metode pembelajaran jenis ini bertujuan untuk memberikan kesempatan bagi berbagai karakteristik mahasiswa agar dapat belajar secara mandiri, berkelanjutan, dan terus berkembang, sehingga belajar akan menjadi lebih efektif, lebih efisien dan lebih menarik (Gultom et al., 2022). Kegiatan pre-immersion secara hybrid ini dilaksanakan mulai tanggal 23 September 2024 - 16 Oktober 2024. Dengan bantuan berbagai mentor dan coach sebagai pembicara atau narasumber pada setiap kelasnya.

Memasuki tahap Immersion program WMK. Dilakukanlah kegiatan magang selama 1 bulan, terhitung mulai 3 Oktober 2024 - 25 Oktober 2024. Dalam tahap ini, Mochabby sudah mulai menyusun berbagai strategi pemasaran, membuat portofolio produk Mochabby, mempresentasikan ide bisnis (prototype produk) Mochabby kepada mentor magang, melakukan trial produk, menyusun Proposal ide bisnis, rancangan anggaran biaya, perhitungan HPP dan menyusun BMC usaha Mochabby. Memasuki tahapan Post-Immersion, usaha Mochabby mulai melakukan penjualan melalui open PO dan tes pasar melalui *Car Free Day* (CFD). (Data penjualan pada Pre-Order dan CFD tertera pada tabel data peningkatan penjualan dibawah). Mempresentasikan ide bisnis kepada para investor melalui *pitching* yang dilakukan pada tanggal 18 November 2024.

Tahapan akhir dari program WMK adalah Demo Day yang menjadi tombak keberhasilan suatu usaha (ide bisnis) yang dikembangkan oleh peserta dalam program ini. Mochabby menjadi salah satu usaha yang memasarkan produknya dalam kegiatan ini. Demo Day yang diselenggarakan di Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya ini berlangsung selama 2 hari, pada tanggal 20-21 Oktober 2024. Dalam memasarkannya Mochabby berhasil menjual total 200 gelas dalam 2 hari. Penjualan yang dilakukan secara offline dari pukul 7 pagi hingga 5 sore ini sangat memberikan dan berdampak besar bagi Mochabby.

Survey, Observasi dan Wawancara Produk

Berdasarkan hasil observasi dan survey dari pengisian Form tes pasar/uji coba produk dengan 27 responden Dari survey penulis mendapat kesimpulan bahwa 88,9% dari 27 responden menyukai minuman manis dan asam. Dengan segmen pasar yang lebih besar ada pada mahasiswa (88,9%) lalu pekerja (11,1%). Kami juga mendapatkan hasil dari adanya inovasi mojito dengan mocktail dan jelly ini adalah inovasi yang menarik, menyegarkan, dan layak untuk dijual karena demand dari produk minuman menyegarkan dengan harga yang pas

di kantong mahasiswa/pelajar maupun pekerja. Dari 27 responden yang menjawab lebih dari 96,3% tertarik untuk mencoba produk Mochabby. Selain itu, kami juga mengumpulkan saran akan inovasi produk selanjutnya, dengan hasil bahwa lebih banyak responden yang menginginkan inovasi mochabby dengan lebih banyak varian rasa buah dari produknya. Selain itu, 1 responden menyarankan mocktail dengan kopi, dan mocktail dengan matcha. Harga yang disarankan oleh responden terhadap produk Mochabby ada pada kisaran 8-15k.

Hasil wawancara dengan (Retha, Eva, Tia, Risa, Yola, 2024) sebagai mahasiswa menyebutkan bahwa Mochabby adalah minuman yang menyegarkan, unik, dan enak dengan manis yang pas dan cocok untuk diminum kapan saja karena praktis dan memiliki tekstur yang unik dari adanya jelly chabby dan selasih. Hasil wawancara yang dilakukan pada 25 september 2024 dengan coach Odi selaku coach WMK menyebutkan bahwa Mochabby enak dan sangat layak dijual. Dilakukan juga tes pasar/uji produk pada orang sekitar untuk mengetahui bagaimana menurut mereka rasa produk Mochabby dengan melakukan wawancara dengan beberapa responden yang penulis temui di Taman Apasari pada tanggal 25 September 2024 menyebutkan bahwa Mochabby memiliki rasa manis yang pas dan tidak eneg. Responden lain menyebutkan bahwa rasa asam yang ditimbulkan dari jeruk nipis sangat cocok dipadukan dengan rasa manis dari sirup mojito.

Peningkatan Penjualan Mochabby

Pada peningkatan penjualan terlihat dari adanya rincian data penjualan berikut:

Tgl	Produk	Nama Kegiatan	Jumlah Harga Satuan Terjual	Total Penjualan	Total Pendapatan Per Kegiatan	Total Keuntungan Bersih
29/10/2024	Blue wave	Open PO	2 Rp 12,000.00	Rp 24,000.00	Rp 72,000.00	Rp 36,000.00
29/10/2024	Lychee Splash	Open PO	3 Rp 12,000.00	Rp 36,000.00		
29/10/2024	Berry Spark	Open PO	1 Rp 12,000.00	Rp 12,000.00		
30/10/2024	Blue wave	Open PO	2 Rp 12,000.00	Rp 24,000.00	Rp 84,000.00	Rp 42,000.00
30/10/2024	Lychee Splash	Open PO	3 Rp 12,000.00	Rp 36,000.00		
30/10/2024	Berry Spark	Open PO	2 Rp 12,000.00	Rp 24,000.00		
3/11/2024	Blue wave	Car Free Day Taman Bungkul	10 Rp 13,000.00	Rp 130,000.00	Rp 507,000.00	Rp 253,500.00
3/11/2024	Lychee Splash	Car Free Day Taman Bungkul	20 Rp 13,000.00	Rp 260,000.00		
3/11/2024	Berry Spark	Car Free Day Taman Bungkul	9 Rp 13,000.00	Rp 117,000.00		
11/11/2024	Blue wave	Open PO	2 Rp 12,000.00	Rp 24,000.00	Rp 84,000.00	Rp 42,000.00
11/11/2024	Lychee Splash	Open PO	3 Rp 12,000.00	Rp 36,000.00		
11/11/2024	Berry Spark	Open PO	2 Rp 12,000.00	Rp 24,000.00		
12/11/2024	Blue wave	Open PO	4 Rp 12,000.00	Rp 48,000.00	Rp 84,000.00	Rp 42,000.00
12/11/2024	Lychee Splash	Open PO	2 Rp 12,000.00	Rp 24,000.00		
12/11/2024	Berry Spark	Open PO	1 Rp 12,000.00	Rp 12,000.00		
13/11/2024	Blue wave	Open PO	2 Rp 12,000.00	Rp 24,000.00	Rp 96,000.00	Rp 48,000.00
13/11/2024	Lychee Splash	Open PO	3 Rp 12,000.00	Rp 36,000.00		
13/11/2024	Berry Spark	Open PO	3 Rp 12,000.00	Rp 36,000.00		

14/11/2024 Blue wave	Open PO	4	Rp 12,000.00	Rp 48,000.00	Rp 96,000.00	Rp 48,000.00
14/11/2024 Lychee Splash	Open PO	2	Rp 12,000.00	Rp 24,000.00		
14/11/2024 Berry Spark	Open PO	2	Rp 12,000.00	Rp 24,000.00		
15/11/2024 Blue wave	Open PO	4	Rp 12,000.00	Rp 48,000.00	Rp 132,000.00	Rp 66,000.00
15/11/2024 Lychee Splash	Open PO	4	Rp 12,000.00	Rp 48,000.00		
15/11/2024 Berry Spark	Open PO	3	Rp 12,000.00	Rp 36,000.00		
16/11/2024 Blue wave	Open PO	1	Rp 12,000.00	Rp 12,000.00	Rp 84,000.00	Rp 42,000.00
16/11/2024 Lychee Splash	Open PO	3	Rp 12,000.00	Rp 36,000.00		
16/11/2024 Berry Spark	Open PO	3	Rp 12,000.00	Rp 36,000.00		
17/11/2024 Blue wave	Open PO	1	Rp 12,000.00	Rp 12,000.00	Rp 48,000.00	Rp 24,000.00
17/11/2024 Lychee Splash	Open PO	2	Rp 12,000.00	Rp 24,000.00		
17/11/2024 Berry Spark	Open PO	1	Rp 12,000.00	Rp 12,000.00		
20/11/2024 Blue wave	Demo Day	27	Rp 12,000.00	Rp 324,000.00	Rp 984,000.00	Rp 492,000.00
20/11/2024 Lychee Splash	Demo Day	33	Rp 12,000.00	Rp 396,000.00		
20/11/2024 Berry Spark	Demo Day	22	Rp 12,000.00	Rp 264,000.00		
21/11/2024 Blue wave	Demo Day	37	Rp 12,000.00	Rp 444,000.00	Rp 1,416,000.00	Rp 708,000.00
21/11/2024 Lychee Splash	Demo Day	46	Rp 12,000.00	Rp 552,000.00		
21/11/2024 Berry Spark	Demo Day	35	Rp 12,000.00	Rp 420,000.00		
TOTAL	315		Rp 3,687,000.00	Rp 3,687,000.00	Rp 1,843,500.00	

Dari data diatas, peningkatan penjualan terlihat pada jumlah yang terjual per-harinya. Dimana pada tanggal 29 september terjual 6 gelas Mochabby pada Open PO pertamanya, di tanggal 30 terjadi kenaikan penjualan. Pada percobaan tes pasar di CFD terlihat peningkatan penjualan drastis dari 7 gelas pada tanggal 30 september menjadi 39 gelas pada 3 Oktober 2024. Dan pada Demo Day terlihat peningkatan penjualan sebanyak 36 gelas

Pemasaran Produk Mochabby

Aspek pemasaran untuk Mochabby (Mojito with mocktail and jelly chubby) berfokus pada pengenalan produk yang unik dan menarik, serta membangun hubungan yang kuat dengan konsumen. Produk ini merupakan minuman non-alkohol yang menggabungkan rasa klasik mojito dengan tambahan rasa buah segar, jelly, dan biji selasih. Untuk itu, strategi pemasaran difokuskan pada elemen-elemen yang membuat produk ini berbeda dan memberikan pengalaman minum yang menyegarkan. Penggunaan pemasaran digital sebagai strategi utama. Platform media sosial seperti Instagram, TikTok, dan Facebook akan dimanfaatkan untuk memperkenalkan Mochabby kepada audiens yang lebih luas. Mengunggah konten visual yang menarik, seperti foto dan video pendek yang menampilkan cara pembuatan dan penyajian produk. Selain pemasaran digital, Mochabby juga memanfaatkan strategi pemasaran offline dengan mengadakan sampling produk di tempat-tempat yang ramai seperti yang dilakukan pada saat uji pasar Dimana dengan cara ini, konsumen bisa langsung merasakan sensasi dari Mochabby dan mengenal lebih dekat produk. Kegiatan ini juga bertujuan untuk membangun kesadaran merek, sehingga konsumen akan lebih mudah mengingat dan memilih

produk Mochabby saat berbelanja. *Mochabby* juga memberikan penawaran beli 5 gratis 1 dan berlaku kelipatan, hal ini dilakukan guna menarik konsumen untuk menambah jumlah pembeliannya untuk bisa mendapatkan gratis 1 produk.

KESIMPULAN

Dapat disimpulkan bahwasannya program yang termasuk bagian dari program Kampus Merdeka ini memberikan dampak besar bagi mahasiswa terutama pada peserta WMK yang mana program magang ini menumbuhkan sekaligus membangkitkan minat untuk berdaya saing dan siap dalam berwirausaha. Dengan melakukan pembelajaran mempelajari sekaligus melakukan (*learning by doing*) mahasiswa mampu untuk memahami dan dapat mempraktekkan secara baik. Berbagai tahapan maupun rangkaian acara melalui kelas, pemaparan materi, magang hingga berlangsungnya *Demo Day* memberikan hasil yang baik.

Melalui program Wirausaha Merdeka, penulis menyimpulkan bahwa program ini memberikan pengaruh besar terhadap perkembangan Mochabby. Melalui berbagai pembelajaran bagaimana mengelola, memunculkan inovasi pada suatu produk dan memasarkan sebuah produk dengan lebih efektif hingga peningkatan penjualan yang dirasakan Mochabby.

Inovasi yang dilakukan oleh Mochabby dengan menambahkan kesan unik dan menarik konsumen pada saat meminum produk mochabby. Produk mocktail mojito dengan jelly ini menawarkan kombinasi kesegaran alami dan pengalaman minum yang menyenangkan dengan beberapa nilai unik dengan Kesegaran Alami Tanpa Alkohol. Tekstur Jelly yang Kenyal, Penambahan jelly membuat setiap tegukan menjadi lebih seru dan unik, menghadirkan pengalaman baru dalam menikmati mocktail. Secara keseluruhan program wirausaha Merdeka ini berdampak terhadap usaha Mochabby baik dari segi inovasi produk, membangun kesadaran merek, dalam perluasan pemasaran dan peningkatan penjualan. Dengan demikian program WMK ini sangat signifikan mendukung program wirausaha merdeka bagi mahasiswa untuk berkembang dan mengimplementasikan wirausaha dengan baik.

DAFTAR PUSAKA

- Arikunto, S. 2013. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Edisi Revisi. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Babadu, J.S dan Zain, *Kamus Umum Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Pustaka Sinar Harapan, 2001), h. 131.
- Conference, I., & Corresponding, I. (2023). IMPROVING STUDENT ENTREPRENEURSHIP CHARACTER THROUGH INDEPENDENT. 150–157. <https://doi.org/10.47841/icorad.v2i1.121>
- Erlan Dwi Chayo, Nur Rizqi Febriandika, Nur Prasetyo Aji. (2022). Wirausaha Merdeka: Pemberdayaan Mahasiswa Melalui Program Wirausaha Merdeka di Universitas Muhammadiyah Surakarta. *Jurnal Abdi Psikonomi* 3(4).
- Gultom, J. R., Sundara, D., & Fatwara, M. D. (2022). Pembelajaran Hybrid Learning Model Sebagai Strategi Optimalisasi Sistem Pembelajaran Di Era Pandemi Covid-19 Pada Perguruan Tinggi Di Jakarta. *Mediastima*, 28(1), 11–22. <https://doi.org/10.55122/mediastima.v28i1.385>
- Hugiono dan Purwantama, *pengantar ilmu sejarah*. (Jakarta : PT. Bina Aksara, 2000), hlm.47

- Mardiah, M., & Syarifudin, S. (2019). MODEL-MODEL EVALUASI PENDIDIKAN. MITRA ASH-SHIBYAN: Jurnal Pendidikan Dan Konseling, 2 (1).
- Pandunata, P., Ali, S. R., & Nurdiansyah, Y. (2023). ANALISIS SENTIMEN PROGRAM MERDEKA BELAJAR KAMPUS MERDEKA MENGGUNAKAN ALGORITMANAÏVE BAYES CLASSIFIER. Jurnal Sistem Informasi Dan Bisnis Cerdas, 16 (1).
- Sitti Retno Faridatussalam, Alfian Hikamul Abid, Nazarudin Hasan. 2022. Menumbuhkan Jiwa Wirausaha Kalangan Anak Muda Melalui Program Wirausaha Merdeka. Jurnal Pengabdian Nasional (JPN) Indonesia.
- Sulistiyorini, Sri., Parmin. 2016. Penguatan Kompetensi Berimbang Melalui Pengembangan Model Pendampingan Guru Yang Mengintegrasikan Selft Assesment dalam Implementasi Kurikulum 2013.
- Suranto, S., Sulistyanto, A., & Marimin, A. (2022). Program Magang Wirausaha Merdeka Meningkatkan Mental Berdaya Wirausaha Mahasiswa. Budimas: Jurnal Pengabdian Masyarakat, 4(2).
- Suryana, Y. (2012). Kewirausahaan: Pendekatan karakteristik wirausahawan sukses (Ed. 2).
- Vaughan, N. (2007). Perspectives on blended learning in higher education. International Journal on E-Learning, 6(1), 81–94.