

STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA MINUMAN RINGAN PADA PRODUK INOVASI MINUMAN “CLOUD JELLY DRINK”

Narulika Ris Latifah¹, Indah Yabes Ronauli Simamora², Rizkyna Amalia³, Chris Louis Budiarto⁴, Rachma Dwi Tarisha⁵, Rusdi Hidayat N.⁶

UPN Veteran Jawa Timur

e-mail: latifahnarulikaris@gmail.com¹, indahsimamora71@gmail.com², rizkynaamalia381@gmail.com³, chrislouisbudiarto@gmail.com⁴, dwitarisha05@gmail.com⁵, rusdi_hidayat.adbis@upnjatim.ac.id⁶

Abstrak – Cloud Jelly Drink merupakan produk minuman ringan inovatif yang memadukan sensasi jelly dengan cita rasa menyegarkan, menawarkan pengalaman konsumsi yang unik bagi konsumen. Produk ini hadir sebagai alternatif baru dalam industri minuman ringan yang terus berkembang dan penuh persaingan. Keunggulan utama Cloud Jelly Drink terletak pada teksturnya yang berbeda, variasi rasa yang menarik, serta desain kemasan yang modern dan menarik perhatian. Untuk meningkatkan daya saing dan memperluas pangsa pasar, diperlukan strategi pengembangan usaha yang mencakup inovasi produk secara berkelanjutan, optimalisasi saluran distribusi, serta pemanfaatan media digital dalam promosi. Melalui strategi tersebut, Cloud Jelly Drink diharapkan mampu membangun posisi yang kuat di pasar dan menjadi pilihan utama konsumen dalam kategori minuman ringan berbasis jelly. **Kata Kunci:** Pengembangan Usaha, Minuman Ringan, Inovasi Produk, Jelly Drink, Cloud Jelly Drink.

Abstract – Cloud Jelly Drink is an innovative soft drink product that combines the texture of jelly with a refreshing taste, offering a unique consumption experience for consumers. This product emerges as a new alternative in the rapidly growing and highly competitive soft drink industry. The main strengths of Cloud Jelly Drink lie in its distinctive texture, appealing flavor variations, and modern, eye-catching packaging design. To enhance competitiveness and expand market share, business development strategies are needed, including continuous product innovation, optimized distribution channels, and the use of digital media for promotion. Through these strategies, Cloud Jelly Drink is expected to establish a strong market position and become a top consumer choice in the jelly-based soft drink category.

Keywords: Business Development, Soft Drink, Product Innovation, Jelly Drink, Cloud Jelly Drink.

PENDAHULUAN

Industri minuman ringan di Indonesia terus menunjukkan pertumbuhan yang signifikan seiring dengan meningkatnya konsumsi masyarakat terhadap produk-produk yang praktis dan menyegarkan. Persaingan yang semakin ketat menuntut pelaku usaha untuk terus melakukan inovasi dalam menghadirkan produk yang unik, menarik, dan sesuai dengan selera pasar. Salah satu bentuk inovasi yang mulai mendapat perhatian adalah minuman ringan berbasis jelly, yang menawarkan pengalaman baru dalam menikmati minuman dengan sensasi tekstur berbeda.



Cloud Jelly Drink hadir sebagai salah satu produk inovatif yang memadukan rasa

minuman ringan dengan tekstur jelly yang kenyal dan menyenangkan. Keunikan produk ini menjadi keunggulan kompetitif yang dapat dimaksimalkan untuk menarik minat konsumen, khususnya kalangan muda dan remaja. Namun, untuk dapat berkembang secara berkelanjutan, Cloud Jelly Drink memerlukan strategi pengembangan usaha yang tepat, tidak hanya dari segi produk, tetapi juga dari aspek pemasaran, distribusi, dan positioning di pasar.

Pentingnya strategi pengembangan yang terarah menjadikan analisis terhadap potensi dan tantangan bisnis ini sebagai langkah awal dalam menentukan langkah-langkah strategis yang dapat diterapkan. Dengan memahami kondisi pasar dan karakteristik produk, maka dapat dirumuskan strategi yang mampu mendorong pertumbuhan dan keberlanjutan usaha Cloud Jelly Drink di tengah kompetisi pasar minuman ringan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif yang bertujuan untuk menggambarkan dan menganalisis strategi pengembangan usaha secara sistematis. Data diperoleh melalui studi literatur, observasi, dan dokumentasi yang relevan dengan topik penelitian. Analisis data dilakukan secara kualitatif dengan menekankan pemahaman terhadap konteks, pola, dan kecenderungan yang muncul dari data yang dikumpulkan. Hasil analisis digunakan untuk merumuskan strategi yang sesuai dalam pengembangan usaha Cloud Jelly Drink.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Potensi Produk Cloud Jelly Drink

Cloud Jelly Drink merupakan produk minuman ringan yang menggabungkan tekstur jelly dengan rasa minuman yang menyegarkan, menghasilkan sensasi konsumsi yang unik dan menarik bagi konsumen, terutama generasi muda. Hasil observasi menunjukkan bahwa aspek inovatif dari produk ini, seperti tekstur jelly yang lembut, warna yang menarik, dan kemasan praktis, menjadi daya tarik utama. Konsumen cenderung melihat produk ini sebagai minuman kekinian yang cocok dikonsumsi dalam berbagai suasana, baik saat santai, bekerja, maupun bersosialisasi.

Selain itu, Cloud Jelly Drink juga memanfaatkan tren visual yang populer di media sosial dengan tampilan warna minuman yang estetik dan cocok untuk dibagikan di platform seperti Instagram dan TikTok. Hal ini memperkuat daya jual produk dari sisi visual branding dan positioning sebagai minuman modern yang menyasar pasar usia produktif.

2. Kendala dalam Pengembangan Usaha

Meskipun memiliki keunikan produk, Cloud Jelly Drink menghadapi beberapa kendala dalam pengembangan usahanya. Temuan di lapangan menunjukkan bahwa salah satu hambatan utama adalah keterbatasan distribusi. Produk ini belum menjangkau pasar luar kota secara optimal dan masih sangat bergantung pada penjualan lokal dan offline. Di sisi lain, pemasaran digital yang dilakukan masih bersifat pasif, tanpa strategi konten yang terstruktur untuk membangun brand awareness yang kuat.

Selain itu, keterbatasan modal operasional juga menjadi kendala dalam memperluas kapasitas produksi dan meningkatkan skala usaha. Pengemasan yang menarik namun membutuhkan biaya produksi tinggi, serta keterbatasan SDM dalam operasional harian, menjadi faktor yang memperlambat ekspansi usaha. Hal ini menuntut strategi pengembangan yang efisien namun tetap berdampak tinggi bagi pertumbuhan bisnis.

3. Analisis SWOT

Untuk merancang strategi pengembangan usaha yang relevan, dilakukan analisis SWOT sebagai berikut:

- Strengths (Kekuatan):
 - 1) Inovasi produk yang belum banyak pesaingnya di segmen jelly drink.
 - 2) Desain kemasan yang menarik dan mencerminkan nilai estetika kekinian.
 - 3) Varian rasa yang kreatif dan sesuai dengan selera pasar anak muda.
 - Weaknesses (Kelemahan):
 - 1) Jangkauan distribusi yang masih terbatas pada wilayah tertentu.
 - 2) Pemasaran digital belum dimaksimalkan secara profesional.
 - 3) Keterbatasan modal dalam peningkatan skala produksi dan promosi.
 - Opportunities (Peluang):
 - 1) Meningkatnya tren minuman kekinian dan visual-friendly di kalangan anak muda.
 - 2) Potensi ekspansi melalui e-commerce dan platform digital.
 - 3) Peluang kolaborasi dengan kafe, warung modern, dan komunitas lokal.
 - Threats (Ancaman):
 - 1) Kompetitor dari produk minuman instan atau minuman ringan dalam kemasan lain.
 - 2) Perubahan selera pasar yang cepat.
 - 3) Ketergantungan terhadap bahan baku tertentu yang bisa mengalami fluktuasi harga.
4. Strategi Pengembangan Usaha
- Berdasarkan hasil analisis SWOT dan temuan lapangan, dirumuskan beberapa strategi pengembangan usaha yang dapat diterapkan:
- Strategi Inovasi Produk:

Terus mengembangkan varian rasa baru, memperhatikan kebutuhan konsumen seperti preferensi rasa manis rendah, dan memanfaatkan bahan lokal yang lebih terjangkau. Selain itu, kemasan dapat dibuat dalam edisi terbatas (limited edition) untuk menarik perhatian pasar dan meningkatkan loyalitas konsumen.
 - Strategi Distribusi:

Menjalin kemitraan dengan reseller, outlet makanan dan minuman, serta memperluas distribusi melalui platform digital seperti marketplace (Shopee, Tokopedia, TikTok Shop). Strategi ini diharapkan dapat memperluas jangkauan pasar secara nasional tanpa beban investasi fisik yang besar.
 - Strategi Promosi Digital:

Fokus pada promosi melalui media sosial dengan konten interaktif seperti video pembuatan minuman, testimoni konsumen, dan kampanye bertema visual. Menggandeng micro-influencer lokal juga menjadi strategi efektif dengan biaya yang lebih rendah namun berdampak signifikan terhadap peningkatan brand awareness.
 - Strategi Branding dan Positioning:

Menetapkan identitas Cloud Jelly Drink sebagai “minuman jelly modern untuk generasi kreatif” dan membangun narasi brand yang kuat. Penekanan pada kreativitas, ekspresi diri, dan tampilan visual menjadikan produk ini relevan dengan gaya konsumsi anak muda masa kini.
5. Evaluasi dan Prospek Usaha
- Jika strategi-strategi di atas dijalankan secara konsisten, Cloud Jelly Drink berpotensi besar untuk berkembang menjadi salah satu produk unggulan di segmen minuman ringan inovatif. Penyesuaian strategi berdasarkan masukan konsumen dan tren pasar yang terus berubah menjadi kunci utama dalam mempertahankan keberlanjutan usaha..

KESIMPULAN

Cloud Jelly Drink merupakan produk minuman ringan inovatif yang memadukan sensasi jelly dengan rasa yang menyegarkan, sehingga menawarkan pengalaman konsumsi yang berbeda di pasar minuman ringan. Berdasarkan hasil analisis, produk ini memiliki kekuatan

utama pada inovasi bentuk dan cita rasa, serta daya tarik visual yang kuat, terutama bagi segmen konsumen muda. Namun demikian, pengembangan usaha Cloud Jelly Drink masih menghadapi berbagai tantangan seperti keterbatasan distribusi, promosi digital yang belum optimal, dan keterbatasan modal dalam pengembangan skala produksi.

Melalui analisis SWOT, dirumuskan strategi pengembangan usaha yang mencakup inovasi produk secara berkelanjutan, pemanfaatan media sosial untuk promosi, perluasan jaringan distribusi, dan penguatan positioning brand. Dengan penerapan strategi yang terarah dan adaptif terhadap dinamika pasar, Cloud Jelly Drink memiliki peluang besar untuk tumbuh sebagai salah satu pelaku utama dalam industri minuman ringan inovatif di Indonesia.

Saran

Untuk mendukung pengembangan usaha Cloud Jelly Drink, disarankan agar perusahaan lebih memaksimalkan strategi promosi digital melalui media sosial, memperluas jaringan distribusi baik secara offline maupun online, serta terus melakukan inovasi produk yang sesuai dengan tren pasar. Selain itu, penting untuk membangun citra merek yang kuat dan konsisten agar dapat bersaing di pasar minuman ringan yang kompetitif. Evaluasi berkala terhadap strategi yang diterapkan juga perlu dilakukan guna memastikan keberlanjutan dan efektivitas pengembangan usaha di masa mendatang.

DAFTAR PUSTAKA

- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital Marketing* (7th ed.). Pearson Education.
- Daryanto. (2013). *Sari Kuliah Manajemen Pemasaran*. Gava Media.
- Deepublish. (2023, Maret 14). Cara menulis daftar pustaka dari jurnal dan contohnya. Penerbit Deepublish. <https://penerbitdeepublish.com/membuat-jurnal-ilmiah/>
- Ali, M. M. (2022, 27 Februari). Metodologi penelitian kuantitatif dan penerapannya dalam penelitian. *JPIB: Jurnal Penelitian Ibnu Rusyd*, 1(2), 1–5. <https://ojs.stai-ibnurusyid.ac.id/index.php/jpib/article/view/86>
- Irmayanti, I., & Keri, I. (2022, Agustus 6). Strategi penerapan business plan dalam meningkatkan penjualan menurut perspektif ekonomi Islam. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan Syariah (Akunsyah)*, 1 (2), 65–80.
- Gurel, E., & Tat, M. (2017). SWOT Analysis: A Theoretical Review. *The Journal of International Social Research*, 10(51), 994–1006. (diacu ulang dalam konteks teori manajemen pasca-2019)