

ANALISIS PERBEDAAN TINGKAT PENJUALAN SARAPAN PADA HARI KERJA DAN AKHIR PEKAN (STUDI KASUS WARUNG BU SARAH, GAHARU, MEDAN TIMUR)

Z. Koningin Kasea Simanjorang, Ningrum Anggaraini, Farah Fauziah,
Yenni Samri Juliati Nasution

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan
Jln. IAIN No. 1, Gaharu, Kec. Medan Timur, Kota Medan, Sumatera Utara, Indonesia

Email: koninginsimanjorang22@gmail.com, anggraininingrum1@gmail.com,
farah.fauziah9606@gmail.com, yenni.samri@uinsu.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis perbedaan tingkat penjualan sarapan antara hari kerja (weekday) dan akhir pekan (weekend) pada Warung Bu Sarah yang berlokasi di Gaharu, Medan Timur. Penelitian ini merupakan mini riset dengan pendekatan kualitatif deskriptif yang didukung data kuantitatif sederhana. Data diperoleh melalui wawancara langsung dengan pemilik usaha serta observasi terhadap jumlah produksi dan penjualan harian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat penjualan sarapan relatif stabil dan tidak terdapat perbedaan yang signifikan antara weekday dan weekend, dengan jumlah penjualan berkisar antara 50-70 porsi per hari. Faktor utama yang memengaruhi penjualan bukanlah perbedaan hari, melainkan aktivitas konsumen, khususnya mahasiswa. Dari sisi produksi, Warung Bu Sarah menerapkan produksi harian yang proporsional untuk menjaga kualitas dan meminimalkan pemborosan, sehingga mendukung keberlanjutan usaha.

Kata kunci: UMKM kuliner, penjualan sarapan, weekday, weekend, aktivitas konsumen

Abstract

This study aims to analyze the differences in breakfast sales between weekdays and weekends at Warung Bu Sarah, located in Gaharu, East Medan. This mini-study employs a descriptive qualitative approach supported by simple quantitative data. Data were obtained through direct interviews with the business owner and observations of daily production and sales. The results indicate that breakfast sales are relatively stable and there is no significant difference between weekdays and weekends, with sales ranging from 50-70 portions per day. The primary factor influencing sales is not the day of the week, but rather consumer activity, particularly among students. In terms of production, Warung Bu Sarah implements proportional daily production to maintain quality and minimize waste, thus supporting business sustainability.

Keywords: culinary MSME, breakfast sales, weekdays, weekends, consumer activity

Article History

Received: Januari 2026

Reviewed: Januari 2026

Published: Januari 2026

Plagirism checker no 1633

Doi : prefix doi :

10.8734/musytari.v1i2.359

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/)

Pendahuluan

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran strategis dalam perekonomian Indonesia, khususnya dalam menyediakan lapangan kerja dan memenuhi kebutuhan konsumsi masyarakat. Keberlangsungan UMKM sangat dipengaruhi oleh kemampuan usaha dalam menjaga kestabilan penjualan.

Pada sektor kuliner, khususnya usaha sarapan, terdapat anggapan bahwa tingkat penjualan berbeda antara hari kerja dan akhir pekan. Namun, pada UMKM yang berada di sekitar lingkungan pendidikan atau pemukiman, perbedaan tersebut tidak selalu signifikan karena aktivitas konsumen relatif seragam.¹

Warung Bu Sarah merupakan usaha sarapan yang melayani masyarakat dan mahasiswa di kawasan Gaharu, Medan Timur. Berdasarkan pengamatan awal, penjualan di warung ini cenderung stabil pada weekday maupun weekend. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk menganalisis perbedaan tingkat penjualan sarapan antara hari kerja dan akhir pekan serta faktor yang memengaruhinya.

Landasan Teori

1. Penjualan UMKM Kuliner

Penjualan merupakan indikator utama kinerja UMKM karena mencerminkan tingkat penerimaan pasar terhadap produk yang ditawarkan. Pada UMKM kuliner, kestabilan penjualan sangat dipengaruhi oleh konsistensi produk dan kedekatan usaha dengan konsumennya.²

2. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penjualan

Tingkat penjualan UMKM dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal. Faktor internal meliputi kualitas produk dan perencanaan produksi, sedangkan faktor eksternal meliputi aktivitas konsumen dan strategi pemasaran. Penelitian menunjukkan bahwa aktivitas konsumen memiliki pengaruh yang signifikan terhadap penjualan UMKM kuliner.³

3. Produksi dan Efisiensi UMKM Kuliner

Produksi pada UMKM kuliner umumnya dilakukan secara harian dengan menyesuaikan jumlah produksi terhadap permintaan konsumen. Pola ini bertujuan menjaga kualitas produk sekaligus meminimalkan pemborosan. Efisiensi produksi menjadi faktor penting dalam menjaga keberlanjutan usaha UMKM kuliner.⁴

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Lokasi penelitian adalah Warung Bu Sarah di Gaharu, Medan Timur. Data diperoleh melalui wawancara langsung dengan pemilik usaha dan observasi terhadap jumlah produksi serta penjualan sarapan pada hari kerja dan akhir pekan.

¹ Nadya Ramadhani Arke et al., "Upaya Meningkatkan Penjualan UMKM Kuliner di Desa Krembung dengan Implementasi Pemasaran Digital Melalui Platform Instagram" 02, no. 02 (2024): 95-101, <https://doi.org/10.37253/madani.v2i3.8993>.

² Arke et al.

³ Nafisah Yuliani et al., "Peningkatan Produktifitas UMKM Kuliner Jawa Depok Melalui Pelatihan Digital Marketing Pada Platform E-Commerce Untuk Meningkatkan Penjualan" 7, no. 3 (2023): 209-18.

⁴ Fadhli Fauzan Firdaus dan Budi Prasetyo, "Analisis Efektivitas dan Efisiensi Manajemen Produksi Ranusa Food" 2, no. 2 (2025): 3603-22.

Analisis data dilakukan dengan reduksi data, penyajian data secara deskriptif, dan penarikan kesimpulan berdasarkan pola penjualan yang ditemukan.⁵

Hasil dan Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa jumlah produksi dan penjualan sarapan di Warung Bu Sarah berkisar antara 50-70 porsi per hari, baik pada weekday maupun weekend. Tidak ditemukan perbedaan yang signifikan dalam tingkat penjualan berdasarkan hari operasional.

Stabilitas penjualan dipengaruhi oleh keberadaan pelanggan tetap, khususnya mahasiswa. Penurunan penjualan hanya terjadi pada masa libur perkuliahan, yang menunjukkan bahwa aktivitas konsumen lebih berpengaruh terhadap tingkat penjualan dibandingkan perbedaan hari operasional. Temuan ini sejalan dengan penelitian Yuliani et al. (2025) yang menekankan pentingnya aktivitas konsumen dalam memengaruhi penjualan UMKM kuliner.

Dari sisi produksi, Warung Bu Sarah menerapkan sistem produksi harian yang proporsional dan menyesuaikan dengan permintaan konsumen. Praktik ini sejalan dengan temuan Firdaus dan Prasetyo (2025) yang menyatakan bahwa efisiensi produksi berperan penting dalam menjaga keberlanjutan UMKM kuliner.

Kesimpulan dan Saran

Kesimpulan

Berdasarkan hasil mini riset yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa tingkat penjualan sarapan di Warung Bu Sarah relatif stabil dan tidak terdapat perbedaan yang signifikan antara hari weekday dan weekend. Faktor utama yang memengaruhi penjualan bukanlah perbedaan hari operasional, melainkan aktivitas pelanggan, khususnya mahasiswa.

Dari sisi produksi, Warung Bu Sarah menerapkan sistem produksi harian dengan jumlah yang wajar dan menyesuaikan dengan permintaan konsumen. Pola produksi ini mencerminkan prinsip efisiensi dan upaya meminimalkan pemborosan, sebagaimana dijelaskan oleh Firdaus dan Prasetyo (2025).

Dengan demikian, usaha Warung Bu Sarah tidak hanya berorientasi pada keuntungan, tetapi juga memperhatikan keberlanjutan usaha melalui penyesuaian produksi dan pemahaman terhadap aktivitas konsumen.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang diperoleh, peneliti memberikan beberapa saran. Pertama, Warung Bu Sarah disarankan untuk tetap mempertahankan konsistensi kualitas produk dan pola produksi harian yang telah diterapkan, karena terbukti mampu menjaga kestabilan penjualan.

Kedua, pemilik usaha dapat mempertimbangkan penyesuaian jumlah produksi secara lebih fleksibel pada masa libur perkuliahan untuk menghindari penurunan penjualan dan pemborosan bahan baku.

⁵ Sugiyono, *Metode penelitian kualitatif, kuantitatif, dan R&D*, 2013.

Ketiga, bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk mengembangkan penelitian dengan cakupan waktu yang lebih panjang atau menambahkan variabel lain, seperti strategi promosi dan kepuasan pelanggan, agar diperoleh gambaran yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang memengaruhi penjualan UMKM kuliner.

Daftar Pustaka

- Arke, Nadya Ramadhani, Rofidatul Hasanah, Dewa Ayu, Made Dearwita, dan Maria Tania. "Upaya Meningkatkan Penjualan UMKM Kuliner di Desa Krembung dengan Implementasi Pemasaran Digital Melalui Platform Instagram" 02, no. 02 (2024): 95-101. <https://doi.org/10.37253/madani.v2i3.8993>.
- Firdaus, Fadhli Fauzan, dan Budi Prasetyo. "Analisis Efektivitas dan Efisiensi Manajemen Produksi Ranusa Food" 2, no. 2 (2025): 3603-22.
- Sugiyono. *Metode penelitian kualitatif, kuantitatif, dan R&D*, 2013.
- Yuliani, Nafisah, Essy Malays, Sari Sakti, dan Dian Gustina. "Peningkatan Produktifitas UMKM Kuliner Jawa Depok Melalui Pelatihan Digital Marketing Pada Platform E-Commerce Untuk Meningkatkan Penjualan" 7, no. 3 (2023): 209-18.
- Sarah. (2025). Wawancara dengan pemilik Warung Sarapan Bu Sarah di Gaharu, Medan Timur. Data primer, tidak dipublikasikan.