

ANALISIS PERBANDINGAN PERKEMBANGAN USAHA KECIL ANTARA PENJUAL JUS YANG RAMAI DAN PENJUAL JUS YANG SEPI

M. Farhan Al Mandili¹, Masikah Attaibah², Mufidatul Husna³, Zainarti⁴
¹²³⁴Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

Email: 1farhanalmandili@gmail.com, 2masikahattaibah@gmail.com,
3mufidatulhusna041@gmail.com 4zainartimm60@gmail.com

ABSTRACT

Small businesses are a key driver of the community's economy, particularly in the informal sector, such as juice businesses. However, in practice, there are significant differences between busy juice vendors and those with fewer customers, even though the types of businesses they operate are relatively similar. This study aims to analyze the differences in small business development between busy and quiet juice vendors, in terms of business location, product quality, service, marketing strategy, financial management, and business innovation. The research method used is a qualitative descriptive approach with a comparative study approach. The analysis shows that busy juice vendors tend to have more planned business strategies, better service, and a high ability to adapt to consumer needs. Meanwhile, quiet juice vendors generally face limitations in business management and a lack of innovation. This study is expected to serve as a reference for small business owners in developing their businesses for greater sustainability.

Keywords: small business, juice vendor, business development, marketing strategy, customer service

ABSTRAK

Usaha kecil merupakan salah satu penggerak utama perekonomian masyarakat, khususnya di sektor informal seperti usaha penjualan jus. Namun, dalam praktiknya, terdapat perbedaan yang signifikan antara penjual jus yang ramai pembeli dan penjual jus yang sepi, meskipun jenis usaha yang dijalankan relatif sama. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis perbedaan perkembangan usaha kecil antara penjual jus yang ramai dan penjual jus yang sepi, ditinjau dari aspek lokasi usaha, kualitas produk, pelayanan, strategi pemasaran, pengelolaan keuangan, serta inovasi usaha. Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif kualitatif dengan pendekatan studi perbandingan. Hasil analisis menunjukkan bahwa penjual jus yang ramai cenderung memiliki strategi usaha yang lebih terencana, pelayanan yang lebih baik, serta kemampuan beradaptasi yang tinggi terhadap kebutuhan konsumen. Sementara itu, penjual jus yang sepi umumnya menghadapi keterbatasan dalam manajemen usaha dan kurangnya inovasi. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi pelaku usaha kecil dalam mengembangkan usahanya agar lebih berkelanjutan.

Kata kunci: usaha kecil, penjual jus, perkembangan usaha, strategi pemasaran, pelayanan konsumen

Article History

Received: Januari 2026
Reviewed: Januari 2026
Published: Januari 2026

Plagirism checker no 165
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 kecil dan mikro memiliki peran penting dalam mendukung pertumbuhan ekonomi nasional dan menciptakan lapangan kerja bagi masyarakat. Salah satu bentuk usaha kecil yang banyak dijumpai di lingkungan perkotaan maupun pedesaan adalah usaha penjualan jus buah. Usaha ini relatif mudah dijalankan karena tidak memerlukan modal besar, bahan baku mudah diperoleh, serta memiliki pasar yang luas karena minuman jus diminati oleh berbagai kalangan.

Meskipun demikian, dalam kenyataannya tidak semua penjual jus mampu berkembang dengan baik. Di satu sisi, terdapat penjual jus yang selalu ramai pembeli dan mampu meningkatkan pendapatan serta memperluas usahanya. Di sisi lain, terdapat pula penjual jus yang cenderung sepi, sulit berkembang, bahkan berisiko mengalami kerugian. Perbedaan ini menarik untuk dikaji karena terjadi pada jenis usaha yang sama, tetapi menghasilkan tingkat keberhasilan yang berbeda.

Perbedaan perkembangan usaha ini tidak hanya dipengaruhi oleh faktor eksternal seperti lokasi atau daya beli masyarakat, tetapi juga oleh faktor internal seperti manajemen usaha, kualitas produk, pelayanan, serta kemampuan inovasi pelaku usaha. Oleh karena itu, analisis perbandingan antara penjual jus yang ramai dan penjual jus yang sepi menjadi penting untuk memahami faktor-faktor kunci yang memengaruhi keberhasilan usaha kecil.

Salah satu bentuk usaha kecil yang banyak dijumpai di lingkungan masyarakat adalah usaha penjualan jus buah. Usaha ini tergolong mudah dijalankan karena tidak memerlukan teknologi yang rumit, modal awal yang relatif terjangkau, serta bahan baku yang mudah diperoleh. Selain itu, meningkatnya kesadaran masyarakat akan pentingnya gaya hidup sehat turut mendorong permintaan terhadap minuman berbahan dasar buah-buahan segar. Jus buah dianggap sebagai minuman yang menyegarkan sekaligus memiliki manfaat kesehatan, sehingga memiliki peluang pasar yang cukup besar.

Meskipun peluang usaha penjualan jus cukup menjanjikan, kenyataan di lapangan menunjukkan bahwa tidak semua pelaku usaha jus mampu mencapai tingkat perkembangan yang sama. Di berbagai wilayah, dapat dengan mudah ditemui penjual jus yang selalu ramai dikunjungi pembeli, bahkan mampu memperluas usahanya dengan membuka cabang atau menambah variasi produk. Sebaliknya, terdapat pula penjual jus yang cenderung sepi pembeli, mengalami stagnasi usaha, dan kesulitan dalam mempertahankan kelangsungan usahanya. Perbedaan kondisi ini sering kali menimbulkan pertanyaan mengenai faktor-faktor apa saja yang menyebabkan keberhasilan atau kegagalan suatu usaha kecil.

TINJAUAN PUSTAKA

Usaha kecil merupakan kegiatan ekonomi produktif yang dijalankan dengan skala modal dan tenaga kerja terbatas, namun memiliki peran penting dalam perekonomian masyarakat. Perkembangan usaha kecil ditandai dengan meningkatnya jumlah pelanggan,

pendapatan, serta perbaikan kualitas produk dan pelayanan. Perkembangan tersebut dipengaruhi oleh faktor internal seperti kemampuan manajemen, kualitas produk, pelayanan, dan inovasi, serta faktor eksternal seperti lokasi usaha, tingkat persaingan, dan daya beli konsumen.

Usaha penjualan jus termasuk dalam usaha kecil sektor makanan dan minuman yang memiliki peluang pasar cukup besar karena produknya diminati oleh berbagai kalangan. Keberhasilan usaha penjualan jus sangat bergantung pada kualitas bahan baku, kebersihan, cita rasa, dan konsistensi produk. Selain itu, lokasi yang strategis dan harga yang sesuai dengan kualitas produk turut memengaruhi tingkat kunjungan konsumen.

Keramaian atau sepi nya usaha penjualan jus juga ditentukan oleh kualitas pelayanan dan strategi pemasaran. Pelayanan yang ramah dan responsif dapat meningkatkan kepuasan serta loyalitas pelanggan. Sementara itu, pemasaran yang efektif, termasuk pemanfaatan media sosial, mampu memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan daya saing usaha. Inovasi produk dan penyajian menjadi faktor penting agar usaha tetap menarik dan mampu menyesuaikan diri dengan perubahan selera konsumen.

Dengan demikian, perbedaan perkembangan antara penjual jus yang ramai dan penjual jus yang sepi dipengaruhi oleh perbedaan dalam pengelolaan kualitas produk, pelayanan, pemasaran, lokasi, dan inovasi usaha. Tinjauan pustaka ini menjadi dasar teoritis dalam menganalisis perbandingan perkembangan usaha kecil pada penjualan jus.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan metode studi perbandingan. Pendekatan ini dipilih karena penelitian bertujuan untuk menggambarkan dan membandingkan perkembangan usaha kecil antara penjual jus yang ramai dan penjual jus yang sepi berdasarkan kondisi nyata di lapangan, tanpa melakukan perlakuan atau manipulasi terhadap objek penelitian.

Objek penelitian adalah usaha kecil penjualan jus yang diklasifikasikan ke dalam dua kategori, yaitu penjual jus yang ramai dan penjual jus yang sepi. Kriteria penjual jus yang ramai ditentukan berdasarkan tingkat kunjungan konsumen yang tinggi dan penjualan yang relatif stabil, sedangkan penjual jus yang sepi ditandai dengan jumlah pembeli yang rendah dan penjualan yang tidak stabil. Subjek penelitian adalah pemilik atau pengelola usaha penjualan jus.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Observasi dilakukan dengan mengamati langsung aktivitas usaha, seperti jumlah pembeli, lokasi usaha, proses pelayanan, dan kondisi tempat usaha. Wawancara dilakukan secara langsung kepada pemilik usaha untuk memperoleh informasi terkait pengelolaan usaha, strategi pemasaran, kualitas produk, serta kendala yang dihadapi. Dokumentasi digunakan untuk melengkapi data berupa catatan penjualan, foto tempat usaha, dan informasi pendukung lainnya.

Teknik analisis data dilakukan secara kualitatif deskriptif melalui tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Data yang diperoleh diseleksi dan dikelompokkan berdasarkan aspek-aspek yang diteliti, kemudian dibandingkan antara penjual jus yang ramai dan penjual jus yang sepi. Hasil perbandingan tersebut digunakan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi perbedaan perkembangan usaha kecil.

Untuk menjaga keabsahan data, penelitian ini menggunakan teknik triangulasi, yaitu membandingkan data yang diperoleh dari observasi, wawancara, dan dokumentasi. Dengan demikian, hasil penelitian diharapkan dapat memberikan gambaran yang akurat dan dapat dipertanggungjawabkan mengenai perkembangan usaha kecil penjualan jus

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi yang telah dilakukan, diperoleh gambaran mengenai perbedaan perkembangan usaha kecil antara penjual jus yang ramai dan penjual jus yang sepi. Analisis dilakukan dengan membandingkan beberapa aspek utama, yaitu lokasi usaha, kualitas produk, pelayanan, strategi pemasaran, pengelolaan keuangan, dan inovasi usaha.

1. Lokasi Usaha

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penjual jus yang ramai umumnya memiliki lokasi usaha yang strategis, mudah terlihat, dan berada di area dengan aktivitas masyarakat yang tinggi, seperti dekat sekolah, pasar, atau pusat keramaian. Lokasi tersebut memberikan keuntungan berupa tingginya lalu lintas calon konsumen, sehingga peluang terjadinya pembelian menjadi lebih besar. Sebaliknya, penjual jus yang sepi cenderung berada di lokasi yang kurang strategis, sulit dijangkau, atau tidak banyak dilalui orang. Kondisi ini menyebabkan jumlah pengunjung relatif rendah meskipun produk yang dijual serupa.

2. Kualitas Produk

Dari aspek kualitas produk, penjual jus yang ramai menunjukkan perhatian yang lebih besar terhadap penggunaan bahan baku yang segar dan berkualitas. Mereka juga menjaga kebersihan peralatan dan konsistensi rasa produk. Hal ini memberikan kepuasan kepada konsumen dan mendorong pembelian ulang. Sementara itu, penjual jus yang sepi umumnya kurang memperhatikan kualitas bahan baku dan kebersihan, sehingga kualitas produk tidak konsisten dan kurang menarik bagi konsumen.

3. Pelayanan kepada Konsumen

Pelayanan menjadi salah satu faktor pembeda yang cukup signifikan. Penjual jus yang ramai cenderung memberikan pelayanan yang ramah, cepat, dan komunikatif kepada konsumen. Sikap tersebut menciptakan suasana yang nyaman dan meningkatkan kepuasan pelanggan. Sebaliknya,

penjual jus yang sepi sering kali kurang memperhatikan aspek pelayanan, seperti bersikap kurang ramah atau lambat dalam melayani pembeli, yang dapat menurunkan minat konsumen untuk kembali.

4. Strategi Pemasaran

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penjual jus yang ramai lebih aktif dalam melakukan strategi pemasaran, meskipun dalam skala sederhana. Strategi tersebut meliputi pemasangan spanduk yang menarik, pemberian potongan harga, serta promosi melalui media sosial. Penjual jus yang sepi cenderung tidak melakukan promosi dan hanya mengandalkan pembeli yang datang secara spontan, sehingga jangkauan pasarnya terbatas.

5. Pengelolaan Keuangan

Dari segi pengelolaan keuangan, penjual jus yang ramai umumnya melakukan pencatatan keuangan sederhana terkait pemasukan dan pengeluaran usaha. Pencatatan ini membantu mereka dalam mengontrol modal dan keuntungan, serta merencanakan pengembangan usaha. Sebaliknya, penjual jus yang sepi sering kali tidak melakukan pencatatan keuangan secara rutin, sehingga sulit mengetahui kondisi keuangan usahanya dan menghambat perkembangan usaha.

6. Inovasi Usaha

Inovasi menjadi faktor penting yang membedakan perkembangan usaha. Penjual jus yang ramai cenderung melakukan inovasi, seperti menambah varian rasa, memperbaiki tampilan produk, atau menggunakan kemasan yang lebih menarik. Inovasi ini membuat usaha tetap diminati oleh konsumen. Sementara itu, penjual jus yang sepi umumnya menjalankan usaha secara monoton tanpa adanya pembaruan, sehingga kurang mampu bersaing dan menarik minat konsumen.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai analisis perbandingan perkembangan usaha kecil antara penjual jus yang ramai dan penjual jus yang sepi, dapat disimpulkan bahwa terdapat perbedaan yang signifikan dalam pengelolaan dan perkembangan usaha pada kedua kelompok tersebut. Penjual jus yang ramai menunjukkan kemampuan yang lebih baik dalam mengelola usahanya, yang tercermin dari pemilihan lokasi usaha yang strategis, kualitas produk yang terjaga, pelayanan yang ramah dan responsif, serta penerapan strategi pemasaran yang lebih aktif.

Selain itu, penjual jus yang ramai juga memiliki pengelolaan keuangan yang lebih tertata dan mampu melakukan inovasi secara berkelanjutan, baik dalam variasi produk maupun penyajian. Faktor-faktor tersebut berkontribusi terhadap meningkatnya kepuasan dan loyalitas konsumen, sehingga berdampak pada stabilitas dan pertumbuhan usaha. Sebaliknya, penjual jus yang sepi cenderung mengalami keterbatasan dalam aspek manajemen usaha, kurangnya perhatian terhadap kualitas produk dan pelayanan, serta minimnya upaya promosi dan inovasi, yang menyebabkan usaha sulit berkembang.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S. (2013). *Prosedur penelitian: Suatu pendekatan praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Badan Pusat Statistik. (2023). *Statistik air minum dan sanitasi di Indonesia*. Jakarta: BPS.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2014). *Qualitative data analysis: A methods sourcebook* (3rd ed.). Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Moleong, L. J. (2018). *Metodologi penelitian kualitatif* (Edisi revisi). Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Porter, M. E. (2008). *Competitive strategy: Techniques for analyzing industries and competitors*.
New York: Free Press.
- Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suryana. (2017). *Kewirausahaan: Kiat dan proses menuju sukses*. Salemba Empat.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi pemasaran* (Edisi 4). Yogyakarta: Andi Offset.
- Widodo, S., & Sutopo. (2018). Analisis faktor-faktor yang memengaruhi loyalitas pelanggan pada usaha depot air minum isi ulang. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 6(2), 85-94.

DOKUMENTASI WAWANCARA



Gambar 1. Toko jus yang ramai peminat.



Gambar 2. Toko jus sepi peminat.