

Peran Lokasi Bisnis dalam Meningkatkan Usaha Studi Kasus UMKM Jus Segar dan Sehat di Kota Medan

Pebiola Silalahi^{1*}, Nesmada Putri Manulang², Gladis Novita Malau³, Jhon Veriyanto Siregar⁴, Dionisius Sihombing⁵, Fadli Agus Triansyah⁶.

¹⁻⁵Program Studi Manajemen, Universitas Negeri Medan, Negara Indonesia

⁶Program Studi Kewirausahaan, Universitas Negeri Medan, Negara Indonesia

*Penulis Korespondensi: Febiolasilalahi289@gmail.com¹

Abstract. *Business location plays a crucial role in determining the success and development of a business, particularly for Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs). This study aims to analyze how business location influences the performance and sustainability of the Fresh and Healthy Juice MSME in Medan. The research method used is a qualitative descriptive approach, with data collection techniques through direct observation, interviews with business owners, and documentation of daily business activities. The results show that selecting a strategic location, namely on the main road and close to busy areas such as markets, schools, and offices, has a positive impact on increasing the number of customers and sales volume. Factors such as easy transportation access, environmental cleanliness, comfort of the place, and the attractive appearance of the store also support a positive product image in the eyes of consumers. In addition, an easily accessible location simplifies the distribution of raw materials and expands opportunities for word-of-mouth promotion. Based on the analysis, it can be concluded that the right business location is an important strategy in increasing competitiveness and business revenue. Therefore, for MSMEs, selecting a location that suits the target market needs to be carefully considered so that the business can grow sustainably.*

Keywords: *Business Location; Business Strategy; Healthy Juice; Medan City; MSMEs.*

Abstrak. Lokasi bisnis memiliki peranan yang sangat penting dalam menentukan keberhasilan dan perkembangan suatu usaha, terutama bagi pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana lokasi bisnis berpengaruh terhadap peningkatan kinerja dan keberlanjutan usaha UMKM Jus Segar dan Sehat di Kota Medan. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi langsung, wawancara dengan pemilik usaha, serta dokumentasi kegiatan usaha sehari-hari. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemilihan lokasi yang strategis, yaitu di pinggir jalan utama dan dekat dengan area keramaian seperti pasar, sekolah, serta perkantoran, memberikan dampak positif terhadap peningkatan jumlah pelanggan dan volume penjualan. Faktor-faktor seperti kemudahan akses transportasi, kebersihan lingkungan, kenyamanan tempat, serta daya tarik tampilan gerai turut mendukung citra positif produk di mata konsumen. Selain itu, lokasi yang mudah dijangkau mempermudah proses distribusi bahan baku dan memperluas peluang promosi dari mulut ke mulut. Berdasarkan hasil analisis, dapat disimpulkan bahwa lokasi bisnis yang tepat menjadi salah satu strategi penting dalam meningkatkan daya saing dan pendapatan usaha. Oleh karena itu, bagi pelaku UMKM, pemilihan lokasi yang sesuai dengan target pasar perlu dipertimbangkan secara matang agar usaha dapat berkembang secara berkelanjutan.

Kata kunci: Jus Sehat; Kota Medan; Lokasi Bisnis; Strategi Usaha; UMKM.

1. LATAR BELAKANG

Lokasi bisnis berperan penting dalam menentukan keberhasilan UMKM karena memengaruhi jumlah pelanggan, penjualan, dan biaya operasional (Alfian, 2023). Di Kota Medan, usaha jus segar dan sehat berkembang seiring meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap gaya hidup sehat (Agustina, 2022). Namun, perbedaan lokasi sering memengaruhi daya tarik konsumen dan keuntungan usaha. Karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peran lokasi bisnis dalam meningkatkan usaha UMKM jus segar dan sehat di Kota Medan (Agustina, 2022).

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan studi kasus yang difokuskan pada UMKM Jus Segar dan Sehat di Kota Medan. Pendekatan studi kasus dipilih karena mampu memberikan gambaran yang mendalam dan komprehensif mengenai fenomena spesifik, yaitu peran lokasi bisnis dalam meningkatkan kinerja usaha (Febbyani et al., 2024). Melalui studi kasus, peneliti dapat menelusuri secara detail faktor-faktor lokasi yang memengaruhi perkembangan usaha serta pengalaman empiris pelaku UMKM dalam menentukan dan memanfaatkan lokasi strategis (Ardiansyah, 2024).

Jenis dan Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian ini bersifat kualitatif deskriptif, dengan tujuan untuk menggali informasi secara menyeluruh mengenai kondisi nyata di lapangan. Pendekatan kualitatif digunakan karena mampu mengungkap makna, pandangan, serta strategi yang diterapkan pelaku usaha dalam memanfaatkan lokasi sebagai keunggulan kompetitif (Miliantari, 2021).

Lokasi dan Subjek Penelitian

Penelitian dilakukan di UMKM Jus Segar dan Sehat yang beroperasi di Kota Medan. Subjek penelitian mencakup pemilik usaha, karyawan yang terlibat langsung dalam kegiatan operasional, serta sejumlah konsumen yang dipilih sebagai informan untuk memperoleh perspektif dari sisi pelanggan (Nasution, 2022).

Teknik Pengumpulan Data

Data penelitian diperoleh melalui beberapa teknik, yaitu:

a) Wawancara Semi-terstruktur

Dilakukan kepada pemilik usaha dan karyawan untuk memperoleh informasi mengenai strategi pemilihan lokasi, alasan penempatan usaha, serta dampak lokasi terhadap tingkat penjualan. Wawancara juga ditujukan kepada konsumen untuk mengetahui pandangan mereka mengenai kemudahan akses, kenyamanan, dan preferensi terhadap lokasi usaha.

b) Observasi Lapangan

Peneliti melakukan pengamatan langsung terhadap kondisi lokasi usaha, tingkat keramaian, aksesibilitas, serta interaksi antara konsumen dan pelaku usaha (Siallagan, 2024). Observasi ini membantu memberikan data faktual mengenai keunggulan maupun kelemahan lokasi bisnis.

c) Dokumentasi

Pengumpulan data sekunder berupa catatan penjualan, profil usaha, foto lokasi, serta dokumen terkait yang relevan dengan penelitian (Agustina, 2022). Dokumentasi digunakan untuk memperkuat hasil wawancara dan observasi.

d) Teknik Analisis Data

Analisis data dilakukan dengan menggunakan analisis kualitatif model interaktif Miles dan Huberman yang terdiri atas tiga tahapan:

- Reduksi data – memilah, merangkum, dan memfokuskan data yang relevan dengan peran lokasi bisnis.
- Penyajian data – menyusun data dalam bentuk narasi, tabel, atau bagan untuk memudahkan pemahaman.
- Penarikan kesimpulan – menghasilkan temuan penelitian mengenai bagaimana lokasi bisnis berkontribusi dalam meningkatkan usaha UMKM Jus Segar dan Sehat.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan studi kasus dengan langsung ke lapangan ke UMKM Jus Segar dan Sehat yang berada di pinggir jalan raya di MMTC PANCING, dengan instrumen beberapa pertanyaan sebagai penunjuk pengumpulan data (Agustina, 2022). Data terkumpul dalam cara wawancara semi-terstruktur dengan cara menggunakan daftar pertanyaan yang telah disiapkan, observasi lapangan terhadap kegiatan operasional sehari-hari (dari pemilihan buah, pengolahan, penyajian hingga pelayanan pelanggan di tempat jualan), serta studi dokumentasi sederhana berupa catatan penjualan harian, list belanja bahan baku, dan media promosi sederhana yang digunakan (Lestari, 2024).



Gambar 1. Dokumentasi wawancara dengan karyawan jus sehat dan segar Jl. Williém Iskandar, Medan.

Informan dipilih secara purposive, yaitu pemilik usaha, pekerja bantuan, konsumen tetap yang secara teratur membeli jus, dan pemasok buah pasar (Ardiansyah, 2024). Wawancara langsung di lapangan usaha, dengan hardcopy pencatatan dan valas suara apabila ada izin dari responden.

Analisis data dilakukan kualitatif-deskriptif: transkrip wawancara direduksi menjadi unit-unit makna, kemudian dikoding secara induktif dan deduktif untuk mengekspresikan tema utama seperti kondisi lokasi usaha, kelebihan dan kekurangan lokasi, pengaruh lokasi pada penjualan jus segar, serta hambatan yang dialami dalam operasional sehari-hari. Validitas temuan memperkuat melalui triangulasi sumber data (wawancara, pengamatan langsung di lapangan, dan catatan penjualan jus harian) dan pengecekan silang dengan pelanggan tetap jika diperlukan (Lestari, 2024). Seluruh proses penelitian patuh pada prinsip etika penelitian, informasi responden dijaga kerahasiaannya, dan hasil disajikan secara agregat untuk menjaga anonimitas (ANDRIANI, 2025).

Tabel berikut disajikan hasil temuan dan pembahasan yang terstruktur berdasarkan pertanyaan penelitian setiap jawaban dipahami dalam konteks praktek di UMKM Jus Segar dan Sehat yang terletak di pinggir jalan raya tapi tidak berada disekitar pasar, serta dihubungkan dengan implikasinya terhadap keberlangsungan usaha (Agustina, 2022).

Apa pertimbangan utama dalam memilih lokasi usaha?

Berdasarkan wawancara dengan pemilik UMKM Jus Segar dan Sehat, pertimbangan utama dalam memilih lokasi usaha adalah aksesibilitas konsumen. Lokasi yang dipilih berada di area dengan tingkat mobilitas masyarakat yang tinggi, yaitu dekat dengan pusat perkantoran, sekolah, dan pemukiman padat penduduk. Hal ini didasari pada asumsi bahwa semakin mudah konsumen menjangkau lokasi, semakin besar pula peluang terjadinya transaksi.

Selain aksesibilitas, pertimbangan lain yang muncul adalah tingkat visibilitas usaha. Pemilik mengungkapkan bahwa lokasi di tepi jalan utama memberikan keuntungan berupa kemudahan terlihat oleh calon konsumen, sehingga mendorong keputusan pembelian secara spontan (impulse buying). Faktor visibilitas ini terbukti meningkatkan jumlah konsumen baru, terutama dari kalangan masyarakat yang melintas di sekitar area usaha.

Dari sisi ekonomi, biaya sewa tempat juga menjadi pertimbangan penting. Pemilik berusaha menyeimbangkan antara potensi pasar yang besar dengan beban biaya sewa. Meskipun lokasi strategis umumnya memiliki harga sewa yang relatif tinggi, pemilik menilai bahwa pengeluaran tersebut sebanding dengan potensi peningkatan pendapatan. Pertimbangan ini menunjukkan adanya perhitungan matang mengenai hubungan antara biaya operasional dan proyeksi keuntungan.

Selain itu, keamanan lingkungan dan dukungan infrastruktur turut menjadi pertimbangan. Lokasi yang dipilih dinilai cukup aman, minim gangguan sosial, serta memiliki fasilitas penunjang seperti parkir kendaraan, ketersediaan air bersih, dan akses listrik yang stabil.

Faktor-faktor ini mendukung kelancaran operasional usaha sekaligus memberikan kenyamanan bagi konsumen.

Dari sisi konsumen yang diwawancarai, mayoritas menyatakan bahwa mereka memilih membeli jus di tempat tersebut karena lokasinya mudah ditemukan, dekat dengan aktivitas sehari-hari, serta tidak memerlukan waktu tempuh yang panjang. Hal ini memperkuat argumen bahwa lokasi usaha memainkan peran penting dalam menciptakan kepuasan dan loyalitas pelanggan.

Bagaimana lokasi usaha mempengaruhi jumlah pelanggan yang datang?

Berdasarkan data wawancara dengan pemilik dan observasi lapangan, lokasi usaha terbukti memiliki pengaruh signifikan terhadap jumlah pelanggan yang datang ke UMKM Jus Segar dan Sehat. Lokasi yang berada di jalur lalu lintas utama dengan intensitas keramaian tinggi menjadikan usaha ini lebih mudah diakses oleh konsumen. Pemilik menyebutkan bahwa keberadaan usaha di dekat area perkantoran dan sekolah menghasilkan aliran pelanggan yang konsisten setiap hari, terutama pada jam istirahat siang dan sore hari.

Hasil observasi juga menunjukkan adanya pola kunjungan konsumen yang dipengaruhi oleh letak geografis usaha. Konsumen yang bekerja di perkantoran sekitar lebih sering melakukan pembelian secara rutin karena jarak tempuh yang singkat. Sementara itu, konsumen dari luar kawasan umumnya melakukan pembelian ketika melintas di area tersebut, sehingga kontribusi lokasi terhadap jumlah pelanggan tidak hanya pada pembeli tetap (loyal customer), tetapi juga pada pembeli insidental.

Selain faktor jarak, kemudahan akses transportasi dan ketersediaan lahan parkir turut memengaruhi jumlah pelanggan. Konsumen yang diwawancarai menyatakan bahwa keberadaan parkir yang memadai meningkatkan kenyamanan, sehingga mereka lebih memilih datang ke lokasi ini dibandingkan kompetitor yang lokasinya sulit dijangkau atau tidak memiliki fasilitas serupa.

Pemilik usaha juga menambahkan bahwa meskipun terdapat biaya sewa yang relatif lebih tinggi pada lokasi tersebut, peningkatan jumlah pelanggan yang signifikan mampu menutupi biaya operasional dan bahkan mendorong peningkatan omzet. Dengan kata lain, lokasi strategis memberikan efek multiplier terhadap pertumbuhan pelanggan sekaligus profitabilitas usaha.

Apakah lokasi dekat dengan target pasar yang diinginkan?

Berdasarkan wawancara dengan pemilik UMKM Jus Segar dan Sehat, pemilihan lokasi usaha dilakukan dengan pertimbangan utama kedekatan dengan segmen pasar yang dituju, yaitu kalangan pelajar, mahasiswa, pekerja kantoran, serta masyarakat urban yang peduli pada

gaya hidup sehat. Lokasi usaha berada di area yang dikelilingi oleh sekolah menengah, universitas, dan beberapa perkantoran swasta. Hal ini memungkinkan usaha menjangkau konsumen yang memiliki kebutuhan rutin terhadap minuman sehat, terutama pada jam-jam tertentu seperti pagi, siang, dan sore.

Observasi lapangan menunjukkan bahwa mayoritas konsumen yang datang adalah pelajar dan pekerja yang mencari minuman praktis namun tetap menyehatkan. Kedekatan lokasi dengan lingkungan target pasar membuat konsumen merasa tidak perlu mengeluarkan biaya transportasi tambahan atau waktu tempuh yang panjang. Beberapa konsumen bahkan menyatakan bahwa mereka memilih Jus Segar dan Sehat karena dapat diakses dengan berjalan kaki dari sekolah atau kantor mereka.

Dari sisi strategi bisnis, pemilik usaha mengakui bahwa pemilihan lokasi ini bukan semata-mata berdasarkan harga sewa, tetapi lebih pada potensi pasar yang dapat dicapai. Kedekatan lokasi dengan target pasar dianggap mampu menciptakan konsistensi permintaan sekaligus memperkuat hubungan jangka panjang dengan konsumen tetap. Dengan kata lain, lokasi yang dekat dengan target pasar memberikan keunggulan kompetitif dibandingkan usaha sejenis yang berada lebih jauh dari pusat aktivitas masyarakat.

Bagaimana aksesibilitas dan transportasi menuju lokasi usaha?

Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik dan pengamatan langsung di lapangan, aksesibilitas menuju lokasi UMKM Jus Segar dan Sehat terbilang sangat baik. Lokasi usaha berada di tepi jalan utama Kota Medan yang dilalui oleh berbagai moda transportasi, baik kendaraan pribadi maupun transportasi umum seperti angkot, ojek konvensional, dan ojek daring. Keberadaan halte dan titik penjemputan transportasi daring di sekitar lokasi semakin memudahkan konsumen untuk mencapai tempat usaha tanpa hambatan berarti.

Dari sisi konsumen, mayoritas responden menyatakan bahwa kemudahan akses transportasi menjadi salah satu faktor yang membuat mereka lebih memilih membeli produk di lokasi ini. Konsumen yang bekerja di sekitar kawasan dapat berjalan kaki, sedangkan mereka yang berasal dari area yang lebih jauh mengandalkan transportasi umum atau daring dengan waktu tempuh relatif singkat. Hal ini membuktikan bahwa tingkat aksesibilitas yang tinggi berdampak langsung pada kenyamanan dan frekuensi kunjungan konsumen.

Selain akses jalan, fasilitas parkir juga dinilai cukup mendukung. Pemilik usaha menyediakan lahan parkir sederhana yang mampu menampung kendaraan roda dua dalam jumlah cukup banyak, sedangkan konsumen yang menggunakan mobil memanfaatkan area parkir umum di sekitar lokasi. Fasilitas ini menjadi nilai tambah karena memengaruhi keputusan konsumen untuk datang, terutama pada jam sibuk.

Namun demikian, dari hasil observasi ditemukan bahwa pada jam-jam tertentu, seperti siang hari, arus lalu lintas di sekitar lokasi cenderung padat sehingga sedikit menghambat mobilitas konsumen yang menggunakan kendaraan. Meski demikian, kondisi ini tidak terlalu berpengaruh signifikan karena sebagian besar konsumen adalah pejalan kaki atau pengguna transportasi roda dua.

Apakah ada pengaruh persaingan bisnis di sekitar lokasi terhadap penjualan?

Berdasarkan wawancara dengan pemilik UMKM Jus Segar dan Sehat, keberadaan persaingan bisnis di sekitar lokasi memang cukup tinggi, terutama dari usaha sejenis seperti kios minuman, kafe kecil, dan pedagang minuman tradisional. Namun, pemilik menilai bahwa persaingan tersebut tidak sepenuhnya menjadi hambatan, melainkan juga berperan sebagai motivasi untuk meningkatkan kualitas produk dan layanan.

Observasi lapangan menunjukkan bahwa meskipun terdapat beberapa usaha minuman di sekitar lokasi, Jus Segar dan Sehat tetap memiliki daya tarik tersendiri. Hal ini dikarenakan produk yang ditawarkan lebih menekankan pada aspek kesehatan dan kesegaran bahan baku, yang berbeda dengan sebagian besar pesaing yang hanya menjual minuman ringan biasa. Konsumen yang diwawancarai juga mengonfirmasi bahwa mereka memilih lokasi ini karena kualitas rasa, kebersihan, dan citra sehat yang ditonjolkan oleh usaha tersebut.

Dari sisi penjualan, pemilik mengakui adanya fluktuasi omzet pada saat kompetitor baru muncul di sekitar area. Namun, dampak tersebut hanya bersifat sementara karena konsumen cenderung kembali pada produk yang dianggap sesuai dengan kebutuhan mereka. Dengan kata lain, persaingan memang memengaruhi jumlah pelanggan, tetapi loyalitas konsumen yang dibangun melalui diferensiasi produk mampu mengurangi dampak negatif dari persaingan.

Selain itu, lokasi yang berada di area padat penduduk dengan arus lalu lintas tinggi memberikan keuntungan tambahan. Jumlah konsumen potensial yang besar memungkinkan terjadinya sharing market antar pelaku usaha tanpa harus mengorbankan sepenuhnya pasar yang sudah terbentuk. Hal ini memperlihatkan bahwa daya dukung lokasi dapat menyeimbangkan pengaruh persaingan terhadap kinerja penjualan.

Bagaimana keterkaitan lokasi dengan biaya operasional usaha?

Dari hasil wawancara dengan pemilik UMKM Jus Segar dan Sehat, lokasi usaha memiliki hubungan yang erat dengan besaran biaya operasional. Pemilik menuturkan bahwa salah satu konsekuensi memilih lokasi strategis di pusat keramaian Kota Medan adalah tingginya biaya sewa tempat. Biaya ini menjadi salah satu komponen terbesar dalam struktur operasional usaha.

Namun, pemilik menilai bahwa meskipun biaya sewa relatif tinggi, hal tersebut sebanding dengan potensi pendapatan yang diperoleh dari tingginya jumlah pelanggan harian.

Selain sewa tempat, lokasi juga berpengaruh pada biaya utilitas. Lokasi yang berada di area komersial biasanya memiliki tarif listrik dan air yang lebih tinggi dibandingkan kawasan pemukiman biasa. Hal ini otomatis meningkatkan pengeluaran rutin bulanan. Namun, faktor tersebut dianggap masih dalam batas wajar karena dapat ditutup dengan peningkatan volume penjualan.

Dari sisi distribusi bahan baku, lokasi usaha yang berada di jalur transportasi utama justru membantu menekan biaya logistik. Pemasok buah segar dapat mengirimkan bahan dengan mudah tanpa hambatan jarak atau akses jalan. Hal ini membuat proses pasokan menjadi lebih efisien dan mengurangi risiko keterlambatan yang bisa berdampak pada kualitas produk.

Konsumen yang diwawancarai juga menegaskan bahwa meskipun harga produk sedikit lebih tinggi dibandingkan dengan pedagang lain, mereka merasa harga tersebut sepadan dengan kualitas serta kenyamanan lokasi yang mudah dijangkau. Dengan kata lain, sebagian biaya operasional akibat lokasi strategis dapat "ditransfer" ke konsumen tanpa menimbulkan keberatan berarti.

Apakah lokasi mendukung visibilitas brand/produk?

Berdasarkan wawancara dengan pemilik UMKM Jus Segar dan Sehat, lokasi usaha yang berada di jalur lalu lintas utama Kota Medan dinilai sangat mendukung peningkatan visibilitas brand. Usaha ini terletak di tepi jalan yang ramai dilalui kendaraan dan pejalan kaki, sehingga papan nama dan etalase produk dapat terlihat jelas oleh masyarakat yang melintas. Faktor ini memberi keuntungan berupa efek promosi gratis karena keberadaan usaha mudah dikenali tanpa harus mengeluarkan biaya pemasaran yang besar.

Observasi lapangan menunjukkan bahwa tampilan luar kios didesain dengan warna cerah dan menonjolkan gambar buah-buahan segar, yang secara visual mampu menarik perhatian. Konsumen yang diwawancarai menyatakan bahwa mereka pertama kali mengenal usaha ini bukan dari media sosial, melainkan karena melihat langsung lokasi yang mudah ditemukan. Hal ini mempertegas peran lokasi sebagai sarana memperkuat identitas dan eksistensi brand.

Selain itu, lokasi yang berdekatan dengan pusat aktivitas publik (sekolah, universitas, dan perkantoran) menciptakan peluang word of mouth marketing. Konsumen yang membeli di lokasi kemudian merekomendasikan produk kepada rekan kerja atau teman sekolahnya, sehingga visibilitas brand meningkat bukan hanya karena letak fisik, tetapi juga karena interaksi sosial di sekitar area tersebut.

Namun demikian, pemilik juga menyadari bahwa tingkat persaingan di area ramai menuntut usaha untuk terus menjaga konsistensi tampilan lokasi dan kualitas produk. Jika tidak, visibilitas yang tinggi justru bisa menjadi bumerang karena konsumen memiliki banyak alternatif lain yang juga terlihat jelas di area tersebut.

Apakah pernah dilakukan evaluasi terhadap efektifitas lokasi?

Pemilik UMKM Jus Segar dan Sehat menjelaskan bahwa evaluasi terhadap efektivitas lokasi memang dilakukan secara berkala, meskipun tidak dalam bentuk formal seperti laporan tertulis, melainkan melalui pemantauan penjualan harian dan mingguan, serta feedback konsumen. Evaluasi ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana lokasi yang dipilih mendukung peningkatan jumlah pelanggan, omzet, dan keberlangsungan usaha.

Salah satu indikator yang digunakan adalah perbandingan tren penjualan pada periode tertentu. Pemilik mencatat bahwa sejak usaha beroperasi di lokasi saat ini, terjadi peningkatan jumlah konsumen secara konsisten. Data penjualan juga digunakan sebagai bahan refleksi untuk mengukur apakah lokasi masih relevan dengan target pasar yang dibidik.

Selain itu, pemilik juga mempertimbangkan aspek eksternal dalam evaluasi, seperti perubahan arus lalu lintas, pembangunan infrastruktur baru, atau munculnya pesaing di area sekitar. Perubahan lingkungan ini menjadi bahan pertimbangan apakah lokasi masih efektif atau perlu dipikirkan alternatif lain di masa depan.

Dari sisi konsumen, hasil wawancara menunjukkan bahwa mereka merasa lokasi usaha cukup strategis dan mudah diakses. Beberapa konsumen bahkan menyarankan agar usaha membuka cabang di titik lain yang juga ramai, misalnya dekat area kampus lain atau pusat perbelanjaan. Masukan ini menjadi bagian dari proses evaluasi informal yang dilakukan pemilik.

Meskipun evaluasi dilakukan secara sederhana, hasilnya menunjukkan bahwa hingga saat ini lokasi yang dipilih masih efektif mendukung pertumbuhan usaha. Pemilik juga menegaskan bahwa jika dalam evaluasi mendatang ditemukan penurunan signifikan dalam jumlah konsumen atau omzet, maka relokasi atau pembukaan cabang baru akan menjadi strategi yang dipertimbangkan.

Bagaimana respon konsumen terhadap lokasi usaha saat ini?

Berdasarkan wawancara dengan sejumlah konsumen UMKM Jus Segar dan Sehat, mayoritas memberikan respon positif terhadap lokasi usaha saat ini. Mereka menilai lokasi strategis karena berada di area yang mudah diakses, dekat dengan pusat aktivitas sehari-hari

seperti sekolah, universitas, dan perkantoran. Hal ini membuat konsumen merasa tidak perlu mengeluarkan waktu dan biaya tambahan untuk menjangkau lokasi.

Konsumen juga mengapresiasi ketersediaan fasilitas parkir sederhana yang memudahkan mereka saat membawa kendaraan. Beberapa responden menyebutkan bahwa keberadaan parkir roda dua yang cukup luas memberikan kenyamanan tersendiri, dibandingkan usaha sejenis di lokasi lain yang sering menimbulkan kesulitan parkir.

Dari sisi kenyamanan lingkungan, sebagian besar konsumen merasa lokasi cukup aman, bersih, dan tidak bising, sehingga mendukung pengalaman positif saat membeli. Beberapa konsumen menyebutkan bahwa kondisi lingkungan yang tertata membuat mereka lebih betah untuk kembali membeli secara rutin.

Namun demikian, ada juga catatan kritis dari sebagian kecil konsumen yang mengeluhkan kemacetan di jam-jam sibuk sekitar lokasi. Hal ini terkadang membuat konsumen yang menggunakan mobil enggan mampir karena sulit untuk berhenti sejenak. Meski demikian, faktor ini tidak terlalu berpengaruh besar karena mayoritas konsumen merupakan pelajar, mahasiswa, dan pekerja kantoran yang berjalan kaki atau menggunakan transportasi roda dua.

Secara umum, respon konsumen menunjukkan bahwa lokasi saat ini dianggap sangat mendukung keputusan mereka untuk melakukan pembelian, baik untuk kebutuhan harian maupun sesekali. Bahkan beberapa konsumen menyarankan agar usaha membuka cabang baru di lokasi lain dengan karakteristik serupa untuk menjangkau lebih banyak pelanggan.

Menurut anda, sejauh mana lokasi usaha berperan dalam meningkatkan penjualan?

Berdasarkan wawancara dengan pemilik UMKM Jus Segar dan Sehat, lokasi usaha dinilai sebagai salah satu faktor paling penting dalam peningkatan penjualan. Pemilik menyebutkan bahwa meskipun kualitas produk dan pelayanan menjadi prioritas utama, lokasi strategis memberikan kontribusi nyata terhadap jumlah pelanggan yang datang setiap hari. Lokasi yang berada di jalur ramai dan dekat dengan pusat aktivitas masyarakat membuat usaha lebih mudah dikenali, sehingga menciptakan peluang penjualan yang lebih besar.

Data penjualan yang dicatat pemilik menunjukkan adanya korelasi antara keramaian lokasi dengan peningkatan omzet harian. Pada hari-hari sibuk, seperti Senin hingga Jumat ketika aktivitas sekolah dan perkantoran berlangsung, jumlah pelanggan meningkat signifikan dibandingkan akhir pekan. Hal ini mengindikasikan bahwa lokasi yang dekat dengan target pasar berperan langsung dalam menciptakan permintaan.

Respon konsumen yang diwawancarai juga memperkuat temuan ini. Sebagian besar menyatakan bahwa mereka memilih membeli di *Jus Segar dan Sehat* karena lokasinya yang strategis, mudah dijangkau, dan terlihat jelas dari jalan utama. Beberapa konsumen bahkan

mengaku tidak merencanakan pembelian sebelumnya, tetapi akhirnya membeli karena kebetulan melintas dan melihat lokasi usaha. Hal ini menunjukkan bahwa lokasi turut mendorong pembelian impulsif selain pembelian rutin.

Namun, pemilik menegaskan bahwa lokasi tidak dapat berdiri sendiri sebagai penentu kesuksesan. Tanpa kualitas produk yang terjaga, kebersihan, dan pelayanan yang ramah, lokasi strategis tidak akan menghasilkan dampak maksimal. Oleh karena itu, lokasi dilihat sebagai faktor pendukung utama yang bekerja sinergis dengan elemen lain dalam strategi bisnis.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai UMKM Jus Segar dan Sehat di Kota Medan, dapat disimpulkan bahwa lokasi bisnis memiliki peran yang sangat penting dalam meningkatkan keberhasilan dan perkembangan usaha. Lokasi yang strategis, yaitu berada di pinggir jalan raya dengan tingkat lalu lintas yang tinggi, memberikan kemudahan bagi konsumen untuk mengenal dan mengakses produk. Hal ini berdampak langsung pada peningkatan jumlah pelanggan dan volume penjualan.

Selain itu, lokasi yang mudah dijangkau juga memperkuat citra usaha sebagai penyedia minuman sehat yang praktis dan terjangkau. Faktor lingkungan sekitar seperti kebersihan, keamanan, serta kedekatan dengan area perkantoran dan sekolah turut mendukung kelancaran operasional usaha. Dengan demikian, pemilihan lokasi yang tepat menjadi salah satu strategi utama dalam meningkatkan daya saing dan keberlanjutan UMKM.

Secara keseluruhan, penelitian ini menegaskan bahwa lokasi bisnis bukan hanya faktor pendukung, tetapi merupakan komponen strategis yang menentukan pertumbuhan dan keberhasilan jangka panjang bagi pelaku UMKM, khususnya pada sektor kuliner dan minuman seperti Jus Segar dan Sehat.

DAFTAR REFERENSI

- Agustina, W. (2022). *Analisis penerapan laporan keuangan pada UMKM wilayah Metro Timur dengan pendekatan SAK EMKM (Studi kasus pada Mama Ega Juice, Happy Juice dan Jus Buah Dua Putri)* [Doctoral dissertation, Institut Agama Islam Negeri Metro].
- Alfian, A. (2023). *Pengaruh strategi pemasaran, modal usaha, lokasi usaha dan perilaku pelaku usaha terhadap keberhasilan usaha mikro kecil menengah (UMKM) (Studi pada UMKM bidang kuliner di Kecamatan Kemayoran Jakarta Pusat)* [Doctoral dissertation, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta].
- Andriani, D. (2025). *Pengaruh label halal, literasi halal, dan promosi terhadap kepercayaan konsumen dalam mengonsumsi produk UMKM pada Zona Kuliner Halal Aman dan*

Sehat (KHAS) di Kota Pekanbaru [Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau].

- Ardiansyah, M. (2024). *Strategi pengembangan UMKM tempe di Kelurahan Tanjung Sari, Kecamatan Medan Selayang, Kota Medan (Studi kasus UMKM Maju Bersama)* [Undergraduate thesis, Universitas Medan Area].
- Fauziah, S., & Nurhayati, T. (2021). *Peningkatan literasi keuangan syariah bagi pelaku UMKM melalui pelatihan dan pendampingan di era digital. Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 7(2), 145–158.
- Febbyani, I., Arifin, R., & Fitmawati, F. (2024). *Peran sertifikasi halal dalam meningkatkan penjualan pada usaha mikro kecil menengah (UMKM) (Studi kasus UMK Kabupaten Rejang Lebong)* [Doctoral dissertation, Institut Agama Islam Negeri Curup].
- Hidayati, R., & Sari, D. (2024). *Integrasi literasi keuangan syariah dan inovasi digital dalam pengembangan UMKM berkelanjutan. Jurnal Ekonomi Syariah dan Kewirausahaan*, 9(1), 78–90.
- Lestari, T. A. (2024). *Strategi pengembangan UMKM ditinjau dari etika bisnis Islam (Studi kasus Waroeng Cemal Cemil Mba Ana Desa Sidokerto Lampung Tengah)* [Doctoral dissertation, Institut Agama Islam Negeri Metro].
- Milientari, D. (2021). *Strategi pengembangan usaha mikro kecil menengah di Kube Kuliner Asahan pada masa pandemi COVID-19* [Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan].
- Nasution, A. S. (2022). *Peran usaha kecil menengah dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat (Studi kasus pengembangan industri kripik di Desa Salambue)* [Doctoral dissertation, Institut Agama Islam Negeri Padangsidimpuan].
- Putri, M. D. (2022). *Pemanfaatan digital marketing dalam meningkatkan penjualan UMKM di masa pandemi COVID-19 (Studi kasus pada UMKM Kota Bandung)* [Undergraduate thesis, Universitas Pendidikan Indonesia].
- Rahmawati, N. (2023). *Pengaruh literasi keuangan syariah terhadap pengelolaan keuangan pelaku UMKM di Kota Gresik* [Undergraduate thesis, Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya].
- Setiawan, I. (2023). *Peran media sosial dalam strategi pemasaran digital UMKM di Indonesia. Jurnal Komunikasi dan Bisnis Digital*, 5(1), 22–35.
- Siallagan, H. P. (2024). *Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi pemilihan lokasi UMKM terhadap kesuksesan UMKM Kecamatan Medan Denai* [Doctoral dissertation, Universitas Medan Area].
- Yuliana, E. (2023). *Analisis pengaruh pelatihan dan pendampingan digital marketing terhadap peningkatan kinerja UMKM di era transformasi digital. Jurnal Manajemen dan Inovasi Bisnis*, 11(3), 201–215.