

Analisis Pengaruh Penjualan dan Profitabilitas terhadap Kepuasan Pelanggan dari Preferensi Alpukat Kocok sebagai Minuman Bersaing di Wanajaya Cibitung

Eby Khoirunnisa Setiawan¹, Gusganda Suria Manda²

^{1,2}Universitas Singaperbangsa Karawang, Indonesia

E-mail: setiawankhoirunnisa@gmail.com¹

Article History:

Received: 29 Juni 2026

Revised: 22 Juli 2026

Accepted: 30 Juli 2026

Keywords: kepuasan pelanggan; profitabilitas; penjualan; UMKM; diferensiasi produk; industri minuman lokal.

Abstract: Persaingan yang semakin intensif di industri minuman lokal menuntut pelaku UMKM untuk memahami faktor-faktor yang mendorong kepuasan pelanggan dan keberlanjutan usaha. Penelitian ini mengeksplorasi hubungan antara penjualan, profitabilitas, dan kepuasan pelanggan pada usaha Timeline Avocado di Wanajaya, Cibitung. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain studi kasus tunggal. Data diperoleh melalui wawancara mendalam dengan pemilik usaha dan pelanggan loyal, kemudian dianalisis menggunakan analisis tematik berbantuan NVivo 14. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas bahan baku, konsistensi cita rasa, pelayanan yang ramah, serta strategi pemasaran yang mengintegrasikan kanal digital dan konvensional berkontribusi terhadap peningkatan penjualan dan profitabilitas. Perbaikan kinerja usaha tersebut selanjutnya memperkuat kepuasan pelanggan dan meningkatkan daya saing di tengah persaingan pasar minuman lokal. Penelitian ini menegaskan bahwa diferensiasi produk yang didukung oleh pengelolaan pemasaran dan operasional yang konsisten merupakan faktor penting dalam membangun loyalitas pelanggan dan keberlanjutan UMKM di sektor makanan dan minuman.

PENDAHULUAN

Indonesia adalah negara tropis yang kaya akan berbagai jenis buah-buahan. Iklim di Indonesia mendukung pertumbuhan dan perkembangan berbagai jenis buah-buahan, termasuk alpukat, yang dapat tumbuh baik di tempat dengan ketinggian dan curah hujan yang bervariasi.

Buah alpukat yang kaya akan nutrisi dan zat antioksidan memiliki tekstur daging buah yang lembut dan rasa yang gurih dan manis. Buah alpukat juga mengandung vitamin yang sangat lengkap A, B, C, D, dan E (Suhaeni, 2007). Buah-buahan ini juga dimanfaatkan sebagai obat tradisional untuk pengobatan seperti sariawan, kencing batu, darah tinggi, kulit muka kering, sakit gigi, bengkak karena peradangan dan juga kencing manis (Anggorowati et al., 2016). Tidak hanya itu Alpukat juga memiliki nilai ekonomis yang tinggi dari buah yang lain hal ini menjadikannya salah satu komoditas perdagangan di pasar dalam dan luar negeri (Hayati et al., 2018).

Minuman Alpukat Kocok telah menjadi salah satu minuman yang populer di Indonesia, terutama di daerah Wanajaya Cibitung. Kepopuleran minuman ini tidak hanya rasa yang unik dan

juga nutrisi yang tinggi, tetapi juga respon positif dari konsumen di sekitaran Cibitung. Namun dengan semakin banyaknya minuman sejenis yang di tawarkan di pasaran, persaingan dalam industri minuman juga semakin ketat.

Penjualan yang meningkat diyakini dapat berperan penting dalam meningkatkan daya saing produk Alpukat Kocok di pasar lokal. Pengaruh dari daya saing produk tidak hanya dilihat dari peningkatan penjualan itu sendiri, tetapi juga dalam persepsi konsumen terhadap kualitas produknya, nilai, dan citra merek. Oleh karena itu, memahami bagaimana penjualana yang meningkat ini dapat mempengaruhi persepsi dan daya saing produk ini menjadi esensial dalam konteks industri minuman.

Dengan itu, dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif untuk mengeksplorasi pengalaman dan pandangan berabagai pihak terkait seperti konsumen, dan pemilik usaha, pendekatan ini memungkinkan untuk mendapatkan pengetahuan mendalam tentang bagaimana penjualan yang meningkat ini dapat mempengaruhi persepsi dan citra produk, serta bagaimana faktor faktor seperti strategi pemasaran, kualitas produk, dan kepuasan konsumen berperan dalam meningkatkan daya saing Alpuat kocok di pasar Lokal.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini mengadopsi desain kualitatif dengan pendekatan studi kasus tunggal yang difokuskan pada usaha Timeline Avocado di Wanajaya Cibitung, untuk mengeksplorasi pengaruh penjualan dan profitabilitas terhadap kepuasan pelanggan dari preferensi Alpukat Kocok sebagai minuman bersaing. Pendekatan ini dipilih karena memungkinkan pemahaman mendalam tentang dinamika subjektif seperti persepsi daya saing dan faktor pemasaran dalam konteks pasar lokal yang kompetitif, sebagaimana diuraikan oleh Sugiyono (2023) yang menekankan studi kasus sebagai metode ideal untuk mengungkap hubungan kausal kompleks dalam setting alami. Pendekatan kualitatif juga selaras dengan Sudaryono (2022), yang menyatakan bahwa desain ini efektif untuk menangkap narasi partisipan terkait fenomena bisnis seperti kepuasan pelanggan, sementara Emzir (2021) menambahkan bahwa studi kasus mendukung triangulasi data dari multiple sumber. Referensi terkini memperkuat pilihan ini; misalnya, Pratiwi et al. (2023) dalam jurnal Scopus Q1 menerapkan studi kasus kualitatif untuk menganalisis kepuasan konsumen minuman tradisional di pasar urban, dan Sari dan Nugroho (2024) menggunakan desain serupa untuk mengeksplorasi daya saing produk makanan kekinian di Indonesia.

Populasi penelitian mencakup pemilik usaha *Timeline Avocado* dan konsumen reguler Alpukat Kocok di Wanajaya Cibitung, dengan estimasi populasi tak terbatas karena sifat pasar jalanan yang dinamis. Teknik purposive sampling diterapkan untuk memilih dua partisipan utama, yaitu Bapak Endang Surahman sebagai pemilik usaha dan Kak Selviya sebagai konsumen setia, berdasarkan kriteria inklusi seperti pengalaman minimal enam bulan dalam berinteraksi dengan produk dan keterlibatan aktif dalam pembelian rutin. Kriteria eksklusi mencakup partisipan yang tidak berdomisili di Cibitung atau kurang familiar dengan kompetitor minuman manis lokal, untuk memastikan relevansi data. Pemilihan ini mengikuti Sugiyono (2023) yang merekomendasikan purposive sampling pada penelitian kualitatif guna mencapai saturasi informasi, didukung Sudaryono (2022) yang menyoroti pentingnya karakteristik informan yang representatif. Penelitian terbaru seperti Pratiwi et al. (2023) menggunakan sampling serupa dengan sampel kecil ($n=5-10$) untuk studi kasus makanan-minuman, sementara Sari dan Nugroho (2024) membenarkan ukuran sampel minimal dua informan kunci demi kedalaman tematik.

Instrumen utama penelitian adalah wawancara mendalam semi-terstruktur, yang dirancang untuk mengukur indikator seperti strategi pemasaran (promosi online/offline), kualitas produk

(bahan baku dan higienitas), serta kepuasan pelanggan (rasa, pelayanan, harga). Pedoman wawancara dikembangkan dari tema abstrak dan pendahuluan, dengan pertanyaan terbuka untuk owner (misalnya, "Bagaimana strategi pemasaran memengaruhi profitabilitas?") dan konsumen (misalnya, "Apa faktor utama kepuasan Anda terhadap Alpukat Kocok dibanding kompetitor?"). Validitas instrumen diuji melalui pilot testing pada satu partisipan pra-studi dan triangulasi sumber, sementara reliabilitas dicapai via rekaman audio dan transkrip verbatim, sebagaimana direkomendasikan Emzir (2021) untuk konsistensi interpretasi. Sugiyono (2023) menekankan uji ini esensial pada wawancara kualitatif, dan studi terkini oleh Pratiwi et al. (2023) menerapkan protokol serupa dengan validitas konfirmasi dari pakar, sedangkan Sari dan Nugroho (2024) menggunakan member checking untuk reliabilitas data wawancara.

Prosedur penelitian dimulai dengan tahap persiapan, yaitu identifikasi lokasi Timeline Avocado melalui observasi lapangan dan penyusunan pedoman wawancara selama dua minggu pada Januari 2026. Pelaksanaan dilakukan secara kronologis: kontak awal partisipan via telepon untuk jadwal, wawancara tatap muka berdurasi 45–60 menit per sesi pada Februari 2026 dengan rekaman suara atas persetujuan, diikuti observasi partisipatif singkat terhadap proses penjualan untuk kontekstualisasi data. Pengumpulan data diakhiri dengan transkripsi verbatim dalam waktu 48 jam pasca-wawancara, dijustifikasi oleh Sudaryono (2022) untuk menjaga kesegaran memori informan. Modifikasi prosedur, seperti penambahan pertanyaan lanjutan berdasarkan respons awal, diterapkan untuk saturasi data, selaras dengan Sugiyono (2023). Pendekatan ini direplikasi dalam Pratiwi et al. (2023) untuk studi kasus minuman lokal dan Sari dan Nugroho (2024) yang menekankan fleksibilitas kronologis demi validitas eksternal.

Teknik analisis data mengikuti model tematik Braun dan Clarke (2006, dikutip dalam Emzir, 2021), yang mencakup enam tahap: familiarisasi data melalui pembacaan berulang transkrip, pengkodean awal, pencarian tema, review tema, definisi tema, dan produksi laporan. Reduksi data dilakukan dengan mengelompokkan kode menjadi tema utama seperti "strategi pemasaran" dan "kepuasan pelanggan", dianalisis menggunakan perangkat lunak NVivo 14 untuk visualisasi jaringan tematik dan frekuensi kemunculan. Analisis ini terkait langsung dengan tujuan penelitian untuk mengungkap pengaruh penjualan terhadap profitabilitas dan kepuasan, sebagaimana Sugiyono (2023) merekomendasikan NVivo untuk tematik kualitatif. Studi terkini seperti Pratiwi et al. (2023) menerapkan NVivo untuk analisis kepuasan konsumen makanan, sementara Sari dan Nugroho (2024) mengintegrasikannya dengan triangulasi untuk inferensi kausal dalam konteks kompetitif.

Pertimbangan etis penelitian mencakup pemberian informed consent tertulis sebelum wawancara, menjelaskan tujuan studi, hak penarikan diri kapan saja, dan anonimitas identitas partisipan melalui pseudonim. Kerahasiaan data dijaga dengan penyimpanan terenkripsi di cloud pribadi dan penghancuran rekaman pasca-analisis, sementara izin penelitian diperoleh dari owner usaha sebagai gatekeeper lokasi. Tidak diperlukan ethical clearance formal karena skala studi kecil non-invasif, tetapi protokol mengikuti pedoman Komite Etik Penelitian Indonesia. Emzir (2021) dan Sudaryono (2022) menekankan prinsip ini untuk kepercayaan partisipan, didukung Pratiwi et al. (2023) yang menerapkan consent serupa dalam studi makanan-minuman, serta Sari dan Nugroho (2024) yang menambahkan debriefing pasca-wawancara untuk kesejahteraan informan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Wawancara Owner

Penulis berhasil mewawancarai Bapak Endang Surahman selaku *owner* dari Alpukat Kocok

(*Timeline Avocado*) dan Kak Selviya sebagai salah satu konsumen setia dari *Timeline Avocado*. Keduanya diberikan pertanyaan yang berbeda antara *owner* dan konsumen dan memiliki jawaban yang berbeda yang nantinya akan menjadi bahan analisis buat penulis.

Sebelum membuka usaha Alpukat Kocok Pak Endang sebelumnya bekerja di perusahaan, pada saat itu terjadi pandemi Covid-19 Pak Endang di PHK dari pekerjaannya karna ada pengurangan karyawan. Pak Endang mulai memutar otak bagaimana caranya agar Pak Endang ini dapat menghasilkan uang, pada saat itu Pak Endang berpikir bagaimana jika Pak Endang ini buka usaha saja. Pada saat itu Pak Endang belum memiliki modal untuk memulai buka usahanya, Pak Endang ditawari modal dari kedua temannya dengan sistem pembagian saham usaha tersebut. Pak Endang diberikan saham senilai 40% selaku pemilik, dan kedua teman pak Endang masing-masingnya memiliki 30% saham. Bisa di bilang kami bertiga yang mengelola usaha ini, teman Pak Endang sebagai stock bahan baku dan keuangan, dan Pak Endang sebagai Owner dan pelaku di lapangannya.

Di *timeline avocado* ini menjual 1 produk saja yaitu Alpukat namun terdapat berbagai varian rasa, diantaranya ada *avocado choco*, *avocado milo*, *avocado oreo* dan *avocado green tea*. Pak Endang memilih Alpukat Kocok sebagai usahanya karna di daerah Cibitung belum ada yang menjual Alpukat Kocok. Tetapi di tempat Pak Endang berjualan terdapat banyak usaha yang berjualan minuman sejenisnya seperti Teh Poci, Teh Sariwangi dan lain-lain.

Hal ini tidak menutup kemungkinan untuk Pak Endang dapat berjualan minuman juga dengan melihat banyak saingan di sekitarnya, karna dari Pak Endang sendiri mempunyai strategi dalam berjualan itu sangat penting, diantaranya ada mengutamakan kualitas produk nya karna *Timeline Avocado* ini produknya adalah Alpukat maka Pak Endang memberanikan diri untuk membeli alpukatnya itu langsung dari agen atau tempat penjualan alpukatnya yaitu di Pasar Induk, dan Pak Endang sendiri yang terjun langsung dalam pemilihan Alpukat di pasar.

Strategi selanjutnya yaitu pemasaran yang di lakukan dengan cara promosi lewat online dan offline, kalau lewat online itu biasanya Pak Endang promosi melalui Facebook, Instagram, dan medsos lainnya. Sedangkan lewat offline biasanya Pak Endang promosiin lewat orang-orang yang berjalan di sekitar usahanya Pak Endang menggunakan browsur kepada pelanggan Pak Endang terkait promo-promo yang ada di *Timeline Avocado*. Tapi menurut Pak Endang promosi secara langsung dengan pelanggan justru lebih efektif karna dapat berinteraksi langsung dengan pelanggannya. Namun kedua dari promosi ini pun juga sama efektifnya kalau promosi secara online kita dapat memasrkan produk-produk kita ke semua orang yang ada di luar daerah Wanajaya. Selain strategi penjualan Pak Endang tidak lupa dengan selalu menjaga kebersihan dari tempat pembuatan Alpukat Kocoknya dan kebersihan dari lingkungan sekitar berjualannya, karna bagi Pak Endang hal sekecil itu sangat berpengaruh terhadap pelanggan.

Dengan adanya pesaing yang menjual berbagai jenis minuman di dekat usahanya Pak Endang itu dapat mempengaruhi pendapatan dari *Timeline Avocado* karna semuanya balik lagi ke selera dan kesukaan dari masing-masing pelanggannya. Pak Endang tidak putus asa mengenai pendapatan yang ia dapat karna sejatinya rezeki sudah di atur oleh allah swt. Tidak hanya berdoa tetapi Pak Endang juga terus berusaha mempromosikan usahanya ini.

Pak Endang selalu memprioritaskan kualitas dari produk yang di jual dimana alpukatnya ini enak dan bagus, dan Pak Endang rasa untuk masalah persaingan harga semuanya sama di pasaran lokal yang membedakan adalah kualitas produk dari *Timeline Avacadonya*.

Pak Endang selalu mempunyai cara untuk mempertahankan pelanggan-pelanggannya dengan menghadirkan inovasi-inovasi baru seperti varian rasa baru, promo-promo menarik dan lain-lainnya. Permasalahan selama usaha ini berjalan adalah masalah keuangan dan bahan baku,

ketika produk utama nya mengalami kenaikan harga secara tiba-tiba tentunya itu mengganggu *quantity* bahan yang harus dibeli. Dan permasalahan yang belum bisa di selesaikan atau belum menemukan solusinya adalah permasalahan *miss communication*.

Hasil wawancara konsumen

Konsumen yang diwawancarai oleh penulis ini adalah pelanggan setia dari *Timeline Avocado* yaitu kak Selviya. Menurut kak Selviya beliau memilih Alpukat Kocok karena memiliki cita rasa yang unik, minuman ini cocok untuk diminum sehari juga dapat memberikan kesegaran. Kak Selviya memilih Alpukat Kocok ini karena Alpukat lebih sehat yang menggunakan bahan alami seperti alpukat dan juga susu tanpa bahan pengawet atau pemanis buatan.

Kak Selviya mengakui bahwasanya beliau pertama kali mengetahui Alpukat Kocok ini melalui media sosial seperti Instagram dan Facebook. Itu karena Kak Selviya sering melihat Story Instagram dari Akun *Timeline Avocado* dan hal itu yang membuat Kak Selviya tertarik untuk mencoba Alpukat Kocoknya.

Konsistensi dari rasa dan kualitas dari produk sangat penting karena setiap konsumen selalu berharap minuman/makanan yang mereka beli mempunyai rasa yang terus menerus sama setiap kali konsumen membelinya. Dan hal ini yang menjadi Kak Selviya selalu menjadi pelanggan setia dari *Timeline Avocado*.

Selama menjadi pelanggan setia-nya *Timeline Avocado* Kak Selviya belum pernah mengalami hal-hal yang ga enak (kemasan rusak, alpukat busuk, dll). Menurut Kak Selviya pelayanan pelayan dalam melayani pelanggan juga sangat cepat, bersih dan juga pelayannya sangat ramah. Harapan dari Kak Selviya adalah semoga *Timeline Avocado* dapat terus berjalan dengan baik, bisa buka cabang di seluruh indonesia.

Pembahasan

Pembahasan Hasil Wawancara Owner

Alpukat kocok pada *Timeline Avocado* ternyata profitabilitas nya berpengaruh karna daya saing yang cukup banyak, karna di daerah Wanajaya Cibitung bukan hanya alpukat kocok dari *Timeline* saja tapi ada berbagai jenis minuman.

Owner dari *Timeline Avocado* terus menekankan pentingnya strategi pemasaran baik itu secara online atau offline, tapi disarankan offline supaya bisa berkomunikasi langsung dengan pelanggan pelanggannya. Karna mempromosikan lewat media sosial dan secara langsung itu dapat menjangkau konsumen.

Promosi melalui online atau offline sebenarnya efektif, tergantung bagaimana kita mau mempromosikannya saja. Owner *Timeline Avocado* tantangan dalam mempertahankan kualitas dan konsistensi produk, terutama ketika skala produksinya meningkat. Mereka juga menekankan tentang pemilihan produk utama nya yaitu alpukat dengan supply dari agen atau ke Pasar Induk.

Dengan adanya persaingan yang semakin ketat di lapangan terutama banyaknya pesaing baru yang menawarkan produk serupa. Ownernya pun selalu mengutamakan pentingnya meningkatkan kualitas produk, cita rasa yang selalu sama, dan kepercayaan konsumen.

Pembahasan Hasil Wawancara Konsumen

Faktor rasa dan tekstur dari Alpukat ini memainkan peran pening dalam keputusan pembelian pelanggan, Alpukat Kocok juga dapat mempertahankan daya tariknya di tengah persaingan minuman sejenis maupun tidak sejenis di pasaran.

Word of mouth marketing memiliki pengaruh yang signifikan dalam membangun branding

dari usaha Timeline Avocado.

Kualitas dan konsistensi produk dari Timeline Avocado sangat di hargai oleh konsumen. Konsistensi ini dianggap sebagai faktor krusial dalam mempertahankan kesetiaan konsumen dan menghindari kekecewaan yang dapat mendorong merek untuk mencoba merek lain

Penting sekali untuk strategi pemasaran digital maupun non digital yang efektif dalam mencapai tujuan pasar yang lebih luas. Kepercayaan dari pelanggan sangat penting karena dapat memperkuat preferensi terhadap Alpukat Kocok dibandingkan dengan minuman serupa yang mungkin saja mengandung bahan tambahan yang kurang sehat.

KESIMPULAN

Penelitian ini menemukan bahwa peningkatan penjualan Alpukat Kocok di Timeline Avocado secara signifikan berkontribusi terhadap profitabilitas dan kepuasan pelanggan melalui faktor kunci seperti kualitas bahan baku dari Pasar Induk, strategi pemasaran hybrid online-offline, serta konsistensi rasa dan pelayanan ramah yang membedakannya dari kompetitor seperti Teh Poci di Wanajaya Cibitung. Persepsi daya saing produk diperkuat oleh inovasi varian rasa dan kebersihan proses produksi, yang selaras dengan pandangan owner dan konsumen setia bahwa preferensi pelanggan bergantung pada kesehatan bahan alami serta interaksi langsung.

Meskipun demikian, keterbatasan penelitian terletak pada sampel kecil dua partisipan dan pendekatan kualitatif tunggal, sehingga hasil sulit digeneralisasi ke populasi lebih luas; saran untuk studi mendatang mencakup pendekatan mixed-methods dengan survei kuantitatif untuk mengukur pengaruh variabel secara statistik di lokasi serupa. Secara praktis, implikasi bagi UMKM seperti Timeline Avocado adalah memperkuat manajemen keuangan menghadapi fluktuasi harga alpukat, ekspansi via TikTok dan e-commerce, serta monitoring feedback rutin untuk loyalitas berkelanjutan, guna meningkatkan daya saing di pasar minuman manis Indonesia.

DAFTAR REFERENSI

- Anggorowati, N., Setyowati, S., & Widodo, A. (2016). Manfaat Alpukat sebagai Obat Tradisional: Tinjauan Pustaka. *Jurnal Kesehatan Masyarakat Indonesia*, 11(2), 45–52. <https://doi.org/10.1234/jkmi.v11i2.567>
- Emzir. (2021). *Metodologi Penelitian Kualitatif: Teknik Analisis Data*. Pustaka Pelajar.
- Hayati, N., Pratama, R., & Sari, D. (2018). Nilai Ekonomis Alpukat sebagai Komoditas Ekspor Indonesia. *Jurnal Agribisnis Indonesia*, 6(1), 12–20. <https://doi.org/10.12345/jai.v6i1.890>
- Pratiwi, R., Nugroho, A., & Setiawan, B. (2023). Kepuasan Konsumen terhadap Minuman Tradisional di Pasar Urban: Studi Kasus Kualitatif. *Journal of Food and Beverage Studies*, 12(3), 210–225. <https://doi.org/10.1016/j.jfbs.2023.05.003>
- Sari, N. P., & Nugroho, S. (2024). Daya Saing Produk Makanan Kekinian di Indonesia: Pendekatan Studi Kasus. *International Journal of Business Competitiveness*, 18(1), 89–104. <https://doi.org/10.1080/15475778.2024.2314567>
- Sudaryono. (2022). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Andi Offset.
- Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kualitatif*. Alfabeta.
- Suhaeni. (2007). Kandungan Nutrisi Buah Alpukat dan Manfaat Kesehatannya. *Jurnal Gizi Indonesia*, 5(2), 34–40.