ANALISIS PERSAINGAN USAHA WARUNG KOPI DI KECAMATAN PRAMBON KABUPATEN SIDOARJO DALAM PERSPEKTIF PASAR MONOPOLISTIK

SKRIPSI

Oleh:

ASRI AMALIA

NIM: G71216032

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

PROGRAM STUDI ILMU EKONOMI

SURABAYA

2020

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini saya :

Nama	: Asri Amalia
NIM	: G71216032
Fakultas/Prodi	: Ekonomi dan Bisnis Islam / Ilmu Ekonomi
Judul Skripsi	: Analisis Persaingan Usaha Warung Kopi Di Kecamatan Prambon Kabupaten Sidoarjo Dalam Perspektif Pasar Monopolistik

Dengan sungguh – sungguh menyatakan bahwa skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil dari penelitian / karya saya sendiri, kecuali pada bagian – bagian yang dirujuk sumbernya.

Surabaya, 4 Juli 2020

Saya yang menyatakan

METERAI TEMPEL

Asri Amalia

NIM : G71216032

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi yang ditulis oleh Asri Amalia NIM (G71216032) ini telah diperiksa dan disetujui untuk dimunaqasahkan.

Surabaya, 4 Juli 2020

Pembimbing

H. Abdul Hakim M.EI

NIP. 197008042005011003

PENGESAHAN

Skripsi yang telah ditulis oleh Asri Amalia NIM. G71216032 ini telah dipertahankan di depan sidang Majelis Munaqasah Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Ampel Surabaya pada hari Rabu, 15 Juli 2020, dan dapat diterima sebagai salah satu persyaratan untuk rnenyelesaikan program sarjana strata satu dalam Ilmu Ekonomi.

Majelis Munaqasah Skripsi :

Penguji I

H. Abdul Hakim, M.EI

NIP. 197008042005011003

Penguji II

Siti Musfiqoh, M.EI

NIP. 1976081320060042002

Penguji III,

Ana Toni Roby Candra Yudha, M.SEI

NIP. 201603311

Penguji IV,

Abdullah Kafabih, M.SE

NIP. 199108072019031006

Surabaya, 15 Juli 2020

Mengesahkan,

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islarn

Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya

Dekan,

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM UIN SUNAN AMPEL SURABAYA

Dr. H. Ah. Ali Arifin, MM

NIP. 196212141993031002

KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
PERPUSTAKAAN
Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300
E-Mail: perpus@uinsby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Asri Amalia
NIM : G71216032
Fakultas/Jurusan : Ekonomi & Bisnis Islam / Ilmu Ekonomi
E-mail address : asri.amalia09@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :
☑ Sekripsi ☐ Tesis ☐ Desertasi ☐ Lain-lain (……)
yang berjudul :
Analisis Persaingan Usaha Warung Kopi Di Kecamatan Prambon Kabupaten Sidoarjo Dalam Perspektif Pasar Monopolistik

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Ekslusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara ***fulltext*** untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 24 Juli 2020

Penulis

(Asri Amalia)
nama terang dan tanda tangan

ABSTRAK

Skripsi yang berjudul "Analisis Persaingan Usaha Warung Kopi Di Kecamatan Prambon Kabupaten Sidoarjo dalam Perspektif Pasar Monopolistik" ini merupakan hasil penelitian kualitatif yang bertujuan untuk menjawab analisis tentang persaingan usaha warug kopi di Kecamatan Prambon Kabupaten Sidoarjo.

Pada penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan menggunakan pengumpulan data dengan melalui wawancara dan dokumentasi. Pengumpulan data ini dilakukan dengan wawancara kepada pemilik warung kopi di Kecamatan Prambon Kabupaten Sidoarjo.

Hasil dari penelitian ini bahwa persaingan usaha warung kopi di Kecamatan Prambon sudah lebih baik dari yang dahulu yang berarti sudah berkembang dengan pesat. Warung kopi yang dahulu masih sederhana dan apa adanya yang sekarang ini sudah banyak usaha warung kopi baru yang bermunculan yang memiliki banyak fasilitas seperti dari segi tempat yang nyaman yang didesain lebih menarik, lebih modern, lebih kekinian, pelayanan yang bagus, produk yang berbeda, fasilitas yang lebih memadai dan untuk harganya sendiri pun juga menyesuaikan dengan apa yang telah disediakan oleh warung kopi tersebut dengan kebutuhan para konsumen. Lalu pada saat ini untuk persaingan usaha warung kopi di Kecamatan Prambon Kabupaten Sidoarjo dimasa pandemi covid 19 ini mereka mengalami penurunan dikarenakan tidak boleh berjualan untuk mengurangi proses penyebaran covid 19 dimasa pandemi covid 19 ini. Dilarangnya berjualan di usaha warung kopi ini karena pada usaha tersebut salah satu tempat berkumpulnya masyarakat yang bisa menyebabkan penyebaran covid 19. Sedangkan pemerintah memberi kebijakan untuk melarang masyarakat untuk memicu kerumunan di suatu tempat. Sehingga pada usaha warung kopi ini mengalami penurunan pendapatan yang harus menutup sementara usaha warung kopi mereka atau tetap membuka usahanya dengan mentaati batasan waktu serta protokol kesehatan yang sudah ditentukan. Apabila pelaku usaha yang melanggar peraturan yang disudah ditentuan maka usahanya akan ditutup paksa oleh petugas keamanan. Kalau menurut ciri - ciri teori pasar monopolistik bahwasannya terdapat banyak penjual, sifat barangnya berbeda corak, perusahaan memiliki sedikit kekuasaan mempengaruhi harga, keluar masuk asar yang tidak banyak mengalami kesukaran, melakukan promosi penjualan yang sangat aktif. Berdasarkan teori tersebut bahwasannya ada yang sesuai dan ada yang tidak sesuai dengan teori pasar monopolistik. Sehingga dalam penelitian ini untuk usaha warung kopi yang berada di Kecamatan Prambon Kabupaten Sidoarjo ini masih belum sesuai dengan teori pasar monopolistik.

Kata Kunci : Persaingan Usaha, Teori Pasar Monopolistik

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

DAFTAR ISI

SAMPUL DALAM i

PERNYATAAN KEASLIAN ii

PERSETUJUAN PEMBIMBING iii

PENGESAHAN iv

ABSTRAK vi

KATA PENGANTAR vii

DAFTAR ISI ix

DAFTAR TABEL xi

DAFTAR GAMBAR xii

BAB I PENDAHULUAN 1

A. Latar Belakang 1
B. Identifikasi dan Batasan Masalah 6
C. Rumusan Masalah 7
D. Kajian Pustaka 7
E. Tujuan Penelitian 13
F. Kegunaan Hasil Penelitian 14
G. Definisi Operasional 15
H. Metode Penelitian 16
I. Sistematika Pembahasan 24

BAB II KERANGKA TEORITIS 26

A. Persaingan Usaha Warung Kopi 26

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

B. Pasar Monopolistik 29

BAB III DATA PENELITIAN 36

A. Gambaran Umum Kecamatan Prambon Kabupaten Sidoarjo 36
B. Usaha warung Kopi Di Kecamatan Prambon Kabupaten Sidoarjo 38

BAB IV ANALISIS DATA 48

A. Persaingan Usaha Warung Kopi Di Kecamatan Prambon Kabupaten Sidoarjo 48
B. Persaingan Usaha Warung Kopi Di Kecamatan Prambon Kabupaten Sidoarjo Dalam Perspektif Pasar Monopolistik 53

BAB V PENUTUP 61

A. Kesimpulan 61
B. Saran 64

DAFTAR PUSTAKA 65

LAMPIRAN 68

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Informan 18

Tabel 3.1 Jumlah Penduduk Kabupaten Sidoarjo

Berdasarkan Jenis Kelamin 37

Tabel 3.2 Data Warung Kopi Di Kecamatan Prambon 39

Tabel 4.1 Hasil Penelitian 54

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Jumlah UMKM Di Jawa Timur 2

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB I

PENDAHULUAN

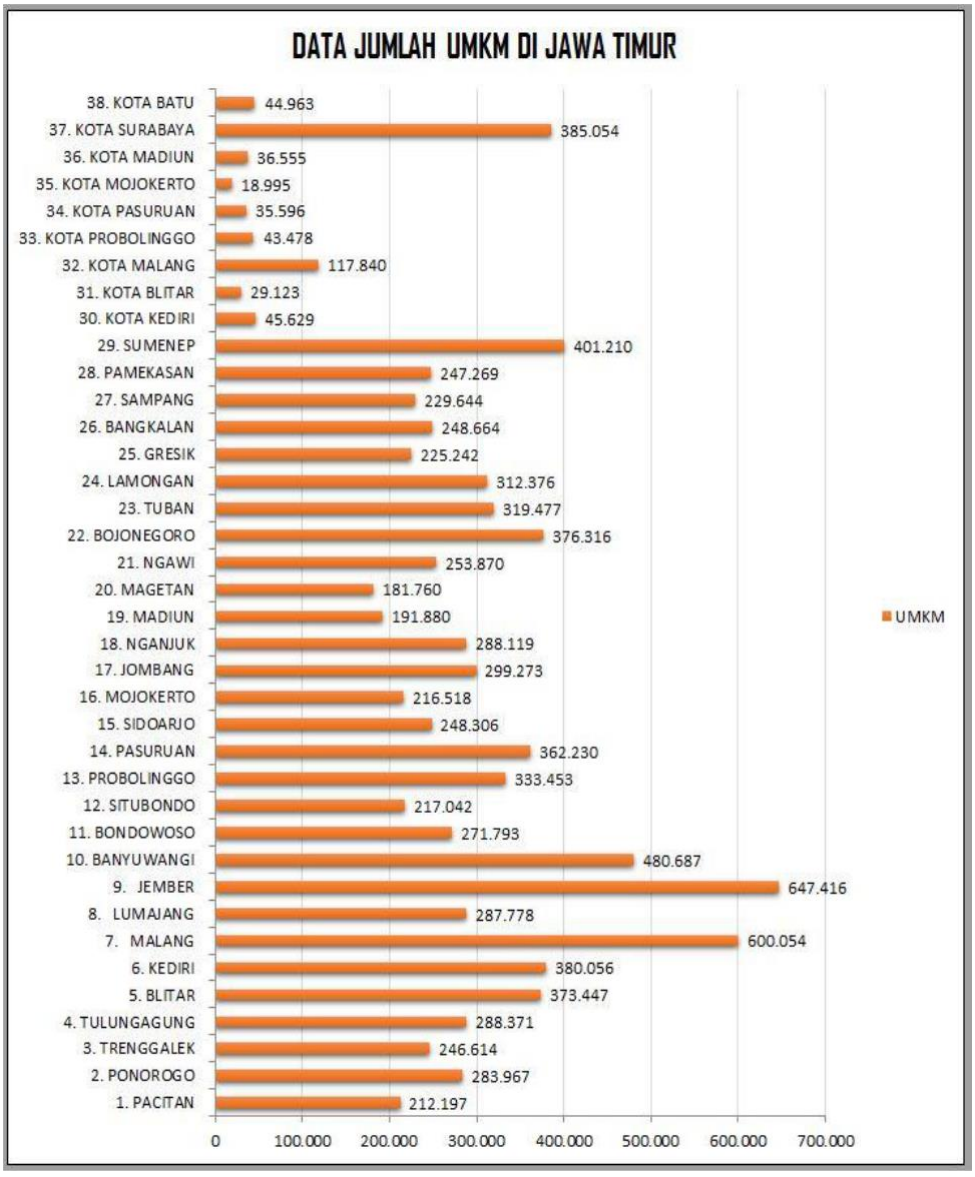
A. Latar Belakang Masalah

Pada era sekarang ini di Indonesia sangat sulit untuk mendapatkan pekerjaan karena minimnya jumlah lapangan pekerjaan yang tidak begitu banyak membutuhkan tenaga kerja baru. Sedangkan jumlah penduduk yang setiap tahunnya bertambah banyak dan ditambah lagi dengan jumlah lulusan tenaga kerja semakin bertambah banyak pula. Masyarakat Indonesia harus memfikirkan untuk menciptakan lapangan pekerjaan sendiri yaitu dengan cara berwirausaha supaya bisa memenuhi kebutuhan perekonomian keluarga. Wirausaha mempunyai sebuah arti bahwa seseorang yang menciptakan lapangan pekerjaan sendiri dengan cara membuat usaha sendiri yang mempunyai nilai jual dan bisa meningkatkan perekonomian keluarga.[1] Wirausaha menjadikan salah satu bentuk dari sebuah pendukung yang dimana wirausaha tersebut dapat menentukan bertambah atau tidaknya dalam suatu perekonomian, karena wirausaha salah satu bentuk bidang yang memberikan suatu kebebasan dalam menentukan usaha apa yang ingin ditekuni. Saat ini banyak masyarakat yang menyukai untuk berwirausaha lebih tepatnya lagi di Kabupaten Sidoarjo.

[1] Deden Setiawan, Sukanti "Pengaruh Ekspektasi Pendapatan, Lingkungan Keluarga dan Pendidikan Kewirausahaan Terhadap Minat Berusaha", Profita, Edisi 7, 2016, hal. 2.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Gambar 1.1 Data Jumlah UMKM di Jawa Timur



Masyarakat yang berada di Kabupaten Sidoarjo banyak yang berwirausaha atau membuat usaha sendiri. Terbukti bahwa hasil dari data yang berada diatas dapat dijelaskan bahwa Kabupaten Sidoarjo berada pada urutan ke 21 dari 38 jumlah Kota dan Kabupaten yang berada di Provinsi Jawa Timur. Kabupaten Sidoarjo menempati pada urutan ke 21

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

yang berjumlah 248,306 umkm.[2] Di Kabupaten Sidoarjo memiliki 18 Kecamatan, salah satunya yaitu Kecamatan Prambon.[3] Di Kecamatan Prambon banyak masyarakat yang berwirausaha atau membuat usaha sendiri. Salah satu usaha yang banyak ditekuni oleh masyarakat yang berada di Kecamatan Prambon ini yaitu usaha warung kopi. Usaha warung kopi saat ini banyak diminati oleh masyarakat khususnya di Kecamatan Prambon, karena usaha warung kopi salah satu usaha yang sangat menjanjikan guna memenuhi kebutuhan sehari – hari. Warung kopi merupakan tempat yang menyediakan minuman kopi atau yang sejenisnya yang bersifat sederhana untuk dikonsumsi para pelanggan atau para konsumennya.[4] Dimana – mana sekarang sudah banyak yang membuka usaha warung kopi, karena warung kopi saat ini banyak peminatnya yang tidak hanya diminati oleh para orang dewasa saja melainkan diminati juga oleh kalangan anak muda yang menjadikan warung kopi sebagai tempat untuk berkumpul sama teman – teman. Oleh sebab itu banyak masyarakat yang membuat usaha warung kopi. Perkembangan usaha warung kopi di Kecamatan Prambon begitu pesat. Dengan begitu pesatnya perkembangan usaha warung kopi yang berada di Kecamatan Prambon maka dengan itu terjadilah persaingan usaha antara usaha warung kopi satu dengan warung kopi yang lainnya.

---

[2] www.diskopukm.jatimprov.go.id diakses pada tanggal 14 November 2019 pada pukul 10.25 WIB

[3] www.jatim.bps.go.id diakses pada tanggal 14 November 2019 pada pukul 22.23 WIB

[4] Fefi Diniyati Sholihah, Skripsi: "*Analisis Persaingan Usaha Antara Warung Kopi Modern Versus Warung Kopi Tradisional Di Kabupaten Tulungagung"* Tulungagung: Institut Agama Islam Negeri Tulungagung, 2019), 29.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Dalam setiap kegiatan berbisnis atau usaha pasti terjadi persaingan (*competition*) diantara setiap pelaku usaha. Pada setiap pelaku usaha berusaha untuk menciptakan, mengemas, serta memasarkan produk yang dimilikinya baik itu berupa barang ataupun jasa dengan sebaik mungkin supaya diminati dan dibeli oleh para konsumen. Khususnya dipersaingan usaha warung kopi ini para produsen bisa menambahkan lagi pada menu jualannya, mendesain warung kopinya dengan adanya pola – pola lesehan yang lebih menarik lagi dengan suasana yang berbeda dengan usaha warung kopi satu dengan usaha warung kopi yang lainnya dan melengkapi fasilitas warung kopi dengan adanya *free wifi* dengan kecepatan yang bagus dan stop kontak yang banyak. Akan tetapi persaingan usaha warung kopi yang ada di Kecamatan Prambon Kabupaten Sidoarjo ini masih ada warung kopi yang belum menggunakan *free wifi*. Padahal warung kopi sekarang yang banyak diminati oleh semua orang baik itu orang dewasa ataupun kalangan anak muda yaitu yang ada fasilitas *free wifi.* Oleh sebab itu bagaimana caranya usaha warung kopi yang belum ada fasilitas *free wifi* ini bisa bersaing juga dengan usaha warung kopi lainnya yang sudah menggunakan fasilitas *free wifi* yang banyak diminati oleh semua orang. Tidak hanya fasilitasnya saja yang harus difikirkan dalam memulai berusaha, akan tetapi dalam memulai usaha warung kopi ini apakah ada hambatan tersendiri dalam keluar masuk pasar untuk memulai usaha tersebut dan menentukan harga sendiri atau mengikuti harga yang sudah ada pada umumnya dengan menyamakan harga dengan usaha warung kopi

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

yang lainnya. Oleh sebab itu dalam memulai berusaha atau membuka lapangan usaha sendiri perlu memfikirkan matang – matang apa saja yang dibutuhkan dalam memulai suatu usaha supaya usaha yang di tekuni ini bisa bersaing dengan usaha yang lainnya khususnya yaitu usaha warung kopi di Kecamatan Prambon Kabupaten Sidoarjo.

Persaingan usaha warung kopi ini tergolong dari karakteristik pasar persaingan monopolistik atau tidak. Persaingan monopolistik berarti bahwa suatu pasar yang dimana terdapat banyak produsen yang menghasilkan barang yang berbeda corak (*differentiated products*).[5] Dengan melihat struktur pasar yang dimiliki persaingan monopolistik yaitu jumlah penjual yang banyak, tidak ada hambatan bagi produsen untuk keluar masuk pasar, jenis barang yang bersifat diferensiasi produk, bersaing pada kualitas, pemasaran dalam produknya dan penentuan harga yang dilakukan sendiri – sendiri.[6]

Berdasarkan struktur pasar yang sudah dijelaskan diatas bahwa muncul permasalahan yang menarik untuk diteliti, maka peneliti tertarik untuk meneliti dengan mengambil judul penelitian : "Analisis Persaingan Usaha Warung Kopi Di Kecamatan Prambon Kabupaten Sidoarjo Dalam Perspektif Pasar Monopolistik".

[5] Sadono Sukirno, *Mikro Ekonomi Teori Pengantar Edisi Ketiga,* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2016), hlm. 297.
[6] Michael Parkin, *Parkin Ekonomi Buku 1: Mikro Edisi 11,* (Jakarta Selatan: Salemba Empat, 2017), hlm. 386.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

B. Identifikasi dan Batasan

Masalah 1. Identifikasi Masalah

Dari penjelasan latar belakang yang sudah dijelaskan sebelumnya bahwasannya teridentifikasi beberapa permasalahan – permasalahan yang muncul tentang persaingan usaha warung kopi di Kecamatan Prambon Kabupaten Sidoarjo dalam perspektif pasar monopolistik antara lain yaitu :

a. Persaingan usaha warung kopi yang terjadi di Kecamatan Prambon Kabupaten Sidoarjo.
b. Persaingan usaha warung kopi di Kecamatan Prambon Kabupaten Sidoarjo dalam perspektif pasar monopolistik.

2. Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah dijelaskan sebelumnya, maka ada batasan masalah yang akan diteliti lebih lanjut. Supaya pada penelitian ini lebih fokus pada apa yang sedang diteliti dan sudah menjadi pokok dalam permasalahan yang diteliti. Pada penelitian ini dibatasi pada permasalahan yaitu :

a. Analisis persaingan usaha warung kopi di Kecamatan Prambon Kabupaten Sidoarjo.
b. Analisis persaingan usaha warung kopi di Kecamatan Prambon Kabupaten Sidoarjo dalam perspektif pasar monopolistik.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka disusun rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana persaingan usaha warung kopi di Kecamatan Prambon Kabupaten Sidoarjo.
2. Bagaimana persaingan usaha warung kopi di Kecamatan Prambon Kabupaten Sidoarjo dalam perspektif pasar monopolistik.

D. Kajian Pustaka

Beberapa penelitian yang telah dilakukan tentang persaingan usaha yang bisa dijadikan sebagai pandangan dan referensi diantaranya yaitu sebagai berikut :

1. Yanita Hendarti melakukan penelitian tentang "Warung HIK Bertahan Dalam Persaingan Usaha Di Kota Karanganyar".[7] Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui bagaimana upaya yang harus dilakukan oleh pedagang warung HIK (pedagang pendatang dari luar kota Karanganyar) supaya mampu untuk bertahan dalam menghadapi persaingan usaha yang berada di kota Karanganyar. Pada penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Pada hasil penelitian ini dapat dijelaskan bahwa hampir diseluruh jalan protokol yang berada di kota Karanganyar ada pedagang HIK. Selain pedagang warung HIK mereka juga mempunyai pesaing lain yaitu warung makan remanen dan warung makan permanen. Pedagang warung HIK mampu bersaing

[7] Yanita Hendarti, "Warung HIK Bertahan Dalam Persaingan Usaha Di Kota Karanganyar", 2016

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

terbukti bahwa setiap tahunnya mengalami peningkatan secara signifikan. Mereka bisa bertahan dan berkembang dalam mengadapi persaingan usaha ini didorong dari segi keterampilan, semangat kerja yang tingi dan modal sosial yang berperan diantara pedagang warung HIK.

Dari penelitian ini memiliki persamaan dengan penelitian yang saya lakukan yaitu menggunakan metode deskriptif kualitatif dan melakukan persaingan usaha. Sedangkan perbedaannya pada penelitian yang saya lakukan ini yaitu persaingan usaha warung kopi di Kecamatan Prambon Kabupaten Sidoarjo dalam perspektif pasar monopolistik yang dimana menjelaskan terdapatnya banyak penjual, jenis barangnya bersifat diferensiasi produk, penjual mempunyai sedikit kekeuasaan mempengaruhi harga dan penjual bebas keluar masuk pasar.

2. Dina Marista "Analisis Persaingan Usaha Di Pasar Kenali Kecamatan Berlalau Kabupaten Lampung Barat Ditinjau dari Perspektif Etika Bisnis Islam".[8] Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui bagaimana persaingan usaha yang berada di pasar Kenali Kecamatan Belalau Kabupaten Lampung Barat tinjauan etika bisnis islam para pedagang. Pada penelitian ini menggunakan metode kualitatif yang lebih cenderung ke deduktif. Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa persaingan usaha yang ada di pasar Kenali

[8] Dina Marista, Skripsi: "*Analisis Persaingan Usaha Di Pasar Kenali Kecamatan Belalau Kabupaten Lampung Barat Ditinjau Dari Perspektif Etika Bisnis Islam"* (Lampung: Universitas Islam Negeri Raden Intan, 2018)

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

memiliki 5 aspek yaitu harga, tempat, produk dan purna jual. Disamping itu ada 5 aspek pula dalam prinsip etika bisnisnya meliputi prinsip tauhid, kejujuran, keseimbangan, kehendak bebas dan tanggung jawab sosial. Dari beberapa pedagang yang telah diwawancarai bahwa sebagian banyak para pedagang berprinsip jujur yang mana mereka tidak menyembuyikan adanya cacat dalam suatu barang dan sebagian besar mereka memberikan pelayanan yang baik terhadap konsumennya.

Dari penelitian ini memiliki persamaan dengan penelitian yang saya lakukan yaitu menggunakan metode deskriptif kualitatif dan melakukan persaingan usaha. Sedangkan perbedaannya dengan penelitian yang saya lakukan ini yaitu persaingan usaha warung kopi di Kecamatan Prambon Kabupaten Sidoarjo dalam Perspektif Pasar Monopolistik yang dimana menjelaskan terdapatnya banyak penjual, jenis barangnya bersifat diferensiasi produk, penjual mempunyai sedikit kekuasaan mempengaruhi harga dan penjual bebas untuk keluar masuk pasar.

3. Rizky Ikhwan "Analisis Perancangan Strategi Dengan Pendekatan Blue Ocean Strategy Untuk meningkatkan Penjualan Dalam Persaingan Bisnis (Studi Kasus di Kedai Kopi Nongkring)".[9] Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui startegi apa yang tepat untuk digunakan dalam penelitian ini. Pada penelitian ini menggunakan

[9] Rizky Ikhwan, Skripsi: "*Analisis Perencanaan Strategi Dengan Pendekatan Blue Ocean Strategy Untuk Meningkatkan Penjualan Dalam Persaingan Bisnis Studi Kasus di Kedai Kopi Nongkring)"* (Yogyakarta: Universitas Islam Indonesia, 2018)

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

metode kuantitatif. Metode yang diterapkan yaitu metode Blue Ocean Strategy. Berdasarkan dari penelitian ini dijelaskan bahwa strategi yang tepat untuk digunakan di kedai kopi nongkring yaitu strategi yang memberikan fasilitas untuk sekolah barista bagi pemula, menambah variankopi dan menu baru yang selama ini belum ada. Selain itu harus mengurangi atribut nilai pembeli yaitu harga suatu produk dan atribut yang perlu untuk diingat yaitu inovasi produk, kualitas produk, kualitas bahan dan juga kenyamanan tempat.

Dari penelitian ini memilik persamaan dengan penelitian yang saya lakukan yaitu persaingan usaha. Sedangkan perbedaannya dengan penelitian yang saya lakukan ini yaitu menggunakan metode deskriptif kualitatif dan melakukan persaingan usaha warung kopi di Kecamatan Prambon Kabupaten Sidoarjo dalam perspektif pasar monoolistik yang dimana menjelaskan terdapat banyak penjual, jenis barangnya bersofat diferensiasi produk, penjual mempunyai sedikit kekuasaan untuk mempengaruhi harga dan penjual bebas untuk keluar masuk pasar.

4. Erna "Strategi Persaingan Bisnis Cafe Di Kota Parepare (Analisis Etika Bisnis Islam)".[10] Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui strategi apa yang digunakan pada cafe di Kota Parepare. Pada penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa menggunakan metode SWOT, para pemilik cafe memahami tentang persaingan produk, persaingan harga,

[10] Erna, Skripsi: *"Strategi Persaingan Bisnis Cafe Di Kota Parepare (Analisis Etika Bisnis Islam)"* (Parepare: Institut Agama Islam Negeri (IAIN), 2018)

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

persaingan pelayanan dan persaingan cafe yang berada di Parepare ini sudah sesuia dengan etika bisnis dalam islam.

Dari penelitian ini memiliki persamaan dengan penelitian yang saya lakukan ini yaitu menggunakan metode deskriptif kualitatif dan melakukan persaingan usaha. Sedangkan perbedaannya dengan penelitian yang saya lakukan ini yaitu persaingan usaha warung kopi di Kecamatan Prambon Kabupaten Sidoarjo dalam perspektif pasar monopolistik yang dmana menjelaskan terdapatnya banyak penjual, jenis barangnya bersifat diferensiasi produk, penjual mempunyai sedikit kekuasaan untuk mempengaruhi harga dan penjual bebas untuk kelar masuk pasar.

5. Rizki Saputra "Persaingan Usaha Antar Indomaret dengan Minimarket 212 dalam Perspektif Hukum ekonomi Syariah".[11] Tujuan dari penelitian ini yaitu guna mengetahui bentuk antara persaingan usaha indomaret dan minimarket 212 mart di Kelurahan Pengantungan Kecamatan Ratu Samban Kota Bengkulu untuk mengetahui dalam perspektif hukum ekonomi syariah. Pada penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa persainga usaha yang dimiliki indomaret dan 212 mart ini menggunakan praktek monopoli yang berarti terjadi persaingan yang tidak sehat. Para konsumen lebih mengenali indomaret dari pada 212 mart dan ada beberapa dari konsumen yang mengeluh karena sebagian

[11] Rizki Saputra, Skripsi: "*Persaingan Usaha Antara Indomaret Dengan Minimarket 212 Dalam Perspektif Hukum Ekonomi Syariah (Studi Di kelurahan Pengantungan Kecamatan Ratu Samban Kota Bengkulu)"* (Bengkulu: Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu, 2019)

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

harga pada label tidak sesuai. Persaingan usaha ini termasuk persaingan yang sehat sesuai dengan hukum ekonomi syariah dan ada pula yang tidak sesuai denga hukum ekonomi syariah.

Dari penelitian ini memiliki persamaan dengan penelitian yang saya lakukan ini yaitu menggunakan metode deskriptif kualitatif dan melakukan persaingan usaha. Sedangkan perbedaannya dengan penelitian yang saya lakukan ini yaitu persaingan usaha warung kopi di Kecamatan Prambon Kabupaten Sidoarjo dalam perspektif pasar monopolistik yang dimana menjelaska terdapatnya banyak penjual, jenis barangnya bersifat diferensiasi produk, penjual mempunyai sedikit kekuasaan untuk mempengaruhi harga dan penjual bebas untuk keluar masuk pasar.

6. Sintia Afriyanti dan Elly Rasmikayati "Studi Strategi Pemasaran Terbaik Berdasarkan Perilaku Konsumen Dalam Menghadapi Persaingan Antar Kedai Kopi di Jatinangor".[12] Tujuan dari penelitian ini yaitu guna menentukan suatu pemasaran berdasarkan pada perilaku konsumen di kedai kopi tersebut. Pada penelitian ini menggunakan metode statistik deskriptif. Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa parakonsumen data berkunjung di Balike Coffe untuk merasakan nikmatnya kopi sedangka di balad Coffe Wornk untuk menikmati suasana yang telah ditawarkan yang berarti para konsumen puas berada di Balike Coffe. Apabila suatu saat terjadikenaikan harga maka

[12] Sintia Afriyanti, Elly rasmikayati "Studi Strategi Pemasaran Terbaik Berdasarkan Perilaku Konsumen Dala Menghadapi Persaingan Antar Kedai Kopi Di Jatinagor", *Jurnal Ilmiah Mahasiswa AGROINFO GALUH,* Vol.4 No.3, Mei 2018

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

konsumen akan tetap membelinya, karena ciri khas dari Balike Coffe ini adalah jenis kopinya yang berasal dari Jawa Barat. Sedangkan Balad Coffe Work ini mempunyai keunggulanlebih dari jenis kopinya tidak hanya dari nusantara melainkan dari luar negeri juga. Sehingga pada persaingan tersebut terjadi fluktuasi penjualan. Lalu strategi untuk meningkatkan *omzet* maka dilakukannya strategi produk, harga, lokasi dan promosi.

Dari penelitian ini memiliki persamaan dengan penelitian yang saya lakukan ini yaitu melakukan persaingan usaha. Sedangkan perbedaannya dengan penelitian yang saya lakukan ini yaitu menggunakan metode deskriptif kualitatif dan melakukan persaingan usaha warung kopi di Kecamatan Prambon Kabupaten Sidoarjo dalam perspektif pasar monopolistik yang dimana menjelaskan terdapatnya banyak penjual, jenis barangnya bersifta diferensiasi produk, penjual mempunyai sedikit kekuasaan untuk mempengaruhi harga dan penjual bebas untuk keluar masuk pasar.

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang sudah dijelaskan diatas bahwa tujuan dari penelitian ini yaitu sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui persaingan usaha warung kopi di Kecamatan Prambon Kabupaten Sidoarjo.
2. Untuk mengetahui persaingan usaha warung kopi di Kecamatan Prambon Kabupaten Sidoarjo dalam perspektif pasar monopolistik.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

F. Kegunaan Hasil Penelitian

Berdasarkan dari hasil penelitian ini yang tentang persaingan usaha warung kopi di Kecamatan Prambon Kabupaten Sidoarjo dalam perspektif pasar monopolistik yaitu sebagai berikut :

1. Manfaat Secara Umum

   Pada hasil penelitian ini diharapkan bisa menambah wawasan serta ilmu persaingan usaha seuai dengan struktur pasar yang lebih tepatnya mengenai persaingan usaha warung kopi di Kecamatan Prambon Kabupaten Sidoarjo dalam perspektif pasar monopolistik.

2. Manfaat Bagi Universitas

   Pada hasil penelitian ini diharapkan bisa bermanfaat bagi universitas dan dapat digunakan sebagai referensi untuk penelitian selanjutnya dalam melakukan persaingan usaha yang lebih khususnya dalam teori ekonomi yaitu dalam perspektif persaingan monopolistik.

3. Manfaat Bagi Penelitian Selanjutnya

   Pada hasil penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan pengetahuan dan pemahaman bagi peneliti selanjutnya atas persaingan usaha warung kopi yang berada di Kecamatan Prambon Kabupaten Sidoarjo dalam perspektif pasar monopolistik.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

G. Definisi Operasional

Konsep definisi penelitian ini yaitu bertujuan untuk menjadikan bahan arahan peneliti dalam melakukan sebuah penelitian, oleh sebab itu penyusunan dalam definisi konsep dijadikan sebagai bahan acuan penelitian yaitu:

1. Persaingan Usaha Warung Kopi

   Setiap kegiatan berbisnis atau berwirausaha pastinya mempunyai persaingan usaha antar pelaku usaha yang lainnya khususnya persaingan usaha warung kopi. Persaingan usaha sendiri mempunyai arti bahwa berkompetisi antar pelaku usaha yang secara independen berusaha bersaing untuk mendapatkan konsumen dengan cara menawarkan harga yang lebih baik dan kualitas barang atau jasa yang baik juga. Sedangkan warung kopi merupakan suatu tempat yang menyediakan minuman kopi atau yang sejenisnya yang bersifat sederhana untuk dikonsumsi para pelanggan atau para konsumennya. Jadi persaingan usaha warung kopi merupakan suatu usaha yang menyediakan minuman kopi atau yang sejenisnya yang bersaing antar pelaku usaha yang lainnya guna mendapatkan konsumen.

2. Pasar Monopolistik

   Pasar monopolistik yaitu suatu pasar yang dimana terdapat banyak produsen yang menghasilkan barang yang berbeda corak (*differentiated products*).

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

H. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Pada penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif. Metode kualitatif deskriptif ini menjelaskan sebuah pendekatan terhadap suatu perilaku, fenomena, masalah atau keadaan tertentu yang menjadi *object* penyelidikan yang memuat hasil temuannya berupa uraian – uraian yang berupa kalimat bermakna yang menjelaskan suatu pemahan tertentu[13].

2. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian yang saya teliti ini yaitu berada di Kecamatan Prambon Kabupaten Sidoarjo.

3. Data yang Dikumpulkan

Pada data yang dilakukan sebagai penunjang dalam sebuah penelitian ini yaitu dibagi menjadi 2 jenis yaitu data primer dan data sekunder.

a. Data primer

Data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dari wawancara dan mengamati secara langsung baik yang berada di tempat itu maupun yang berada disekelilingnya. Data primer yang diperoleh pada penelitian ini yaitu hasil wawancara dengan pemilik warung kopi di Kecamatan Prambon di Kabupaten Sidoarjo.

[13] Sonny Leksono, *Penelitian Kualitatif Ilmu Ekonomi Dari Metodologi Ke Metode* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2013), hlm. 181.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

b. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang diperoleh peneliti dari dari sumber yang telah ada yang digunakan sebagai data pendukung dalam penelitian ini. Data sekunder yang ada dalam penelitian ini yaitu data dari Badan Pusat Statistik (BPS) di Jawa Timur yang menjelaskan tentang data jumlah UMKM yang berada di Jawa Timur yang lebih tepatnya berada di Kabupaten Sidoarjo.

4. Sumber Data

Pada sumber data ini digunakan 2 jenis sumber data yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder. a. Sumber Data Primer

Sumber data primer merupakan sebuah sumber data yang diperoleh dari sumber yang empiris atau nyata yang diperoleh langsung dari hasil penelitian dilapangan. Penelitian dilapangan ini dalam bentuk wawancara. Wawancara dari beberapa pihak atau informan yang benar – benar mengetahui dan bersedia untuk memberi informasi yang dibutuhkan dan relevan yang sesuai dengan apa yang dibutuhkan dalam penelitian. Sumber data primer dalam penelitian ini dari hasil wawancara pemilik warung kopi yang berada di Kecamatan Prambon Kabupaten Sidoarjo. Dibawah ini merupakan data informan yang saya wawancarai secara langsung yaitu sebagai berikut :

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Tabel 1.1 Data Informan

No	Nama Warung Kopi
1.	Bedjo 43
2.	Plazza Coffe
3.	Miss Coffe
4.	Bu Iti
5	Daffa
6.	Bu Sriyati
7.	Monggo Mampir
8.	Bu Pernik
9.	168
10.	Kedai Lestari
11.	Garuda
12.	Kedai Prasaja
13.	Giraz Plaza Indocoffe
14.	Tulalit
15.	Mas Brow
16.	Kopi Batik
17.	Jief Coffe 99
18.	Coffe Sufi
19.	Warsu Coffe
20.	Dempo 99
21.	Winda Coffe
22.	45
23.	Merdeka
24.	Sticker
25.	Kali
26.	Ardan
27.	Prapatan
28.	Bu Sri
29.	99 Jaya
30.	Pak Pendik
31.	Bolo Dewe
32.	Tasya
33.	Coffe House
34.	NKRI Jaya
35.	4 Bersaudara
36.	K-Va
37.	Pak Hari
38.	Wahyu Coffe
39.	Bintang

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

b. Sumber Data Sekunder

Pada sumber data sekunder ini didapat dari hasil review bacaan atau kajian pustaka, buku ataupun literatur yang berkaitan dengan permasalahan yang sedang diteliti, dari internet, ataupun dokumen dan arsip, dan juga laporan yang bersumber dari lembaga yang terkait dan relevan yang sesuai dengan apa yang dibutuhkan dalam penelitian.

Sumber data sekunder yaitu data yang secara tidak langsung didapat dari objek yang diteliti yang melalui studi literatur, arsip dan kepustakaan yaitu :

1) Data – data mengenai keadaan lokasi secara umum baik itu dari segi geografis maupun demografis.
2) Data – data lainnya yang di dapat dari BPS, Kecamatan dan instansi – instansi lainnya yang berkaitan dengan penelitian ini.

5. Teknik Sampling

Pada teknik pengambilan sampling merupakan metode sistematis yang digunakan untuk pemilihan subjek yang akan diteliti. Berikut ini merupakan istilah umum yang perlu difahami didalam teknik sampling diantaranya yaitu sebagai berikut: observasi, populasi, sampel dan sampel representatif. Menurut Sugiyono (2008:115) dikutip dari Widisudharta, populasi mempunyai arti bahwa wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Artinya kita harus mengetahui seberapa banyak populasi yang digunakan sebagai sumber penelitian. Pada penelitian ini populasi usaha warung kopi yang berada di Kecamatan Prambon Kabupaten Sidoarjo sebanyak 393.

Selanjutnya teknik sampling merupakan teknik pengambilan sampel (Sugiyono, 2001: 56). Menurut Margono (2004: 125) menyatakan bahwa yang dimaksud dengan teknik sampling yaitu cara untuk menentukan sampel yang jumlahnya sesuai dengan ukuran sampel yang akan digunakan sebagai sumber data yang sebenarnya dengan memperhatikan sifat – sifat dan penyebaran populasi supaya memperoleh sampel yang representatif. Pada penelitian ini untuk penentuan sampelnya digunakan teknik sampling yang non-probabilitas. Teknik sampling non-probabilitas ini bertujuan untuk mengidentifikasi hal – hal yang masih belum jelas dalam penelitian pendahuluan, untuk memperoleh gambaran tentang kumpulan observasi yang kemudian dijadikan untuk landasan bagi penerapan samplel non-probabilitas supaya lebih tepat dan akurat. Pada sampling non-probabilitas ini terdapat beberapa jenis diantaranya yaitu sampling sistematis, sampling kuota, sampling aksidental, purposive sampling, sampling jenuh dan sampling snowball. Pada penelitian ini menggunakan sampling non-probabilitas yang pada sampling snowball.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Teknik sampling snowball ini merupakan suatu pendekatan untuk menentukan informan – informan kunci yang memiliki banyak informasi. Dengan menggunakan pendekatan pada metode ini beberapa responden yag berpotensial dihubungi dan ditanya apakah mereka mengetahui orang – orang yang lainnya dengan karakteristik seperti apa yang sudah dimaksud untuk keperluan penelitian. Kontak awal akan membantu mendapatkan responden yang lainnya melalui rekomendasi. Untuk mencapai tujuan penelitian maka pada teknik ini didukung juga untuk teknik wawancara dan survey lapangan.[14]

6. Teknik Pengumpulan Data

a. Observasi

Observasi merupakan suatu bentuk kegiatan yang dilakukan dengan cara mengamati secara langsung, secara cermat dan secara saksama terhadap fakta yang ada. Pada data tersebut mengandung unsur anasir – anasir ekonomi yang menjadi penyusun *object* suatu peristiwa yang diteliti[15].

b. Wawancara

Wawancara merupakan suatu kegiatan tanya jawab pada *informant* atau individu lain yang memiliki keterkaiatan konteks antara permasalahan dengan *subject* penelitian guna mendapatkan *clarification* atau *confirmation* dalam suatu informasi.[16] Pada

[14] Nina Nurdiani, "Teknik Sampling *Snowball* Dalam Penelitian Lapangan", hlm 1111

[15] Sonny Leksono, *Penelitian Kualitatif Ilmu Ekonomi Dari Metodologi ke Metode* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2013), hlm. 205.

[16] Ibid hal 204

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

teknik pengumpulan data melalui wawancara ini digunakan apabila pada peneliti melakukan studi pendahuluan untuk menemukan suatu permasalahan yang harus diteliti dan apabila pada peneliti ingin mengetahui hal – hal dari responden yang lebih mendalam lagi dan pada jumlah respondennya sedikit atau kecil.

c. Dokumen dan Arsip

Pada teknik pengumpulan data ini peneliti mengumpulkan data dari penelitian sebelumnya yang bersumber pada buku maupun jurnal. Metode dokumenter yaitu suatu metode pengumpulan data yang bersumber pada non-manusia. Dokumen dan arsip ini berkaitan penting dalam suatu penelitian. Artinya data ini bisa berupa dokumen tertulis, audio-visual, gambar atau foto, laporan sebelumnya dan karya ilmiah.

d. Informasi Penelitian

Informan dalam suatu penelitian adalah sebagai salah satu individu atau kelompok atau seorang pelaku ekonomi yang terlibat langsung dengan permasalahan yang ada pada penelitian, sehingga bisa membantu untuk memberikan informasi kepada kita sebagai peneliti. Pada penelitian ini informannya yaitu pemilik usaha warung kopi di Kecamatan Prambon Kabupaten Sidoarjo.

e. Teknik Anlisis Data

Pada teknik analisis data ini data yang sudah terkumpul ini kemudian dianalisis menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Pada deskriptif kualitatif ini menggunakan penjabaran yang bertujuan memperoleh suatu gambaran dalam memahami tentang persaingan usaha warung kopi di Kecamatan Prambon Kabupaten Sidoarjo dalam perspektif pasar monopolistik. Metode kualitatif merupakan metode yang dalam sebuah penelitian menghasilkan data maupun kata.

Pada metode kualitatif ini merupakan sebuah metode yang digunakan pada penelitian yang menghasilkan data maupun kata yang tertulis ataupun secara langsung dari para informan yang diamati. Kumpulan data yang diperoleh dari proses pengamatan di lapangan dan diperoleh data terjun langsung ke lapangan (observasi), wawancara dan dari studi pustaka. Lalu data sekunder yang didapat dari data pendukung yang diperoleh dari dokumen atau arsip dan literatur yang telah ada sebelumnya yang berkaitan dengan penelitian. Menurut Sugiyono (2008:115) dikutip dari Widisudharta, populasi mempunyai arti bahwa wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu. Artinya kita harus mengetahui seberapa banyak populasi yang digunakan sebagai sumber penelitian. Pada penelitian ini populasi usaha warung kopi yang berada di Kecamatan Prambon Kabupaten Sidoarjo sebanyak 393.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

I. Sistematika Pembahasan

Dalam menyusun sebuah penelitian ini, sistematika penulisan yang digunakan oleh penulis yaitu sebagai berikut :

BAB I Pendahuluan

Pada bab ini menjelaskan tentang latar belakang masalah, identifikasi dan batasan masalah, rumusan masalah, kajian pustaka, tujuan penelitian, kegunaan hasil penelitian, definisi operasional, metode penelitian dan sistematika pembahasan.

BAB II Kerangka Teoritis

Pada bab ini menjelaskan landasan teori tentang persaingan usaha dan persaingan monopolistik, penelitian terdahulu dan kerangka pemikiran.

BAB III Data Penelitian

Pada bab ini menjelaskan deskripsi data yang berkaitan dengan variabel yang diteliti secara obyektif tanpa campur tangan dengan opini peneliti. Deskripsi data penelitian dengan jelas dan lengkap tentang persaingan usaha warung kopi dalam perspektif persaingan monopolistik.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB IV	Analisis Data Pada bab ini menggunakan data persaingan usaha warung kopi di Kecamatan Prambon Kabupaten Sidoarjo dengan menggunakan metode penelitian deskriptif untuk mendapatkan data penelitian lalu dideskripsikan guna menjawab masalah penelitian, menafsirkandan mengintegrasikantemuan penelitian kedalam kumpulan pengetahuan yang telah mapan, memodifikasi teori yang ada atau menyusun teori baru.
BAB V	Penutup Bab ini merupakan bagian akhir yang berisi menguraikan kesimpulan dari uraian – uraian yang telah dibahas dan saran penelitian.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB II

KERANGKA TEORITIS

A. Persaingan Usaha Warung Kopi

Perekonomian merupakan salah satu bentuk sektor yang paling penting dalam suatu negara. Perekonomian juga salah satu bentuk tolak ukur pemerintah untuk membuat suatu kebijakan guna mencapai kemakmuran rakyatnya terutama pada Usaha Mikro Kecil dan menengah (UMKM). Untuk Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) ini menjadi salah satu kekuatan untuk mengatasi kemiskinan, menciptakan lapangan pekerjaan dan dapat menjadi kekuatan pada pendapatan suatu rumah tangga ataupun pada negara. Pada era sekarang ini dalam setiap kegiatan berbisnis atau usaha pasti terjadi persaingan (*competition*) diantara setiap pelaku usaha. Persaingan berasal dari bahasa inggris yang merupakan *competition* yang berarti persaingan itu sendiri atau disebut dengan kegiatan berkompetisi, bersaing serta bertandingan.[17] Seiring berjalannya waktu bahwa persaingan usaha saat ini sudah semakin ketat. Untuk menghadapi persaingan usaha setiap pelaku usaha haruslah bisa mengerti dan membaca apa yang diinginkan oeh para konsumennya karena sebetulnya yang dibeli oleh para konsumen yaitu semata – mata bukanlah hanya produk yang hanya dalam bentuk fisiknya saja melainkan adanya manfaat yang dibutuhkan dan keinginan konsumen yang ditawarkan dalam produk

[17] Galih Candra Setiawan, Skripsi: "*persaingan Usaha Menurut Hukum Positif Dan Hukum Studi Kasus Toko Pakaian Jalan Diponegoro Tulungagung*" (Tulungagung: Institut Agama Islam Negeri (IAIN), 2018), hlm 16

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

tersebut. Untuk mewujudkan tujuan dari pelaku usaha yang menginginkan usahanya bisa sukses dan lebih berkembang lagi yaitu harus bisa mempertimbangkan apa saja yang sedang dibutuhkan dan apa saja yang diinginkan oleh para konsumennya. Oleh karena itu setiap pelaku usaha harus memiliki sebuah perbedaan dari usaha yang lainnya agar bisa bersaing dalam memperebutkan para pelanggan atau konsumennya dan untuk setiap pelaku usaha harus memperhatikan dinamika apa yang terjadi agar mereka bisa mengikuti persaingan usaha supaya tidak mengalami kekalahan dalam bersaing. Oleh sebab itu pada setiap pelaku usaha berusaha untuk menciptakan, mengemas, serta memasarkan produk yang dimiliki baik itu berupa barang ataupun jasa dengan sebaik – baik mungkin supaya diminati dan dibeli oleh para pelanggan. Seseorang yang menjalankan suatu usaha tentu saja selalu memiliki berbagai hal persaingan yang dialami bagi para pesaingnya. Dalam suatu persaingan atau kompetisi ini merupakan proses sosial yang dimana melibatkan individu maupun kelompok yang saling bersaing antara para penjual yang sama – sama berusaha dalam satu bidang yang sama guna mendapatkan sebuah keuntungan dalam pangsa pasar dan dalam jumlah penjualannya. Sedangkan arti dari pesaing itu sendiri merupakan suatu perusahaan atau lapangan usaha yang menghasilkan ataupun menjual barang atau jasa yang sama atau mirip dengan produk perusahaan ataupun lapangan usaha yang lainnya.[18] Maka hampir tidak ada suatu hal yang tidak mengalami

[18] Alfi Khoirunisa', Skripsi: "*Persaingan Antar Pengusaha Roti Bakery Di Desa Sonoageng*

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

kompetisi atau persaingan, termasuk dunia usaha yang tentunya memiliki persaingan. Salah satunya sekarang yang memiliki banyak pesaing didunia usaha yaitu persaingan usaha warung kopi.

Warung merupakan salah satu usaha mikro milik keluarga yang bisa dikatakan sebagai perusahaan kecil atau perorangan yang berbentuk kedai, kios, toko kecil yang menjadi bagian penting dalam kehidupan sehari – hari seperti menjual makanan yan pada umumnya menjual makanan sederhana seperti pisang goreng, kopi dan lain sebagainya. Istilah warung juga merujuk pada toko atau kedai dan menjadi dasar istilah lain. Termasuk dengan warung kopi yang diadopsi dari kata warung yang ditambahi dengan kata kopi. warung kopi merupakan suatu tempat yang menyediakan minuman kopi atau yang sejenisnya yang bersifat sederhana yang untuk dikonsumsi para pelanggan atau para konsumennya.[19] Warung kopi menjadi salah satu ikon lama bagi para pemuda yang berada di kota – kota maupun di pedesaan untuk melakukan interaksi baik berupa pertemuan yang membincangkan hal yang serius maupun yang hanya bercanda saja dan menghabiskan waktu luangnya. Selain itu ada beberapa warung kopi yang dipakai sebagai tempat untuk mendapatkan fasilitas tertentu yang biasanya disebut dengan *free wifi* yang mampu menyambungkan handphone ataupun laptop ke akses internet. Perkembangan usaha warung kopi saat ini terbilang berkembang sangat

---

Kecamatan Prambon Kabupaten Nganjuk Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam" (Kediri: Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN), 2016), hlm 10

[19] Ahmad Rafdi Qastari, Skripsi: "*Persaingan Usaha Kafe Dan Warung Kopi Di Kota Watampone*" (Makassar: Universitas Hasanuddin, 2016)

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

pesat, dengan banyaknya usaha warung kopi maka terjadilah persaingan usaha antar pelaku usaha warung kopi. Adanya Persaingan yang begitu ketat maka mendorong kita agar kompetitif yang berarti kita harus mampu bersaing dengan orang lain yang berarti kita harus mempunyai pemikiran yang positif dan optimis, supaya kita siap dan mampu untuk mencapai tujuan apa yang sudah kita inginkan.

B. Pasar Monopolistik

Pada teori ekonomi mikro dijelaskan bahwa dalam suatu pasar terjadi interaksi antara produsen dengan konsumen. Definisi pasar sendiri banyak diartikan oleh masyarakat yang berarti sebagai tempat dimana bertemunya antara para penjual dengan pembeli secara langsung untuk melakukan transaksi jual beli. Para ahli pun juga memiliki definisi tersendiri untuk pengertian pasar. Menurut Kotler pasar berarti bahwa bertemunya penjual dengan pembeli yang melakukan transaksi barang atau jasa berada ditempat secara fisik. Menurut H. Nystrom pasar yaitu suatu tempat yang digunakan untuk tempat transaksi barang atau jasa yang terjadi oleh kedua belah pihak antara penjual dengan pembeli.[20] Dari beberapa sumber menurut para ahli tersebut dapat disimpulkan bahwa pasar merupakan suatu tempat yang terjadinya proses jual beli yang dilakukan oleh para penjual (Produsen) dan para pembeli (konsumen).

[20] Muhammad Taufiqurrahman "Struktur Pasar Monopolistik", hlm 2

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Pada teori ekonomi mikro dijelaskan bahwa persaingan suatu pasar itu dibedakan menjadi dua macam pasar persaingan sempurna dan pasar persaingan tidak sempurna. Struktur pasar merupakan sebagai persaingan dan penentuan harga pasar yang dipengaruhi oleh karakter suatu pasar itu sendiri. Pada struktur pasar juga dapat dipahami sebagai perilaku dan kinerja dalam suatu pasar yang mempengaruhi dan dipengaruhi oleh lingkungan. Karakteristik dan pentingnya sebuah pasar dalam pereonomian berhubungan dengan struktur pasar. Kondisi tersebut dapat diidentifikasi dengan mengacu pada batasan suatu produk yang memiliki perbedaan (*diferensiasi*), jumlah dan ukuran distribusi antara penjual dan pembeli disuatu pasar tersebut (konsentrasi pasar) dan pada tingkat seberapa besar kemudahannya untuk memasuki pasar tersebut bagi perusahaan baru. Pada struktur pasar pasti digambarkan bahwa jumlah pelaku pada suatu pasar dan menggambarkan juga tentang tingkat suatu persaingan yang terjadi pada pasar tersebut. Struktur pasar sebagai penggolongan produsen ke beberapa bentuk pasar yang berdasarkan pada ciri – ciri pasar seperti banyaknya perusahaan, jenis produk yang dihasilkan, mudah atau tidak dalam keluar masuk pasar, terjadi promosi dan jumlah penjualnya. Pada pasar persaingan sempurna dijelaskan bahwa pada pasar ini mempunyai struktur pasar yang sangat ideal. Pasar persaingan sempurna dianggap sangat ideal karena pada sistem pasarnya ini adalah struktur pasar yang menjamin bahwa terwujudnya sebuah

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

kegiatan produksi barang atau jasa yang tinggi atau optimal.[21] Pasar persaingan sempurna ini meruapakan pasar yang tergolong dimana antara penjual dengan pembeli ini sama – sama tidak bisa untuk mempengaruhi harga atau hanya sebagai *price taker* dan harga yang berada dipasar tersebut yang merupakan hasil dari kesepakatan bersama. Akan tetapi pada realitanya pada pasar persaingan sempurna ini tidaklah mudah untuk mendapatkan suatu industri yang masuk tergolong pada pasar persaingan sempurna, karena pada pasar persaingan sempurna ini hanya ada dalam teorinya saja.

Selanjutnya pada teori pasar persaingan tidak sempurna ini salah satunya yaitu pasar monopolistik. *Monopolistic Competition* ini sudah diperkenalkan sejak tahun 1933 oleh Edward Chamberlin dalam karim.[22] Pada dasarnya pasar monopolistik ini merupakan pasar yang berada pada dua jenis pasar yaitu pada pasar persaingan sempurna dengan monopoli, kerana pada sifat – sifatnya juga mengandung beberapa unsur – unsur dari pasar persaingan sempuna dan monopoli. Dilihat dari struktur pasarnya, pasar monopolistik lebih mendekati dengan dengan pasar persaingan sempurna yang dilihat dari banyaknya perusahaan yang berpartisipasi dipasar dan tanpa ada batasan masuk pasar yang serius. Akan tetapi perusahaan yang berpartisipasi di pasar tersebut memiliki produk yang berbeda karakteristiknya. Pada pasar persaingan monopolistik ini merupakan suatu pasar yang dimana terdapat banyak produsen yang

[21] Sadono sukirno, *Mikro Ekonomi Teori Pengantar Edisi Tiga*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2016), hlm 231
[22] Muhammad Taufiqurrahman "Sttruktur Pasar Monopolistik", hlm 15

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

menghasilkan barang yang berbeda corak (*differentiated products*). Dalam teori pasar monopolistik memiliki ciri – ciri pasar yang hampir sama dengan pasar persaingan sempurna. Berikut ini merupakan ciri – ciri dari pasar monopolistik :[23]

1. Terdapat Banyak Penjual

   Memiliki cukup banyak penjual pada pasar monopolistik, akan tetapi tidak sebegitu banyak pada pasar persaingan sempurna. Dalam pasaran pasar monopolistik memiliki ukuran yang relatif sama besar. Pada keadaan tersebut mengakibatkan produksi pada perusahaan relatif sedikit dibandingkan dengan keseluruhan produksi pada keseluruhan pasar.

2. Sifat Barangnya Berbeda Corak

   Pada produksi pasar persaingan monopolistik ini sifatnya berbeda corak (*differentiaated product*) dan secara dalam bentuk fisiknya mudah untuk dibedakan diantara produksi suatu perusahaan dengan perusahaan yang lainnya. Selain perbedaan dalam bentuk fisik suatu barangnya terdapat juga perbedaan – perbedaan dalam bentuk pengemasannya, perbedaan pada bentuk dan perbedaan pada cara membayar barang yang sudah dibelinya. Pada perbedaan sifat barangnya yang dihasilkan itulah yang menjadi sebuah sumber dari adanya kekuasaan monopoli, walaupun itu kecil yang dimiliki oleh perusahaan pada pasar persaingan monopolistik.

[23] Sadono sukirno, *Mikro ekonomi Teori Pengantar Edisi Tiga, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2016), hlm* 297 - 298

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

3. Perusahaan Mempunyai Sedikit Kekuasaan Mempengaruhi Harga

   Pada dasarnya untuk pasar persaingan sempurna tidak mempunyai kekuasaan untuk mempengaruhi harga, akan tetapi berbeda dengan pasar monopolistik yang dapat mempengaruhi harga. Kekuasaan untuk mempengaruhi suatu harga oleh perusahaan pasar monopolistik ini bersumber pada sifat barang yang dihasilkan yaitu yang sifatnya berbeda corak (*differentiated product*). Pada perbedaan ini mengakibatkan para pembeli atau konsumen bersifat memilih, karena lebih menyukai barang dari suatu perusahaan tertentu dibandingkan dengan barang yang sama yang dihasilkan dari perusahaan lainnya. Jadi apabila dalam suatu perusahaan untuk menaikkan harga barangnya maka perusahaan tersebut masih bisa untuk menarik pembeli meskipun jumlah pembelinya tidak sebanyak seperti yang sebelum terjadinya kenaikan harga. Sebaliknya jika dalam suatu perusahaan menurunkan harga maka tidak mudah juga untuk menjual semua barang yang sudah diproduksinya. Masih banyak konsumen dipasar yang masih tetap untuk membeli barang yang dihasilkan oleh perusahaan – perusahaan lain, meskipun dengan harga yang sudah relatif lebih mahal.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

4. Keluar Masuk Pasar

   Pada pasar persaingan monopolistik ini perusahaan yang akan masuk dan menjalankan usaha didalam pasar persaingan monopolistik tersebut tidak akan banyak mengalami kesukaran. Hambatan yang dihadapinya tidak sebegitu berat seperti yang terjadi pada oligopoli dan monopoli. Akan tetapi tidak begitu mudah seperti pasar persaingan sempurna. Ada beberapa faktor yang menjadikan hal tersebut bisa terjadi yaitu, pertama karena modal yang dibutuhkan relatif cukup besar, yang kedua karena perusahaan tersebut harus menghasikan barang yang berbeda corak dengan barang yang sudah tersedia dipasar dan melakukan promosikan barang tersebut supaya memperoleh langganan. Oleh sebab itu perusahaan harus berusaha untuk mempromosikan barang yang lebih menarik dari pada yang lainnya dan harus bisa meyakinkan para pembeli atau pelanggan pada mutu yang dimiliki oleh barang tersebut.

5. Persaingan Melakukan Promosi Penjualan Yang Sangat Aktif

   Harga memanglah bukan sebagai penentu yang utama dari besarnya perusahaan – perusahaan pada pasar persaingan monopolistik. Suatu perusahaa mungkin akan menjual barangnya dengan harga yang relatif tinggi akan tetapi masih bisa untuk menarik banyak pelanggannya. Sebaliknya jika suatu perusahaan memiliki barang yang harganya lebih rendah tetapi dengan harga yang lebih rendah dari pada perusahaan yang lain masih juga tidak banyak menarik para pelanggan. Keadaan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

seperti itulah yang disebabkan oleh sifat barang yang dihasilkan yang barang tersebut berbeda corak. Oleh sebab itu untuk mempengaruhi cita rasa para pembeli maka para pelaku usaha melakukan *persaingan bukan-harga* (*non-price competition*). Persaingan itulah yang dapat mempengaruhi mutu dan desain barang, melakukan iklan yang terus menerus, memberikan syarat penjualan yang menarik dan lain sebagainya.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB III

DATA PENELITIAN

A. Gambaran Umum Kecamatan Prambon Kabupaten Sidoarjo

Kecamatan Prambon ini terletak di Kabupaten Sidoarjo yang merupakan kabupaten yang diapit oleh dua sungai yaitu Sungai Porong dan Sungai Surabaya sehingga dikenal disebut dengan kota Delta. Wilayah administrasi Kabupaten Sidoarjo yang terdiri atas wilayah daratan dan wilayah lautan yang luas wilayah daratannya sebesar 714,245 km² dan menurut perhitungan berdasarkan GIS memiliki luas wilayah lautan sampai dengan 4 mil ke arah laut sebesar 201,6868 km². Selanjutnya secara administrasi Kabupaten Sidoarjo ini termasuk dalam Provinsi Jawa Timur yang memiliki batas administrasi yaitu sebagai berikut :

- Sebelah Utara : Kota Surabaya dan kabupaten Gresik
- Sebelah Timur : Selat Madura
- Sebelah Selatan : Kabupaten Pasuruan
- Sebelah Barat : Kabupaten Mojokerto

Kabupaten Sidoarjo terletak diantara 112,5° - 112,9° BT dan 7,3° - 7,5° LS dan terbagi atas 18 Kecamatan, 322 Desa dan 31

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Kelurahan.[24] Berdasarkan data pada tahun 2019 maka diperoleh hasil jumlah penduduk Kabupaten Sidoarjo yaitu :

Tabel 3.1 Jumlah Penduduk Kabupaten Sidoarjo Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Kecamatan	Laki - Laki	Perempuan	Total
1.	Tarik	36,240	35,761	72,001
2.	Prambon	43,012	42,017	85,029
3.	Krembung	37,941	37,702	75,643
4.	Porong	43,177	42,537	85,714
5.	Jabon	30,643	30,408	61,051
6.	Tanggulangin	53,798	52,796	106,594
7.	Candi	84,649	83,687	168,384
8.	Sidoarjo	113,849	114,427	228,276
9.	Tulangan	53,987	53,343	107,330
10.	Wonoayu	45,582	44,914	90,496
11.	Krian	70,978	68,872	139,850
12.	Balongbendo	40,571	39,553	80,124
13.	Taman	119,159	115,795	234,954
14.	Sukodono	67,363	64,920	132,283
15.	Buduran	54,631	53,475	108,106
16.	Gedangan	68,139	66,428	134,567

[24] Rencana Program Investasi Infrastruktur Jangka Menengah (RPI2jM) kabupaten Sidoarjo Tahun 2015 – 2019, hlm 1

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

17.	Sedati	56,581	54,931	111,512
18.	Waru	120,279	120,247	240,526
Jumlah		1,140,627	1,121,813	2,262,440

Kecamatan yang salah satunya berada di Kabupaten Sidoarjo yaitu Kecamatan Prambon**.** Luas wilayah Kecamatan Prambon Kabupaten Sidoarjo ini memiliki luas wilayah sebesar 3422,50 hertare, memiliki 20 desa, 70 dusun, 74 Rukun Warga (RW), 337 Rukun Tetangga (RT) dan menurut data diatas pada tahun 2019 Kecamatan Prambon memiliki jumlah penduduk sebesar 85,029 jiwa yang terdiri dari 43,012 penduduk laki – laki dan 42,017 penduduk perempuan.[25] Kecamatan Prambon ini berbatasan langsung dengan Kecamatan Mojosari dan Kecamatan Pungging yang artinya berbatasan langsung dengan Kabupaten Mojokerto dan berbatasan langsung dengan Sungai Porong.

B. Usaha Warung Kopi Di Kecamatan Prambon Di Kabupaten Sidoarjo

Kabupaten Sidoarjo memiliki perkembangan yang baik seperti dengan bertambahnya lembaga – lembaga pendidikan, pusat perdagangan, industri dan perkantoran. Perkembangan pusat pendidikan di Kabupaten Sidoarjo membuat pertumbuhan

25 www.portal.sidoarjokab.go.id diakses pada tanggal 26 Juni 2020 pada pukul 18.28 WIB

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

penduduk yang remaja semakin padat. Situasi seperti itulah yang dimanfaatkan oleh para pembisnis untuk menciptakan atau mengembangkan usahanya guna mendapatkan keuntungan lebih banyak yang salah satunya berada di Kecamatan Prambon Kabupaten Sidoarjo. Banyaknya usaha yang berada di Kecamatan Prambon salah satunya dimulai dari usaha warung kopi. Di Kecamatan Prambon banyak masyarakat yang berwirausaha atau membuat usaha sendiri. Pada usaha warung kopi ini banyak digeluti oleh masyarakat yang berada di Kecamatan Prambon. Berdasarkan dari hasil observasi yang telah saya lakukan sebagai seorang peneliti bahwasannya jumlah usaha warung kopi yang berada di Kecamatan Prambon ini berjumlah 393 pelaku usaha warung kopi.

Tabel 3.2 Data Warung Kopi Di Kecamatan Prambon

No	Desa	Jumlah
1.	Prambon	26
2.	Kajartengguli	14
3.	Gedangrowo	13
4.	Wirobiting	21
5.	Simpang	28
6.	Bulang	19
7.	Gampang	13
8.	Jatikalang	30

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

9.	Pejangkungan	11
10.	Kedungsugo	12
11.	Kedungwonokerto	35
12.	Bendotretek	19
13.	Wonoplintahan	34
14.	Kedungkembar	13
15.	Jati Alun-alun	17
16.	Jedongcangkring	18
17.	Cangkringturi	16
18.	Simogirang	16
19.	Temu	21
20.	Watutulis	17

Usaha warung kopi banyak diminati oleh masyarakat karena pada usaha warung kopi ini salah satu usaha yang bisa untuk memenuhi kebutuhan sehari – hari. Usaha warung kopi bagi pelaku usaha tersebut bisa menjadi usaha utama dan juga menjadi usaha sampingan kalau ada dirumah sambil menjaga anak – anaknya. selain itu usaha warung kopi pada saat ini banyak peminatnya dari semua kalangan yang tidak hanya terdiri dari orang dewasa tetapi oleh anak – anak muda juga yang menjadikan warung kopi sebagai tempat untuk berkumpul bersama dengan para teman – temannya dan bisa juga dijadikan sebagai forum diskusi. Apalagi warung

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

kopi yang dilengkapi dengan fasilitas *free wifi* dan dilengkapi juga tempat yang nyaman, pelayanan yang baik maka disitulah daya tarik pembeli atau konsumen itu sendiri akan meningkat. Apabila dari segi pelayanan yang baik, ramah yang diberikan oleh pelaku usaha kepada para pelanggan atau para konsumennya maka disitulah konsumen tidak akan berfikir dua kali untuk datang ke tempat warung kopi tersebut. Selain dari segi pelayanan yang diperhatikan akan tetapi fasilitas juga yang dicari oleh para pelanggan atau konsumen. Fasilitas yang ada di warung kopi yang diutamakan dan yang dicari – cari oleh para konsumen yaitu *free wifi*, banyak tempat colokan buat charger hp maupun laptop. Jika di warung kopi itu menyediakan fasilitas *free wifi* maka tempat itu pasti dikunjungi oleh konsumen karena konsumen sekarang senang untuk mengakses internet. Kemana pun dan dimana pasti setiap orang mengakses internet. Apalagi kalau tidak berbayar seperti *wifi*, maka orang – orang akan antusias sekali. Selain dari segi pelayanan dan segi fasilitas yang diperhatikan adalah tempat yang sttrategis, memiliki lahan yang luas untuk parkir kendaraan sehingga memudahkan konsumen untuk memparkirkan kendaraannya yang tidak ketakutan untuk mengganggu aktivitas dijalan raya. Oleh sebab itu sekarang di Kecamatan Prambon ini banyak masyarakat yang membuat usaha warung kopi dan pada

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

perkembangan usaha warung kopi begitu pesat yang menjadikan persaingan oleh pelaku usaha warung kopi begitu pesat.

Berdasarkan hasil wawancara peneliti terhadap 39 informan, bahwa disebutkan beberapa hasil wawancara dari pemilik usaha warung kopi di Kecamatan Prambon yaitu warung kopi bedjoe 43 yang pemiliknya bernama Bapak Jumar. Menurut Bapak Jumar persaingan usaha yang berada di Kecamatan Prambon ini relatif memiliki kemajuan yang sangat pesat yang berarti sudah banyak pelaku usaha yang membuat usaha warung kopi juga. Warung kopi yang dimiliki Bapak Jumar ini memiliki tempat yang strategis yang berarti berada di dekat jalan raya dan memiliki lahan tempat parkir yang cukup memadai, mengutamakan pelayanan dan memiliki fasilitas *free wifi*. Selanjutnya dari segi produk kopi dan harganya pun sama dengan warung kopi yang lainnya yang berarti harga mengikuti harga pasar. Untuk promosinya pun juga tidak ada dan menurut beliau tidak ada hambatan untuk keluar masuknya usaha warung kopi.[26]

Selanjutnya usaha warung kopi menurut Mas Adi yang sebagai pemilik usaha warung kopi Plazza Coffe. Usaha warung kopi di Kecamatan Prambon ini banyak perkembangan karena sudah banyak warung kopi yang berarti sudah banyak pesaing yang muncul. Menurut Mas Adi dengan banyaknya usaha warung kopi

[26] Hasil wawancara dengan Bapak Jumar 22 Februari 2020

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

itu menjadi sangat bangus karena dengan adanya pesaing maka kita sebagai pemilik usaha warung kopi ini berusaha untuk memperbaiki kekurangannya yang menjadikan bisa untuk berkembang lebih baik lagi. Jika tidak adanya persaingan dalam dunia usaha maka kita sebagai pelaku usaha tidak bisa tahu kekurangan yang dimiliki dan tidak akan memperbaiki kekurangan yang dimiliki usaha tersebut karena merasa pada zona nyaman yang tidak memiliki pesaing. Pada warung kopi Mas Adi ini dari segi produk kopi dan harganya memiliki perbedaan karena dari kopinya itu berbeda, memiliki ciri khas tersendiri dan pada harga pun menentukan sendiri tidak mengikuti harga pasar. Lalu yang kurang dari warung kopi ini masih tidak ada promosi yang dilakukan oleh pelaku usaha dan menurut Mas Adi tidak ada hambatan bagi keluar masuknya usaha warung kopi.[27]

Selanjutnya menurut Bu Mistati selaku pemilik warung kopi miss coffe bahwasannya usaha warung kopi sekarang ini sudah berbeda dengan yang dahulu, sekarang sudah berkembang dengan baik, lebih bagus lagi, banyak pesaing juga yang menjadikan sebagai acuan untuk merubah usaha lebih baik lagi. Untuk produk kopi yang dimiliki Bu Mistati ini berbeda dengan yang lainnya karena beliau memiliki perpaduan sendiri terhadap olahan kopinya yang memyebabkan berbeda dengan produk kopi

[27] Hasil wawancara dengan Mas Adi 22 Februari 2020

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

di warung kopi lainnya. Selanjutnya kalau dari segi harga beliau juga mennetukan harga tersendiri tidak menggikuti harga psar seperti yang lainnya. Bu Mistati juga melakukan promosi warung kopinya kepada teman – temannya, mengajak teman – temannya untuk datang sambil menjadikan ajang untuk berkumpul – kumpul dengan teman lamanya, dengan cara itulah Bu Mistati menarik pelanggannya yang saling menguntungkan satu sama lain dan menurut beliau tidak ada hambatan untuk keluar masuk usaha warung kopi.[28]

Kemudian usaha warung kopi yang dimiliki oleh Bu Iti. Menurut Bu Iti usaha warung kopi dari dulu hingga sekarang ini jauh lebih baik dan memiliki persaingan yang pesat karena warung kopi sekarang jauh lebih berkembang dari pada warung kopi pada jaman dahulu. Produk kopi yang dimiliki Bu iti ini sama dengan yang lainnya tidak memiliki perbedaan, untuk harganya pun Bu iti menyamakan dengan warung kopi yang lainnya tidak menentukan sendiri. Akan tetapi di warung kopi Bu Iti ini memiliki promosi tersendiri yang pada setiap lebaran beliau memberikan secangkir kopi gratis dan sebatang rokok gratis. Hal itulah yang menjadi daya tarik konsumen untuk warung kopi Bu Iti dan menurut beliau tidak ada hambatan untuk keluar masuknya usaha warung kopi.[29]

[28] Hasil wawancara dengan Bu Mistati 24 Februari 2020
[29] Hasil wawancara dengan Bu Iti 24 Februari 2020

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Selanjutnya menurut Bu Dita sebagai pemilik warung kopi daffa menjelaskan bahwa persaingan usaha warung kopi di Kecamatan Prambon ini relatif pesat karena sudah banyak masyarakat yang membuka usaha warung kopi yang mengakibatkan banyaknya pesaing. Kalau dari segi ptoduk kopinya berbeda dengan warung kopi yang lainnya karena beliau produk kopinya membuat sendiri, untuk segi Bu Dita mengikuti harga pasar yang berarti menyamakan harga dengan warung kopi yang lainnya, lalu untuk segi promosinya itu masih belum ada dan tidak ada hambatan untuk keluar masuknya usaha warung kopi. [30]

Kemudian menurut Bu Sriyati bahwa untuk persaingan usaha warung kopi di Kecamatan Prambon ini sudah sangat banyak yang membuka usaha tersebut jadi untuk persaingannya begitu pesat. Kalau dari segi produk kopi yang ada di warung kopi beliau ini memiliki perbedaan tersendiri dari pada dengan yang lainnya karena produk kopinya membuat sendiri, untuk harga produk kopinya itu Bu Sriyati mengikuti harga pasar yang berarti menyamakan harga dengan warung kopi yang lainnya, begitu pula dengan promosinya itu masih belum ada dan menurut beliau tidak ada hambatan untuk keluar masuknya usaha warung kopi.[31]

Selanjutnya menurut Bu Ana sebagai pemilik warung kopi monggo mampir ini dalam perkembangan warung kopi di

[30] Hasil wawancara dengan Bu Dita 25 Februari 2020
[31] Hasil wawancara dengan Bu Sriyati 25 Februari 2020

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

kecamatan Prambn begitu pesat sehingga terjadi persaingan antar pelaku usaha warung kopi. Selanjutnya dari segi produk kopinya dan harganya itu tidak memiliki perbedaan disamakan dengan uasaha warung kopi yang lainnya, lalu kalau dari segi promosinya masih belum ada promosi dan untuk tidak ada hambatan keluar masuknya usaha warung kopi.[32]

Selanjutnya usaha warung kopi menurut Bu Pernik sebagai pemilik warung kopi bahwa di Kecamatan Prambon untuk warung kopi perkembangannya sangat begitu pesat yang artinya memiliki banyak pesainnya yang membuat para pelau usaha warung kopi harus bisa menghadapi para pesaing usaha warung kopi yang lainnya. Kemudian dari produk kopinya beliau memiliki perbedaan karena beliau kopinya membuat sendiri, lalu untuk segi harganya Bu Pernik menyamaratakan dengan yang lainnya, kalau dari promosinya di warung kopi Bu Pernik ini masih belum ada dan untuk hambatannya tidak ada hambatan untuk keluar masuknya usaha warung kopi.[33]

Kemudian menurut Bu Ida sebagai pemilik warung kopi 168 bahwa persaingan usaha warung kopi ini sudah sangat banyak masyarakat yang membuka usaha tersebut yang mengakibatkan banyaknya pesaing. Kalau dari segi produk kopinya berbeda dengan yang lainnya karena beliau membuat sendiri kopinya

[32] Hasil wawancara dengan Bu Ana 25 Februari 2020
[33] Hasil wawancara dengan Bu Pernik 25 februari 2020

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

sehingga tidak sama dengan yang lainnya, lalu kalau dari segi harga produknya sama, kalau untuk promosinya masih belum ada dan menurut beliau tidak ada hambatan untuk keluar masuknya usaha warung kopi.[34]

[34] Hasil wawancara dengan Bu Ida 26 Februari 2020

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB IV

ANALISIS DATA

A. Persaingan Usaha Warung Kopi Di Kecamatan Prambon Kabupaten Sidoarjo

Pada era sekarang ini dalam dunia usaha pasti mengalami suatu persaingan usaha, sebagian besar dunia usaha mengalami persaingan usaha. Pada dunia usaha tidak akan terlepas dari yang namanya persaingan suatu usaha, entah usaha yang sifatnya masih kecil ataupun usaha yang sudah lebih maju jadi lebih besar dan tidak memandang dari segi usaha yang sejenis ataupun tidak sejenis. Persaingan usaha ialah berkompetisi antar pelaku usaha yang lainnya guna menarik pelanggan atau konsumen supaya datang pada usaha tersebut yang bisa menguntungkan terhadap pelaku usaha tersebut. Khususnya pada dunia persaingan usaha warung kopi yang pada era sekarang ini sangat mudah untuk mencari warung kopi. Warung kopi saat ini memiliki posisi yang cukup penting bagi masyarakat yang bisa menarik para pelanggan atau konsumen untuk saling berdatangan. Warung kopi pada sekarang ini dijadikan masyarakat atau para konsumen sebagai ruang dalam segala hal yang artinya digunakan sebagai tempat berkumpul dengan teman - teman, sebagai tempat forum diskusi, tempat untuk mengerjakan tugas sekolah maupun kuliah dan lain sebagainya.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Berdasarkan hasil penelitian yang saya lakukan terhadap pelaku usaha warung kopi di Kecamatan Prambon Kabupaten Sidoarjo ini diperoleh data bahwa perkembangan usaha warung kopi di kecamatan ini memang berkembang sangat pesat. Kemajuan usaha warung kopi saat ini dengan warung kopi yang dahulu sudah sangatlah berbeda. Sekarang sudah banyak usaha warung kopi baru yang bermunculan di Kecamatan Prambon. Perbedaan usaha warung kopi yang dahulu dengan yang sekarang ini yaitu kalau usaha warung kopi yang dulu itu masih sangat sederhana dan apa adanya, rata – rata pelanggan yang berdatangan diwarung kopi tersebut sudah sebagai pelanggan tetapnya yang pada umumnya dikunjungi oleh orang dewasa. Dari segi tempatnya sudah berbeda dengan usaha warung kopi yang sekarang ini, akan tetapi dari segi pelayanan pun tidak kalah dengan usaha warung kopi yang baru karena para pelaku usaha pun melayani para konsumen dengan baik dan ramah yang mengakibatkan para pelanggan tetap datang di warung kopi tersebut meskipun dengan tempatnya yang sederhana. Selanjutnya dari segi produk pun banyak pelaku usaha yang tetap mempertahankan kualitas produk yang dibuat oleh pelaku usaha tersebut dan kalau dari segi harganya pun relatif sama tidak jauh berbeda dengan yang lain karena harga juga mempengaruhi daya beli konsumen. Munculnya usaha warung kopi yang baru ini membuat usaha warung kopi yang sederhana ini merasakan memiliki persaingan usaha karena usaha warung kopi yang dahulu ini tidak mempunyai fasilitas yang memadai layaknya warung kopi yang

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

sekarang yang bermunculan saat ini memiliki fasilitas yang lebih memadai. Usaha warung kopi yang dulu ini tidak memiliki fasilitas *free wifi* yang pada era sekarang ini sangat dibutuhkan oleh setiap orang. para onsumen sekarang yang dicari adalah fasilitasnya terutama fasilitas yang ada *free wifi*.

Selanjutnya kalau warung kopi yang baru ini yang berada di Kecamatan Prambon lebih banyak menarik minat para pelanggannya dari pada warung kopi yang dahulu. Dimulai dari segi tempatnya sudah sangat mendukung. Letak tempatnya sangat strategis yang kebanyakan berada di sebelah jalan raya sehingga banyak orang yang habis bepergian bisa mampir untuk mengunjungi warung kopi tersebut. Disediakannya lahan parkir yang memadai sehingga para konsumen tidak repot untuk memarkirkan kendaraannya dan tidak mengggganggu juga dalam akses kendaraan di jalan raya. Warung kopi saat ini memiliki desain yang lebih menarik, lebih modern, lebih kekinian yang dicari oleh banyak anak muda sekarang, dengan konsep seperti itulah yang membuat para konsumen juga menjadi lebih nyaman dan suka. Pada segi pelayanan antara warung kopi yang dulu dengan sekarang relatif sama – sama baiknya yang tidak mengecewakan para pelanggannya. Lalu kalau dari segi produknya sendiri ada yang sama ada juga yang berbeda. Kalau dari segi harga ada perbedaan harga dengan warung kopi yang dahulu karena untuk warung kopi yang sekarang ini harganya menyesuaikan juga dengan tempat yang lebih nyaman, lebih menarik serta fasilitas yang disediakan di warung kopi

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

tersebut. Sehingga ada perbedaan harga. Fasilitas yang disediakan juga cukup memadai dengan apa yang dibutuhkan oleh konsumen. Fasilitas yang disediakan yaitu akses internet gratis (*free wifi)* yang dimana sekarang ini yang dicari – cari oleh para konsumen yang salah satunya fasilitias *free wifi*. Apabila dalam suatu usaha warung kopi tidak menyediakan fasilitas *free wifi* maka warung tersebut peminatnya hanya sedikit. Sedangkan kalau disediakannya fasilitas *free wifi* maka akan lebih banyak konsumen yang berdatangan karena hampir semua orang tiap hari mengakses internet entah itu untuk kegiatan sekolah, kuliah, kerja ataupun bermain game. Selanjutnya menyediakan banyaknya tempat colokan buat charger hp ataupun laptop. Disediakannya tempat colokan supaya para konsumen tidak kebingungan apabila suatu saat daya hp ataupun laptopnya habis. Sehingga tidak menyulitkan konsumen dan tidak menjadikan konsumen pergi dan mencari tempat warung kopi yang lainnya dan untuk tempatpun jauh banyak diminati oleh para konsumen, tempat yang nyaman, bagus, menarik adalah jadi salah satu daya tarik tersendiri bagi konsumen. Sehingga mereka para konsumen jauh lebih nyaman, lebih lama untuk berada ditempat tersebut.

Lalu pada saat ini untuk persaingan usaha warung kopi di Kecamatan Prambon Kabupaten Sidoarjo dimasa pandemi covid 19 ini untuk usaha warung kopi mereka mengalami penurunan dikarenakan tidak boleh berjualan untuk mengurangi proses penyebaran covid 19 dimasa pandemi covid 19 ini. Dilarangnya berjualan di usaha warung kopi ini karena pada

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

usaha tersebut salah satu tempat berkumpulnya masyarakat yang bisa menyebabkan penyebaran covid 19. Sedangkan pemerintah memberi kebijakan untuk melarang masyarakat untuk memicu kerumunan di suatu tempat. Sehingga pada usaha warung kopi ini mengalami penurunan pendapatan yang harus menutup sementara usaha warung kopi mereka atau tetap membuka usahanya dengan mentaati batasan waktu serta protokol kesehatan yang sudah ditentukan. Apabila pelaku usaha yang melanggar peraturan yang disudah ditentuan maka usahanya akan ditutup paksa oleh petugas keamanan.

Jadi persaingan usaha warung kopi di Kecamatan Prambon Kabupaten Sidoarjo ini berkembang dengan pesat. Perkembangannya sudah sangat jauh berbeda dengan warung kopi yang dahulu, dari segi tempat, pelayanan, produk, harga produk, fasilitas sudah berkembang jauh lebih baik dalam persaingan usaha warung kopi. Akan tetapi dimasa pandemi covid 19 ini pelaku usaha warung kopi di Kecamatan Prambon Kabupaten Sidoarjo mengalami penurunan pendapatan untuk memenuhi kebutuhan keluargannya.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

B. Persaingan Usaha Warung Kopi Di Kecamatan Prambon Kabupaten Sidoarjo Dalam Perspektif Pasar Monopolistik

Pada persaingan usaha warung kopi di Kecamatan Prambon Kabupaten Sidoarjo dalam perspektif pasar monopolistik dijelaskan bahwa teori pasar monopolistik merupakan suatu pasar yang dimana terdapat banyak produsen yang menghasilka barang yang berbeda corak (*differentiate product*). Dilihat dari struktur pasarnya, pada pasar monopolistik ini lebih mendekati dengan pasar persaingan sempurna yang dilihat dari banyaknya perusahaan yang memilikiperan pada pasar dan tanpa adanya ketentuan masuk pasar yang serius. Akan tetapi pada perusahaan yang berpartisipasi di pasar tersebut memiliki produk yang berbeda karakteristiknya. Pasar monopolistik memiliki ciri – cirinya bahwa terdapatnya banyak penjual dalam suatu pasar, memiliki sifat barangnya yang berbeda corak, dalam suatu perusahaan atau pelaku usaha mempunyai sedikit kekuasaan untuk mempengaruhi harga, keluar masuknya pasar dan persaingan melakukan promosi penjualan yang sangat efektif. Berdasarkan hasil penelitian yang saya lakukan sebagai seorang peneliti diperoleh hasil yaitu :

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Tabel 4.1 Hasil Penelitian

No	Nama Warung Kopi	Nama Pemilik Warung Kopi	Produk		Harga		Promosi		Keluar Masuk Pasar	
			Sama	Berbeda	Mengikuti Pasar	Menentukan Sendiri	Ada	Tidak Ada	Mudah	Susah
1.	Bedjo 43	Bapak Jumar	√		√			√	√	
2.	Plazza Coffe	Mas Adi		√		√		√	√	
3.	Miss Coffe	Bu Mistati		√		√	√		√	
4.	Bu Iti	Bu Iti	√		√		√	√	√	
5.	Daffa	Bu Dita		√	√			√	√	
6.	Bu Sriyati	Bu Sriyati		√	√			√	√	
7.	Monggo Mampir	Bu Ana	√		√			√	√	
8.	Bu Pernik	Bu Pernik		√	√			√	√	
9.	168	Bu Ida		√	√			√	√	
10.	Kedai Lestari	Bu Mega	√		√		√		√	
11.	Garuda	Bapak Slamet	√		√			√	√	

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

12.	Kedai Prasaja	Bu Yeni	√		√		√		√	
13.	Giraz Plaza Indocoffe	Bapak Tubi		√		√	√		√	
14.	Tulalit	Bu Tumi		√	√			√	√	
15.	Mas Brow	Bu Tatik	√		√			√	√	
16.	Kopi Batik	Bapak Jainul		√	√			√	√	
17.	Jief Coffe 99	Bapak Suparman		√		√	√		√	
18.	Coffe Sufi	Bu Sufi		√	√			√	√	
19.	Warsu Coffe	Bapak Narko		√		√		√	√	
20.	Dempo 99	Bapak Dono	√		√			√	√	
21.	Winda Coffe	Bu Winda	√		√			√	√	
22.	45	Bu Muna		√	√			√	√	
23.	Merdeka	Bu Suparni		√		√		√	√	
24.	Sticker	Mbak Wiwin	√		√			√	√	
25.	Kali	Bu Kopiyah		√	√			√	√	
26.	Ardan	Bapak Ardan	√		√			√	√	

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

27.	Prapatan	Bapak Ali	√		√			√	√	
28.	Bu Sri	Bu Sri	√		√			√	√	
29.	99 Jaya	Bu Nuryati	√		√			√	√	
30.	Pak Pendik	Bapak Pendik	√		√			√	√	
31.	Bolo Dewe	Bapak Kris		√	√			√	√	
32.	Tasya	Mas Iwan	√		√			√	√	
33.	Coffe House	Bapak Tohir		√		√	√		√	
34.	NKRI Jaya	Mas Andi		√		√		√	√	
35.	4 Bersaudara	Bu Mi		√	√			√	√	
36.	K-Va	Bapak Roni	√		√			√	√	
37.	Pak Hari	Bapak hari	√		√			√	√	
38.	Wahyu Coffe	Bu Yuliana		√	√			√	√	
39.	Bintang	Bu Jun	√		√			√	√	

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Berdasarkan data diatas dapat dijelaskan menurut ciri – ciri dalam teori pasar monopolistik yaitu:

1. Terdapat Banyaknya Penjual

   Pada usaha warung kopi yang berada di Kecamatan Prambon Kabupaten Sidoarjo bahwasannya data yang diperoleh peneliti yaitu sebanyak 393 pelaku usaha warung kopi yang menurut teori pasar monopolistik juga terdapatnya banyak penjual sehingga usaha warung kopi ini dalam jumlah usahanya termasuk dalam teori pasar monopolistik yang memiliki banyak penjual.

2. Sifat Barangnya Berbeda Corak

   Pada produksi dalam teori pasar monopolistik ini sifatnya berbeda corak (*differentiated product*) dan secara dalam bentuk fisiknya mudah untuk dibedakan diantara produksi suatu perusahaan dengan perusahaan yang lainnya. Selain perbedaan dalam bentuk fisiknya, perbedaan juga terletak dalam suatu pengemasannya. Pada data yang saya peroleh berdasarkan 39 informan bahwasannya diperoleh ada 19 produk yang sama dan ada 20 produk yang berbeda dalam usaha warung kopi. Pada produk yang berbeda ini dapat dijelaskan bahwa dalam sistem pembuatannya berbeda dengan warung kopi yang lainnya. Berbeda karena dalam suatu usaha warung kopi ini memiliki produk sendiri yang artinya mereka para pelaku usaha ini membuat produk kopinya ini sendiri yang tidak membeli produk kopinya secara umum yang sama seperti penjual yang lainnya. Sedangkan 19 pelaku usaha yang lain memiliki produk yang sama karena mereka para

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

pelaku usaha tidak memiliki perbedaan dengan yang lainnya karena mereka para pelaku usaha warung kopi untuk produknya sendiri membeli secara umum yang berarti membeli yang ada di pasaran sehingga tidak ada perbedaan dalam segi produk.

3. Perusahaan Mempunyai Sedikit Kekuasaan Mempengaruhi Harga

   Pada dasarnya dalam teori pasar persaingan sempurna tidak punya kekuasaan untuk mempengaruhi, akan tetapi pada pasar monopolistik ini dapat mempengaruhi suatu harga. Kekuasaan untuk mempengaruhi harga pada pasar monopolistik ini didapat pada barang yang dihasilkan yang sifatnya berbeda corak (*differentiated product*). Berdasarkan data yang saya peroleh dari 39 informan dalam pelaku usaha warung kopi diperoleh data bahwa pelaku usaha warung kopi yang mengikuti harga pasar sebanyak 31 usaha warung kopi dan 8 pelaku usaha warung kopi yang menentukan harga sendiri. Pada data yang didapat bahwasannya banyak pelaku usaha warung kopi yang mengikuti harga pasar atau menyamaratakan harganya karena menurut mereka para pelaku usaha kalau harga menentukan sendiri jauh lebih mahal atau berbeda maka para pelanggan atau para konsumen tidak akan mau kalau harganya berbeda, mereka lebih memilih warung kopi yang harganya sama rata yang tidak terlalu mahal yang sesuai dengan isi *budget*. Sedangkan untuk pelaku usaha warung kopi yang menentukan harga sendiri ini yang sebanyak 8 pelaku usaha. Mereka para pelaku usaha tersebut memilih untuk menentukan harga sendiri karena menurut mereka menyesuaikan dengan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

apa yang dikeluarkan dengan produk mereka yang dibutuhkan. Sehingga dalam kekuasaan untu mempengaruhi harga ini tidak sesuai dengan usaha warung kopi di Kecamatan Prambon ini karena dari data yang didapat peneliti ini lebih banyak harga yang mengikuti pasar dari pada harga yang mennetukan sendiri.

4. Keluar Masuk Pasar

   Pada teori pasar monopolistik ini apabila pelaku usaha yang akan memasuki dunia usaha dan menjalankan suatu usaha maka berada didalam pasar persaingan monopolistik tersebut tidak akan banyak mengalami kesukaran. Berdasarkan data saya sebagai peneliti bahwasannya untuk usaha warung kopi yang berada di Kecamatan Prambon ini dalam proses keluar masuknya suatu pasar tidaklah susah melainkan mudah karena dalam keluar masuknya usaha warung kopi ini selain kendala dalam modal tidak ada ketentuan lagi untuk keluar masuknya usaha warung kopi.

5. Persaingan Melakukan Promosi Penjualan Yang Sangat Aktif

   Harga memanglah bukan sebagai penentu yang utama dari besarnya pelaku usaha pada pasar monopolistik. Suatu perusahaan atau pelaku usaha mungkin akan menjual produknya dengan harga yang relatif tinggi akan tetapi masih bisa ntuk menark para pelanggan atau para konsumen. Sebaliknya jika suatu usaha warung kopi memiliki harga lebih rendah yang dengan harga tersebut bisa menarik para konsumen. Akan tetapi meskipun dengan harga yang lebih rendah jika tidak adanya promosi yang dilakukan maka para pelanggan atau konsumen tidak akan tahu tentang hal

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

itu. Dari data yang saya peroleh sebagai peneliti bahwasannnya usaha warung kopi yang berada di Kecamatan Prambon ini hanya ada 7 pelaku usaha warung kopi yang melakukan promosi terhadap usaha yang dimilikinya. Sedangkan sebanyak 32 pelaku usaha warung kopi tidak melakukan promosi. Oleh sebab itu dalam teori pasar monopolistik ini tentang aktifnya melakukan persaingan usaha khususnya persaingan usaha warung kopi ini belum sesuai denga teorinya.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB V

PENUTUP

Berdasarkan hasil penelitian yang saya dapat sebagai peneliti mengenai pembahasan tentang Analisis Persaingan Usaha Warung Kopi Di Kecamatan Prambon Kabupaten Sidarjo Dalam Perspektif pasar Monopolistik diperoleh kesimpulan dan saran sebagai berikut :

A. Kesimpulan

1. Persaingan Usaha Warung Kopi Di Kecamatan Prambon Kabupaten Sidoarjo

Persaingan usaha warung kopi di Kecamatan Prambon ini berkembang sangat pesat karena dalam usaha warung kopi yang dahulu sudah berbeda dengan usaha warung kopi yang sekarang. Usaha warung kopi yang dahulu masih sangat sederhana dan apa adanya yang sekarang ini sudah banyak usaha warung kopi baru yang bermunculan yang memiliki banyak failitas yang disediakan seperti dari segi tempat yang nyaman, pelayanan yang bagus, produk yang berbeda, fasilitas yang lebih memadai dan untuk harganya sendiri menyesuaikan dengan apa yang telah disediakan oleh warung kopi tersebut. Sehingga untuk saat ini pelaku usaha warung kopi yang baru lebih menguasai persaingan usaha warung kopi di Kecamatan Prambon. Untuk usaha warung kopi yang dahulu merasa ada pesaing baru yang muncul yang menurut para pelaku usaha warung kopi

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

tersebut mereka lebih menguasai pasar dan lebih berkembang dalam persaingan usaha warung kopi yang sudah banyak mengalami perkembangan ini. Lalu pada saat ini untuk persaingan usaha warung kopi di Kecamatan Prambon Kabupaten Sidoarjo dimasa pandemi covid 19 ini untuk usaha warung kopi mereka mengalami penurunan dikarenakan tidak boleh berjualan untuk mengurangi proses penyebaran covid 19 dimasa pandemi covid 19 ini. Dilarangnya berjualan di usaha warung kopi ini karena pada usaha tersebut salah satu tempat berkumpulnya masyarakat yang bisa menyebabkan penyebaran covid 19. Sedangkan pemerintah memberi kebijakan untuk melarang masyarakat untuk memicu kerumunan di suatu tempat. Sehingga pada usaha warung kopi ini mengalami penurunan pendapatan yang harus menutup sementara usaha warung kopi mereka atau tetap membuka usahanya dengan mentaati batasan waktu serta protokol kesehatan yang sudah ditentukan. Apabila pelaku usaha yang melanggar peraturan yang disudah ditentuan maka usahanya akan ditutup paksa oleh petugas keamanan.

Jadi persaingan usaha warung kopi di Kecamatan Prambon Kabupaten Sidoarjo ini berkembang dengan pesat. Perkembangannya sudah sangat jauh berbeda dengan warung kopi yang dahulu, dari segi tempat, pelayanan, produk, harga produk, fasilitas sudah berkembang jauh lebih baik dalam persaingan usaha warung kopi. Akan tetapi dimasa pandemi covid 19 ini pelaku usaha warung kopi di Kecamatan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Prambon Kabupaten Sidoarjo mengalami penurunan pendapatan untuk memenuhi kebutuhan keluargannya.

2. Persaingan Usaha Warung Kopi Di Kecamatan Prambon Kabupaten Sidoarjo Dalam Perspektif Pasar Monopolistik

Persaingan usaha warung kopi di Kecamatan Prombon Kabupaten Sidoarjo dalam perspektif pasar monopolistik ini bahwa ada 393 pelaku usaha warung kopi yang ada di Kecamatan Prambon. Menurut teori tepasar monopolistik terdapat banyaknya penjual, sifat barangnya berbeda corak, pelaku mempunyai sedikit kekuasaan mempengaruhi harga, keluar masuk pasar yang tidak banyak mengalami kesukaran, melakukan promosi penjualan yang sangat aktif. Berdasarkan hasil penelitian bahwasannya ciri – ciri yang disebutkan dalam teori pasar monopolistik ada yang sesuai dan tidak sesuai dengan teori pasar monopolistik. Sehingga dalam penelitian ini untuk usaha warung kopi yang berada di Kecamatan Prambon kabupaten Sidoarjo ini masih belum sesuai dengan teori pasar monopolistik.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telas dijelaskan diatas bahwa saran yang dapat diberikan oleh peneliti yaitu :

1. Untuk persaingan usaha warung kopi yang berada di Kecamatan Prambon Kabupaten Sidoarjo dalam dunia usahanya dikembangkan lagi dalam segala hal baik itu dari segi tempat, pelayanan, produk, harga, promosi serta fasilitas yang ada di perbaiki lagi supaya dalam dunia persaingan usaha bisa untuk lebih bersaing lagi dengan pelaku usaha warung kopi yang lainnya. Meskipun jenis usahanya sama akan tetapi harus bisa untuk bersaing antar sesama pelak usaha warung kopi.
2. Dalam penelitian selanjutnya diharapkan peneliti dapat meningkatkan pengetahuan dan pemahaman tentang ekonomi mikro yang khususnya tentang persaingan pasar monopolistik dalam dunia usaha.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

DAFTAR PUSTAKA

Yanita Hendarti. 2016. Warung HIK Bertahan Dalam persaingan Usaha Di Kota Karanganyar. 303-311.

www.portal.sidoarjokab.go.id diakses pada tanggal 26 Juni 2020 pada pukul 18.28

www.jatim.bps.go.id diakses pada tanggal 14 November 2019 pada pukul 22.23 WIB

www.diskopukm.jatimprov.go.id diakses pada tanggal 14 November 2019 pada pukul 10.25 WIB

Sukirno, Sadono. 2016. *Mikro Ekonomi Teori Pengantar Edisi Ketiga.* Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

Sintia Afriyanti dan Elly Rasmikayati. 2018. Studi Strategi Pemasaran Terbaik Berdasarkan Perilaku Konsumen Dalam Menghadapi Persaingan Antar Kedai Kopi Di Jatinangor. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa AGROINFO GALUH.* 4(3): 856-872.

Sholihah, Fefi Diniyati. 2019. Analisis Persaingan Usaha Antara Warung Kopi Modern Versus Warung Kopi Tradisional Di Kabupaten Tulungagung. *Skripsi*. Tulungagung: Institut Agama Islam Negeri.

Setiawan, Galih Candra. 2018. Persaingan Usaha Menurut Hukum Positif Dan Hukum Islam (Studi Kasus Toko Pakaian Jalan Diponegoro Tulungagung). *Skripsi:* Tulungagung: Institut Agama Islam Negeri (IAIN).

Saputra, Rizki. 2019. Persaingan Usaha Antara Indomaret Dengan Minimarket 212 Mart Dalam Perspektif Hukum Ekonomi Syriah (Studi Di Kelurahan Pengantungan Kecamatan Ratu Samban Kota Bengkulu. *Skripsi*. Bengkulu: Institut Agama Islam Negeri (IAIN).

Rencana Program Investasi Infrastruktur Jangka Menengah (RPI2Jm) kabupaten Sidoarjo Tahun 2015 – 2019.

Qastari, Ahmad Rafdi. 2016. Persaingan Usaha Kafe Dan Warung Kopi Di Kota Watampone. *Skripsi*: Makassar: Universitas Hasanuddin.

Parkin, Michael. 2017. *Parkin Ekonomi Buku 1: Mikro Edisi 11*. Jakarta Selatan: Salemba Empat.

Muhammad Taufiqurrahman. Struktur Pasar Monopolistik. 1-18

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Mas Adi Wawancara pada tanggal 22 Februari 2020

Marista, Dina. 2018. Analisis Persaingan Usaha Di Pasar Kenali Kecamatan Berlalau Dari Perspektif Etika Bisnis Islam. *Skripsi.* Lampung: Universitas Islam Negeri Raden Intan.

Mankiw, N.Gregory, Quah, Euston dkk. 2014. *Pengantar Ekonomi Mikro*. Jakarta Selatan: Salemba Empat.

Leksono, Sonny. 2013. *Penelitian Kualitatif Ilmu Ekonomi Dari Metodologi ke Metode.* Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

Khoirunisa', Alfi. 2016. Persaingan Antar Pengusaha Roti Bakery Di Desa Sanoageng Kecamatan Prambon Kabupaten Nganjuk Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam. *Skripsi:* Kediri: Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri.

Ikhwan, Rizky. 2018. Analisis Perancangan Strategi Dengan Pendekatan Blue Ocean Strategy Untuk Meningkatkan Penjualan DalamPersaingan Bisnis (Studi di Kedai Kopi Nongkring). *Skripsi.* Yogyakarta: Universitas Islam Indonesia.

https://widisudharta.weebly.com diakses pada tanggal 10 Desember 2019 pada pukul 14.10 WIB

Erna. 2018. Strategi Persaingan Bisnis Cafe Di Kota Parepare (Analisis Etika Bisnis Islam). *Skripsi.* Parepare: Institut Agama Islam Negeri (IAIN).

Deden Setiawan dan Sukanti. 2016. Pengaruh Ekspektasi Pendapatan, Lingkungan Keluarga dan Pendidikan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha. *Jurnal Profita Edisi 7*: 1-12.

Case, Karl E, dan Fair, Ray C. 2006. *Prinsin – Prinsip Ekonomi Edisi Kedelapan Jilid 1.* Erlangga.

Bu Sriyati. Wawancara pada tanggal 25 Februari 2020

Bu Pernik. Wawancara pada tanggal 25 Februari 2020

Bu Mistati. Wawancara pada tanggal 24 Februari 2020

Bu Iti. Wawancara pada tanggal 24 Februari 2020

Bu Ida. Wawancara pada tanggal 26 Februari 2020

Bu Dita. Wawancara pada tanggal 25 Februari 2020

Bu Ana. Wawancara pada tanggal 25 Februari 2020

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Bapak. Jumar Wawancara pada tanggal 22 Februari 2020

Nina Nurdiani. 2014. Teknik Sampling *Snowball* Dalam Penelitian Lapangan. 5(2)

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id