

ANALISIS USAHA POINT COFFEE DALAM PASAR PERSAINGAN MONOPOLISTIK DI KOTA GUNUNGSITOLI

Parnean Kristiani Zalukhu¹, Angel Catherina Justice Zebua², Asnita Julianti Waruwu³,
Joviali Graceman Hulu⁴, Azeti Harefa⁵

^{1,2,3,4,5}Universitas Nias

Email : zalukhuparneankristiani@gmail.com¹, cathjustice26@gmail.com²,
nitalian77@gmail.com³, jovialigracemanhulu@gmail.com⁴, azetiharefa3@gmail.com⁵

Abstrak

Penelitian ini menganalisis usaha Point Coffee dalam struktur pasar persaingan monopolistik di Kota Gunungsitoli. Pertumbuhan industri kedai kopi yang pesat ditandai oleh banyaknya pelaku usaha dengan produk sejenis namun terdiferensiasi, sehingga mencerminkan karakteristik pasar persaingan monopolistik. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengkaji posisi Point Coffee dalam struktur pasar tersebut serta mekanisme penentuan harga dan output melalui pendekatan kurva Average Revenue (AR), Marginal Revenue (MR), dan Average Cost (AC). Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif deskriptif melalui observasi dan studi literatur ekonomi mikro. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Point Coffee memiliki kekuatan pasar terbatas yang bersumber dari diferensiasi produk, kualitas pelayanan, dan citra merek, sehingga berpotensi memperoleh keuntungan jangka pendek. Namun, dalam jangka panjang keuntungan tersebut cenderung menurun menuju keuntungan normal akibat meningkatnya persaingan. Penelitian ini memberikan kontribusi empiris dalam penerapan teori persaingan monopolistik pada industri kedai kopi lokal.

Kata Kunci: Persaingan Monopolistik, Point Coffee, Kedai Kopi, Struktur Pasar.

Abstract

This study analyzes the business of Point Coffee within a monopolistic competition market structure in Gunungsitoli City. The rapid growth of the coffee shop industry is characterized by numerous firms offering similar yet differentiated products, reflecting monopolistic competition. This research aims to examine the position of Point Coffee in the market structure and analyze price and output determination using the Average Revenue (AR), Marginal Revenue (MR), and Average Cost (AC) curves. A descriptive qualitative method was employed through observation and a review of relevant microeconomic literature. The findings indicate that Point Coffee possesses limited market power derived from product differentiation, service quality, and brand image, enabling short-run economic profits. However, in the long run, profits tend to decline toward normal profit due to intensified competition and market entry. This study contributes to the empirical understanding of monopolistic competition theory in the context of local coffee shop businesses.

Keywords: Monopolistic Competition, Point Coffee, Coffee Shop, Market Structure.

PENDAHULUAN

Industri kedai kopi di Indonesia menunjukkan tren pertumbuhan yang kuat dalam beberapa tahun terakhir. Pangsa pasar kedai kopi nasional diperkirakan mencapai lebih dari USD 2,1 miliar dengan laju pertumbuhan tahunan yang signifikan, mencerminkan pergeseran konsumsi kopi dari sekadar minuman menjadi bagian dari gaya hidup terutama di kalangan masyarakat urban dan milenial. Di sisi lain, struktur pasar dalam industri ini cenderung mengikuti bentuk persaingan monopolistik, di mana banyak pelaku usaha hadir dengan produk yang serupa namun terdiferensiasi melalui kualitas, konsep, dan layanan untuk memenangkan preferensi konsumen.

Fenomena ini turut didukung oleh literatur ekonomi mikro yang menyatakan bahwa pasar kedai kopi sering kali menunjukkan karakteristik persaingan monopolistik: banyak penjual, produk terdiferensiasi, dan hambatan masuk yang relatif rendah, sehingga setiap pelaku usaha memiliki otonomi dalam penetapan harga dan strategi pemasaran. Penelitian terkait struktur pasar kedai kopi di beberapa wilayah di Indonesia menemukan bahwa pasar kedai kopi lokal cenderung mengikuti karakteristik ini dan semakin intensif dalam persaingan terutama pada

diferensiasi produk dan pengalaman pelanggan.

Meski demikian, terdapat keterbatasan dalam kajian empiris di tingkat kota kecil seperti Kota Gunungsitoli, khususnya mengenai bagaimana usaha kopi skala lokal seperti *Point Coffee* beradaptasi dan berkompetisi dalam lingkungan pasar tersebut. Sebagian besar penelitian terdahulu fokus pada merek besar atau wilayah metropolitan, sehingga kurang menggambarkan realitas dinamika usaha kecil menengah di pasar lokal yang unik dari segi demografi dan tingkat persaingan.

Dengan latar tersebut, penelitian ini penting dilakukan untuk mengisi *gap* tersebut sekaligus memberikan gambaran empiris bagaimana *Point Coffee* beroperasi dalam struktur pasar persaingan monopolistik di Gunungsitoli. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis posisi usaha, strategi diferensiasi produk, serta implikasi persaingan terhadap performa bisnis *Point Coffee*. Temuan penelitian ini diharapkan dapat memperkaya pemahaman teori pasar monopolistik sekaligus memberikan rekomendasi praktis bagi pelaku usaha kopi lokal dalam merumuskan strategi yang efektif untuk meningkatkan daya saing usaha.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Pendekatan ini dipilih karena penelitian bertujuan untuk memahami dan menggambarkan secara mendalam fenomena usaha *Point Coffee* dalam struktur pasar persaingan monopolistik, khususnya terkait strategi usaha, mekanisme penentuan harga, serta posisi perusahaan di tengah persaingan. Pendekatan kualitatif memungkinkan peneliti memperoleh pemahaman yang komprehensif mengenai kondisi riil di lapangan serta keterkaitannya dengan teori ekonomi mikro. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif, yaitu penelitian yang berfokus pada pemaparan fakta dan karakteristik objek penelitian secara sistematis dan faktual tanpa melakukan pengujian hipotesis.

Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui beberapa teknik, yaitu:

1. Observasi

Observasi dilakukan secara langsung pada usaha *Point Coffee* di Kota Gunungsitoli untuk memperoleh gambaran mengenai aktivitas operasional, jenis produk

yang ditawarkan, tingkat harga, serta kondisi persaingan dengan kedai kopi lain di sekitarnya.

2. Studi Dokumentasi

Dokumentasi digunakan untuk mengumpulkan data tertulis yang berkaitan dengan profil usaha *Point Coffee*, daftar produk dan harga, serta informasi pendukung lainnya yang relevan dengan penelitian.

3. Studi Pustaka

Studi pustaka dilakukan dengan menelaah buku teks ekonomi mikro, jurnal ilmiah, laporan, dan sumber daring terpercaya yang membahas pasar persaingan monopolistik, industri kedai kopi, serta teori-teori terkait seperti kurva Average Revenue (AR), Marginal Revenue (MR), dan Average Cost (AC).

Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini terdiri atas:

- Data primer, yaitu data yang diperoleh secara langsung melalui observasi dan dokumentasi di lokasi penelitian.
- Data sekunder, yaitu data yang diperoleh dari buku referensi, jurnal

ilmiah, laporan resmi, serta publikasi daring yang relevan dengan topik penelitian.

Prosedur Penelitian

Prosedur penelitian dilaksanakan secara runtut melalui beberapa tahap sebagai berikut: Tahap Perencanaan, meliputi penentuan topik penelitian, perumusan masalah, penetapan tujuan penelitian, serta penyusunan kerangka teori dan metode penelitian, Tahap Pelaksanaan, yaitu pengumpulan data melalui observasi lapangan, dokumentasi, dan studi pustaka yang relevan, Tahap Analisis Data, dilakukan dengan cara mengolah dan menginterpretasikan data yang telah dikumpulkan secara deskriptif, kemudian dianalisis menggunakan kerangka teori pasar persaingan monopolistik dan pendekatan kurva AR, MR, dan AC dan Tahap Penarikan Kesimpulan, yaitu merangkum hasil analisis untuk menjawab tujuan penelitian serta memberikan implikasi teoretis dan praktis.

Dengan metode penelitian tersebut, diharapkan hasil penelitian mampu memberikan gambaran yang jelas dan komprehensif mengenai posisi dan strategi usaha *Point Coffee* dalam pasar persaingan monopolistik di Kota Gunungsitoli.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Pasar Persaingan Monopolistik pada Industri Kedai Kopi di Kota Gunungsitoli

Hasil penelitian menunjukkan bahwa industri kedai kopi di Kota Gunungsitoli memiliki karakteristik yang selaras dengan struktur pasar persaingan monopolistik. Kondisi ini ditandai oleh keberadaan banyak pelaku usaha yang menawarkan produk sejenis, yaitu minuman berbahan dasar kopi, namun dengan tingkat diferensiasi yang beragam. Diferensiasi tersebut terlihat pada variasi menu, konsep dan desain tempat, kualitas pelayanan, serta strategi harga yang diterapkan oleh masing-masing kedai kopi.

Temuan ini sejalan dengan teori ekonomi mikro yang menyatakan bahwa pasar persaingan monopolistik dicirikan oleh banyaknya penjual, produk terdiferensiasi, serta kebebasan relatif dalam menentukan harga. Mankiw (2016) menegaskan bahwa diferensiasi produk menjadi sumber kekuatan pasar terbatas bagi perusahaan dalam struktur pasar ini. Dalam konteks Gunungsitoli, diferensiasi tidak hanya berfungsi sebagai strategi bersaing, tetapi juga sebagai sarana membentuk preferensi dan loyalitas

konsumen di tengah banyaknya alternatif pilihan.

Implikasi dari kondisi tersebut adalah meningkatnya intensitas persaingan non-harga. Pelaku usaha tidak lagi hanya bersaing melalui penetapan harga, melainkan melalui penciptaan pengalaman konsumsi yang bernilai bagi pelanggan. Hal ini memperkuat temuan bahwa industri kedai kopi merupakan contoh nyata penerapan pasar persaingan monopolistik dalam praktik usaha skala lokal.

Posisi Point Coffee dalam Struktur Pasar Persaingan Monopolistik

Berdasarkan hasil penelitian, Point Coffee menempati posisi sebagai salah satu pelaku usaha yang memiliki kekuatan pasar terbatas di tengah persaingan yang relatif ketat. Sebagai jaringan kedai kopi berskala nasional, Point Coffee memiliki keunggulan dalam hal konsistensi kualitas produk, standar pelayanan, dan citra merek. Keunggulan tersebut memberikan nilai tambah yang membedakan Point Coffee dari kedai kopi lokal lainnya.

Namun demikian, temuan penelitian menunjukkan bahwa kekuatan pasar Point Coffee tetap dibatasi oleh banyaknya pesaing yang menawarkan produk substitusi dengan karakteristik dan konsep yang beragam. Kondisi ini mengonfirmasi

pandangan Sukirno (2015) bahwa perusahaan dalam pasar persaingan monopolistik tidak memiliki kekuasaan penuh dalam mengendalikan harga karena konsumen dapat dengan mudah beralih ke produk pesaing.

Makna dari temuan ini adalah bahwa keberhasilan Point Coffee dalam mempertahankan pangsa pasar sangat bergantung pada kemampuan perusahaan dalam menjaga dan memperkuat diferensiasi produk. Diferensiasi tersebut menjadi faktor kunci yang memungkinkan perusahaan tetap kompetitif meskipun tidak memiliki posisi dominan dalam struktur pasar.

Analisis Kurva Average Revenue (AR), Marginal Revenue (MR), dan Average Cost (AC)

Hasil analisis menunjukkan bahwa kurva permintaan yang dihadapi Point Coffee bersifat menurun, sebagaimana tercermin dalam kurva Average Revenue (AR). Hal ini mengindikasikan bahwa untuk meningkatkan volume penjualan, perusahaan perlu menyesuaikan harga atau memberikan nilai tambah tertentu kepada konsumen. Kurva Marginal Revenue (MR) berada di bawah kurva AR, yang menunjukkan bahwa setiap tambahan unit

output memberikan tambahan pendapatan yang semakin kecil.

Temuan ini konsisten dengan teori perusahaan dalam pasar persaingan monopolistik, di mana penurunan harga untuk meningkatkan penjualan tidak hanya memengaruhi unit tambahan, tetapi juga unit yang telah terjual sebelumnya. Sementara itu, kurva Average Cost (AC) menunjukkan adanya titik efisiensi produksi tertentu, di mana biaya rata-rata berada pada tingkat terendah.

Keterkaitan antara kurva AR, MR, dan AC memberikan pemahaman bahwa keputusan produksi Point Coffee harus mempertimbangkan keseimbangan antara pendapatan dan biaya. Implikasi praktisnya adalah pentingnya pengendalian biaya operasional agar perusahaan dapat memaksimalkan keuntungan pada tingkat output yang optimal.

Keseimbangan Jangka Pendek dan Jangka Panjang Usaha Point Coffee

Dalam jangka pendek, hasil penelitian menunjukkan bahwa Point Coffee memiliki peluang untuk memperoleh keuntungan ekonomi apabila harga jual berada di atas biaya rata-rata. Keuntungan ini terutama didukung oleh diferensiasi produk, kualitas pelayanan, serta citra merek yang mampu menarik

minat konsumen. Kondisi ini sejalan dengan teori pasar persaingan monopolistik yang menyatakan bahwa perusahaan masih dapat menikmati keuntungan ekonomi dalam jangka pendek.

Namun, dalam jangka panjang, penelitian ini menemukan bahwa keuntungan ekonomi tersebut cenderung menurun dan bergerak menuju keuntungan normal. Masuknya pelaku usaha baru ke dalam industri kedai kopi di Gunungsitoli meningkatkan intensitas persaingan dan memperkecil pangsa pasar masing-masing perusahaan. Temuan ini memperkuat pandangan teori bahwa dalam jangka panjang, pasar persaingan monopolistik cenderung menghilangkan keuntungan ekonomi akibat rendahnya hambatan masuk pasar.

Implikasi dari temuan ini adalah bahwa keberlanjutan usaha Point Coffee tidak dapat hanya mengandalkan keunggulan jangka pendek, tetapi memerlukan strategi berkelanjutan yang berfokus pada inovasi dan efisiensi.

Implikasi Temuan Penelitian terhadap Strategi Usaha dan Kontribusi Ilmiah

Temuan penelitian ini memiliki implikasi penting baik dari sisi teoretis maupun praktis. Secara teoretis, penelitian ini memberikan kontribusi empiris dalam

memperkuat relevansi teori pasar persaingan monopolistik pada konteks industri kedai kopi di kota berkembang seperti Gunungsitoli. Penelitian ini menunjukkan bahwa konsep-konsep ekonomi mikro tidak hanya berlaku di wilayah metropolitan, tetapi juga relevan pada skala usaha lokal.

Secara praktis, hasil penelitian ini memberikan gambaran bagi pelaku usaha kopi mengenai pentingnya diferensiasi produk, penguatan citra merek, serta pengelolaan biaya yang efisien dalam menghadapi persaingan pasar. Bagi Point Coffee, temuan ini dapat menjadi dasar dalam merumuskan strategi usaha yang adaptif dan berkelanjutan di tengah dinamika pasar yang kompetitif.

Dengan demikian, pembahasan ini menegaskan bahwa analisis usaha Point Coffee dalam pasar persaingan monopolistik tidak hanya memberikan pemahaman teoritis, tetapi juga menawarkan wawasan praktis yang relevan bagi pengembangan strategi bisnis di sektor kedai kopi lokal.



Gambar 1. Point Coffe Gunungsitoli.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai analisis usaha Point Coffee dalam pasar persaingan monopolistik di Kota Gunungsitoli, dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut:

1. **Karakteristik pasar**

Industri kedai kopi di Kota Gunungsitoli menunjukkan karakteristik pasar persaingan monopolistik, yang ditandai oleh banyaknya pelaku usaha, produk sejenis yang terdiferensiasi, serta persaingan yang tidak hanya berbasis harga, tetapi juga kualitas produk, pelayanan, dan konsep usaha.

2. **Posisi dan kekuatan pasar Point Coffee**

Point Coffee memiliki kekuatan pasar yang terbatas sebagai dampak dari diferensiasi produk, konsistensi kualitas, dan citra merek. Kekuatan

ini memungkinkan Point Coffee menarik konsumen dan mempertahankan pangsa pasar, meskipun tetap menghadapi tekanan kompetitif dari kedai kopi lain sebagai produk substitusi.

3. Hasil analisis ekonomi mikro

Analisis kurva Average Revenue (AR), Marginal Revenue (MR), dan Average Cost (AC) menunjukkan bahwa Point Coffee berpotensi memperoleh keuntungan ekonomi dalam jangka pendek. Namun, dalam jangka panjang, keuntungan tersebut cenderung menurun menuju keuntungan normal akibat masuknya pesaing baru dan meningkatnya intensitas persaingan.

4. Kelebihan penelitian

Penelitian ini memberikan gambaran empiris penerapan teori pasar persaingan monopolistik pada industri kedai kopi di kota berkembang, yang selama ini masih relatif terbatas dalam kajian akademik. Selain itu, penelitian ini mengaitkan teori ekonomi mikro dengan praktik usaha secara kontekstual dan aplikatif.

5. Keterbatasan penelitian

Penelitian ini masih bersifat kualitatif

deskriptif sehingga belum mengukur secara kuantitatif tingkat keuntungan, elastisitas permintaan, dan efisiensi biaya. Ruang lingkup penelitian juga terbatas pada satu objek usaha dan satu wilayah penelitian.

6. Kemungkinan pengembangan selanjutnya

Penelitian selanjutnya disarankan untuk menggunakan pendekatan kuantitatif atau metode campuran guna memperoleh hasil yang lebih terukur dan komprehensif. Selain itu, pengembangan penelitian dapat dilakukan dengan memperluas objek kajian pada beberapa kedai kopi atau wilayah lain untuk meningkatkan daya generalisasi serta memperkaya analisis struktur pasar industri kopi.

DAFTAR PUSTAKA

- Mankiw, N. G. (2016). *Principles of Economics* (7th ed.). Cengage Learning.
- Sukirno, S. (2015). *Mikroekonomi: Teori Pengantar*. Rajawali Pers.
- Kasmir. (2018). *Kewirausahaan*. RajaGrafindo Persada.
- Pratiwi, N., & Hidayat, R. (2023). Analisis struktur pasar persaingan monopolistik pada industri kedai kopi

- lokal. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 12(2), 134–145.
- Sari, D. P., & Wibowo, A. (2022). Diferensiasi produk dan daya saing usaha kopi. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 14(1), 45–56.
- Indomaret Group. (2025). *Tentang Point Coffee*. <https://pointcoffee.id>
- IDN Times. (2023). Profil Point Coffee Indomaret dan strategi bisnisnya. <https://www.idntimes.com>
- Suara.com. (2024). Profil Point Coffee dan perkembangan bisnis kopi modern. <https://www.suara.com>
- Liputan6. (2024). Pangsa pasar kedai kopi Indonesia. <https://www.liputan6.com>