

ANALISIS STRUKTUR PASAR DAN STRATEGI PERSAINGAN PADA TOKO KUE BEPPA JANDA LAPAK MEMEY

Alya Rafeyfa Asyla¹, Siti Latifaturrohmah²

STAI Sangatta, Indonesia

Email : alyarefa98@gmail.com, sitilatifaturrohmah4@gmail.com

Article Info

Received	Accepted	Published
25 November 2025	10 Juni 2026	30 Juni 2026

Keywords:

Market Structure
Competitive Strategy
Small and Medium-Sized
Enterprises
Local Culinary Market

ABSTRACT

Understanding market structures and competitive strategies is important for the sustainability of small and medium-sized enterprises (SMEs) in the culinary sector. Beppa Janda Lapak Memey Cake Shop was selected because it has successfully survived amid intense local market competition. This study aims to analyze the market structure and competitive strategies implemented by the business. This study employed a descriptive qualitative method through interviews, observations, and documentation involving the owner and employees, supported by relevant literature. The findings indicate that the business operates within a market structure that closely resembles perfect competition, where prices are determined by market demand and supply. The competitive strategies adopted include affordable pricing, product innovation, and customer-friendly service. These strategies have proven effective in enhancing customer loyalty and strengthening the business's competitiveness in the local culinary market.

Kata Kunci:

Struktur Pasar
Strategi Persaingan
Usaha Kecil Menengah
Pasar Kuliner Lokal

ABSTRAK

Pemahaman terhadap struktur pasar dan strategi persaingan penting bagi keberlangsungan Usaha Kecil Menengah (UKM) di sektor kuliner. Toko Kue Beppa Janda Lapak Memey dipilih karena mampu bertahan di tengah persaingan pasar lokal yang ketat. Tujuannya untuk menganalisis struktur pasar serta strategi persaingan yang diterapkan. Metode yang digunakan adalah kualitatif deskriptif melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi terhadap pemilik dan karyawan, serta didukung literatur relevan. Hasil menunjukkan bahwa toko ini beroperasi dalam struktur pasar mendekati persaingan sempurna, dengan harga ditentukan oleh permintaan dan penawaran. Strategi yang digunakan meliputi penetapan harga terjangkau, inovasi produk, dan pelayanan ramah. Pendekatan tersebut efektif meningkatkan loyalitas pelanggan dan memperkuat daya saing usaha di pasar kuliner lokal.

Copyright and License:

Authors retain copyright and grant the journal right of first publication with the work simultaneously licensed under a [Creative Commons Attribution 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/) that allows others to share the work with an acknowledgment of the work's authorship and initial publication in this journal.



1. PENDAHULUAN

Dalam kegiatan ekonomi, pasar memiliki peran penting sebagai tempat bertemunya penjual dan pembeli untuk melakukan transaksi barang maupun jasa.¹ Struktur pasar menentukan bagaimana suatu usaha beroperasi, bersaing, dan menentukan harga produknya. Dalam konteks industri makanan, khususnya usaha kecil dan menengah (UKM) seperti toko kue, pemahaman terhadap struktur pasar menjadi kunci penting untuk menciptakan strategi persaingan yang efektif.² Salah satu contoh usaha yang menarik untuk dianalisis adalah Toko Kue Beppa Janda, sebuah usaha kuliner lokal yang dikenal karena produk kue tradisional khas Bugis-Makassar. Persaingan yang semakin ketat di sektor kuliner menuntut pelaku usaha seperti Toko Kue Beppa Janda untuk memahami posisi pasarnya dan merancang strategi yang tepat agar dapat bertahan dan berkembang di tengah dinamika pasar yang kompetitif.

Berdasarkan pengamatan lapangan, Toko Kue Beppa Janda menghadapi persaingan yang cukup ketat dari berbagai toko kue dan usaha rumahan lain di sekitarnya. Banyak usaha sejenis yang menawarkan produk serupa dengan harga bervariasi, inovasi kemasan, serta promosi digital melalui media sosial. Kondisi ini mencerminkan adanya pasar yang kompetitif, di mana setiap pelaku usaha berupaya menarik minat konsumen melalui kualitas, harga, dan layanan. Selain itu, perubahan perilaku konsumen yang cenderung mencari produk praktis dan higienis turut memengaruhi pola permintaan terhadap produk kue tradisional. Oleh karena itu, Toko Kue Beppa Janda perlu melakukan adaptasi dalam strategi pemasaran dan produksi untuk mempertahankan loyalitas pelanggan serta memperluas pangsa pasar.

Secara teoritis, struktur pasar dapat dibedakan menjadi beberapa bentuk seperti pasar persaingan sempurna, monopolistik, oligopoli, dan monopoli.³ Menurut salah satu literatur yang di tulis oleh Adelia Ananda Putri, struktur pasar memengaruhi perilaku penjual dan pembeli dalam menentukan harga serta output yang dihasilkan.⁴ Dalam konteks usaha kecil menengah, penelitian oleh Porter melalui konsep *Five Forces Model* pada salah satu jurnal yang di tulis oleh Hubi Rahmat Andika menjelaskan bahwa daya saing suatu usaha dipengaruhi oleh ancaman pendatang baru, kekuatan pemasok, kekuatan pembeli, ancaman produk substitusi, dan intensitas persaingan antar perusahaan sejenis.⁵ Penelitian oleh Windi Dwi Ayu juga menunjukkan bahwa strategi diferensiasi produk dan peningkatan kualitas pelayanan menjadi faktor utama dalam mempertahankan eksistensi usaha di pasar

¹ Triana Rosalina Noor, "Fungsi Sosial-Ekonomi Pasar Tradisional (Studi Tentang Pasar Karah Kec. Jambangan, Kota Surabaya)," *At-Tahdzib: Jurnal Studi Islam Dan Muamalah* 5, no. 1 (2017): 77–96.

² Rizky Puspa Dewi, "Pasar Persaingan Sempurna: Relevansi Dan Aplikasinya Dalam Strategi Manajerial," n.d.

³ Muhammad Ilham Zuhri and Dede Ruslan, "Peran Permintaan Pasar Pada Perusahaan Dalam Struktur Pasar Persaingan Sempurna," *EKOMA: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi* 4, no. 2 (2025): 3585–91.

⁴ Adelia Ananda Putri et al., "Peranan Kekuatan Pasar Dalam Penetapan Harga Dan Kemajuan Teknologi," *Inisiatif: Jurnal Ekonomi, Akuntansi Dan Manajemen* 4, no. 1 (2025): 327.

⁵ Hubi Rahmat Andika and Ishak Ishak, "Analisis Daya Saing Universitas Di Purworejo Dengan Pendekatan Five Forces Porter," *MAMEN: Jurnal Manajemen* 4, no. 3 (2025): 317–27.

kuliner lokal.⁶ Hal ini memperkuat pandangan bahwa pemahaman terhadap struktur pasar harus diikuti dengan penerapan strategi yang tepat agar usaha dapat bersaing secara sehat.

Jika dikaitkan dengan kondisi Toko Kue Beppa Janda, teori-teori tersebut relevan karena usaha ini beroperasi dalam lingkungan pasar yang bersifat kompetitif dan cenderung monopolistik, di mana banyak penjual menawarkan produk sejenis namun dengan variasi rasa, harga, dan merek yang berbeda. Dengan memahami posisi struktur pasar yang ditempati, Toko Kue Beppa Janda dapat mengembangkan strategi yang menonjolkan keunikan produk serta meningkatkan nilai tambah di mata konsumen. Strategi semacam ini menjadi penting agar usaha tetap bertahan di tengah perkembangan teknologi digital dan perubahan selera masyarakat terhadap produk kuliner tradisional.

Penelitian ini berfokus pada analisis gabungan antara struktur pasar dan strategi persaingan yang diterapkan oleh Toko Kue Beppa Janda. Pendekatan ini menjadi penting sebagai dasar untuk memahami bagaimana struktur pasar lokal memengaruhi strategi bisnis yang efektif bagi pelaku usaha kecil. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi akademik dan praktis bagi pengembangan ekonomi lokal, terutama dalam upaya meningkatkan daya saing UMKM kuliner tradisional.

Berdasarkan uraian tersebut, permasalahan utama dalam penelitian ini adalah bagaimana struktur pasar yang berlaku pada Toko Kue Beppa Janda serta bagaimana bentuk strategi persaingan yang diterapkan oleh toko tersebut dalam mempertahankan dan mengembangkan usahanya di tengah persaingan yang semakin ketat. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bentuk struktur pasar yang memengaruhi kegiatan usaha Toko Kue Beppa Janda serta mengidentifikasi strategi persaingan yang digunakan untuk menghadapi kompetisi di pasar kuliner lokal. Melalui hasil penelitian ini diharapkan diperoleh gambaran yang jelas mengenai posisi pasar Toko Kue Beppa Janda dan upaya yang dapat dilakukan untuk memperkuat daya saingnya.

Penelitian ini dilakukan di Toko Kue Beppa Janda, Lapak Memey yang berlokasi di Jalan Poros Sangatta Bontang, Desa Teluk Singkama, Kecamatan Sangatta Selatan. Lokasi ini dipilih karena toko tersebut merupakan salah satu pelaku usaha kue tradisional yang telah dikenal masyarakat dan menghadapi tingkat persaingan yang cukup tinggi dengan usaha sejenis di wilayah tersebut. Penelitian ini juga memiliki unsur kebaruan atau orisinalitas karena menggabungkan analisis struktur pasar dan strategi persaingan pada skala usaha kecil, yang jarang menjadi fokus utama penelitian terdahulu. Dengan demikian, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi pelaku UMKM kuliner dalam memahami dinamika pasar serta merumuskan strategi bisnis yang berkelanjutan dan berorientasi pada peningkatan daya saing.

2. METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif karena bertujuan untuk memahami secara mendalam struktur pasar dan strategi persaingan yang diterapkan oleh Toko Kue Beppa Janda.⁷ Pendekatan ini memungkinkan peneliti menggambarkan kondisi nyata di lapangan berdasarkan pengalaman dan pandangan para pelaku usaha. Penelitian dilakukan di Toko Kue Beppa Janda yang berlokasi di Jalan Poros Sangatta Bontang, Desa Teluk Singkama, Kecamatan Sangatta Selatan. Subjek penelitian meliputi pemilik,

⁶ Windi Dwi Ayu, Sahyuni Sahyuni, and Asri Djauhar, "Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan (Studi Kasus Pada Rumah Makan Bakso Solo Kelurahan Wawotobi Kecamatan Konawe Kabupaten Konawe)," *Sultra Journal of Economic and Business* 6, no. 1 (2025): 474–83.

⁷ Mufida Hadad and Romi Mesra, "Strategi Pemasaran Dalam Persaingan Bisnis Cap Tikus Di Desa Beringin," *Jurnal Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial (JELAS)* 2, no. 1 (2025): 34–43.

karyawan, dan konsumen, sedangkan objek penelitian difokuskan pada bentuk struktur pasar serta strategi persaingan yang diterapkan oleh toko tersebut.

Data yang digunakan terdiri atas data primer dan sekunder. Data primer diperoleh melalui wawancara, observasi langsung, dan dokumentasi, sedangkan data sekunder diperoleh dari buku, jurnal, artikel, serta sumber tertulis lainnya yang relevan.⁸ Wawancara dilakukan dengan pemilik dan karyawan untuk mengetahui strategi yang digunakan, sementara observasi dilakukan untuk melihat kondisi pasar dan aktivitas usaha secara langsung. Teknik dokumentasi digunakan untuk mengumpulkan data pendukung seperti foto.

Analisis data dilakukan secara deskriptif kualitatif melalui tiga tahap, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.⁹ Peneliti menyaring data yang relevan, menyajikannya dalam bentuk narasi, lalu menarik kesimpulan berdasarkan temuan di lapangan. Untuk menjaga kebenaran data digunakan teknik triangulasi sumber dan teknik, yakni membandingkan hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi dari narasumber. Dengan metode ini diharapkan penelitian dapat memberikan gambaran yang jelas mengenai bagaimana struktur pasar memengaruhi strategi persaingan Toko Kue Beppa Janda dalam menghadapi persaingan usaha di sektor kuliner lokal.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Bentuk-Bentuk Persaingan dalam Struktur Pasar

Struktur pasar dalam ekonomi mikro menggambarkan bentuk dan kondisi persaingan yang terjadi di dalam suatu industri. Secara umum, struktur pasar terdiri atas beberapa kategori utama yang menunjukkan bagaimana penjual dan pembeli berinteraksi serta bagaimana harga terbentuk. Pasar persaingan sempurna merupakan struktur pasar yang ditandai dengan sangat banyaknya penjual dan pembeli, sehingga tidak ada satu pun pihak yang dapat memengaruhi harga. Produk yang ditawarkan bersifat homogen atau sama, informasi pasar tersedia secara terbuka, dan penjual serta pembeli bebas masuk dan keluar dari pasar.¹⁰ Dalam kondisi ini, harga sepenuhnya ditentukan oleh kekuatan permintaan dan penawaran.

Selain itu, terdapat pula pasar persaingan monopolistik, yaitu struktur pasar yang juga dihuni oleh banyak penjual, tetapi produk yang ditawarkan sudah mengalami diferensiasi.¹¹ Setiap pelaku usaha menciptakan perbedaan dalam kualitas, rasa, kemasan, desain, atau layanan, sehingga konsumen memiliki preferensi tertentu. Walaupun jumlah penjual banyak, persaingan tetap kuat karena setiap produsen harus mempertahankan keunikan produknya agar tetap diminati.

Di sisi lain, pasar oligopoli merupakan struktur pasar yang hanya terdiri dari beberapa perusahaan besar yang menguasai sebagian besar pangsa pasar.¹² Dalam kondisi ini, setiap pelaku usaha memiliki pengaruh cukup besar terhadap harga dan strategi bisnis satu perusahaan biasanya akan memengaruhi perusahaan lainnya. Produk dalam pasar oligopoli

⁸ Qomaruddin Qomaruddin and Halimah Sa'diyah, "Kajian Teoritis Tentang Teknik Analisis Data Dalam Penelitian Kualitatif: Perspektif Spradley, Miles Dan Huberman," *Journal of Management, Accounting, and Administration* 1, no. 2 (2024): 77–84.

⁹ Wiwin Yuliani, "Metode Penelitian Deskriptif Kualitatif Dalam Perspektif Bimbingan Dan Konseling," *QUANTA: Jurnal Kajian Bimbingan Dan Konseling Dalam Pendidikan* 2, no. 2 (2018): 83–91.

¹⁰ Muhammad Fauzan Wahyu Hidayat, "Analisis Struktur Pasar Buah Di Pasar Buah Minulyo Kota Pacitan," *JESS J Econ Soc Sci* 1, no. 1 (2022): 34–41.

¹¹ Chairina Chairina and Jarungjung Hutagaol, "Pengaruh Iklan Dalam Persaingan Pasar Monopolistik Dan Pasar Oligopoli," *All Fields of Science Journal Liaison Academia and Society* 2, no. 2 (2022): 347–56.

¹² Wihana Kirana Jaya, *Ekonomi Industri* (UGM PRESS, 2023).

dapat bersifat homogen seperti semen dan baja, atau terdiferensiasi seperti kendaraan bermotor. Persaingan dalam pasar ini cenderung bergeser pada promosi, inovasi, dan penguatan merek.

Jenis struktur pasar lainnya adalah monopoli, yaitu kondisi di mana hanya terdapat satu penjual yang menguasai seluruh pasar.¹³ Penjual memiliki kekuasaan penuh untuk menentukan harga dan jumlah produksi. Hambatan masuk pasar sangat tinggi, baik karena penguasaan sumber daya, peraturan pemerintah, hak paten, maupun kebutuhan modal yang besar. Karena tidak ada pesaing, konsumen tidak memiliki alternatif lain selain membeli produk dari satu-satunya produsen yang ada.

3.2 Analisis Struktur Pasar yang Berlaku pada Toko Kue Beppa Janda Lapak Memey

Toko Kue Beppa Janda Lapak Memey beroperasi di lingkungan pasar kuliner lokal yang memiliki banyak pelaku usaha sejenis. Berdasarkan pengamatan umum, struktur pasar yang dihadapi toko ini menyerupai pasar persaingan sempurna, di mana terdapat banyak penjual dan pembeli yang berinteraksi tanpa adanya pihak mana pun yang memiliki kekuatan untuk menetapkan atau mengendalikan harga pasar secara sepihak.¹⁴ Dalam kondisi seperti ini, setiap pedagang bersaing melalui kualitas produk, cita rasa, serta pelayanan terhadap konsumen untuk mempertahankan posisi mereka di pasar.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Muttaqin, selaku pemilik Toko Kue Beppa Janda, dijelaskan bahwa struktur pasar yang dihadapi toko ini memiliki banyak penjual dan pembeli, namun keberadaan mereka tidak memengaruhi kondisi pasar secara signifikan. Artinya, toko tidak memiliki kekuatan untuk menaikkan atau menurunkan harga sesuka hati karena harga telah terbentuk oleh mekanisme permintaan dan penawaran. Beliau juga menambahkan bahwa perubahan jumlah permintaan dan penawaran di pasar lebih banyak memengaruhi harga produk dibandingkan faktor lain. Temuan tersebut sejalan dengan literatur yang ditulis oleh Azib Albar, yang menjelaskan bahwa pasar persaingan sempurna ditandai dengan banyaknya penjual dan pembeli, produk yang homogen, serta kebebasan keluar masuk pasar.¹⁵ Kondisi ini terlihat pada Toko Kue Beppa Janda, di mana banyak pelaku usaha serupa di pasar tidak memengaruhi harga secara langsung karena harga lebih dipengaruhi oleh interaksi antara permintaan dan penawaran dalam pasar tersebut.

Selain itu, fakta lapangan menunjukkan bahwa meskipun permintaan produk dapat naik turun, harga kue di Toko Beppa Janda tetap stabil. Berdasarkan hasil wawancara, Bapak Muttaqin menjelaskan bahwa harga di pasar lokal cenderung mengikuti mekanisme permintaan dan penawaran secara umum. Beliau menyebut bahwa perubahan permintaan memang terjadi, namun tidak membuat harga berubah secara drastis karena harga telah terbentuk dari keseimbangan antara jumlah permintaan konsumen dan jumlah penawaran dari para penjual di pasar. Dengan demikian, strategi harga yang diterapkan lebih diarahkan untuk mengikuti kondisi pasar yang berlaku, sehingga harga relatif tetap stabil meskipun terjadi fluktuasi permintaan.

Jika dikaitkan dengan literatur ekonomi mikro menurut Mankiw, kondisi ini memperkuat konsep bahwa harga dalam pasar persaingan sempurna ditentukan oleh mekanisme pasar, yaitu interaksi antara permintaan dan penawaran. Dalam praktik di

¹³ Mashur Malaka, "Praktek Monopoli Dan Persaingan Usaha," *Al-'Adl* 7, no. 2 (2014): 39–52.

¹⁴ Misbahul Khoir, Khozinul Ulum, and Imam Wahyudhi, "Bentuk Pasar Dalam Teori Ekonomi Mikro Dan Ekonomi Mikro Islam," *Journal Of Islamic Banking* 4, no. 2 (2023): 1–29.

¹⁵ Azib Albar et al., "Struktur Pasar Persaingan Sempurna," *Al-A'mal: Jurnal Manajemen Bisnis Syariah* 2, no. 1 (2025): 198–202.

tingkat usaha kecil seperti Toko Kue Beppa Janda, hasil wawancara menunjukkan bahwa penjual tetap mengikuti harga pasar yang telah terbentuk dari keseimbangan permintaan dan penawaran tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun terdapat perbedaan skala dan dinamika pasar lokal, prinsip dasar penentuan harga tetap mengacu pada mekanisme pasar sebagaimana dijelaskan dalam teori ekonomi mikro.

Fakta dari wawancara tersebut juga menunjukkan bahwa pemilik toko mengikuti harga yang telah terbentuk di pasar berdasarkan interaksi antara permintaan dan penawaran. Pemilik berusaha menyesuaikan diri dengan kondisi pasar agar harga yang ditawarkan tetap kompetitif dan tidak jauh berbeda dari harga umum yang berlaku. Pendekatan ini membantu toko tetap bertahan di tengah banyaknya pelaku usaha serupa serta menjaga loyalitas konsumen melalui konsistensi harga dan kualitas produk yang ditawarkan.

Berdasarkan hasil analisis penulis, dapat disimpulkan bahwa struktur pasar Toko Kue Beppa Janda Lapak Memey tergolong dalam bentuk pasar persaingan sempurna, di mana tidak ada pelaku yang mampu mengendalikan harga pasar. Persaingan berlangsung secara terbuka, dan harga ditentukan oleh mekanisme permintaan dan penawaran yang berlaku di pasar. Kondisi ini menunjukkan bahwa dinamika pasar lokal tetap stabil meskipun terdapat banyak pelaku usaha sejenis.

Lebih lanjut, penulis menilai bahwa meskipun struktur pasar yang dihadapi mendekati persaingan sempurna, faktor-faktor lokal seperti perubahan permintaan, tingkat penawaran dari pelaku usaha sejenis, serta preferensi masyarakat turut memengaruhi dinamika pasar. Namun, kemampuan Toko Kue Beppa Janda untuk menyesuaikan diri dengan harga pasar serta menjaga kualitas produk membuat usaha tersebut mampu bertahan di tengah persaingan yang kompetitif.

3.3 Strategi Persaingan yang Diterapkan oleh Toko Kue Beppa Janda Lapak Memey

Toko Kue Beppa Janda Lapak Memey menghadapi persaingan yang cukup ketat di pasar kuliner lokal, terutama karena banyaknya pelaku usaha serupa yang menjual produk dengan karakteristik hampir sama. Berdasarkan pengamatan umum, toko ini menerapkan strategi bersaing yang berfokus pada kualitas produk, harga yang terjangkau, inovasi, serta pelayanan kepada pelanggan.¹⁶ Pendekatan tersebut menjadi upaya untuk menciptakan keunggulan kompetitif di tengah persaingan pasar yang terbuka.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Muttaqin selaku pemilik toko, strategi utama yang diterapkan adalah menetapkan harga produk yang mudah dijangkau oleh masyarakat agar semua kalangan dapat menikmati produk Beppa Janda. Selain itu, beliau menekankan pentingnya inovasi dan pelayanan sebagai kunci untuk mempertahankan pelanggan. Inovasi dilakukan melalui penyediaan berbagai macam produk pendukung seperti sarabba, amplang, kopi, dan mi instan, serta berbagai kebutuhan lain yang dijual bersama kue khas Beppa Janda, dengan tujuan untuk menarik minat para pelanggan khususnya mereka yang sedang melakukan perjalanan jauh. Di sisi promosi, toko juga memanfaatkan media sosial dan pemasangan baliho di area wisata untuk menarik perhatian wisatawan dan masyarakat sekitar. Dengan langkah-langkah ini, toko tidak hanya mengandalkan cita rasa, tetapi juga memperluas daya tarik melalui pengalaman dan kenyamanan pelanggan saat berbelanja.

Wawancara dengan Mba Harmiyanti, salah satu karyawan Toko Kue Beppa Janda, juga memperkuat pentingnya pelayanan prima dalam strategi bersaing. Ia menjelaskan

¹⁶ Mediana Rahmatika, Tasya Salsabila, and Vicky F Sanjaya, "Analisis SWOT Dalam Pengembangan Strategi Pemasaran Pada Produk Fashion Toko Zelora Lampung," *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen* 35, no. 3 (2024): 213–34.

bahwa setiap karyawan diharuskan untuk selalu ramah, menyapa pelanggan, dan siap membantu dengan sikap profesional. Menurutnya, keramahan dan kesiapan dalam melayani konsumen mampu menciptakan kenyamanan dan kesan positif, sehingga banyak pelanggan yang kembali berbelanja. Selain itu, toko juga memperhatikan penampilan dan kebersihan karyawan, di mana seluruh karyawan diwajibkan mengenakan pakaian yang rapi dan bersih sebagai bentuk profesionalisme dalam bekerja dan menghargai pelanggan.

Sementara itu, Mas Alpian, salah satu karyawan lainnya, menambahkan bahwa pelayanan yang diberikan tidak hanya berfokus pada ramah-tamah, tetapi juga pada penyediaan tempat yang nyaman bagi konsumen. Menurutnya, suasana toko yang bersih, tertata rapi, dan memiliki ruang bagi pelanggan untuk menikmati produk di tempat menjadi salah satu faktor yang membuat pelanggan betah. Ia juga menekankan pentingnya keterampilan komunikasi dan kerja sama antar karyawan, karena hal tersebut membantu menjaga kecepatan dan ketepatan dalam melayani pesanan pelanggan, terutama saat toko sedang ramai pengunjung. Berikut ini disajikan foto keadaan Toko Kue Beppa Janda Lapak Memey:

Temuan wawancara ini sejalan dengan salah satu literatur yang ditulis oleh Wela Yusepa yang menyatakan bahwa dalam strategi pemasaran modern, keunggulan kompetitif dapat diperoleh melalui kombinasi antara harga, inovasi produk, dan kualitas pelayanan.¹⁷ Pelayanan yang ramah dan pengalaman pelanggan yang positif akan memperkuat citra merek dan meningkatkan loyalitas konsumen.¹⁸ Selain itu, inovasi yang berkelanjutan memungkinkan usaha kecil menengah untuk beradaptasi dengan selera pasar dan tetap relevan dalam persaingan.¹⁹ Dengan demikian, strategi yang diterapkan oleh Toko Kue Beppa Janda menunjukkan penerapan nyata dari prinsip pemasaran berbasis nilai pelanggan (customer value-based marketing).²⁰

Dari hasil analisis terhadap data wawancara dan sumber pustaka, dapat disimpulkan bahwa, strategi persaingan Toko Kue Beppa Janda Lapak Memey mengutamakan kombinasi antara harga terjangkau, inovasi produk, dan pelayanan berkualitas. Ketiga aspek ini menjadi kekuatan utama yang membuat toko mampu bertahan dan berkembang di tengah banyaknya pesaing lokal. Strategi tersebut tidak hanya menarik pelanggan baru tetapi juga menjaga loyalitas pelanggan lama melalui kualitas dan kenyamanan yang konsisten. Lebih lanjut, analisis penulis menunjukkan bahwa keberhasilan strategi ini juga dipengaruhi oleh kemampuan pemilik dan karyawan dalam memahami kebutuhan konsumen lokal. Dengan menempatkan kenyamanan pelanggan sebagai prioritas utama serta melakukan promosi yang kreatif di media sosial dan lokasi wisata, Toko Kue Beppa Janda berhasil menciptakan identitas usaha yang kuat. Hal ini membuktikan bahwa usaha kecil menengah dapat bersaing secara efektif jika mampu menggabungkan inovasi, pelayanan, dan strategi harga yang tepat sasaran sesuai dengan karakteristik pasar lokal.

¹⁷ Wela Yusepa Yusepa et al., "Peran Competitive Advantage Dalam Menarik Konsumen Di Pasar Lokal (Studi Pada Topshop Bandar Lampung)," *Al-A'mal: Jurnal Manajemen Bisnis Syariah* 1, no. 2 (2024): 29–40.

¹⁸ Muhammad Ujang Adi Setiawan and Teguh Budi Raharjo, "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Standar Grooming Dan Kebersihan Terhadap Kepuasan Pelanggan Melalui Citra Merek," *Permana: Jurnal Perpajakan, Manajemen, Dan Akuntansi* 16, no. 2 (2024): 289–313.

¹⁹ Mohammad Dendy Musthofa et al., "Peran Inovasi Dalam Pengembangan Produk UMKM Di Era Digital," *Journal of Innovation in Management, Accounting and Business* 4, no. 1 (2025): 64–69.

²⁰ Yohana Yusuf and Mariana Puspa Dewi, "Strategi Pemasaran Berbasis Nilai (Value-Based Marketing) Untuk Meningkatkan Daya Saing Transformer Center Kota Batu Di Industri Pariwisata Dan Perhotelan.," *Jurnal Pendidikan Indonesia* 5, no. 11 (2024).

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa Toko Kue Beppa Janda Lapak Memey beroperasi dalam struktur pasar yang mendekati persaingan sempurna, ditandai dengan banyaknya penjual dan pembeli serta tidak adanya pelaku usaha yang dapat mengendalikan harga secara dominan. Harga produk terbentuk melalui mekanisme permintaan dan penawaran sehingga toko menyesuaikan harga sesuai kondisi pasar yang berlaku. Meskipun menghadapi banyak pesaing dengan produk serupa, toko ini mampu bertahan berkat konsistensi dalam menjaga kualitas rasa, kebersihan, dan kestabilan harga, serta strategi bersaing melalui penetapan harga terjangkau, inovasi produk, dan peningkatan pelayanan pelanggan. Penambahan produk pendukung seperti sarabba, kopi, amplang, dan mi instan, serta promosi melalui media sosial dan baliho membantu menarik pelanggan, sementara pelayanan yang ramah dan profesional memperkuat loyalitas konsumen. Secara keseluruhan, keberhasilan Toko Kue Beppa Janda Lapak Memey menunjukkan bahwa UMKM dapat bertahan dan berkembang di tengah persaingan pasar yang dinamis dengan memahami struktur pasar, mengikuti mekanisme permintaan dan penawaran, menjaga kualitas produk, dan membangun hubungan baik dengan pelanggan.

REFERENCES

- Albar, Azib, Syahrul Ramadhan, Suci Citra Pratiwi Daulay, and Atikah Febriani Nainggolan. "Struktur Pasar Persaingan Sempurna." *Al-A'mal: Jurnal Manajemen Bisnis Syariah* 2, no. 1 (2025): 198–202.
- Andika, Hubi Rahmat, and Ishak Ishak. "Analisis Daya Saing Universitas Di Purworejo Dengan Pendekatan Five Forces Porter." *MAMEN: Jurnal Manajemen* 4, no. 3 (2025): 317–27.
- Ayu, Windi Dwi, Sahyuni Sahyuni, and Asri Djauhar. "Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan (Studi Kasus Pada Rumah Makan Bakso Solo Kelurahan Wawotobi Kecamatan Konawe Kabupaten Konawe)." *Sultra Journal of Economic and Business* 6, no. 1 (2025): 474–83.
- Chairina, Chairina, and Jarungjung Hutagaol. "Pengaruh Iklan Dalam Persaingan Pasar Monopolistik Dan Pasar Oligopoli." *All Fields of Science Journal Liaison Academia and Society* 2, no. 2 (2022): 347–56.
- Data, Teknik Pengumpulan. "Observasi." *Wawancara, Angket Dan Tes*, 2019.
- Dewi, Rizky Puspa. "Pasar Persaingan Sempurna: Relevansi Dan Aplikasinya Dalam Strategi Manajerial," n.d.
- Hadad, Mufida, and Romi Mesra. "Strategi Pemasaran Dalam Persaingan Bisnis Cap Tikus Di Desa Beringin." *Jurnal Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial (JELAS)* 2, no. 1 (2025): 34–43.
- Hidayat, Muhammad Fauzan Wahyu. "Analisis Struktur Pasar Buah Di Pasar Buah Minulyo Kota Pacitan." *JESS J Econ Soc Sci* 1, no. 1 (2022): 34–41.
- Jaya, Wihana Kirana. *Ekonomi Industri*. UGM PRESS, 2023.
- Khoir, Misbahul, Khozinul Ulum, and Imam Wahyudhi. "Bentuk Pasar Dalam Teori Ekonomi Mikro Dan Ekonomi Mikro Islam." *Journal Of Islamic Banking* 4, no. 2 (2023): 1–29.
- Malaka, Mashur. "Praktek Monopoli Dan Persaingan Usaha." *Al-'Adl* 7, no. 2 (2014): 39–52.
- Musthofa, Mohammad Dendy, Ahmad Rifai, Putri Puspita Ningrum, Danisa Rada Silvia, Riska Wulandari, and Siti Aisyah. "Peran Inovasi Dalam Pengembangan Produk

- UMKM Di Era Digital.” *Journal of Innovation in Management, Accounting and Business* 4, no. 1 (2025): 64–69.
- Noor, Triana Rosalina. “Fungsi Sosial-Ekonomi Pasar Tradisional (Studi Tentang Pasar Karah Kec. Jambangan, Kota Surabaya).” *At-Tahdzib: Jurnal Studi Islam Dan Muamalah* 5, no. 1 (2017): 77–96.
- Putri, Adelia Ananda, Elok Fadinda, Saefi Anissaturrohman, Zalfa Qonita, and Naerul Edwin Kiky Aprianto. “Peranan Kekuatan Pasar Dalam Penetapan Harga Dan Kemajuan Teknologi.” *Inisiatif: Jurnal Ekonomi, Akuntansi Dan Manajemen* 4, no. 1 (2025): 327.
- Qomaruddin, Qomaruddin, and Halimah Sa’diyah. “Kajian Teoritis Tentang Teknik Analisis Data Dalam Penelitian Kualitatif: Perspektif Spradley, Miles Dan Huberman.” *Journal of Management, Accounting, and Administration* 1, no. 2 (2024): 77–84.
- Rahmatika, Mediana, Tasya Salsabila, and Vicky F Sanjaya. “Analisis SWOT Dalam Pengembangan Strategi Pemasaran Pada Produk Fashion Toko Zelora Lampung.” *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen* 35, no. 3 (2024): 213–34.
- Setiawan, Muhammad Ujang Adi, and Teguh Budi Raharjo. “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Standar Grooming Dan Kebersihan Terhadap Kepuasan Pelanggan Melalui Citra Merek.” *Permana: Jurnal Perpajakan, Manajemen, Dan Akuntansi* 16, no. 2 (2024): 289–313.
- Yuliani, Wiwin. “Metode Penelitian Deskriptif Kualitatif Dalam Perspektif Bimbingan Dan Konseling.” *QUANTA: Jurnal Kajian Bimbingan Dan Konseling Dalam Pendidikan* 2, no. 2 (2018): 83–91.
- Yusepa, Wela Yusepa, Annisa Kamilawati, Pradita Tegifa Agesti, and Vicky F Sanjaya. “Peran Competitive Advantage Dalam Menarik Konsumen Di Pasar Lokal (Studi Pada Topshop Bandar Lampung).” *Al-A’mal: Jurnal Manajemen Bisnis Syariah* 1, no. 2 (2024): 29–40.
- Yusuf, Yohana, and Mariana Puspa Dewi. “Strategi Pemasaran Berbasis Nilai (Value-Based Marketing) Untuk Meningkatkan Daya Saing Transformer Center Kota Batu Di Industri Pariwisata Dan Perhotelan.” *Jurnal Pendidikan Indonesia* 5, no. 11 (2024).
- Zuhri, Muhammad Ilham, and Dede Ruslan. “Peran Permintaan Pasar Pada Perusahaan Dalam Struktur Pasar Persaingan Sempurna.” *EKOMA: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi* 4, no. 2 (2025): 3585–91.