

**SKRIPSI**

**ANALISIS DAMPAK KEHADIRAN USAHA KOPI KELILING TERHADAP  
KEBERLANGSUNGAN USAHA KOPI TETAP DI KABUPATEN PINRANG**



**OLEH**

**FAUZIAH DARWIS**  
**NIM : 2220203860202063**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**  
**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PAREPARE**

**2026**

**ANALISIS DAMPAK KEHADIRAN USAHA KOPI KELILING TERHADAP  
KEBERLANGSUNGAN USAHA KOPI TETAP DI KABUPATEN PINRANG**



**OLEH**

**FAUZIAH DARWIS  
NIM: 2220203860202063**

Skripsi Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)  
Pada Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut  
Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI  
PAREPARE**

**2026**

**PERSETUJUAN KOMISI PEMBIMBING**

Judul Skripsi : Analisis Dampak Kehadiran Usaha Kopi Keliling  
Terhadap Keberlangsungan Usaha Kopi Tetap Di  
Kabupaten Pinrang

Nama Mahasiswa : Fauziah Darwis

NIM : 2220203860202063

Program Studi : Ekonomi Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Dasar Penetapan Pembimbing : Surat Penetapan Pembimbing Skripsi  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
B-1148/In.39/FEBI.04/PP.00.9/04/2025

Pembimbing Utama : Disetujui Oleh:  
Rusnaena, M.Ag

NIP : 19860205 200312 2 001



Mengetahui:

Dekan,  
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam(Dr. Andi Bahri S, M.E., M.Fil.I.  
NIP.197811012009121003

# PENGESAHAN KOMISI PENGUJI

Judul Skripsi : Analisis Dampak Kehadiran Usaha Kopi Keliling  
Terhadap Keberlangsungan Usaha Kopi Tetap Di  
Kabupaten Pinrang

Nama Mahasiswa : Fauziah Darwis

NIM : 2220203860202063

Program Studi : Ekonomi Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Dasar Penetapan Pembimbing : Surat Penetapan Pembimbing Skripsi  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
B-2685/In.39/FEBI.04/PP.00.9/06/2026

Tanggal Ujian : 11 Juni 2026

Disahkan Oleh:

Rusnaena, M.Ag. (Ketua) (...)

Dr. Zainal Said, M.H. (Anggota) (...)

Dian Resky Pangestu, S.H., M.E. (Anggota) (...)

Mengetahui:

Dekan,  
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam



Dr. Andi Bahri S. M.E., M.Fil.I.  
NIP 197811012009121003

## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

أَلْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ، وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى أَشْرَفِ الْأَنْبِيَاءِ وَالْمُرْسَلِينَ، سَيِّدِنَا مُحَمَّدٍ وَعَلَى آلِهِ وَصَحْبِهِ أَجْمَعِينَ، أَمَّا بَعْدُ

Segala Puji dan Syukur tiada hentinya penulis curahkan atas kehadiran Allah SWT. Yang dengan keagungan-Nya telah melimpahkan segala rahmat, hidayah, dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Analisis Dampak Kehadiran Usaha Kopi Keliling Terhadap Keberlangsungan Usaha Kopi Tetap Di Kabupaten Pinrang”**, sebagai salah-satu syarat untuk menyelesaikan studi dan memperoleh gelar sarjana ekonomi (S.E) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare. Tak lupa penulis kirimkan shalawat serta salam kepada baginda Nabi Muhammad SAW sebagai sumber panutan dalam kehidupan sehari-hari.

Berbagai kesulitan telah dilewati dalam proses penyelesaian skripsi ini, namun berkat bantuan dan dukungan berbagai pihak sehingga akhirnya skripsi ini dapat selesai. Tidak lupa penulis mencurahkan, Terimakasih yang tak terhingga kepada Ayahanda Muhammad Darwis, S.H. dan Ibunda Subaeda atas segala bentuk bantuan, semangat, dan doa tulusnya sehingga penulis diberikan kelancaran dalam menyelesaikan skripsi ini. Terima kasih atas nasihat yang selalu diberikan meski terkadang pikiran kita tidak sejalan. Terima kasih sudah menjadi tempatku untuk pulang. Dan kepada kakak tercinta, Faradila Darwis, Hikmah Darwis, dan Hikfar Darwis. Terima kasih untuk terus memberikan dorongan, menjaga dan tetap kebersamai di masa proses ini.

Penulis telah menerima banyak bimbingan, bantuan dan saran yang sangat baik dari Ibu Rusnaena, M. Ag. selaku dosen pembimbing penulis dan karena itulah penulis mengucapkan banyak Terimakasih.

Pada kesempatan ini pula, izinkan penulis menyampaikan ungkapan terimakasih yang tulus kepada:

1. Ibu Prof. Dr. Hj. Darmawati, S.Ag., M.Pd. sebagai Rektor IAIN Parepare yang telah bekerja keras mengelola Pendidikan IAIN Parepare.
2. Bapak Dr. Andi Bahri S, M.E., M.Fil.I. sebagai Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam atas pengabdianannya menciptakan suasana Pendidikan yang positif bagi mahasiswa.
3. Ibu Rusnaena, M.Ag. atas arahan dan bimbingannya sehingga penulis dapat menyelesaikan studi dengan baik.
4. Bapak Dr. Zainal Said, M.H. dan Ibu Dian Resky Pangestu, S.H., M.E. selaku penguji yang telah meluangkan waktu mereka dalam mendidik penulis selama studi di IAIN Parepare.
5. Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Ekonomi Syariah yang telah meluangkan waktu mereka dalam hal mengajar dan mendidik penulis selama studi di IAIN Parepare.
6. Jajaran Staf Administrasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah banyak membantu mulai dari proses menjadi mahasiswa hingga pengurusan berkas ujian penyelesaian studi.
7. Kepala Perpustakaan IAIN Parepare beserta jajarannya yang telah memberikan pelayanan kepada penulis selama menjalani study di IAIN Parepare.

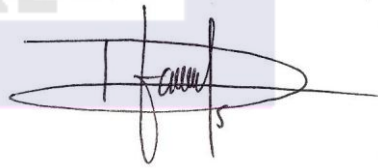
8. Kepada Sahabat “911” dan “505”. Terima kasih telah menjadi sahabat yang baik bagi penulis selama masa perkuliahan ini, atas telinga yang selalu siap mendengar, membuat penulis merasa tidak sendirian dan memberikan banyak kenangan baik selama masa perkuliahan. Terima kasih telah menjadi bagian dari cerita yang akan selalu penulis simpan di dalam ruang tersendiri di hati penulis.
9. Kepada teman-teman EION dan KKN Wanio Timoreng. Terima kasih sudah hadir dan membuat semua perjalanan kuliah ini menjadi terasa lebih berwarna, sukses selalu kita semua.

Penulis tak lupa pula mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang memberikan dukungan baik moral maupun material hingga tulisan ini dapat diselesaikan. Akhirnya, semoga skripsi ini bermanfaat dan kiranya pembaca memberikan saran yang membangun demi kesempurnaan skripsi ini.

Parepare, 11 Juni 2026

25 Dzulhijjah 1447 H

Penulis,



Fauziah Darwis

NIM: 2220203860202063

## PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Mahasiswa yang bertanda tangan dibawah ini:

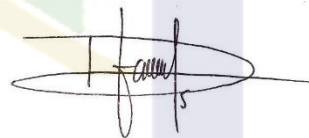
Nama : Fauziah Darwis  
Nim : 2220203860202063  
Tempat/Tgl. Lahir : Pinrang, 24 September 2004  
Judul Skripsi : Analisis Dampak Kehadiran Usaha Kopi Keliling Terhadap Keberlangsungan Usaha Kopi Tetap Di Kaabupaten Pinrang

Menyatakan dengan sesungguhnya dan penuh kesadaran bahwa skripsi ini benar merupakan hasil karya sendiri. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa skripsi ini merupakan duplikat, tiruan, plagiat, atau dibuat orang lain, sebagian atau seluruhnya, maka skripsi ini dan gelar yang diperoleh karenanya batal demi hukum.

Parepare, 11 Juni 2026

25 Dzulhijjah 1447 H

Penulis,



Fauziah Darwis

NIM: 2220203860202063

## ABSTRAK

**Fauziah Darwis.** *Analisis Dampak Kehadiran Usaha Kopi Keliling terhadap Keberlangsungan Usaha Kopi Tetap di Kabupaten Pinrang.* (Dibimbing oleh Ibu Rusnaena, M.Ag.).

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji karakteristik usaha kopi keliling, menganalisis dampak kehadiran usaha kopi keliling terhadap keberlangsungan usaha kedai kopi tetap, serta mengetahui strategi yang diterapkan oleh kedai kopi tetap dalam menghadapi persaingan usaha kopi keliling di Kabupaten Pinrang.

Metode yang digunakan adalah penelitian lapangan (field research) dengan pendekatan deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Informan dalam penelitian ini terdiri atas lima pelaku usaha kedai kopi tetap, yaitu Cafe Eureka, Rumah Kopi, Happiness Cafe, Cafe El Sunset, dan K3 Coffee, serta lima pelaku usaha kopi keliling, yaitu Kopi Pusa, Kopi Gacor, Kopi Candu, Kopi Djadi, dan 422 Coffee. Analisis data dilakukan melalui tahapan reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan dan verifikasi data.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1) karakteristik usaha kopi keliling di Kabupaten Pinrang ditandai dengan harga yang terjangkau, kualitas produk yang konsisten, pelayanan yang ramah, lokasi usaha yang fleksibel dan mudah dijangkau, serta kemampuan melakukan inovasi produk dan promosi untuk menarik pelanggan; 2) kehadiran usaha kopi keliling tidak memberikan dampak yang signifikan terhadap keberlangsungan usaha kedai kopi tetap karena kedai kopi memiliki keunggulan berupa suasana, fasilitas, kualitas produk, dan pelayanan yang mampu mempertahankan loyalitas pelanggan, meskipun pada beberapa usaha sempat terjadi penurunan pelanggan pada awal kemunculan kopi keliling; 3) strategi yang diterapkan oleh kedai kopi tetap dalam menghadapi persaingan usaha kopi keliling meliputi inovasi produk dan konsep usaha, fleksibilitas pelayanan, kemampuan merespons perubahan kebutuhan konsumen, pemanfaatan peluang pasar, serta konsistensi dalam menjaga kualitas produk dan pelayanan; 4) kehadiran usaha kopi keliling mendorong kedai kopi tetap untuk terus beradaptasi dan berinovasi sehingga mampu mempertahankan daya saing dan keberlangsungan usahanya di tengah perkembangan bisnis kopi yang semakin kompetitif.

**Kata Kunci:** Kopi Keliling, Kedai Kopi Tetap, Persaingan Bisnis, Keberlangsungan Usaha, Dampak Usaha

## DAFTAR ISI

|                                          | Halaman |
|------------------------------------------|---------|
| HALAMAN JUDUL.....                       | i       |
| PERSETUJUAN KOMISI PEMBIMBING .....      | ii      |
| PENGESAHAN KOMISI PENGUJI.....           | iii     |
| KATA PENGANTAR.....                      | iv      |
| ABSTRAK .....                            | vii     |
| PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI .....        | viii    |
| DAFTAR ISI .....                         | ix      |
| DAFTAR TABEL.....                        | xi      |
| DAFTAR GAMBAR .....                      | xii     |
| PEDOMAN TRANSITERASI DAN SINGKATAN ..... | xii     |
| BAB I PENDAHULUAN .....                  | 1       |
| A. Latar Belakang Masalah .....          | 1       |
| B. Rumusan Masalah .....                 | 7       |
| C. Tujuan Penelitian.....                | 7       |
| D. Manfaat Penelitian .....              | 7       |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....             | 9       |
| A. Tinjauan Penelitian Relevan.....      | 9       |
| B. Landasan Teoritis .....               | 11      |
| C. Kerangka Konseptual .....             | 19      |
| D. Kerangka Fikir .....                  | 21      |
| BAB III METODE PENELITIAN.....           | 23      |
| A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....  | 23      |
| B. Lokasi dan Waktu Penelitian .....     | 24      |
| C. Fokus Penelitian .....                | 24      |
| D. Jenis dan Sumber Data .....           | 25      |

|                                              |    |
|----------------------------------------------|----|
| E. Teknik Pengumpulan Data .....             | 26 |
| F. Uji Keabsahan Data.....                   | 28 |
| G. Teknik Analisis Data .....                | 29 |
| BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN ..... | 32 |
| A. Hasil Penelitian .....                    | 32 |
| B. Pembahasan Hasil Penelitian .....         | 56 |
| BAB V PENUTUP.....                           | 73 |
| DAFTAR PUSTAKA.....                          | 77 |
| LAMPIRAN.....                                | 82 |



**DAFTAR TABEL**

| <b>No. Tabel</b> | <b>Judul Tabel</b>                                                                 | <b>Halaman</b> |
|------------------|------------------------------------------------------------------------------------|----------------|
| 4.1              | Range Harga Kopi                                                                   | 57             |
| 4.2              | Kondisi Pendapatan<br>Kedai Kopi Tetap Setelah<br>Kehadiran Usaha Kopi<br>Keliling | 61             |
| 4.3              | Bentuk Inovasi Kedai<br>Kopi Tetap                                                 | 68             |

**DAFTAR GAMBAR**

| <b>No. Gambar</b> | <b>Judul Gambar</b> | <b>Halaman</b> |
|-------------------|---------------------|----------------|
| 2.1               | Kerangka Pikir      | 22             |



## TRANSLITERASI DAN SINGKATAN

### A. Transliterasi

#### 1. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lain lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda.

Daftar huruf bahasa Arab dan transliterasinya ke dalam huruf latin:

| Huruf | Nama | Huruf Latin        | Nama                       |
|-------|------|--------------------|----------------------------|
| ا     | Alif | Tidak dilambangkan | Tidak dilambangkan         |
| ب     | Ba   | B                  | Be                         |
| ت     | Ta   | T                  | Te                         |
| ث     | Tsa  | Ts                 | te dan sa                  |
| ج     | Jim  | J                  | Je                         |
| ح     | Ha   | ḥ                  | ha (dengan titik di bawah) |
| خ     | Kha  | Kh                 | ka dan ha                  |
| د     | Dal  | D                  | De                         |
| ذ     | Dzal | Dz                 | de dan zet                 |
| ر     | Ra   | R                  | Er                         |
| ز     | Zai  | Z                  | Zet                        |
| س     | Sin  | S                  | Es                         |
| ش     | Syin | Sy                 | es dan ya                  |
| ص     | Shad | ṣ                  | es (dengan titik di bawah) |

|    |        |   |                            |
|----|--------|---|----------------------------|
| ض  | Dhad   | ḍ | de (dengan titik dibawah)  |
| ط  | Ta     | ṭ | te (dengan titik dibawah)  |
| ظ  | Za     | ẓ | zet (dengan titik dibawah) |
| ع  | ‘ain   | ‘ | koma terbalik ke atas      |
| غ  | Gain   | G | Ge                         |
| ف  | Fa     | F | Ef                         |
| ق  | Qaf    | Q | Qi                         |
| ك  | Kaf    | K | Ka                         |
| ل  | Lam    | L | El                         |
| م  | Mim    | M | Em                         |
| ن  | Nun    | N | En                         |
| و  | Wau    | W | We                         |
| هـ | Ha     | H | Ha                         |
| ء  | Hamzah | ’ | Apostrof                   |
| ي  | Ya     | Y | Ya                         |

Hamzah (ء) yang di awal kata mengikuti vokalnya tanpa diberi tanda apapun. Jika terletak di tengah atau di akhir, ditulis dengan tanda(‘).

## 2. Vokal

- a. Vokal tunggal (monoftong) bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakaf, transliterasinya sebagai berikut:

| Tanda | Nama | Huruf Latin | Nama |
|-------|------|-------------|------|
|-------|------|-------------|------|

|    |        |   |   |
|----|--------|---|---|
| اَ | Fathah | A | A |
| اِ | Kasrah | I | I |
| اُ | Dhomma | U | U |

- b. Vokal rangkap (*diftong*) bahasa Arab yang lambangnya berupa gabung antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf, yaitu:

| Tanda | Nama           | Huruf Latin | Nama    |
|-------|----------------|-------------|---------|
| اَيَّ | Fathah dan Ya  | Ai          | a dan i |
| اَوَّ | Fathah dan Wau | Au          | a dan u |

Contoh :

كَيْفَ: Kaifa

حَوْلَ: Haula

### 3. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

| Harkat dan Huruf | Nama                    | Huruf dan Tanda | Nama                |
|------------------|-------------------------|-----------------|---------------------|
| اَآ              | Fathah dan Alif atau ya | Ā               | a dan garis diatas  |
| اِيَّ            | Kasrah dan Ya           | Ī               | i dan garis di atas |
| اُوَّ            | Kasrah dan Wau          | Ū               | u dan garis di atas |

Contoh :

مَاتَ : māta

رَمَى : ramā

قِيلَ : qīla

يَمُوتُ : yamūtu

### 4. Ta Marbutah

Transliterasi untuk *ta marbutah* ada dua:

- a. *ta marbutah* yang hidup atau mendapat harkat fathah, kasrah dan dammah, transliterasinya adalah [t].
- b. *ta marbutah* yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah [h].

Kalau pada kata yang terakhir dengan *ta marbutah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al-* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka *ta marbutah* itu ditransliterasikan dengan *ha (h)*.

Contoh :

|                           |                                                                 |
|---------------------------|-----------------------------------------------------------------|
| رَوْضَةُ الْجَنَّةِ       | : <i>raudah al-jannah</i> atau <i>raudatul jannah</i>           |
| الْمَدِينَةُ الْفَاضِلَةُ | : <i>al-madīnah al-fāḍilah</i> atau <i>al-madīnatul fāḍilah</i> |
| الْحِكْمَةُ               | : <i>al-hikmah</i>                                              |

## 5. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau tasydid yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda tasydid (ّ), dalam transliterasi ini dilambangkan dengan perulangan huruf (konsonan ganda) yang diberi tanda syaddah. Contoh:

|            |                   |
|------------|-------------------|
| رَبَّنَا   | : <i>Rabbānā</i>  |
| نَجَّيْنَا | : <i>Najjainā</i> |
| الْحَقُّ   | : <i>al-haqq</i>  |
| الْحَجُّ   | : <i>al-hajj</i>  |
| نُعَمُّ    | : <i>nu‘ima</i>   |
| عُدُّوْا   | : <i>‘aduwwun</i> |

Jika huruf ى bertasydid diakhir sebuah kata dan didahului oleh huruf kasrah (يَ), maka ia litransliterasi seperti huruf *maddah (i)*.

Contoh:

|           |                                       |
|-----------|---------------------------------------|
| عَرَبِيٌّ | : ‘Arabi (bukan ‘Arabiyy atau ‘Araby) |
| عَلِيٌّ   | : ‘Ali (bukan ‘Alyy atau ‘Aly)        |

## 6. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf ٴ (*alif lam ma’arifah*). Dalam pedoman transliterasi ini, kata sandang ditransliterasi seperti biasa, *al-*, baik ketika ia diikuti oleh huruf *syamsiah* maupun huruf *qamariah*. Kata sandang tidak mengikuti bunyi huruf

langsung yang mengikutinya. Kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikutinya dan dihubungkan dengan garis mendatar (-). Contoh:

|               |                                                  |
|---------------|--------------------------------------------------|
| الشَّمْسُ     | : <i>al-syamsu</i> (bukan <i>asy-syamsu</i> )    |
| الزَّلْزَلَةُ | : <i>al-zalزالah</i> (bukan <i>az-zalزالah</i> ) |
| الْفَلْسَفَةُ | : <i>al-falsafah</i>                             |
| الْبِلَادُ    | : <i>al-bilādu</i>                               |

## 7. Hamzah

Aturan transliterasi huruf hamzah menjadi apostrof (‘) hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan akhir kata. Namun bila hamzah terletak di awal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab ia berupa alif. Contoh:

|             |                    |
|-------------|--------------------|
| تَأْمُرُونَ | : <i>Ta’murūna</i> |
| النَّوْءُ   | : <i>Al-Nau’</i>   |
| شَيْءٌ      | : <i>Syai’un</i>   |
| أُمِرْتُ    | : <i>Umirtu</i>    |

## 8. Kata Arab yang lazim digunakan dalam Bahasa Indonesia

Kata, istilah atau kalimat Arab yang ditransliterasi adalah kata, istilah atau kalimat yang belum dibakukan dalam bahasa Indonesia. Kata, istilah atau kalimat yang sudah lazim dan menjadi bagian dari pembendaharaan bahasa Indonesia, atau sudah sering ditulis dalam tulisan bahasa Indonesia, tidak lagi ditulis menurut cara transliterasi di atas. Misalnya kata *Al-Qur’an* (dar *Qur’an*), *Sunnah*. Namun bila kata-kata tersebut menjadi bagian dari satu rangkaian teks Arab, maka mereka harus ditransliterasi secara utuh. Contoh:

*Fī zilāl al-qur’an*  
*Al-sunnah qabl al-tadwin*  
*Al-ibārat bi ‘umum al-lafẓ lā bi khusus al-sabab*

## 9. Lafẓ al-Jalalah (الله)

Kata “Allah” yang didahului partikel seperti huruf jar dan huruf lainnya atau berkedudukan sebagai *mudaf ilaih* (frasa nominal), ditransliterasi tanpa huruf hamzah. Contoh:

بِإِذْنِ اللَّهِ      *Dīnullah*      بِاِلهٍ      *billah*

Adapun *ta marbutah* di akhir kata yang disandarkan kepada *lafẓ al-jalālah*, ditransliterasi dengan huruf [t]. Contoh:

هُمْ فِي رَحْمَةِ اللَّهِ      *Hum fī rahmatillāh*

## 10. Huruf Kapital

Walau sistem tulisan Arab tidak mengenal huruf kapital, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga berdasarkan pada pedoman ejaan Bahasa Indonesia yang berlaku (EYD). Huruf kapital, misalnya, digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri (orang, tempat, bulan) dan huruf pertama pada permulaan kalimat. Bila nama diri didahului oleh kata sandang (*al-*), maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya. Jika terletak pada awal kalimat, maka huruf A dari kata sandang tersebut menggunakan huruf kapital (*Al-*). Contoh:

*Wa mā Muhammadun illā rasūl  
Inna awwala baitin wudi ‘a linnāsi lalladhī bi Bakkata mubārakan  
Syahru Ramadan al-ladhī unzila fih al-Qur’an  
Nasir al-Dīn al-Tusī  
Abū Nasr al-Farabi*

Jika nama resmi seseorang menggunakan kata *Ibnu* (anak dari) dan *Abū* (bapak dari) sebagai nama kedua terakhirnya, maka kedua nama terakhir itu harus disebutkan sebagai nama akhir dalam daftar pustaka atau daftar referensi. Contoh:

*Abū al-Walid Muhammad ibnu Rusyd, ditulis menjadi: Ibnu Rusyd, Abū al-Walīd Muhammad (bukan: Rusyd, Abū al-Walid Muhammad Ibnu)  
Naşr Ḥamīd Abū Zaid, ditulis menjadi: Abū Zaid, Naşr Ḥamīd (bukan: Zaid, Naşr Ḥamīd Abū)*

## 11. Singkatan

Beberapa singkatan yang dibakukan adalah:

|               |   |                                                  |
|---------------|---|--------------------------------------------------|
| swt.          | = | <i>subḥānahū wa ta‘āla</i>                       |
| saw.          | = | <i>ṣallallāhu ‘alaihi wa sallam</i>              |
| a.s.          | = | <i>‘alaihi al- sallām</i>                        |
| H             | = | Hijriah                                          |
| M             | = | Masehi                                           |
| SM            | = | Sebelum Masehi                                   |
| l.            | = | Lahir tahun                                      |
| w.            | = | Wafat tahun                                      |
| QS .../...: 4 | = | QS al-Baqarah/2:187 atau QS Ibrāhīm/ ..., ayat 4 |
| HR            | = | Hadis Riwayat                                    |

Beberapa singkatan dalam bahasa Arab:

ص = صفحة

|      |                        |
|------|------------------------|
| دم   | = بدون                 |
| صلعم | = صلى الله عليه وسلم   |
| ط    | = طبعة                 |
| نن   | = بدون ناشر            |
| الخ  | = إلى آخرها / إلى آخره |
| ج    | = جزء                  |

Beberapa singkatan yang digunakan secara khusus dalam teks referensi perlu dijelaskan kepanjangannya, diantaranya sebagai berikut:

- ed. : Editor (atau, eds. [dari kata editors] jika lebih dari satu orang editor). Karenadalam bahasa Indonesia kata “editor” berlaku baik untuk satu atau lebih editor, maka ia bisa saja tetap disingkat ed. (tanpa s).
- et al. : “Dan lain-lain” atau “dan kawan-kawan” (singkatan dari et alia). Ditulis dengan huruf miring. Alternatifnya, digunakan singkatan dkk. (“dan kawan-kawan”) yang ditulis dengan huruf biasa/tegak.
- Cet. : Cetakan. Keterangan frekuensi cetakan buku atau literatur sejenis.
- Terj. : Terjemahan (oleh). Singkatan ini juga digunakan untuk penulisan karya terjemahan yang tidak menyebutkan nama penerjemahnya.
- Vol.: Volume. Dipakai untuk menunjukkan jumlah jilid sebuah buku atau ensiklopedi dalam bahasa Inggris.Untuk buku-buku berbahasa Arab biasanya digunakan kata juz.
- No. : Nomor. Digunakan untuk menunjukkan jumlah nomor karya ilmiah berkala seperti jurnal, majalah, dan sebagainya.

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan sektor usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Indonesia menunjukkan dinamika yang sangat pesat dalam beberapa tahun terakhir. UMKM tidak hanya menjadi tulang punggung perekonomian nasional, tetapi juga berperan penting dalam menciptakan lapangan kerja, meningkatkan pendapatan masyarakat, serta mendorong pertumbuhan ekonomi daerah.<sup>1</sup> Salah satu sektor UMKM yang mengalami pertumbuhan signifikan adalah usaha di bidang makanan dan minuman, khususnya usaha kopi.

Fenomena meningkatnya konsumsi kopi di Indonesia tidak terlepas dari perubahan gaya hidup masyarakat, terutama di kalangan generasi muda. Kopi kini tidak hanya dipandang sebagai minuman, tetapi juga menjadi bagian dari gaya hidup, sarana bersosialisasi, serta simbol identitas sosial. Hal ini mendorong munculnya berbagai jenis usaha kopi, mulai dari kedai kopi modern (coffee shop), kafe, hingga usaha kopi berskala kecil yang lebih fleksibel seperti kopi keliling.<sup>2</sup> Pada tahun 2017 Indonesia menjadi negara penghasil kopi terbesar nomor empat di dunia, dengan total

---

<sup>1</sup> Anggita Tresliyana Suryana dan Burhanuddin, 'Kopi, Pengaruh Kompetensi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Usaha UMKM', *Jurnal Agrisep*, 2021.

<sup>2</sup> Berliana Anggun Septiani and Istiarsi Saptuti Sri Kawuryan, 'Analisa Penyebab Turunnya Produksi Kopi Robusta Kabupaten Temanggung', *Ekuitas (Jurnal Ekonomi Dan Keuangan)*, 5.3 (2021).

produksi 8% dari total produksi dunia, yaitu sebesar 639 ribu ton per tahun, yang terdiri atas 72,84% kopi Robusta dan 27,16% kopi Arabika.<sup>3</sup>

Perkembangan bisnis minuman sangatlah pesat, terutama dalam bisnis sektor penjualan kopi yang kekinian, makin banyak pelaku bisnis yang menggeluti sektor ini. Karena pelakunya yang mulai banyak maka produk yang ditawarkan akan semakin beragam. Kedai kopi kini dekat dengan generasi millennial, Dengan didukung budaya minum kopi yang kuat dikalangan masyarakat Sehingga bisnis kopi dinilai menjanjikan.<sup>4</sup> Hal tersebut ditandai dengan maraknya kemunculan kedai kopi dengan konsepnya masing- masing.

Dalam beberapa tahun terakhir, tren konsumsi kopi di Indonesia mengalami perkembangan yang signifikan. Fenomena ini tidak hanya terlihat dari meningkatnya jumlah kedai kopi (coffee shop) di berbagai daerah, tetapi juga dari keberagaman model usaha yang muncul di sektor ini.<sup>5</sup> Jika sebelumnya kedai kopi identik dengan bangunan permanen dan tempat yang nyaman untuk nongkrong, kini hadir inovasi baru berupa usaha kopi keliling (mobile coffee).<sup>6</sup> Inovasi ini menawarkan kemudahan akses bagi konsumen, harga yang lebih terjangkau, serta fleksibilitas lokasi yang tinggi.

Di Kabupaten Pinrang, fenomena usaha kopi keliling menjadi semakin menonjol. Di beberapa titik keramaian, seperti taman kota, pusat olahraga, dan area

---

<sup>3</sup> Dkk Jihat Fatya, 'Peran Kenaikan Ekspor Kopi Tahun 2021–2024 Dalam Mendukung Pembangunan Berkelanjutan Di Indonesia', *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 2024.

<sup>4</sup> Julhijjah Gorahe, Muhammad Qadri Burga, and Septy Herviani, 'Strategi Kedai Ok Boss Coffee Menghadapi Persaingan Kedai Kopi Di Pulau Morotai Dalam Perspektif Ekonomi Syariah', *Jariqa: Journal of Management, Business, and Economics*, 2.1 (2025).

<sup>5</sup> Duala Oktoriani, 'Tren Ekonomi Dan Budaya Konsumsi Kopi Di Indonesia', *Jurnal ISO: Jurnal Ilmu Sosial, Politik Dan Humaniora*, 6 (2025).

<sup>6</sup> Rina Supriyadi, Dwi & Lestari, 'Tren Konsumsi Kopi Di Indonesia', *Jurnal Bisnis Dan Inovasi*, 8 No, 2 (2022).

perkantoran, dapat dengan mudah ditemukan gerobak atau kendaraan bermotor yang menjajakan kopi. Usaha ini umumnya dijalankan oleh individu atau kelompok kecil dengan modal terbatas namun kreativitas tinggi dalam menyajikan produk. Kaum muda seperti pelajar dan mahasiswa sering mengonsumsi minuman kopi supaya dapat konsentrasi belajar dan menyelesaikan tugas.<sup>7</sup> Sedangkan Para pekerja mengonsumsi kopi yang biasanya dilakukan pada pagi dan siang hari untuk membuat mereka selalu terjaga untuk dapat konsentrasi dalam menjalankan aktivitas sepanjang hari.

Hal ini terlihat dari semakin banyaknya pelaku usaha kopi keliling yang beroperasi di ruang-ruang publik, seperti tepi jalan utama, kawasan perkantoran, area pendidikan, dan titik-titik keramaian lainnya. Bahkan, dalam praktiknya sering dijumpai beberapa pedagang kopi keliling yang berjualan bersampingan di satu lokasi yang sama, terutama pada jam-jam tertentu. Kondisi ini menunjukkan adanya peningkatan jumlah pelaku usaha yang memanfaatkan peluang pasar kopi di tingkat lokal.<sup>8</sup> Warung kopi dilihat memberi kesempatan kepada anggota-anggota sosial untuk berkumpul, berbicara, menulis, membaca, menghibur satu sama lain, atau bersantai, baik secara individu atau dalam kelompok kecil.

Meningkatnya jumlah pelaku usaha kopi keliling tersebut secara tidak langsung menciptakan situasi persaingan usaha yang semakin ketat, baik antar sesama pedagang kopi keliling maupun antara usaha kopi keliling dengan kedai kopi tetap.<sup>9</sup> Ketika beberapa pedagang berada pada lokasi yang sama dan menawarkan produk serupa,

---

<sup>7</sup> Olivia Frances and Herlin Hidayat, 'Memanfaatkan Peluang, Berbisnis Kopi Masa Kini.', *Ejournal.Atmajaya*, 2020, 19–36.

<sup>8</sup> Nurdayati dkk, 'Analisis Persaingan Usaha Antar Warung Kopi Tradisional Dengan Warung Kopi Modern Di Kecamatan Wenang Kota Manado', (2021).

<sup>9</sup> M. S. H. et al. Ischak, 'Tinjauan Persaingan Usaha Dagang Antar Warung Kopi Tradisional Dan Warung Kopi Modern Di Gorontalo.', *Jurnal Ilmu Hukum Dan Tata Negara.*, 2025.

maka persaingan tidak hanya berkaitan dengan harga, tetapi juga kualitas rasa, kecepatan pelayanan, variasi menu, serta cara pelaku usaha menarik perhatian konsumen.

Persaingan antara usaha kopi keliling dan usaha kopi tetap di Kabupaten Pinrang menjadi fenomena yang menarik untuk dikaji lebih dalam. Hal ini disebabkan karena kedua jenis usaha tersebut memiliki segmentasi pasar yang tidak sepenuhnya berbeda, sehingga berpotensi saling mempengaruhi. Konsumen yang sebelumnya mengunjungi kedai kopi tetap mungkin beralih ke kopi keliling karena faktor harga atau kemudahan akses.<sup>10</sup> Sebaliknya, konsumen kopi keliling juga dapat beralih ke kafe untuk mendapatkan pengalaman yang lebih nyaman.

Dalam perspektif ekonomi syariah, persaingan usaha merupakan hal yang diperbolehkan selama dilakukan secara sehat dan tidak merugikan pihak lain. Islam bahkan mendorong umatnya untuk berlomba-lomba dalam kebaikan sebagaimana firman Allah Swt. dalam QS. Al-Baqarah ayat 148 yang berbunyi

وَلِكُلِّ وُجْهَةٌ هُوَ مُوَلِّيُّهَا فَاسْتَبِقُوا الْخَيْرَاتِ

Artinya:

"Dan setiap umat mempunyai kiblat yang dia menghadap kepadanya. Maka berlomba-lombalah dalam kebaikan..." (QS. Al-Baqarah: 148).

Ayat tersebut menunjukkan bahwa persaingan tidak dipandang sebagai sesuatu yang negatif, melainkan sebagai sarana untuk meningkatkan kualitas, inovasi, dan pelayanan sehingga dapat memberikan manfaat yang lebih besar kepada masyarakat.

<sup>10</sup> Septi Putri Pratama, 'Analisis Kelayakan Bisnis Dan Strategi Pengembangan UMKM Kedai Kopi Di Tengah Persaingan Industri Kreatif', *Jurnal Ilmiah Ekonomi*, 2024.

Selain itu, kehadiran kopi keliling juga mencerminkan adanya perubahan perilaku konsumen dalam mengonsumsi kopi. Konsumen kini cenderung lebih mengutamakan kepraktisan, efisiensi waktu, serta harga yang terjangkau.<sup>11</sup> Hal ini menjadi tantangan bagi usaha kopi tetap untuk beradaptasi dengan kebutuhan dan preferensi konsumen yang terus berubah.

Dari perspektif ekonomi, fenomena ini juga dapat dianalisis sebagai bentuk kompetisi dalam pasar yang bersifat dinamis. Kehadiran pelaku usaha baru dengan model bisnis yang lebih fleksibel dapat mendorong peningkatan efisiensi, inovasi, serta kualitas layanan dalam industri. Namun, di sisi lain, hal ini juga dapat menimbulkan tekanan bagi pelaku usaha lama yang tidak mampu beradaptasi dengan perubahan tersebut.<sup>12</sup> Oleh karena itu, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam membangun ekosistem usaha kopi yang sehat, inklusif, dan berkelanjutan.

Keberlangsungan usaha kopi tetap menjadi isu penting dalam konteks ini. Keberlangsungan usaha tidak hanya berkaitan dengan kemampuan bertahan dalam jangka pendek, tetapi juga mencakup kemampuan untuk berkembang, berinovasi, serta mempertahankan eksistensi dalam jangka panjang.<sup>13</sup> Faktor-faktor seperti strategi pemasaran, kualitas produk, pelayanan, lokasi, serta kemampuan beradaptasi terhadap perubahan pasar menjadi aspek penting yang mempengaruhi keberlangsungan usaha.

Namun demikian, hingga saat ini masih belum banyak penelitian yang secara khusus mengkaji dampak kehadiran usaha kopi keliling terhadap keberlangsungan

---

<sup>11</sup> Doni Sahat Tua Manalu, 'Analisis Perilaku Konsumen Dalam Pengambilan Keputusan Pembelian Kopi Di Kopi Vokasi', *Jurnal Sains Terapan Pariwisata*, 2024.

<sup>12</sup> N. Tohari, 'Analisis Persaingan UMKM Coffee Shop Kabupaten Jember.', *Journal of Social Science Research*, 2023.

<sup>13</sup> J. M. Amadea, M. B., Ariani, M., & Wibowo, 'Analisis Perilaku Konsumen Kopi Keliling Sebagai Gaya Hidup Modern Generasi Muda.', *Journal of Economic, Business and Accounting*, 2023.

usaha kopi tetap, khususnya di daerah seperti Kabupaten Pinrang. Sebagian besar penelitian lebih banyak berfokus pada strategi pemasaran, perilaku konsumen, atau analisis kelayakan usaha kopi secara umum.<sup>14</sup> Oleh karena itu, penelitian ini menjadi penting untuk memberikan gambaran empiris mengenai bagaimana interaksi antara kedua jenis usaha tersebut serta dampaknya terhadap keberlangsungan usaha kopi tetap.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi baik secara teoritis maupun praktis. Secara teoritis, penelitian ini dapat memperkaya kajian mengenai dinamika persaingan dalam sektor UMKM, khususnya pada industri kopi. Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi pelaku usaha kopi tetap dalam merumuskan strategi bisnis yang lebih adaptif dan kompetitif.

---

<sup>14</sup> Siti Rahmawati, 'Perubahan Pola Konsumsi Masyarakat Terhadap Produk Kopi Di Tengah Tren Usaha Kopi Keliling', *Jurnal Sosioekonomi*, 2023.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang dikemukakan oleh penulis, maka rumusan masalah dari penelitian ini yaitu:

1. Bagaimana karakteristik usaha kopi keliling?
2. Bagaimana dampak dari kehadiran usaha kopi keliling terhadap keberlangsungan kedai kopi tetap?
3. Bagaimana strategi yang diterapkan oleh kedai kopi tetap untuk tetap bertahan dalam menghadapi persaingan terhadap usaha kopi keliling yang semakin meningkat?

## **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang dikemukakan oleh penulis, maka tujuan penelitian dari penelitian ini yaitu:

1. Untuk mengkaji karakteristik dari usaha kopi keliling.
2. Untuk mengetahui dampak dari kehadiran usaha kopi keliling terhadap keberlangsungan kedai kopi tetap.
3. Untuk mengetahui strategi yang diterapkan oleh kedai kopi tetap untuk tetap bertahan dalam menghadapi persaingan terhadap usaha kopi keliling yang semakin meningkat.

## **D. Manfaat Penelitian**

1. Manfaat teoritis dari penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan dalam bidang ekonomi, khususnya terkait dengan dinamika

persaingan usaha antara kopi keliling dan kedai kopi tetap. Selain itu, hasil penelitian ini dapat menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya yang ingin mengkaji tentang strategi bisnis, keberlangsungan usaha, serta perkembangan UMKM di tengah persaingan yang semakin ketat.

2. Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak. Bagi pelaku usaha kopi keliling, penelitian ini dapat memberikan gambaran mengenai karakteristik usaha serta dampaknya dalam persaingan usaha sehingga dapat dijadikan sebagai bahan evaluasi untuk meningkatkan kualitas dan daya saing. Bagi pemilik kedai kopi tetap, hasil penelitian ini dapat menjadi bahan pertimbangan dalam menentukan strategi yang tepat agar mampu bertahan dan berkembang di tengah persaingan yang semakin meningkat. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi masukan bagi pemerintah dalam merumuskan kebijakan yang mendukung perkembangan UMKM secara adil dan berkelanjutan, khususnya pada sektor usaha kopi. Bagi peneliti selanjutnya, penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi dan acuan dalam melakukan penelitian lanjutan yang berkaitan dengan persaingan usaha, strategi bisnis, dan keberlangsungan UMKM.

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### A. Tinjauan Penelitian Relevan

Penelitian relevan merupakan acuan untuk digunakan sebagai sumber kepustakaan bagi penelitian selanjutnya, yang mana penelitian-penelitian tersebut digunakan untuk membandingkan hasil penelitian tersebut dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis. Pembahasan mengenai konsep persaingan bisnis antara kedai kopi keliling dengan kedai kopi tetap ini telah penulis temukan dalam beberapa tulisan dan beberapa sumber. Berikut beberapa penelitian yang relevan yang dijadikan landasan oleh penulis dalam melakukan penelitian diantaranya:

Skripsi karya Alya Alifachda Lasasi yang berjudul “Analisis Persaingan Usaha Antar Warung Kopi Tradisional Dengan Warung Kopi Modern Di Kecamatan Wenang Kota Manado”. Skripsi ini membahas mengenai persaingan antara warung kopi tradisional dan modern di Kecamatan Wenang, Kota Manado tergolong sehat karena masing-masing memiliki pasar sendiri. Warung kopi tradisional umumnya hanya menerapkan sebagian dari strategi pemasaran 7P, sedangkan warung kopi modern menerapkan seluruhnya.<sup>15</sup> Persamaan antara kedua skripsi terletak pada fokus kajian yang sama-sama membahas persaingan dalam usaha kopi. Perbedaannya, penelitian pada skripsi lebih menekankan strategi pemasaran antar pelaku usaha dengan pendekatan bauran pemasaran 7P (product, price, place, promotion, people, process, physical evidence), sedangkan penulis pada penelitian ini lebih fokus pada dampak kehadiran usaha kopi keliling terhadap keberlangsungan usaha kedai kopi tetap.

---

<sup>15</sup> Alya Alifachda Lasasi, ‘ Analisis Persaingan Usaha Antar Warung Kopi Tradisional Dengan Warung Kopi Modern Di Kecamatan Wenang Kota Manado ’, 2021

Frances Olivia dan Herlin Hidayat, dalam jurnalnya yang diterbitkan oleh Ejournal Atmajaya dengan judul *Memanfaatkan Peluang, Berbisnis Kopi Masa Kini*, menjelaskan mengenai bisnis kopi yang memiliki peluang besar karena tren konsumsi kopi yang terus meningkat. Strategi yang digunakan mencakup penjualan online, kerja sama dengan jasa pengantaran, serta fokus pada kualitas dan harga terjangkau.<sup>16</sup> Adapun persamaan dari penelitian yang dikaji oleh Frances Olivia dan Herlin Hidayat dengan penelitian yang sedang dilakukan oleh penulis yaitu kedua penelitian membahas bisnis kopi dalam konteks perkembangan dan peluang di industri kopi saat ini. Adapun perbedaannya Jurnal oleh Frances Olivia dan Herlin Hidayat fokus pada strategi memanfaatkan peluang bisnis kopi modern secara umum, sementara penulis pada penelitian ini ingin lebih spesifik mengkaji dampak kehadiran usaha kopi keliling terhadap keberlangsungan usaha kedai kopi tetap.

Dede Yeni Maryani, Dini Rochdiani dan Budi Setia, dalam jurnalnya yang berjudul *Strategi Pengembangan Bisnis Kedai Kopi “AI Coffee” Di Desa Pakemitan Kecamatan Ciawi Kabupaten Tasikmalaya*, menganalisis dan merumuskan strategi yang tepat untuk mengembangkan usaha kedai kopi lokal, yaitu AI Coffee, agar dapat bersaing dan berkembang secara berkelanjutan. Jurnal ini membahas kondisi internal dan eksternal bisnis melalui pendekatan seperti analisis SWOT, serta mengidentifikasi peluang, tantangan, kekuatan, dan kelemahan yang dimiliki. Adapun persamaan dari penelitian yang dikaji oleh Dede Yeni Maryani, Dini Rochdiani dan Budi Setia dengan penelitian yang sedang dilakukan oleh penulis yaitu sama-sama membahas tentang usaha kopi lokal dan bertujuan memahami cara mempertahankan serta

---

<sup>16</sup> Frances and Hidayat.' *Memanfaatkan Peluang, Berbisnis Kopi Masa Kini*, ejournal Atmaja, 2020

mengembangkan bisnis. Bedanya, jurnal tersebut fokus pada strategi internal pengembangan satu kedai kopi tetap, sementara penulis dalam penelitian ini menyoroti dampak kehadiran usaha kopi keliling terhadap keberlangsungan usaha kedai kopi tetap.

## **B. Landasan Teoritis**

### **1. Teori Persaingan usaha**

Persaingan berasal dari kata dasar “saing” yang berarti berlomba atau mendahului, dengan kata lain yaitu usaha yang dilakukan untuk memperhatikan keunggulan masing-masing yang dilakukan perorangan atau badan hukum dalam bidang perdagangan, produksi, dan pertahanan.<sup>17</sup> Persaingan usaha merupakan proses kompetisi antar pelaku usaha independen dalam memproduksi dan memasarkan barang atau jasa untuk menarik konsumen dan memperoleh keuntungan.<sup>18</sup> Dalam konteks bisnis, persaingan mendorong pelaku usaha untuk terus meningkatkan kualitas produk, efisiensi, serta inovasi agar mampu menarik dan mempertahankan konsumen.<sup>19</sup> Selain itu, persaingan yang sehat berperan penting dalam menciptakan pasar yang dinamis, memberikan lebih banyak pilihan, serta nilai yang lebih baik bagi konsumen.

Menurut Fakhry Zam-Zam dan Havis Aravik persaingan adalah usaha untuk memperlihatkan keunggulan masing-masing pihak yang dilakukan oleh perseorangan (perusahaan, negara) pada bidang produksi, perdagangan dan lain sebagainya. Dalam

<sup>17</sup> Andini dan Aditya, *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (Surabaya: Prima Media, 2002).

<sup>18</sup> Muh. Yusuf St Hajar Putri, Dian Resky Pangestu, Umaina, ‘Optimalisasi Strategi Layanan Custom Untuk Meningkatkan Daya Saing Usaha Buket Bunga’, 9.1 (2026), 26–38 <<https://doi.org/10.32764/joems.v9i1.1718>>.

<sup>19</sup> Muhammad Rizky Kurniawan dan Rowlan Takaya, ‘Strategi, Inovasi, Dan Kinerja Dalam Dinamika Persaingan Pasar’, *Jurnal Manajemen, Akuntansi, Dan Ekonomi*, 2024.

konteks persaingan usaha atau bisnis adalah suatu usaha untuk menjadi yang terbaik diantara para penjual dalam menjalankan bisnis untuk mencapai keuntungan yang diinginkan dengan cara yang baik.<sup>20</sup> Dengan demikian persaingan usaha atau bisnis adalah persaingan yang terjadi diantara pelaku usaha yang secara independen berusaha untuk mendapatkan konsumen dengan menawarkan harga yang baik dengan kualitas barang atau jasa yang baik juga.

Salah satu tokoh penting dalam teori ini adalah Michael E. Porter, yang memperkenalkan konsep “Five Forces” atau Lima Kekuatan Persaingan. Teori ini menjelaskan bahwa intensitas persaingan dalam suatu industri dipengaruhi oleh lima kekuatan utama: ancaman pendatang baru, ancaman produk pengganti, kekuatan tawar-menawar pembeli, kekuatan tawar-menawar pemasok, dan persaingan antar perusahaan yang sudah ada. Dalam persaingan usaha, pelaku bisnis dituntut untuk menciptakan keunggulan kompetitif agar tetap mampu menarik konsumen di tengah pilihan-pilihan yang ada.<sup>21</sup> Persaingan adalah proses sosial yang melibatkan individu atau kelompok yang saling berlomba dan berbuat sesuatu untuk mencapai kemenangan tertentu.

Islam memandang kegiatan usaha sebagai bagian dari aktivitas muamalah yang diperbolehkan selama dilakukan sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Dalam menjalankan usaha, setiap pelaku bisnis diperkenankan untuk bersaing guna memperoleh keuntungan dan mempertahankan keberlangsungan usahanya.<sup>22</sup> Namun,

---

<sup>20</sup> Fakhry ZamZam dan Havis Aravik, *Etika Bisnis Islam Seni Berbisnis Keberkahan* (Jakarta: Graha Ilmu, 2011).

<sup>21</sup> Hintoro, S. & Wijaya, A. F. (2021). *Analisis Strategi Bersaing pada Biznet Branch Salatiga Menggunakan Porter's Five Forces*. Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi, 2(6), 729-738.

<sup>22</sup> dan Rizal Lutfi Aziz Muhammad Ismail, Ardi Megantoro, 'Implementasi Etika Bisnis Islam Dalam Persaingan Usaha Percetakan', *Journal Tafkirul Iqtishodiyah*, 2023.

persaingan yang dilakukan harus berlandaskan pada nilai-nilai kejujuran, keadilan, dan tidak merugikan pihak lain. Oleh karena itu, Islam tidak melarang persaingan usaha, melainkan mendorong persaingan yang sehat dan memberikan manfaat bagi masyarakat.

Konsep persaingan dalam Islam dapat dilihat dalam firman Allah Swt. pada QS. Al-Baqarah ayat 148:

وَلِكُلِّ وُجْهَةٌ هُوَ مُوَلِّيهَا فَاسْتَبِقُوا الْخَيْرَاتِ ۚ أَيْنَ مَا تَكُونُوا يَأْتِ بِكُمُ اللَّهُ جَمِيعًا ۚ إِنَّ اللَّهَ عَلَىٰ كُلِّ شَيْءٍ قَدِيرٌ

Artinya:

“Dan setiap umat mempunyai kiblat yang dia menghadap kepadanya. Maka berlomba-lombalah dalam kebaikan. Di mana saja kamu berada, pasti Allah akan mengumpulkan kamu semuanya. Sungguh, Allah Maha Kuasa atas segala sesuatu.” (QS. Al-Baqarah: 148).

Ayat tersebut menunjukkan bahwa Islam mendorong umat manusia untuk berlomba-lomba dalam melakukan kebaikan. Dalam konteks bisnis, persaingan dapat dimaknai sebagai upaya pelaku usaha untuk memberikan produk dan pelayanan terbaik kepada konsumen.<sup>23</sup> Persaingan yang sehat akan mendorong peningkatan kualitas produk, pelayanan, inovasi, dan efisiensi usaha sehingga memberikan manfaat bagi pelaku usaha maupun masyarakat sebagai konsumen.

Dalam mengukur tingkat persaingan usaha, terdapat beberapa indikator yang dapat digunakan, yaitu persaingan harga, yang menunjukkan kemampuan usaha dalam

<sup>23</sup> dan Wahyu Hidayat Savira Handyana, Handojo Waloejo, ‘Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Peacockoffie Gombel Semarang’, *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 2023.

menawarkan harga yang kompetitif. Lalu kualitas produk, yang mencerminkan mutu rasa, bahan, dan konsistensi produk. Kemudian, pelayanan, yaitu kualitas pengalaman yang diberikan kepada konsumen. Lalu, lokasi dan aksesibilitas, yang berkaitan dengan kemudahan konsumen menjangkau usaha. serta inovasi produk dan strategi pemasaran, yang mencakup kemampuan usaha dalam menciptakan variasi produk dan melakukan promosi yang menarik.<sup>24</sup> Indikator-indikator ini digunakan untuk menilai seberapa kuat suatu usaha mampu bersaing di pasar.

Dalam kaitannya dengan penelitian yang dilakukan penulis, teori persaingan usaha ini sangat relevan. Keberadaan usaha kopi keliling sebagai model bisnis yang lebih fleksibel, murah, dan menjangkau konsumen secara langsung merupakan bentuk ancaman nyata bagi kedai kopi tetap yang memiliki model bisnis berbeda. Persaingan ini tidak hanya terjadi dalam hal harga, tetapi juga mencakup kenyamanan, aksesibilitas, pelayanan, dan kualitas produk. Dengan menggunakan teori persaingan usaha, penelitian ini dapat menganalisis bagaimana usaha kopi keliling memberikan tekanan terhadap eksistensi kedai kopi tetap, serta bagaimana persepsi konsumen terhadap kedua bentuk usaha ini memengaruhi kekuatan dan kelemahan masing-masing pelaku usaha dalam merebut pasar di Kabupaten Pinrang.

---

<sup>24</sup> Dini Sentyaningrum and others, 'Etika Bisnis Islam Seni Berbisnis Dalam Keberkahan', 1 (2021), 69–80.

## 2. Teori Dampak

Teori dampak menjelaskan tentang perubahan atau akibat yang ditimbulkan oleh suatu aktivitas, kebijakan, program, maupun fenomena tertentu terhadap individu, kelompok, organisasi, atau masyarakat. Dalam konteks penelitian sosial dan ekonomi, dampak dipahami sebagai konsekuensi yang muncul setelah adanya suatu peristiwa atau perubahan yang memengaruhi kondisi sebelumnya. Salah satu tokoh yang banyak membahas konsep dampak adalah William N. Dunn, yang menjelaskan bahwa dampak merupakan hasil atau konsekuensi yang ditimbulkan oleh suatu tindakan atau kebijakan, baik yang bersifat positif maupun negatif, serta dapat terjadi secara langsung maupun tidak langsung.<sup>25</sup> Dampak menjadi indikator penting untuk menilai pengaruh yang ditimbulkan oleh suatu peristiwa terhadap kondisi yang ada sebelumnya.

Inti dari teori dampak adalah bahwa setiap perubahan yang terjadi dalam suatu lingkungan akan menimbulkan pengaruh terhadap pihak-pihak yang terlibat. Dampak tersebut dapat berupa perubahan ekonomi, sosial, perilaku, maupun perubahan dalam tingkat kesejahteraan.<sup>26</sup> Oleh karena itu, analisis dampak digunakan untuk mengetahui sejauh mana suatu fenomena memberikan pengaruh terhadap kondisi yang diamati.

Dalam mengukur dampak, terdapat beberapa indikator yang dapat digunakan, yaitu perubahan pendapatan, yang menunjukkan adanya peningkatan atau penurunan

---

<sup>25</sup> Siti Fatikhatus Sya'adah Fatik Dkk, 'Analisis Kebijakan P5 & PPRA: Perspektif Teori William Dunn', *Jurnal Tambora*, 2025.

<sup>26</sup> Nur Aeni dan Siti Nurhayati, 'Analisis Dampak Sosial Ekonomi Terhadap Kehidupan Masyarakat Pasca Implementasi Suatu Program Pembangunan', *Jurnal Ekonomi Dan Kebijakan Publik*, 2023.

pendapatan akibat suatu fenomena. Kemudian, perubahan jumlah konsumen, yaitu perubahan tingkat kunjungan atau pembelian yang terjadi setelah munculnya suatu kondisi baru. Selanjutnya, perubahan daya saing usaha, yang menggambarkan kemampuan usaha dalam mempertahankan posisi di tengah persaingan. Ada juga perubahan perilaku konsumen, yaitu perubahan pola pembelian atau preferensi konsumen terhadap suatu produk atau layanan. Selain itu, terdapat perubahan keberlangsungan usaha, yang menunjukkan kemampuan usaha untuk tetap bertahan dan beroperasi dalam menghadapi perubahan lingkungan bisnis.<sup>27</sup> Indikator-indikator tersebut digunakan untuk menilai besar kecilnya pengaruh yang ditimbulkan oleh suatu fenomena terhadap objek penelitian.

Dalam kaitannya dengan penelitian yang dilakukan penulis, teori dampak sangat relevan untuk menjelaskan pengaruh kehadiran usaha kopi keliling terhadap kedai kopi tetap. Munculnya kopi keliling dapat memberikan dampak terhadap jumlah pelanggan, tingkat pendapatan, serta daya saing kedai kopi tetap. Selain itu, kehadiran kopi keliling juga berpotensi mengubah perilaku konsumen yang lebih memilih layanan praktis dan mudah dijangkau. Oleh karena itu, teori dampak digunakan untuk menganalisis sejauh mana keberadaan usaha kopi keliling memengaruhi kondisi dan keberlangsungan usaha kedai kopi tetap dalam menghadapi persaingan bisnis yang semakin dinamis.

---

<sup>27</sup> Andi Nurwahidah dan Syarifuddin, 'Dampak Perubahan Perilaku Konsumen Terhadap Daya Saing Dan Keberlangsungan Usaha Mikro', *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 2024.

### 3. Teori Keberlangsungan Usaha

Teori keberlangsungan usaha (business sustainability) pada dasarnya menjelaskan bagaimana suatu usaha mampu bertahan, berkembang, dan tetap kompetitif dalam jangka panjang di tengah perubahan lingkungan bisnis. Salah satu tokoh yang banyak dijadikan rujukan adalah Geoffrey G. Jones, yang melihat keberlangsungan usaha sebagai kemampuan perusahaan untuk beradaptasi dengan dinamika pasar, inovasi, serta menjaga hubungan dengan pelanggan dan pemangku kepentingan. Selain itu, konsep keberlangsungan usaha juga erat kaitannya dengan gagasan John Elkington melalui teori *Triple Bottom Line*, yang menekankan bahwa keberlangsungan tidak hanya dilihat dari aspek keuntungan, tetapi juga dari aspek sosial dan lingkungan.<sup>28</sup> Dalam konteks usaha kecil seperti kedai kopi, teori ini dapat dimaknai sebagai kemampuan pelaku usaha dalam mempertahankan pendapatan, menjaga loyalitas pelanggan, serta menyesuaikan strategi bisnis terhadap perubahan tren konsumsi.

Dalam mengukur keberlangsungan usaha, terdapat beberapa indikator yang dapat digunakan, yaitu kemampuan inovasi, yang menunjukkan kemampuan usaha dalam menciptakan atau mengembangkan produk, layanan, maupun cara pemasaran agar tetap menarik bagi konsumen.<sup>29</sup> Kemudian, fleksibilitas strategi, yaitu kemampuan usaha menyesuaikan kebijakan dan langkah bisnis sesuai dengan perubahan kondisi pasar dan persaingan. Selanjutnya, kecepatan merespons perubahan, yang menggambarkan seberapa cepat pelaku usaha menanggapi perubahan kebutuhan konsumen, tren pasar, maupun munculnya pesaing baru. Ada pula kemampuan

---

<sup>28</sup> dan Agus Subhan Prasetyo Waode Resty Septia Angreny, Wulan Sumekar, 'Keberlanjutan UMKM Berdasarkan Modal Sosial Dan Triple Bottom Line', *Jurnal Agribest*, 2021.

<sup>29</sup> St Hajar Putri and Dian Resky Pangestu, 'Optimalisasi Strategi Layanan Custom Untuk Meningkatkan Daya Saing Usaha Buket Bunga JoEMS', 9.1 (2026), 26–38.

membaca peluang pasar, yaitu kemampuan mengidentifikasi dan memanfaatkan peluang yang muncul untuk meningkatkan daya saing dan mempertahankan keberlangsungan usaha. Selain itu, konsistensi dan kejelasan strategi menunjukkan adanya arah dan tujuan usaha yang jelas dalam menghadapi berbagai tantangan bisnis. Indikator-indikator tersebut digunakan untuk menilai sejauh mana suatu usaha mampu bertahan, berkembang, dan mempertahankan eksistensinya dalam lingkungan bisnis yang dinamis.<sup>30</sup> Indikator-indikator ini digunakan sebagai tolok ukur untuk menilai kemampuan usaha dalam bertahan dan berkembang dalam jangka panjang.

Dalam kaitannya dengan penelitian yang dilakukan penulis, teori keberlangsungan usaha memberikan landasan untuk menganalisis sejauh mana kedai kopi tetap mampu bertahan di tengah hadirnya usaha kopi keliling. Kehadiran kopi keliling dapat memengaruhi aspek pendapatan, jumlah pelanggan, serta strategi pemasaran kedai kopi tetap. Jika kedai kopi tetap mampu beradaptasi misalnya dengan meningkatkan kualitas produk, memperbaiki layanan, atau menciptakan pengalaman konsumen yang unik maka keberlangsungan usaha mereka tetap terjaga. Sebaliknya, jika tidak mampu bersaing, maka keberadaan usaha kopi keliling berpotensi mengurangi daya saing dan mengancam kelangsungan usaha tersebut. Dengan demikian, teori ini relevan untuk menjelaskan hubungan antara perubahan struktur persaingan dan kemampuan bertahan pelaku usaha dalam penelitian Anda.

---

<sup>30</sup> dan Farah Wulandari Pangestuty Ignatius Reynar, 'Analisis Hubungan Literasi Digital Dan Literasi Ekonomi Dengan Keberlangsungan Usaha Mikro Dan Kecil', *Journal of Development Economic and Social Studies*, 2 (2023).

### C. Kerangka Konseptual

Agar memahami tujuan penelitian yang berjudul “Dampak Kehadiran Usaha Kopi Keliling Terhadap Kedai Kopi Tetap di Kabupaten Pinrang” maka dari itu peneliti akan menjelaskan definisi dari masing-masing kata yang terdapat dalam judul tersebut.

#### 1. Dampak

Dampak adalah pengaruh atau akibat yang ditimbulkan oleh suatu fenomena terhadap kondisi tertentu, baik yang bersifat positif maupun negatif. Dampak dapat dilihat dalam jangka pendek maupun jangka panjang, serta dapat memengaruhi berbagai aspek usaha.<sup>31</sup> Dalam penelitian ini, dampak merujuk pada perubahan yang dialami kedai kopi tetap setelah hadirnya usaha kopi keliling, seperti perubahan jumlah pelanggan, tingkat penjualan, pendapatan, hingga perubahan dalam strategi pemasaran dan pelayanan.

#### 2. Kehadiran

Kehadiran adalah munculnya atau eksistensi suatu usaha atau fenomena dalam suatu wilayah tertentu yang dapat memengaruhi kondisi di sekitarnya. Kehadiran tidak hanya berarti keberadaan secara fisik, tetapi juga mencakup intensitas dan frekuensi aktivitas usaha tersebut.<sup>32</sup> Dalam konteks penelitian ini, kehadiran usaha kopi keliling menunjukkan mulai beroperasinya usaha tersebut dan ikut berpartisipasi dalam persaingan pasar di wilayah penelitian.

#### 3. Usaha Kopi Keliling

---

<sup>31</sup> dan Syahrul Amsari Ahmad Muhajir, Imelda Saragih, ‘Analisis Peran Usaha Kopi Keliling Dalam Memenuhi Kebiasaan Konsumsi Mahasiswa’, *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 2024.

<sup>32</sup> Alvey Davelino Dkk, ‘Analisis Pengembangan UMKM Broshan: Studi Kasus Usaha Kopi Keliling Di Tangerang’, *Jurnal Pariwisata Dan Perhotelan*, 2024.

Usaha kopi keliling didefinisikan sebagai bentuk usaha penyedia minuman kopi yang bersifat mobile atau berpindah-pindah lokasi, menggunakan sarana seperti gerobak, sepeda motor, atau kendaraan tertentu. Usaha ini tidak memiliki lokasi usaha permanen dan beroperasi dengan mendekatkan produk kepada konsumen.<sup>33</sup> Dalam penelitian ini, usaha kopi keliling dipahami sebagai fenomena usaha yang muncul sebagai respons terhadap kebutuhan konsumen akan kepraktisan, kemudahan akses, dan efisiensi waktu.

#### 4. Kedai Kopi Tetap

Kedai kopi tetap adalah usaha penyedia minuman kopi yang memiliki lokasi usaha permanen dan menyediakan ruang bagi konsumen untuk menikmati kopi di tempat. Kedai kopi tetap umumnya menawarkan pengalaman konsumsi yang tidak hanya berfokus pada produk, tetapi juga pada suasana, kenyamanan, dan interaksi sosial.<sup>34</sup> Dalam penelitian ini, kedai kopi tetap dipahami sebagai model usaha konvensional yang telah lebih dulu berkembang sebelum hadirnya usaha kopi keliling.

Berdasarkan definisi tersebut, maka yang dimaksud pada judul penelitian “Dampak Kehadiran Usaha Kopi Keliling Terhadap Kedai Kopi Tetap di Kabupaten Pinrang” adalah suatu kajian yang menganalisis pengaruh muncul dan berkembangnya usaha kopi yang bersifat mobile atau berpindah-pindah terhadap kondisi usaha kedai kopi yang menetap di lokasi permanen, khususnya di wilayah Kabupaten Pinrang. Pengaruh tersebut mencakup berbagai aspek keberlangsungan usaha, seperti perubahan jumlah pelanggan, tingkat pendapatan, daya saing, serta strategi yang diterapkan oleh kedai kopi tetap dalam menghadapi persaingan. Dengan demikian, penelitian ini

---

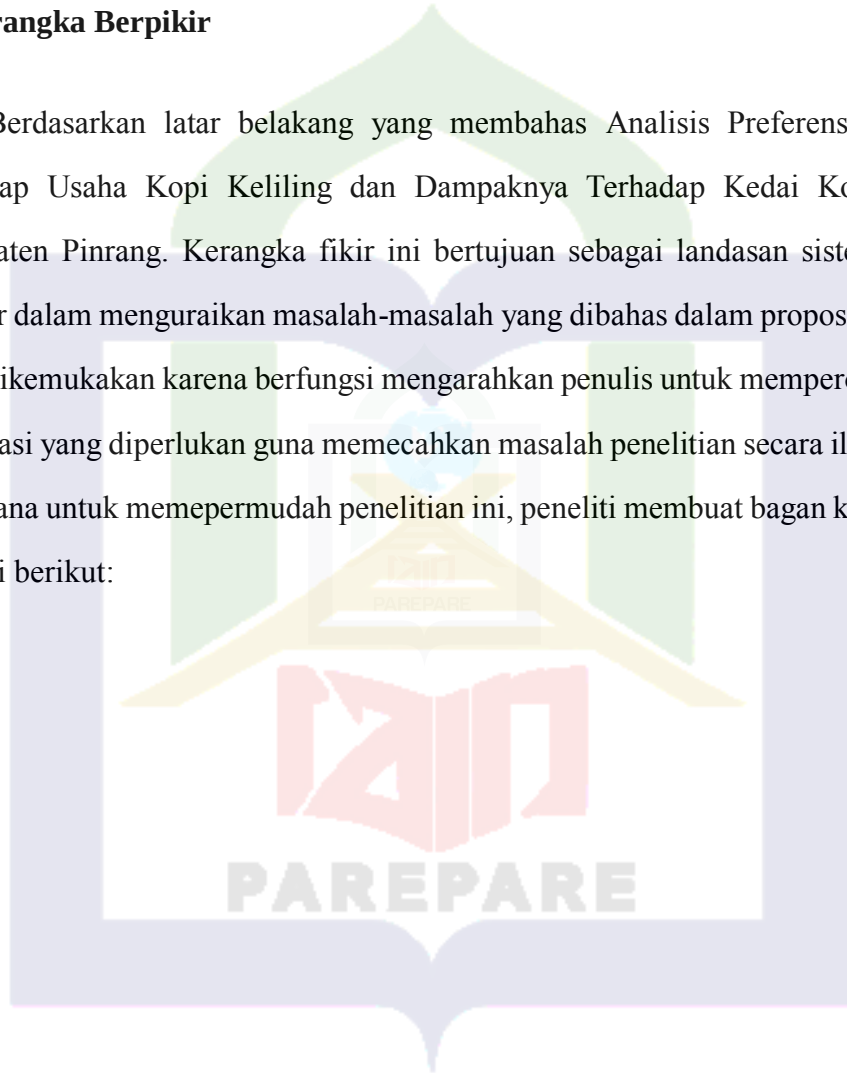
<sup>33</sup> Maulida et Al., ‘Pengaruh Perilaku Konsumen Dan Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Keliling Di Jawa Timur.’, *Jurnal Ilmiah Sosio Agribis*, 2025.

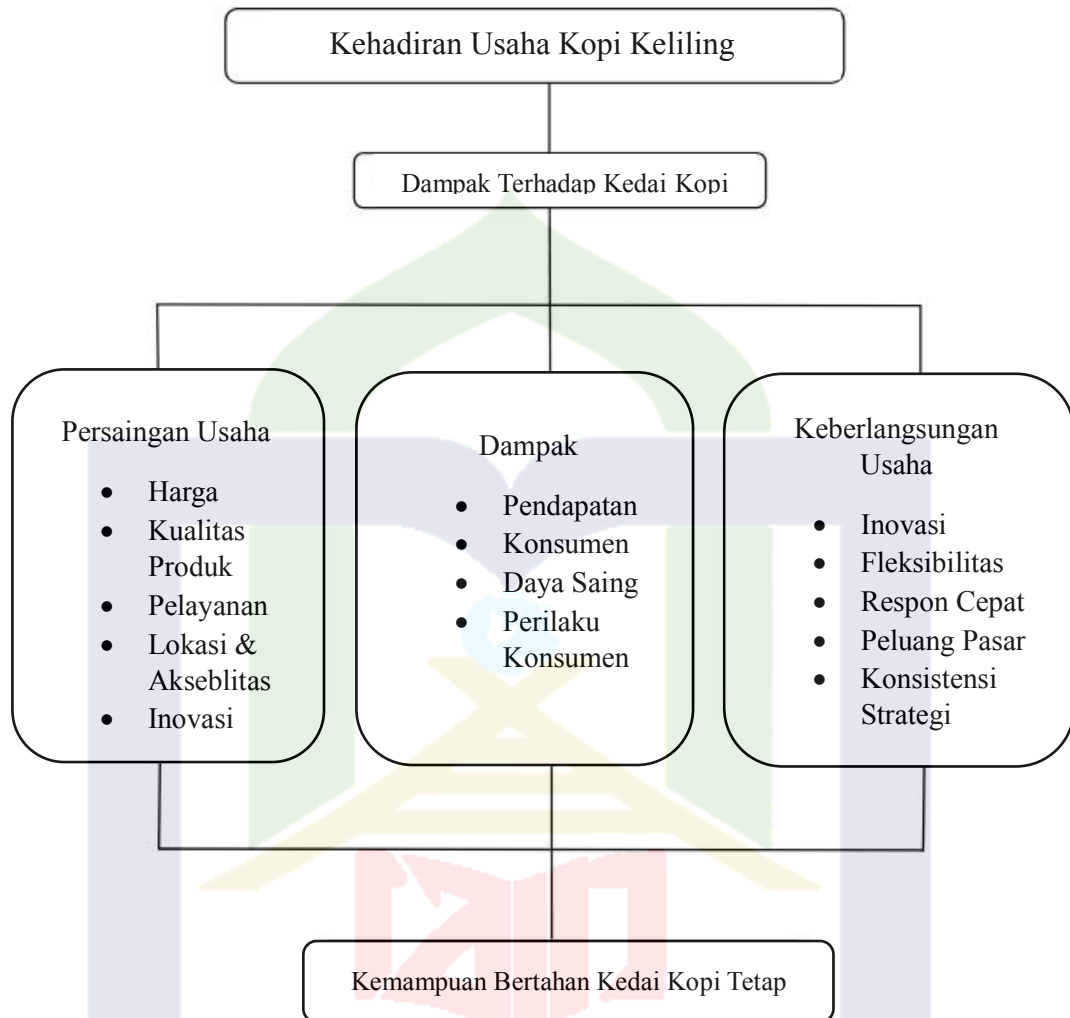
<sup>34</sup> Siti Aisah & Budi Harto, ‘Analisis Customer Journey Dalam Meningkatkan Customer Experience Pelanggan Di Fore Coffee Shop’, *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi*, 2025.

bertujuan untuk mengetahui sejauh mana kehadiran usaha kopi keliling memberikan konsekuensi, baik positif maupun negatif, terhadap kemampuan kedai kopi tetap dalam mempertahankan dan menjalankan usahanya di tengah dinamika pasar yang ada.

#### **D. Kerangka Berpikir**

Berdasarkan latar belakang yang membahas Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Usaha Kopi Keliling dan Dampaknya Terhadap Kedai Kopi Tetap di Kabupaten Pinrang. Kerangka fikir ini bertujuan sebagai landasan sistematis untuk berfikir dalam menguraikan masalah-masalah yang dibahas dalam proposal ini. Hal ini perlu dikemukakan karena berfungsi mengarahkan penulis untuk memperoleh data dan informasi yang diperlukan guna memecahkan masalah penelitian secara ilmiah. Secara sederhana untuk mempermudah penelitian ini, peneliti membuat bagan kerangka fikir sebagai berikut:





## 2.1 Kerangka Pikir

### BAB III METODE PENELITIAN

#### A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang bertujuan untuk memahami fenomena yang dialami oleh subjek penelitian secara mendalam, holistik, dan deskriptif dalam bentuk kata-kata, bukan angka.<sup>35</sup> Dalam penelitian ini, peneliti berupaya menggali dan memahami bagaimana dampak kehadiran usaha kopi keliling terhadap keberlangsungan usaha kedai kopi tetap di Kabupaten Pinrang berdasarkan pengalaman, pandangan, serta kondisi nyata yang dialami oleh pelaku usaha.

Adapun pendekatan penelitian yang digunakan adalah pendekatan deskriptif kualitatif. Pendekatan ini berfokus pada penggambaran secara sistematis mengenai fakta-fakta di lapangan terkait kondisi persaingan usaha, strategi adaptasi, serta keberlangsungan usaha kedai kopi tetap setelah munculnya usaha kopi keliling.<sup>36</sup> Lebih menekankan pada proses pemahaman makna dari fenomena yang terjadi, sehingga dapat memberikan gambaran yang mendalam dan menyeluruh mengenai situasi yang diteliti.

Selain itu, metode ini didukung oleh teknik pengumpulan data wawancara mendalam dan dokumentasi, yang memastikan data yang kaya dan autentik. Kombinasi ini memungkinkan penelitian untuk menghasilkan temuan yang tidak hanya deskriptif

---

<sup>35</sup> Farida Nugrahani, *Metode Penelitian Kualitatif Dalam Penelitian Pendidikan Bahasa* (Surakarta: Cakra Books, 2021).

<sup>36</sup> Wiwin Yuliani, 'Metode Penelitian Deskriptif Kualitatif Dalam Perspektif Bimbingan Dan Konseling', *Jurnal Kajian Bimbingan Dan Konseling Dalam Pendidikan*, 2023.

tetapi juga kontekstual, memberikan kontribusi bagi literatur tentang persaingan bisnis kuliner di Indonesia.

## **B. Lokasi Dan Waktu Penelitian**

Lokasi penelitian ini adalah Kabupaten Pinrang, Sulawesi Selatan. Pemilihan lokasi ini didasarkan pada pertimbangan bahwa wilayah ini memiliki pertumbuhan bisnis kopi keliling yang signifikan, sehingga relevan untuk mengkaji dampak kehadiran usaha kopi keliling terhadap keberlangsungan usaha. Kabupaten Pinrang merupakan daerah dengan populasi yang aktif dalam kegiatan sosial dan ekonomi, termasuk pasar kuliner yang berkembang pesat, yang memungkinkan eksplorasi bagaimana usaha kopi keliling bersaing dengan model bisnis tetap. Pemilihan lokasi ini didasarkan pada pertimbangan bahwa Pinrang memiliki keragaman konsumen, mulai dari pekerja hingga mahasiswa, memberikan perspektif yang luas tentang fenomena persaingan bisnis kopi. Waktu penelitian dilaksanakan selama satu bulan lamanya.

## **C. Fokus Penelitian**

Fokus penelitian ini adalah untuk menggambarkan dan menganalisis dampak kehadiran usaha kopi keliling terhadap keberlangsungan usaha kedai kopi tetap di Kabupaten Pinrang. Secara khusus, penelitian ini berfokus pada kondisi persaingan usaha yang terjadi antara kedai kopi tetap dan usaha kopi keliling, yang meliputi aspek harga, kualitas produk, pelayanan, lokasi dan aksesibilitas, serta inovasi produk dan strategi pemasaran. Selain itu, penelitian ini juga memfokuskan kajian pada bagaimana strategi adaptasi yang dilakukan oleh pelaku usaha kedai kopi tetap dalam menghadapi perubahan lingkungan usaha tersebut.

Selanjutnya, penelitian ini juga berfokus pada keberlangsungan usaha kedai kopi tetap yang dilihat dari aspek pendapatan, jumlah dan loyalitas pelanggan, kemampuan beradaptasi, efisiensi operasional, serta inovasi produk dan layanan. Dengan demikian, fokus penelitian ini diarahkan untuk memahami secara mendalam bagaimana kehadiran usaha kopi keliling memengaruhi dinamika usaha kedai kopi tetap serta bagaimana pelaku usaha mempertahankan keberlangsungan usahanya di tengah persaingan yang terjadi.

#### **D. Jenis dan Sumber Data**

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kualitatif, yaitu data yang berbentuk deskripsi atau penjelasan dari informan mengenai fenomena yang diteliti, khususnya terkait dampak kehadiran usaha kopi keliling terhadap keberlangsungan usaha kedai kopi tetap di Kabupaten Pinrang. Sumber data dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder.

##### **1. Data Primer**

Data primer adalah data utama yang diperoleh secara langsung dari sumber pertama di lapangan, yaitu para pemilik atau pelaku usaha kedai kopi tetap, pelaku usaha kopi keliling, serta konsumen yang terkait.<sup>37</sup> Data ini diperoleh melalui wawancara dan observasi untuk mendapatkan informasi yang mendalam mengenai kondisi persaingan, strategi adaptasi, dan keberlangsungan usaha.

---

<sup>37</sup> Mamik, 'Metodologi Kualitatif', Sidoarjo: Zifatama Publisher, 2022.

## 2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data pendukung yang diperoleh dari sumber tidak langsung, seperti buku, jurnal ilmiah, penelitian terdahulu, artikel, serta dokumen atau laporan yang relevan dengan topik penelitian.<sup>38</sup> Data sekunder ini digunakan untuk memperkuat analisis dan memberikan landasan teori dalam memahami fenomena yang diteliti.

### E. Teknik Pengumpulan Dan Pengolahan Data

Teknik yang digunakan untuk mengumpulkan data dalam penelitian ini adalah dengan observasi, wawancara dan dokumentasi:

#### a. Observasi

Observasi adalah bagian dalam pengumpulan data. Observasi berarti mengumpulkan data langsung dari lapangan. Dalam tradisi kualitatif, data tidak akan diperoleh di belakang meja, tetapi harus terjun ke lapangan, ke tetangga, ke organisasi dan komunikasi. Data yang diobservasi dapat berupa gambaran tentang sikap, kelakuan, perilaku, tindakan, keseluruhan interaksi antara manusia.<sup>39</sup> Data observasi juga dapat berupa interaksi dalam suatu organisasi atau pengalaman para anggota dalam berorganisasi.

---

<sup>38</sup> Muhammad Irfani dan Lena Satlita, 'Sumber Dan Jenis Data Dalam Penelitian Kualitatif', *Journal of Public Policy and Administration Research*, Vol. 9 No. (2024).

<sup>39</sup> M. K. Relandia, 'Observasi Dalam Penelitian Kualitatif: Teknik Pengumpulan Data Lapangan.', *Jurnal Ilmiah Pendidikan Dasar*, 2025.

## b. Wawancara

Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan itu dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu. Teknik wawancara yang digunakan oleh peneliti adalah wawancara berstruktur, yang dimana peneliti menggunakan pedoman wawancara yang telah tersusun secara sistematis dan lengkap untuk pengumpulan datanya.<sup>40</sup> Pedoman wawancara yang digunakan hanya berupa garis-garis besar permasalahan yang akan ditanyakan.

Dalam penelitian ini peneliti melakukan wawancara langsung dengan pemilik bisnis Dan pegawai untuk mendapatkan data yang berkaitan dengan tujuan penelitian. Sehingga data hasil wawancara ini yang nantinya akan menjadi bahan analisis peneliti.

## c. Dokumentasi

Metode Penelitian adalah teknik mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa transkrip, buku, surat kabar, majalah, agenda dan sebagainya.<sup>41</sup> Hasil penelitian dari observasi dan wawancara akan menjadi lebih dapat dipercaya apabila didukung oleh adanya dokumentasi. Adapun data yang akan di dokumentasikan oleh peneliti meliputi:

- 1) Gambar proses wawancara dengan para informan Di Kabupaten Pinrang.
- 2) Gambar hasil produksi yang sudah jadi.

---

<sup>40</sup> S. Ultavia, A., Jannati, P., Fildza, Q., & Qathrunnada, 'Metode Pengumpulan Data Kualitatif: Observasi, Wawancara, Dokumentasi.', *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 2025.

<sup>41</sup> S. Arif, K., Ismail, I. A., Festiyed, F., Sriyolja, Z., & Yuda, 'Panduan Berbasis Bukti Untuk Penulisan Artikel Ilmiah Bereputasi.', *Jurnal Pendidikan Dan Teknologi Indonesia.*, 2025.

## F. Uji Keabsahan Data

Keabsahan data adalah informasi yang tidak membedakan antara informasi yang diperoleh peneliti dengan informasi yang sebenarnya ada pada objek penelitian, sehingga dapat diperhitungkan keabsahan informasi yang disajikan. Uji validitas data terdiri dari empat pengujian, diantaranya meliputi *Uji credibility*, *Uji transferability*, *Uji dependability*, *Uji confirmability*. Akan tetapi, dalam penelitian ini hanya menggunakan beberapa cara untuk menguji keabsahan data hasil penelitian yaitu uji kredibilitas yang di dalamnya adalah uji triangulasi terdiri dari teknik dan sumber:

### 1. Uji Kredibilitas (*Creadibility*)

Uji kredibilitas data yaitu uji untuk menilai kebenaran dari temuan penelitian kualitatif. Kepercayaan (*Creadibility*) pada dasarnya berfungsi untuk menunjukkan derajat kepercayaan hasil-hasil penemuan dengan jalan pembuktian oleh peneliti pada kenyataan yang sedang diteliti.<sup>42</sup> Uji kredibilitas atau kepercayaan terhadap data hasil penelitian kualitatif antara lain dengan perpanjangan pengamatan, peningkatan ketekunan dalam penelitian, trigulasi, diskusi dengan teman sejawat, analisis kasus negatif dan member *check*.

### 2. Uji Transferabilitas (*Transferability*)

Dalam penelitian kualitatif, nilai transferabilitas bergantung pada pembaca sejauh mana temuan penelitian dapat ungkapkan ke dalam konteks dan situasi sosial lain.

### 3. Uji Dependabilitas (*Dependability*)

---

<sup>42</sup> Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2021).

Uji dependabilitas (dependability) adalah salah satu kriteria keabsahan data dalam penelitian kualitatif yang menunjukkan tingkat konsistensi proses penelitian dari awal hingga akhir.<sup>43</sup> Artinya, penelitian dapat dikatakan dependabel jika seluruh prosesnya, mulai dari pengumpulan data, analisis, hingga penarikan kesimpulan dilakukan secara sistematis, terdokumentasi dengan baik, dan dapat ditelusuri kembali oleh peneliti lain.

#### 4. Uji Konfirmabilitas

Dalam penelitian kualitatif lebih dimaknai sebagai konsep transparansi, yaitu suatu bentuk kesediaan peneliti untuk membawakan proses dan unsur-unsur penelitiannya kepada public, yang pada gilirannya memungkinkan pihak lain untuk menilai hasilnya. Sehingga penelitian yang dilakukan akan mendapatkan kesepakatan antara para pihak.

### G. Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan proses penting dalam menginterpretasi pengumpulan data menjadi data yang bermakna untuk menjawab pertanyaan penelitian. Schuut berpendapat bahwa dalam hal mendeskripsikan data tekstual, analisis kualitatif cenderung bersifat induktif, dimana peneliti diminta untuk mengidentifikasi langkah-langkah dalam mengelaborasi data.<sup>44</sup> Teknik analisis data bukan hanya sekadar “menghitung angka” atau “memproses data mentah”, tetapi merupakan rangkaian metode yang sistematis untuk mengubah data mentah menjadi informasi yang dapat menjawab *pertanyaan penelitian* melalui pengorganisasian, penafsiran, serta pengujian temuan secara akademik.

<sup>43</sup> Arnild Augina Mekarisce, ‘Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data Pada Penelitian Kualitatif Di Bidang Kesehatan Masyarakat’, *Jurnal Ilmiah Kesehatan Masyarakat*, Vol. 12 No (2021).

<sup>44</sup> Helaluddin dan Hengki Wijaya, *Analisis Data Kualitatif: Sebuah Tinjauan Teori Dan Praktik* (Makassar: Sekolah Tinggi Theologia Jaffray, 2022).

Proses analisis data dalam penelitian ini mengandung tiga komponen utama yaitu:

### 1. Reduksi data

Reduksi data merupakan tahapan analisis data kualitatif. Reduksi data adalah penyederhanaan, klasifikasi dan penghilangan informasi yang tidak perlu sehingga dapat dihasilkan informasi yang berarti dari data tersebut dan lebih mudah untuk menarik kesimpulan.

Setelah peneliti mengumpulkan data observasi, wawancara dan dokumentasi, tahap selanjutnya peneliti memilih hal-hal pokok yang berkaitan dengan penelitian dan memfokuskan pada hal-hal yang penting.<sup>45</sup> Dalam mereduksi data, peneliti menemukan beberapa data dari hasil penelitian yang tidak berkaitan dengan fokus penelitian, maka dari itu peneliti mereduksi data dengan memisahkan beberapa data yang tidak sesuai dengan fokus penelitian.

### 2. Penyajian data

Penyajian data adalah kegiatan mengumpulkan sekumpulan data yang disusun secara sistematis dan mudah dipahami sehingga memungkinkan untuk ditarik kesimpulan. Bentuk penyajian data kualitatif dapat berupa narasi. Peneliti melakukan penyajian data dalam bentuk uraian singkat, hubungan antar kategori dan sejenisnya.<sup>46</sup> Adapun jenis penyajian data yang digunakan untuk menyajikan data dalam penelitian ini adalah teks yang bersifat naratif dan gambar.

### 3. Kesimpulan dan Verifikasi

Pada tahap verifikasi data tersebut, peneliti mencari makna data yang dikumpulkan dengan mencari hubungan, persamaan, atau perbedaan untuk ditarik kesimpulan sebagai jawaban dari permasalahan yang ada. Dalam Tahap verifikasi

---

<sup>45</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2022).

<sup>46</sup> Nurhaswinda Dkk, 'Penyajian Data', *Jurnal Inovasi Dan Tren*, Vol.3 No.1 (2025).

data, peneliti memeriksa dan memperbaiki beberapa data yang diinput sehingga menghasilkan kesimpulan data yang valid.

Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara dan akan berubah bila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat dan mendukung pada tahap pengumpulan data selanjutnya.<sup>47</sup> Namun jika kesimpulan awal peneliti yang dikemukakan telah didukung dengan bukti yang valid dan konsisten pada saat peneliti kembali kelapangan untuk mengumpulkan data, maka kesimpulan peneliti yang dikemukakan tersebut adalah kesimpulan yang otentik.



---

<sup>47</sup> dan Ronal Darmawan Mhd. Husnul Fikri, Sri Murhayati, 'Keabsahan Data Dalam Penelitian Kualitatif', *Jurnal Pendidikan Tambusai*, Vol. 9 No. (2025).

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Hasil Penelitian**

Penelitian ini dilaksanakan di pusat Kota Kabupaten Pinrang, yang merupakan kawasan strategis dan menjadi pusat aktivitas ekonomi masyarakat di Kabupaten Pinrang, Provinsi Sulawesi Selatan. Kota ini memiliki perkembangan usaha yang cukup pesat, khususnya pada sektor kuliner dan usaha mikro masyarakat. Salah satu usaha yang mengalami perkembangan signifikan adalah usaha kopi, baik yang berbentuk usaha kopi tetap seperti cafe maupun usaha kopi keliling yang menawarkan produk secara langsung kepada konsumen di berbagai lokasi keramaian. Tingginya minat masyarakat terhadap konsumsi kopi serta perubahan pola gaya hidup masyarakat perkotaan menjadi faktor yang mendorong pertumbuhan usaha kopi di wilayah ini.

Keberadaan usaha kopi keliling di Kota Pinrang menghadirkan dinamika baru dalam persaingan usaha kuliner, khususnya pada sektor penjualan kopi. Usaha kopi keliling dinilai memiliki keunggulan dari segi mobilitas, kemudahan menjangkau konsumen, serta harga yang relatif terjangkau. Sementara itu, usaha kopi tetap seperti café tetap mempertahankan eksistensinya dengan menawarkan kenyamanan tempat, fasilitas pendukung, dan variasi menu yang lebih beragam. Kondisi tersebut menciptakan hubungan persaingan sekaligus adaptasi antarpelaku usaha kopi dalam mempertahankan keberlangsungan usahanya.

Untuk memperoleh data yang sesuai dengan fokus penelitian, peneliti melakukan wawancara secara terbuka dan mendalam kepada beberapa pelaku usaha kopi keliling dan pemilik cafe yang berada di pusat kota, Kabupaten Pinrang. Wawancara dilakukan

guna mengetahui bagaimana dampak kehadiran usaha kopi keliling terhadap keberlangsungan usaha kopi tetap, baik ditinjau dari aspek pendapatan usaha, jumlah konsumen, strategi pemasaran, maupun kemampuan pelaku usaha dalam mempertahankan usahanya di tengah persaingan yang semakin berkembang. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk memahami pandangan para pelaku usaha mengenai perubahan perilaku konsumen terhadap budaya konsumsi kopi di Kabupaten Pinrang.

Berikut hasil temuan yang diperoleh dari wawancara yang dilakukan sebagai berikut;

### **1. Karakteristik usaha kopi keliling.**

Karakteristik usaha kopi keliling di Kabupaten Pinrang dapat dilihat dari beberapa indikator persaingan usaha, yaitu harga, kualitas produk, pelayanan, lokasi dan aksesibilitas, serta inovasi. Berdasarkan hasil wawancara dengan lima pelaku usaha kopi keliling, ditemukan bahwa masing-masing pelaku usaha memiliki strategi tersendiri dalam mempertahankan usahanya di tengah persaingan yang semakin meningkat.

#### **a. Harga**

Harga menjadi salah satu pertimbangan utama konsumen dalam membeli produk kopi keliling. Sebagian besar pelanggan usaha kopi keliling berasal dari kalangan pelajar, mahasiswa, hingga pekerja, sehingga harga yang terjangkau menjadi daya tarik tersendiri. Oleh sebab itu, para pelaku usaha berusaha menentukan harga yang sesuai dengan kondisi pasar dan kemampuan konsumen tanpa mengurangi kualitas produk yang dijual. Selain untuk menarik

pelanggan baru, strategi harga juga digunakan untuk mempertahankan pelanggan lama agar tetap membeli produk mereka.<sup>48</sup> Dalam wawancara ini, peneliti menanyakan mengenai bagaimana strategi pelaku usaha dalam menentukan harga produk kopi yang dijual. Pertanyaan tersebut diajukan kepada lima pelaku usaha kopi keliling. Kopi Pusa, Kopi Gacor, Kopi Candu, Kopi Djadi, dan 422 Coffee.

Hasil wawancara dengan Saudara Muh. Ilham selaku pelaku usaha Kopi Pusa menyatakan bahwa:

“Kami menyesuaikan harga dengan kemampuan konsumen di sekitar sini. Karena kebanyakan pelanggan itu pelajar dan pekerja, jadi kami buat harga yang terjangkau tapi kualitas tetap dijaga.”<sup>49</sup>

Sementara itu, Saudara Agus selaku pelaku usaha Kopi Gacor mengungkapkan bahwa:

“Harga kami sesuaikan dengan bahan baku saja, apalagi branding tentang kopi keliling itu terkenal dengan harga murah, jadi kami berikan harga yang sebisa mungkin ramah di kantong. Jangan terlalu mahal supaya pelanggan tetap datang.”<sup>50</sup>

Selanjutnya, Saudara Rival selaku pelaku usaha Kopi Candu mengatakan bahwa: “Harga sebenarnya kami seimbangkan dengan rasa yang diberikan, tapi tetap melihat harga pasaran supaya pelanggan tidak merasa terlalu mahal”<sup>51</sup>

Saudara Dafa selaku pelaku usaha Kopi Djadi menyatakan bahwa:

“Kami menentukan harga dengan melihat bahan baku terlebih dahulu, lalu kami sesuaikan saja, dan kami tetap mengusahakan untuk harga tetap terjangkau.”<sup>52</sup>

Sedangkan Saudara Ilham selaku pelaku usaha 422 Coffee mengungkapkan bahwa:

---

<sup>48</sup> Umaima Mariana, ‘Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Pada Miniso Kota Parepare’, 6.1 (2025), 72–89.

<sup>49</sup> Muh. Ilham, Pelaku Usaha Kopi Pusa, Wawancara Di Kota Pinrang tanggal 12 Mei 2026.

<sup>50</sup> Agus Harimurti, Pelaku Usaha Kopi Gacor, Wawancara Di Kota Pinrang tanggal 25 Mei 2026.

<sup>51</sup> Rival, Pelaku Usaha Kopi Candu, Wawancara Di Kota Pinrang tanggal 25 Mei 2026.

<sup>52</sup> Muh. Dafa Nanda, Pelaku Usaha Kopi Djadi, Wawancara Di Kota Pinrang tanggal 25 Mei 2026.

“Kami sebenarnya memberikan harga sesuai dengan harga-harga kopi keliling pada umumnya, dan juga tetap menjaga harga stabil walaupun harga bahan kadang naik, karena pelanggan lebih suka harga yang konsisten.”<sup>53</sup>

Berdasarkan hasil wawancara tersebut dapat dipahami bahwa para pelaku usaha kopi keliling menerapkan strategi harga yang berbeda-beda sesuai kondisi usaha masing-masing. Harga yang relatif terjangkau dianggap mampu menarik perhatian konsumen, terutama dari kalangan anak muda dan pekerja. Selain itu, beberapa pelaku usaha juga memberikan promo dan paket tertentu sebagai upaya meningkatkan minat beli pelanggan serta menjaga daya saing usaha mereka.

#### b. Kualitas Produk

Kualitas produk merupakan faktor penting dalam mempertahankan kepercayaan pelanggan terhadap usaha kopi keliling. Meskipun usaha ini dijalankan secara sederhana dan berpindah-pindah tempat, para pelaku usaha tetap berusaha menjaga cita rasa dan kualitas produk yang mereka jual. Konsumen tidak hanya mempertimbangkan harga, tetapi juga rasa kopi, kebersihan penyajian, serta konsistensi kualitas minuman yang diberikan. Oleh karena itu, kualitas produk menjadi salah satu hal yang sangat diperhatikan oleh para pelaku usaha agar pelanggan merasa puas dan kembali membeli produk mereka. Dalam wawancara ini, peneliti menanyakan mengenai upaya yang dilakukan pelaku usaha dalam menjaga kualitas produk kopi yang dijual.

Hasil wawancara dengan Saudara Muh. Ilham menyatakan bahwa:

“Kami usahakan selalu pakai racikan kopi yang kualitasnya bagus dengan takaran yang pas supaya rasa tetap konsisten.”<sup>54</sup>

Sementara Saudara Agus mengatakan bahwa:

“Karena kami usaha keliling, kami usahakan selalu menjaga kebersihan alat dan kualitas minuman supaya pelanggan percaya.”<sup>55</sup>

<sup>53</sup> Ilham, Pelaku Usaha 422 Coffee, Wawancara Di Kota Pinrang tanggal 25 Mei 2026.

<sup>54</sup> Muh. Ilham, Pelaku Usaha Kopi Pusa, Wawancara Di Kota Pinrang tanggal 12 Mei 2026.

<sup>55</sup> Agus Harimurti, Pelaku Usaha Kopi Gacor, Wawancara Di Kota Pinrang tanggal 25 Mei 2026.

Selanjutnya, Saudara Rival mengungkapkan bahwa:

“Awal-awal penjualan, kami menyesuaikan rasa kopi terlebih dahulu, lalu kami terus evaluasi sampai kami mendapatkan rasa kopi yang pas, lalu setelah itu kami konsisten dengan takaran kopi tersebut sampai sekarang.”<sup>56</sup>

Adapaun Saudara Dafa menyatakan bahwa:

“Kualitas rasa itu penting karena kalau pelanggan suka, mereka pasti kembali lagi beli. Jadi kami sangat menjaga rasa kopi agar tidak berubah”<sup>57</sup>

Sementara itu, Saudara Ilham mengatakan bahwa:

“Kami lebih fokus pada menjaga konsistensi rasa kopi yang ditawarkan, karena pelanggan kadang tau jika rasa kopi sedikit berubah.”<sup>58</sup>

Berdasarkan hasil wawancara tersebut dapat disimpulkan bahwa kualitas produk menjadi salah satu aspek yang sangat dijaga oleh para pelaku usaha kopi keliling. Mereka berupaya mempertahankan kualitas melalui pemilihan bahan baku yang baik, menjaga kebersihan alat, mempertahankan cita rasa, serta menghadirkan variasi menu yang menarik. Hal tersebut dilakukan agar pelanggan merasa puas dan tetap memilih produk mereka dibandingkan usaha kopi lainnya.

#### c. Pelayanan

Pelayanan yang baik menjadi salah satu faktor yang dapat memengaruhi kepuasan pelanggan dalam usaha kopi keliling. Sikap ramah, cepat tanggap, dan kemampuan memahami keinginan pelanggan menjadi bagian penting dalam membangun hubungan yang baik dengan konsumen.<sup>59</sup> Dalam usaha kopi keliling, pelayanan yang cepat sangat dibutuhkan karena sebagian pelanggan membeli kopi sambil melakukan aktivitas lain sehingga menginginkan proses pelayanan yang

<sup>56</sup> Rival, Pelaku Usaha Kopi Candu, Wawancara Di Kota Pinrang tanggal 25 Mei 2026.

<sup>57</sup> Muh. Dafa Nanda, Pelaku Usaha Kopi Djadi, Wawancara Di Kota Pinrang tanggal 25 Mei 2026.

<sup>58</sup> Ilham, Pelaku Usaha 422 Coffee, Wawancara Di Kota Pinrang tanggal 25 Mei 2026.

<sup>59</sup> Multazam Mansyur Addury, ‘Efficiency And Performance Of Sharia Banking In Indonesia’, 2.2 (2019), 114–23.

praktis dan efisien. Dalam wawancara ini, peneliti menanyakan mengenai bentuk pelayanan yang diberikan kepada pelanggan.

Hasil wawancara dengan Saudara Muh. Ilham menyatakan bahwa:

“Kami selalu berusaha ramah ke pelanggan karena pelayanan itu sangat berpengaruh.”<sup>60</sup>

Sementara itu, Saudara Agus mengatakan bahwa:

“Kami selalu mengusahakan menyesuaikan kemauan pelanggan. Kalau ada pelanggan pesan khusus seperti misalnya meminta untuk susunya tidak terlalu banyak, biasanya langsung kami sesuaikan.”<sup>61</sup>

Selanjutnya, Saudara Rival mengungkapkan bahwa:

“Kami satset atau cepat melayani supaya pelanggan tidak menunggu lama.”<sup>62</sup>

Adapun Saudara Dafa menyatakan bahwa:

“Jadi selama proses pembuatan kopi dan pelanggan menunggu, biasanya kami sering membuka basai-basi obrolan dengan pelanggan supaya suasananya lebih akrab, tidak terlalu kaku dan nyaman.”<sup>63</sup>

Sedangkan Saudara Ilham mengatakan bahwa:

“Kami berusaha untuk selalu memberikan pelayanan yang baik ke pelanggan, contohnya, ramah ke pelanggan. Karena pelayanan yang baik membuat pelanggan merasa dihargai dan mau kembali membeli.”<sup>64</sup>

Berdasarkan hasil wawancara tersebut dapat diketahui bahwa pelayanan menjadi salah satu strategi penting dalam mempertahankan pelanggan. Para pelaku usaha berusaha memberikan pelayanan yang ramah, cepat, dan sesuai dengan kebutuhan pelanggan. Selain itu, komunikasi yang baik dengan pelanggan juga dianggap mampu menciptakan hubungan yang lebih dekat sehingga pelanggan merasa nyaman dan tetap membeli produk mereka.

<sup>60</sup> Muh. Ilham, Pelaku Usaha Kopi Pusa, Wawancara Di Kota Pinrang tanggal 12 Mei 2026.

<sup>61</sup> Agus Harimurti, Pelaku Usaha Kopi Gacor, Wawancara Di Kota Pinrang tanggal 25 Mei 2026.

<sup>62</sup> Rival, Pelaku Usaha Kopi Candu, Wawancara Di Kota Pinrang tanggal 25 Mei 2026.

<sup>63</sup> Muh. Dafa Nanda, Pelaku Usaha Kopi Djadi, Wawancara Di Kota Pinrang tanggal 25 Mei 2026.

<sup>64</sup> Ilham, Pelaku Usaha 422 Coffee, Wawancara Di Kota Pinrang tanggal 25 Mei 2026.

#### d. Lokasi dan Aksesibilitas

Lokasi dan aksesibilitas menjadi salah satu keunggulan utama usaha kopi keliling dibandingkan usaha kopi tetap. Usaha kopi keliling memiliki fleksibilitas dalam menentukan lokasi berjualan sehingga dapat lebih mudah menjangkau konsumen di berbagai tempat. Para pelaku usaha biasanya memilih lokasi yang ramai dan banyak dikunjungi masyarakat seperti area sekolah, taman kota, tempat olahraga, dan pusat keramaian lainnya. Kemampuan untuk berpindah tempat juga memberikan keuntungan karena pelaku usaha dapat menyesuaikan lokasi dengan kondisi pasar. Dalam wawancara ini, peneliti menanyakan mengenai strategi pemilihan lokasi usaha kepada para pelaku usaha kopi keliling.

Hasil wawancara dengan Saudara Muh. Ilham menyatakan bahwa:

“Kami biasanya cari lokasi yang padat dan ramai seperti dekat dengan sekolah dan area perkantoran. Karena tempat lalu lalang orang-orang, jadi biasanya banyak yang membeli.”<sup>65</sup>

Sementara itu, Saudara Agus mengatakan bahwa:

“Karena usaha keliling, kami lebih mudah pindah tempat. Jadi kami menyesuaikan saja, jika tempat mulai sepi, kita berpindah ke tempat yang lebih ramai.”<sup>66</sup>

Selanjutnya, Saudara Rival mengungkapkan bahwa:

“Kami sering jualan di area lapangan dan jalan poros karena banyak aktivitas, sehingga banyak orang yang berlalu lalang. Kami juga berjualan 24jam, sehingga fleksibel, ditambah lagi di jalan poros ini tentunya banyak sekali kendaraan yang lewat, jadi biasanya pada saat tengah malam, banyak supir mobil yang singgah untuk membeli.”<sup>67</sup>

Adapun Saudara Dafa menyatakan bahwa:

“Awal penjualan kami menyesuaikan tempat sambil mengamati mana tempat yang ramai dan cocok untuk berjualan, dan kami fleksibel, jadi kami memilih tempat yang ramai.”<sup>68</sup>

<sup>65</sup> Muh. Ilham, Pelaku Usaha Kopi Pusa, Wawancara Di Kota Pinrang tanggal 12 Mei 2026.

<sup>66</sup> Agus Harimurti, Pelaku Usaha Kopi Gacor, Wawancara Di Kota Pinrang tanggal 25 Mei 2026.

<sup>67</sup> Rival, Pelaku Usaha Kopi Candu, Wawancara Di Kota Pinrang tanggal 25 Mei 2026.

<sup>68</sup> Muh. Dafa Nanda, Pelaku Usaha Kopi Djadi, Wawancara Di Kota Pinrang tanggal 25 Mei 2026.

Sedangkan Saudara Ilham mengatakan bahwa:

“Kami mengamati tempat tongkrongan anak muda dan kami sesuaikan tempat yang dekat dengan tongkrongan tersebut, karena anak muda sekarang banyak yang menyukai kopi”<sup>69</sup>

Berdasarkan hasil wawancara tersebut dapat dipahami bahwa fleksibilitas lokasi menjadi salah satu kekuatan usaha kopi keliling. Kemudahan berpindah tempat membuat pelaku usaha dapat menyesuaikan lokasi penjualan dengan kondisi keramaian konsumen. Hal ini memberikan keuntungan tersendiri karena usaha kopi keliling mampu menjangkau pelanggan secara langsung di berbagai lokasi strategis.

#### e. Inovasi

Inovasi menjadi salah satu upaya penting yang dilakukan pelaku usaha kopi keliling agar tetap mampu bersaing di tengah perkembangan usaha kopi yang semakin pesat. Inovasi tidak hanya dilakukan pada produk, tetapi juga pada cara promosi, pelayanan, dan tampilan usaha. Dengan mengikuti perkembangan tren dan kebutuhan konsumen, pelaku usaha berharap produknya tetap menarik dan tidak kalah bersaing dengan usaha kopi lainnya. Dalam wawancara ini, peneliti menanyakan mengenai bentuk inovasi yang dilakukan oleh pelaku usaha dalam mengembangkan usahanya.

Hasil wawancara dengan Saudara Muh. Ilham menyatakan bahwa:

“Kami mencoba membuat menu baru yang mengikuti tren anak muda. Yang awalnya hanya menyediakan kopi susu, sekarang kami juga menyediakan varian strowberry dan butterscotch”<sup>70</sup>

Saudara Agus mengatakan bahwa:

<sup>69</sup> Ilham, Pelaku Usaha 422 Coffee, Wawancara Di Kota Pinrang tanggal 25 Mei 2026.

<sup>70</sup> Muh. Ilham, Pelaku Usaha Kopi Pusa, Wawancara Di Kota Pinrang tanggal 12 Mei 2026.

“Kami selalu berusaha mengamati hal-hal yang disukai konsumen, kami juga mencoba menggunakan kemasan yang lebih menarik dan praktis agar pelanggan lebih tertarik.”<sup>71</sup>

Saudara Rival mengungkapkan bahwa:

“Kami mencoba menghadirkan menu yang mengikuti tren anak muda, seperti misalnya anak muda sekarang lebih banyak menyukai kopi gula aren, kopi vanilla, sehingga kami menghadirkan rasa baru tersebut, supaya pelanggan lebih tertarik mencoba produk kami.”<sup>72</sup>

Saudara Dafa menyatakan bahwa:

“Kami memanfaatkan media sosial untuk promosi supaya lebih dikenal. Jadi kami membuat akun Instagram untuk mempromosikan kopi kami, karena kalau kami mengandalkan promosi hanya secara jualan langsung, itu tidak cukup.”<sup>73</sup>

Sedangkan Saudara Ilham mengatakan bahwa:

“Dibalik kami menjaga konsistensi rasa kopi, kami juga membawa beberapa kursi lipat pada saat berjualan karena kami berpikir, mungkin bisa dijadikan tempat tongkrongan untuk anak muda, sehingga hal tersebut dapat mengundang pelanggan”<sup>74</sup>

Berdasarkan hasil wawancara tersebut dapat disimpulkan bahwa inovasi menjadi salah satu strategi yang digunakan pelaku usaha kopi keliling dalam meningkatkan daya saing usaha. Bentuk inovasi yang dilakukan meliputi pengembangan menu, penggunaan media sosial sebagai sarana promosi, pembuatan kemasan yang menarik, hingga penambahan layanan pesan antar. Upaya tersebut dilakukan agar usaha tetap diminati konsumen dan mampu bertahan dalam persaingan usaha kopi di Kabupaten Pinrang.

<sup>71</sup> Agus Harimurti, Pelaku Usaha Kopi Gacor, Wawancara Di Kota Pinrang tanggal 25 Mei 2026.

<sup>72</sup> Rival, Pelaku Usaha Kopi Candu, Wawancara Di Kota Pinrang tanggal 25 Mei 2026.

<sup>73</sup> Muh. Dafa Nanda, Pelaku Usaha Kopi Djadi, Wawancara Di Kota Pinrang tanggal 25 Mei 2026.

<sup>74</sup> Ilham, Pelaku Usaha 422 Coffee, Wawancara Di Kota Pinrang tanggal 25 Mei 2026.

## 2. Dampak dari kehadiran usaha kopi keliling terhadap keberlangsungan kedai kopi tetap.

Perkembangan usaha kopi keliling di Kabupaten Pinrang memberikan warna baru dalam persaingan bisnis kopi. Kehadiran usaha dengan konsep praktis dan harga yang relatif terjangkau membuat pola konsumsi masyarakat mulai mengalami perubahan. Di sisi lain, kedai kopi tetap memiliki daya tarik tersendiri karena menawarkan fasilitas, suasana, dan pengalaman yang berbeda dibandingkan kopi keliling. Oleh karena itu, kemunculan kopi keliling tidak hanya dipandang sebagai bentuk persaingan usaha, tetapi juga menjadi tantangan bagi pelaku usaha cafe untuk mempertahankan keberlangsungan usahanya.

### a. Pendapatan

Pendapatan merupakan salah satu indikator penting dalam melihat kondisi suatu usaha. Dalam usaha cafe, pendapatan tidak hanya dipengaruhi oleh jumlah produk yang terjual, tetapi juga dipengaruhi oleh loyalitas pelanggan, fasilitas yang tersedia, serta kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen. Kehadiran kopi keliling yang menawarkan harga lebih murah membuat beberapa pemilik cafe sempat merasa khawatir terhadap perubahan perilaku konsumen. Dalam wawancara ini, peneliti menanyakan mengenai dampak kehadiran kopi keliling terhadap pendapatan usaha cafe. Pertanyaan tersebut diajukan kepada lima pelaku usaha kedai kopi tetap / cafe. Diantaranya, Cafe Eureka, Rumah Kopi, Happiness Caffé, Cafe El Sunset, dan K3 Coffee.

Saudara Debi selaku pemilik Cafe Eureka menyatakan bahwa:

“Pada awal muncul kopi keliling memang sempat terpikir soal persaingan karena harga mereka lebih murah. Tapi kami tetap mempertahankan harga karena bahan baku yang digunakan berbeda sehingga rasa kopi juga berbeda.”<sup>75</sup>

---

<sup>75</sup> Debi Ahyard R. S.T, Pelaku Usaha Café Eureka, Wawancara Di Kota Pinrang tanggal 12 Mei 2026.

Beliau juga menambahkan bahwa:

“Lokasi yang strategis, pelayanan, dan fasilitas yang kami sediakan membuat kopi keliling tidak terlalu memberikan pengaruh besar terhadap pendapatan cafe.”

Sementara itu, Saudara Reza selaku pelaku usaha Rumah Kopi mengatakan bahwa:

“Fenomena kopi keliling sebenarnya tidak selalu kami anggap sebagai ancaman. Justru itu bisa menjadi peluang karena semakin banyak orang mulai mengenal kopi.”<sup>76</sup>

Saudari Sitti Hardiyanti selaku pelaku usaha Happiness Cafe menyatakan bahwa:

“Menurut saya, munculnya kopi keliling tidak memberikan pengaruh yang terlalu signifikan terhadap keberlangsungan usaha café, karena setiap usaha sebenarnya punya pasarnya sendiri dengan melihat kualitas dan pelayanan.”<sup>77</sup>

Selain itu, Saudara M. Ikhtiar selaku pemilik Cafe El Sunset mengungkapkan bahwa:

“Perubahannya tidak begitu signifikan, karena kalau dilihat dari segi harga memang kopi keliling lebih murah, tetapi pelanggan cafe umumnya lebih mempertimbangkan suasana dan kualitas pelayanan.”<sup>78</sup>

Sedangkan Saudara Takdir selaku pemilik K3 Coffee mengatakan bahwa:

“Pada saat awal kemunculan kopi keliling, kami sangat merasakan perubahan tingkat pelanggan, begitupun perubahan pemasukan, ditambah lagi harga bahan baku yang terus meningkat, tapi seiring berjalannya waktu, sekarang sudah aman kembali.”<sup>79</sup>

Berdasarkan hasil wawancara tersebut dapat dipahami bahwa kehadiran kopi keliling memberikan pengaruh terhadap kondisi pendapatan cafe, terutama pada awal kemunculannya. Namun, sebagian besar pelaku usaha cafe tetap mampu

<sup>76</sup> Muhammad Reza, Pelaku Usaha Rumah Kopi, Wawancara Di Kota Pinrang tanggal 13 Mei 2026.

<sup>77</sup> Sitti Hardiyanti, Pelaku Usaha Happiness Café, Wawancara Di Kota Pinrang tanggal 13 Mei 2026.

<sup>78</sup> M. Ikhtiar, Pelaku Usaha Cafe El Sunset, Wawancara Di Kota Pinrang tanggal 14 Mei 2026.

<sup>79</sup> Takdir Jaya Budi, Pelaku Usaha K3 Coffee, Wawancara Di Kota Pinrang tanggal 14 Mei 2026.

mempertahankan keberlangsungan usahanya karena memiliki segmentasi pasar dan konsep layanan yang berbeda dengan kopi keliling.

b. Pelanggan

Pelanggan menjadi unsur utama dalam menjaga keberlangsungan usaha cafe. Loyalitas pelanggan sangat menentukan apakah suatu usaha mampu bertahan di tengah persaingan yang semakin berkembang. Kehadiran kopi keliling membuat masyarakat memiliki lebih banyak pilihan dalam mengonsumsi kopi. Sebagian konsumen memilih kopi keliling karena lebih praktis, sedangkan sebagian lainnya tetap memilih cafe karena mempertimbangkan kenyamanan dan suasana tempat. Dalam wawancara ini, peneliti menanyakan mengenai perubahan pelanggan setelah berkembangnya usaha kopi keliling.

Saudara Debi menyatakan bahwa:

“Customer loyal kami memang benar-benar datang untuk menikmati kopi dan suasana cafe.”<sup>80</sup>

Beliau juga menjelaskan bahwa:

“Cara kami menjaga loyalitas pelanggan yaitu dengan menjaga rasa kopi, suasana, dan kenyamanan tempat supaya pelanggan tetap betah datang.”

Sementara itu, Saudara Reza mengatakan bahwa:

“Pelanggan kami tetap terus datang, karena kami lebih fokus memahami apa yang disukai konsumen, misalnya hobi mereka seperti gaming atau nonton bola, kami hadirkan hal-hal tersebut dalam cafe, misalnya mabar gaming ataupun nobar bola supaya pelanggan merasa nyaman.”<sup>81</sup>

Saudari Sitti Hardiyanti mengungkapkan bahwa:

---

<sup>80</sup> Debi Ahyard R. S.T, Pelaku Usaha Café Eureka, Wawancara Di Kota Pinrang tanggal 12 Mei 2026.

<sup>81</sup> Muhammad Reza, Pelaku Usaha Rumah Kopi, Wawancara Di Kota Pinrang tanggal 13 Mei 2026.

“Pelanggan tetap datang karena mereka sudah nyaman dengan suasana cafe. Pelanggan loyal lebih sering datang karena mereka ingin duduk, nongkrong dan bersantai.”<sup>82</sup>

Selain itu, Saudara M. Ikhtiar menyatakan bahwa:

“Pelanggan sekarang lebih selektif, terlebih lagi banyaknya persaingan, jadi kami mengusahakan cafe harus punya ciri khas dengan rasa yang konsisten agar pelanggan juga konsisten untuk datang.”<sup>83</sup>

Sedangkan Saudar Takdir mengatakan bahwa:

“Awal-awal memang perubahan pelanggan sempat terasa, tapi lama-kelamaan konsumen mengerti dan konsumen yang datang ke cafe kami biasanya tidak hanya ingin minum kopi, tetapi juga ingin berkumpul dan bersantai.”<sup>84</sup>

Berdasarkan hasil wawancara tersebut dapat disimpulkan bahwa kehadiran kopi keliling memengaruhi pola konsumsi pelanggan, tetapi tidak sepenuhnya mengurangi loyalitas pelanggan cafe tetap. Faktor kenyamanan, suasana, dan hubungan yang baik dengan pelanggan menjadi alasan utama konsumen tetap memilih cafe.

### c. Daya Saing

Perubahan daya saing usaha merupakan salah satu dampak yang dapat dirasakan pelaku usaha ketika muncul pesaing baru dalam lingkungan bisnis. Kehadiran kopi keliling dengan harga yang relatif lebih murah menimbulkan persaingan baru bagi cafe tetap. Kondisi ini dapat memengaruhi kemampuan cafe dalam mempertahankan pelanggan dan menarik konsumen baru. Dalam wawancara ini, peneliti menanyakan mengenai dampak kehadiran kopi keliling terhadap daya saing usaha cafe.

---

<sup>82</sup> Sitti Hardiyanti, Pelaku Usaha Happiness Café, Wawancara Di Kota Pinrang tanggal 13 Mei 2026.

<sup>83</sup> M. Ikhtiar, Pelaku Usaha Cafe El Sunset, Wawancara Di Kota Pinrang tanggal 14 Mei 2026.

<sup>84</sup> Takdir Jaya Budi, Pelaku Usaha K3 Coffee, Wawancara Di Kota Pinrang tanggal 14 Mei 2026.

Saudara Debi menyatakan bahwa:

“Pada awal muncul kopi keliling memang sempat terpikir soal persaingan karena harga mereka lebih murah. Tapi kami tetap mempertahankan harga karena bahan baku yang digunakan berbeda sehingga rasa kopi juga berbeda.”<sup>85</sup>

Beliau juga menambahkan bahwa:

“Lokasi yang strategis, pelayanan, dan fasilitas yang kami sediakan membuat kopi keliling tidak terlalu memberikan pengaruh besar terhadap cafe.”

Sementara itu, Saudara Reza mengatakan bahwa:

“Fenomena kopi keliling sebenarnya tidak selalu kami anggap sebagai ancaman. Justru itu bisa menjadi peluang karena semakin banyak orang mulai mengenal kopi.”<sup>86</sup>

Saudari Sitti Hardiyanti mengungkapkan bahwa:

“Menurut saya, munculnya kopi keliling tidak memberikan pengaruh yang terlalu signifikan terhadap keberlangsungan usaha cafe, karena setiap usaha sebenarnya punya pasarnya sendiri dengan melihat kualitas dan pelayanan.”<sup>87</sup>

Selain itu, Saudara M. Ikhtiar mengatakan bahwa:

“Perubahannya tidak begitu signifikan, karena kalau dilihat dari segi harga memang kopi keliling lebih murah, tetapi pelanggan cafe umumnya lebih mempertimbangkan suasana dan kualitas pelayanan.”<sup>88</sup>

Sedangkan Saudara Takdir menyatakan bahwa:

“Pada saat awal kemunculan kopi keliling, kami sangat merasakan perubahan tingkat pelanggan, begitupun perubahan pemasukan, tetapi seiring berjalannya waktu, sekarang sudah aman kembali.”<sup>89</sup>

<sup>85</sup> Debi Ahyard R. S.T, Pelaku Usaha Café Eureka, Wawancara Di Kota Pinrang tanggal 12 Mei 2026.

<sup>86</sup> Muhammad Reza, Pelaku Usaha Rumah Kopi, Wawancara Di Kota Pinrang tanggal 13 Mei 2026.

<sup>87</sup> Sitti Hardiyanti, Pelaku Usaha Happiness Café, Wawancara Di Kota Pinrang tanggal 13 Mei 2026.

<sup>88</sup> M. Ikhtiar, Pelaku Usaha Cafe El Sunset, Wawancara Di Kota Pinrang tanggal 14 Mei 2026.

<sup>89</sup> Takdir Jaya Budi, Pelaku Usaha K3 Coffee, Wawancara Di Kota Pinrang tanggal 14 Mei 2026.

Berdasarkan hasil wawancara tersebut dapat dipahami bahwa kehadiran kopi keliling memberikan dampak terhadap daya saing usaha cafe. Persaingan terutama terlihat dari perbedaan harga yang ditawarkan kopi keliling. Namun, sebagian besar pelaku usaha cafe menilai bahwa kualitas produk, pelayanan, fasilitas, dan suasana cafe menjadi keunggulan yang mampu mempertahankan daya saing usaha mereka di tengah munculnya kopi keliling.

#### d. Perilaku Konsumen

Perubahan perilaku konsumen merupakan salah satu dampak yang muncul akibat berkembangnya usaha kopi keliling. Konsumen kini memiliki lebih banyak pilihan dalam membeli kopi, sehingga preferensi dan pola konsumsi mereka dapat berubah. Dalam wawancara ini, peneliti menanyakan mengenai perubahan perilaku konsumen setelah berkembangnya usaha kopi keliling.

Saudara Debi menyatakan bahwa:

“Customer loyal kami memang benar-benar datang untuk menikmati kopi dan suasana cafe.”<sup>90</sup>

Beliau juga menjelaskan bahwa:

“Cara kami menjaga loyalitas pelanggan yaitu dengan menjaga rasa kopi, suasana, dan kenyamanan tempat supaya pelanggan tetap betah datang.”

Sementara itu, Saudara Reza mengatakan bahwa:

“Pelanggan kami tetap terus datang, karena kami lebih fokus memahami apa yang disukai konsumen, misalnya hobi mereka seperti gaming atau nonton bola, kami hadirkan hal-hal tersebut dalam cafe.”<sup>91</sup>

<sup>90</sup> Debi Ahyard R. S.T, Pelaku Usaha Café Eureka, Wawancara Di Kota Pinrang tanggal 12 Mei 2026.

<sup>91</sup> Muhammad Reza, Pelaku Usaha Rumah Kopi, Wawancara Di Kota Pinrang tanggal 13 Mei 2026.

Saudari Sitti Hardiyanti menyatakan bahwa:

“Pelanggan tetap datang karena mereka sudah nyaman dengan suasana cafe. Pelanggan loyal lebih sering datang karena mereka ingin duduk, nongkrong dan bersantai.”<sup>92</sup>

Selain itu, Saudara M. Ikhtiar mengatakan bahwa:

“Pelanggan sekarang lebih selektif, terlebih lagi banyaknya persaingan, jadi kami mengusahakan cafe harus punya ciri khas dengan rasa yang konsisten agar pelanggan juga konsisten untuk datang.”<sup>93</sup>

Sedangkan Saudara Takdir mengungkapkan bahwa:

“Awal-awal memang perubahan pelanggan sempat terasa, tapi lama-kelamaan konsumen mengerti dan konsumen yang datang ke cafe kami biasanya tidak hanya ingin minum kopi, tetapi juga ingin berkumpul dan bersantai.”<sup>94</sup>

Berdasarkan hasil wawancara tersebut dapat disimpulkan bahwa kehadiran kopi keliling memengaruhi perilaku konsumen dalam memilih tempat membeli kopi. Sebagian konsumen tertarik pada kopi keliling karena faktor kemudahan dan harga yang lebih terjangkau, sedangkan konsumen yang tetap memilih cafe lebih mempertimbangkan kenyamanan, suasana, kualitas produk, dan pengalaman bersosialisasi. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat perubahan preferensi konsumen dalam mengonsumsi kopi setelah berkembangnya usaha kopi keliling.

### **3. Strategi yang diterapkan oleh kedai kopi tetap untuk tetap bertahan dalam menghadapi persaingan terhadap usaha kopi keliling yang semakin meningkat.**

Persaingan usaha kopi yang semakin berkembang membuat pemilik kedai kopi tetap perlu menerapkan berbagai strategi agar usaha mereka dapat terus bertahan.

---

<sup>92</sup> Sitti Hardiyanti, Pelaku Usaha Happiness Cafe, Wawancara Di Kota Pinrang tanggal 13 Mei 2026.

<sup>93</sup> M. Ikhtiar, Pelaku Usaha Cafe El Sunset, Wawancara Di Kota Pinrang tanggal 14 Mei 2026.

<sup>94</sup> Takdir Jaya Budi, Pelaku Usaha K3 Coffee, Wawancara Di Kota Pinrang tanggal 14 Mei 2026.

Kehadiran kopi keliling dengan konsep praktis dan harga yang lebih terjangkau mendorong pelaku usaha cafe untuk mempertahankan ciri khas serta meningkatkan kualitas usaha mereka. Strategi yang dilakukan tidak hanya berfokus pada produk, tetapi juga mencakup pelayanan, kenyamanan tempat, hingga kemampuan memahami kebutuhan konsumen. Berdasarkan hasil wawancara dengan beberapa pemilik cafe, terdapat beberapa strategi yang diterapkan untuk menjaga keberlangsungan usaha di tengah meningkatnya persaingan usaha kopi keliling.

#### a. Inovasi

Dalam menghadapi persaingan usaha kopi yang semakin berkembang, inovasi menjadi salah satu strategi yang diterapkan oleh pelaku usaha cafe untuk mempertahankan keberlangsungan usahanya. Inovasi dilakukan sebagai bentuk penyesuaian terhadap kebutuhan konsumen dan perubahan pasar. Dengan menghadirkan sesuatu yang berbeda, cafe diharapkan tetap memiliki daya tarik dan mampu mempertahankan pelanggan. Dalam wawancara ini, peneliti menanyakan mengenai strategi yang diterapkan cafe agar tetap bertahan di tengah persaingan usaha kopi keliling.

Saudara Debi selaku pemilik Cafe Eureka menyatakan bahwa:

“Kami mempertahankan ciri khas cafe dengan tetap menyediakan kopi panas dan suasana yang nyaman karena itu yang dicari pelanggan kami. Kami juga jadi lebih memperhatikan perubahan pasar dan melihat apa yang disukai konsumen setiap harinya, kemudian itu yang kami kembangkan”<sup>95</sup>

Sementara itu, Saudara Reza selaku pemilik Rumah Kopi mengatakan bahwa:

---

<sup>95</sup> Debi Ahyard R. S.T, Pelaku Usaha Café Eureka, Wawancara Di Kota Pinrang tanggal 12 Mei 2026.

“Munculnya kopi keliling sebenarnya membuat lebih banyak orang mengenal kopi, sehingga orang-orang akhirnya mulai mencari rasa kopi yang autentik, nah inovasi kami disitu, tetap menjaga rasa kopi kami agar tetap autentik.”<sup>96</sup>

Saudari Sitti Hardiyanti selaku pemilik Happiness Cafe mengungkapkan bahwa:

“Kami mulai menambahkan beberapa pilihan menu dan lebih memperbaiki suasana cafe supaya pelanggan lebih nyaman.”<sup>97</sup>

Selain itu, Saudara M. Ikhtiar selaku pemilik Cafe El Sunset menyatakan bahwa:

“Kami lebih fokus memperkuat konsep tempat dan pelayanan supaya pelanggan mendapatkan pengalaman yang berbeda”<sup>98</sup>

Sedangkan Saudara Takdir selaku pemilik K3 Coffee mengatakan bahwa:

“Kami mencoba menghadirkan suasana yang nyaman dan konsep tempat yang lebih santai agar pelanggan merasa betah.”<sup>99</sup>

Berdasarkan hasil wawancara tersebut dapat dipahami bahwa inovasi dilakukan melalui pengembangan menu, konsep usaha, promosi digital, dan peningkatan kenyamanan tempat agar usaha tetap diminati pelanggan. Berdasarkan hasil wawancara tersebut dapat disimpulkan bahwa inovasi menjadi salah satu strategi penting yang diterapkan pelaku usaha cafe dalam mempertahankan keberlangsungan usaha. Inovasi dilakukan melalui penguatan ciri khas usaha, pengembangan konsep tempat, penyesuaian terhadap kebutuhan konsumen, serta peningkatan pengalaman

<sup>96</sup> Muhammad Reza, Pelaku Usaha Rumah Kopi, Wawancara Di Kota Pinrang tanggal 13 Mei 2026.

<sup>97</sup> Sitti Hardiyanti, Pelaku Usaha Happiness Café, Wawancara Di Kota Pinrang tanggal 13 Mei 2026.

<sup>98</sup> M. Ikhtiar, Pelaku Usaha Cafe El Sunset, Wawancara Di Kota Pinrang tanggal 14 Mei 2026.

<sup>99</sup> Takdir Jaya Budi, Pelaku Usaha K3 Coffee, Wawancara Di Kota Pinrang tanggal 14 Mei 2026.

pelanggan agar cafe tetap mampu bersaing di tengah berkembangnya usaha kopi keliling.

#### b. Fleksibilitas

Fleksibilitas menjadi salah satu strategi yang penting bagi pelaku usaha cafe dalam mempertahankan keberlangsungan usahanya di tengah meningkatnya persaingan usaha kopi keliling. Perubahan gaya hidup masyarakat membuat pelaku usaha perlu menyesuaikan pelayanan, fasilitas, maupun konsep usaha agar tetap sesuai dengan kebutuhan konsumen. Kemampuan usaha dalam menyesuaikan diri dengan kondisi pasar dianggap dapat membantu cafe tetap diminati oleh pelanggan. Dalam wawancara ini, peneliti menanyakan mengenai bagaimana bentuk fleksibilitas yang diterapkan pelaku usaha cafe dalam menghadapi perkembangan usaha kopi keliling.

Saudara Debi menyatakan bahwa:

“Kalau kopi keliling lebih fokus pada kepraktisan, sedangkan cafe memberikan pelayanan yang lebih lengkap seperti tempat duduk, wifi, dan suasana untuk bersantai. Jadi kami lebih menyesuaikan pelayanan sesuai kebutuhan pelanggan.”<sup>100</sup>

Sementara itu, Saudara Reza mengatakan bahwa:

“Kami lebih fleksibel dalam membuat suasana cafe, misalnya menyediakan tempat untuk aktivitas pelanggan seperti gaming atau nonton bola supaya mereka merasa nyaman.”<sup>101</sup>

Saudari Sitti Hardiyanti mengungkapkan bahwa:

<sup>100</sup> Debi Ahyard R. S.T, Pelaku Usaha Café Eureka, Wawancara Di Kota Pinrang tanggal 12 Mei 2026.

<sup>101</sup> Muhammad Reza, Pelaku Usaha Rumah Kopi, Wawancara Di Kota Pinrang tanggal 13 Mei 2026.

“Kami mencoba menyesuaikan jam operasional dan pelayanan sesuai kondisi pelanggan supaya mereka tetap nyaman datang ke cafe.”<sup>102</sup>

Selain itu, Saudara M. Ikhtiar menyatakan bahwa:

“Sekarang pelanggan tidak hanya mencari kopi, tetapi juga tempat berkumpul, jadi cafe harus bisa menyesuaikan fasilitas yang dibutuhkan konsumen.”<sup>103</sup>

Sedangkan Saudara Takdir mengatakan bahwa:

“Kami berusaha mengikuti perkembangan tren tanpa meninggalkan konsep utama cafe supaya tetap menarik bagi berbagai kalangan pelanggan.”<sup>104</sup>

Berdasarkan hasil wawancara tersebut dapat dipahami bahwa fleksibilitas menjadi salah satu strategi yang diterapkan pelaku usaha cafe dalam menghadapi persaingan usaha kopi keliling. Bentuk fleksibilitas tersebut dilakukan melalui penyesuaian pelayanan, fasilitas, suasana tempat, hingga konsep usaha agar tetap sesuai dengan kebutuhan dan kenyamanan pelanggan.

### c. Respon Cepat

Respon cepat terhadap perubahan pasar menjadi salah satu strategi yang penting bagi pelaku usaha cafe agar tetap mampu bertahan di tengah meningkatnya persaingan usaha kopi keliling. Perkembangan tren minuman kopi yang berubah dengan cepat membuat pelaku usaha perlu lebih peka terhadap kebutuhan dan keinginan konsumen. Dengan memberikan respon yang cepat, pelaku usaha dapat menyesuaikan strategi usaha sehingga pelanggan tetap tertarik untuk datang ke cafe. Dalam wawancara ini, peneliti menanyakan mengenai bagaimana pelaku usaha cafe

<sup>102</sup> Sitti Hardiyanti, Pelaku Usaha Happiness Café, Wawancara Di Kota Pinrang tanggal 13 Mei 2026.

<sup>103</sup> M. Ikhtiar, Pelaku Usaha Cafe El Sunset, Wawancara Di Kota Pinrang tanggal 14 Mei 2026.

<sup>104</sup> Takdir Jaya Budi, Pelaku Usaha K3 Coffee, Wawancara Di Kota Pinrang tanggal 14 Mei 2026.

merespon perubahan tren dan kebutuhan konsumen dalam menghadapi persaingan usaha kopi keliling.

Saudari Debi menyatakan bahwa:

“Kami selalu melihat perkembangan pasar dan memperhatikan menu atau hal-hal yang sedang disukai pelanggan supaya cafe tetap bisa mengikuti kebutuhan konsumen.”<sup>105</sup>

Sementara itu, Saudara Reza mengatakan bahwa:

“Kami mencoba memahami perubahan minat pelanggan dengan melihat aktivitas atau kebiasaan yang mereka sukai, sehingga cafe tetap terasa dekat dengan konsumen.”<sup>106</sup>

Saudari Sitti Hardiyanti mengungkapkan bahwa:

“Kami berusaha cepat menyesuaikan pelayanan dan suasana cafe sesuai masukan dari pelanggan.”<sup>107</sup>

Selain itu, Saudara M. Ikhtiar menyatakan bahwa:

“Kalau ada tren baru yang banyak diminati, kami biasanya langsung mencoba menyesuaikan menu atau cara promosi supaya tidak tertinggal.”<sup>108</sup>

Sedangkan Saudara Takdir mengatakan bahwa:

“Kami rutin melihat respon pelanggan terhadap produk dan pelayanan agar bisa mengetahui apa yang perlu diperbaiki.”<sup>109</sup>

Berdasarkan hasil wawancara tersebut dapat dipahami bahwa respon cepat menjadi salah satu strategi yang dilakukan pelaku usaha cafe dalam mempertahankan keberlangsungan usahanya. Bentuk respon tersebut dilakukan dengan memperhatikan

<sup>105</sup> Debi Ahyard R. S.T, Pelaku Usaha Café Eureka, Wawancara Di Kota Pinrang tanggal 12 Mei 2026.

<sup>106</sup> Muhammad Reza, Pelaku Usaha Rumah Kopi, Wawancara Di Kota Pinrang tanggal 13 Mei 2026.

<sup>107</sup> Sitti Hardiyanti, Pelaku Usaha Happiness Café, Wawancara Di Kota Pinrang tanggal 13 Mei 2026.

<sup>108</sup> M. Ikhtiar, Pelaku Usaha Cafe El Sunset, Wawancara Di Kota Pinrang tanggal 14 Mei 2026.

<sup>109</sup> Takdir Jaya Budi, Pelaku Usaha K3 Coffee, Wawancara Di Kota Pinrang tanggal 14 Mei 2026.

perubahan tren, memahami kebutuhan pelanggan, melakukan evaluasi terhadap pelayanan, serta menyesuaikan strategi usaha sesuai perkembangan pasar.

#### d. Peluang Pasar

Perkembangan usaha kopi keliling memberikan perubahan terhadap pola konsumsi masyarakat dalam menikmati minuman kopi. Kondisi tersebut membuat pelaku usaha cafe melihat adanya peluang pasar baru yang dapat dimanfaatkan untuk mempertahankan keberlangsungan usaha mereka. Meningkatnya minat masyarakat terhadap kopi dianggap membuka kesempatan bagi cafe untuk menjangkau konsumen yang lebih luas. Dalam wawancara ini, peneliti menanyakan mengenai bagaimana pelaku usaha cafe melihat peluang pasar di tengah berkembangnya usaha kopi keliling.

Saudara Debi menyatakan bahwa:

“Sekarang semakin banyak orang yang tertarik minum kopi, jadi menurut saya pasar kopi juga semakin luas, tinggal bagaimana cafe mempertahankan kualitasnya.”<sup>110</sup>

Saudara Reza juga mengatakan bahwa:

“Menurut saya, semakin banyak usaha kopi yang muncul justru membuat masyarakat semakin terbiasa menikmati kopi, sehingga cafe juga punya kesempatan lebih besar untuk mendapatkan pelanggan baru.”<sup>111</sup>

Saudari Sitti Hardiyanti mengungkapkan bahwa:

“Perkembangan usaha kopi membuat masyarakat semakin terbiasa nongkrong atau menikmati kopi di berbagai tempat, dan ini merupakan peluang yang besar untuk bisnis kopi.”<sup>112</sup>

---

<sup>110</sup> Debi Ahyard R. S.T, Pelaku Usaha Café Eureka, Wawancara Di Kota Pinrang tanggal 12 Mei 2026.

<sup>111</sup> Muhammad Reza, Pelaku Usaha Rumah Kopi, Wawancara Di Kota Pinrang tanggal 13 Mei 2026.

<sup>112</sup> Sitti Hardiyanti, Pelaku Usaha Happiness Café, Wawancara Di Kota Pinrang tanggal 13 Mei 2026.

Selain itu, Saudara M. Ikhtiar menyatakan bahwa:

“Menurut kami, dengan munculnya tren kopi keliling ini memberikan peluang yang besar. Karena semakin berkembang tren kopi, maka semakin banyak juga peluang untuk menarik pelanggan baru ke cafe..”<sup>113</sup>

Sedangkan Saudara Takdir mengatakan bahwa:

“Anak muda sekarang lebih suka mencoba tempat-tempat kopi yang berbeda, jadi menurut saya peluang pasarnya sangat besar..”<sup>114</sup>

Berdasarkan hasil wawancara tersebut dapat dipahami bahwa berkembangnya usaha kopi keliling juga membuka peluang pasar bagi usaha cafe. Meningkatnya minat masyarakat terhadap kopi dianggap mampu memperluas jumlah konsumen dan memberikan kesempatan bagi cafe untuk terus berkembang.

#### e. Konsistensi Strategi

Konsistensi strategi menjadi salah satu hal penting dalam mempertahankan keberlangsungan usaha cafe di tengah persaingan usaha kopi yang semakin meningkat. Pelaku usaha perlu menjaga kualitas produk, pelayanan, serta konsep usaha agar pelanggan tetap memiliki kepercayaan dan loyalitas terhadap cafe yang mereka kunjungi. Konsistensi tersebut dianggap mampu menjadi kekuatan utama dalam mempertahankan pelanggan di tengah banyaknya pilihan usaha kopi. Dalam wawancara ini, peneliti menanyakan mengenai bagaimana pelaku usaha menjaga konsistensi usahanya dalam menghadapi persaingan usaha kopi keliling.

Saudara Debi menyatakan bahwa:

---

<sup>113</sup> M. Ikhtiar, Pelaku Usaha Cafe El Sunset, Wawancara Di Kota Pinrang tanggal 14 Mei 2026.

<sup>114</sup> Takdir Jaya Budi, Pelaku Usaha K3 Coffee, Wawancara Di Kota Pinrang tanggal 14 Mei 2026.

“Kami tetap menjaga kualitas rasa kopi dan kenyamanan tempat karena itu yang membuat pelanggan terus kembali datang.”<sup>115</sup>

Sementara itu, Saudara Reza mengatakan bahwa:

“Kami mempertahankan konsep cafe yang sudah menjadi ciri khas supaya pelanggan tetap mengenal identitas usaha kami.”<sup>116</sup>

Saudari Sitti Hardiyanti mengungkapkan bahwa:

“Konsistensi pelayanan kepada pelanggan harus tetap dijaga supaya mereka merasa nyaman setiap datang ke cafe.”<sup>117</sup>

Selain itu, Saudara M. Ikhtiar menyatakan bahwa:

“Kami berusaha menjaga kualitas menu dan pelayanan agar pelanggan tidak kecewa jika ada perubahan yang mereka rasakan.”<sup>118</sup>

Sedangkan Saudara Takdir mengatakan bahwa:

“Menurut saya, usaha bisa bertahan kalau kualitas dan suasana tempat tetap konsisten dari waktu ke waktu.”<sup>119</sup>

Berdasarkan hasil wawancara tersebut dapat disimpulkan bahwa konsistensi strategi menjadi salah satu langkah penting dalam mempertahankan keberlangsungan usaha cafe. Konsistensi dilakukan dengan menjaga kualitas produk, pelayanan, konsep usaha, dan kenyamanan tempat agar pelanggan tetap loyal dan usaha mampu bertahan di tengah persaingan usaha kopi yang semakin berkembang.

---

<sup>115</sup> Debi Ahyard R. S.T, Pelaku Usaha Café Eureka, Wawancara Di Kota Pinrang tanggal 12 Mei 2026.

<sup>116</sup> Muhammad Reza, Pelaku Usaha Rumah Kopi, Wawancara Di Kota Pinrang tanggal 13 Mei 2026.

<sup>117</sup> Sitti Hardiyanti, Pelaku Usaha Happiness Café, Wawancara Di Kota Pinrang tanggal 13 Mei 2026.

<sup>118</sup> M. Ikhtiar, Pelaku Usaha Cafe El Sunset, Wawancara Di Kota Pinrang tanggal 14 Mei 2026.

<sup>119</sup> Takdir Jaya Budi, Pelaku Usaha K3 Coffee, Wawancara Di Kota Pinrang tanggal 14 Mei 2026.

## **B. Pembahasan Hasil Penelitian**

### **1. Karakteristik Usaha Kopi Keliling**

Karakteristik usaha kopi keliling di Kabupaten Pinrang sebagaimana ditunjukkan oleh Kopi Pusa, Kopi Gacor, Kopi Candu, Kopi Djadi, dan 422 Coffee dapat dilihat dari aspek harga, kualitas produk, pelayanan, lokasi dan aksesibilitas, serta inovasi. Berdasarkan hasil wawancara, seluruh pelaku usaha memiliki tujuan yang sama, yaitu mempertahankan eksistensi usaha dan menarik minat konsumen di tengah meningkatnya persaingan bisnis kopi. Namun, meskipun memiliki tujuan yang sama, masing-masing pelaku usaha menerapkan strategi yang berbeda sesuai dengan kondisi usaha, target pasar, dan sumber daya yang dimiliki.

Pada aspek harga, seluruh pelaku usaha berupaya menawarkan produk dengan harga yang relatif terjangkau. Strategi ini dilakukan karena sebagian besar konsumen kopi keliling berasal dari kalangan pelajar, mahasiswa, dan pekerja yang cenderung sensitif terhadap harga. Selain mempertimbangkan kemampuan daya beli konsumen, penetapan harga juga disesuaikan dengan harga pasar dan biaya bahan baku yang digunakan. Kondisi ini menunjukkan bahwa harga tidak hanya berfungsi sebagai alat untuk memperoleh keuntungan, tetapi juga sebagai strategi kompetitif untuk menarik dan mempertahankan pelanggan. Harga yang terjangkau menjadi salah satu alasan utama konsumen memilih kopi keliling dibandingkan kedai kopi tetap yang umumnya memiliki biaya operasional lebih besar.

**Tabel 4.1 Range Harga Kopi**

| Jenis Usaha      | Harga           |
|------------------|-----------------|
| Kopi Keliling    | 10.000          |
| Kedai Kopi Tetap | 15.000 - 30.000 |

Sumber: Hasil Wawancara Peneliti, 2026

Berdasarkan tabel tersebut, dapat diketahui bahwa usaha kopi keliling menawarkan harga yang relatif lebih rendah dibandingkan kedai kopi tetap. Perbedaan rentang harga ini dipengaruhi oleh struktur biaya operasional yang berbeda. Usaha kopi keliling umumnya tidak memerlukan biaya sewa tempat, biaya listrik yang besar, maupun jumlah tenaga kerja yang banyak sehingga mampu menawarkan harga yang lebih terjangkau. Sebaliknya, kedai kopi tetap memiliki biaya operasional yang lebih tinggi karena harus menyediakan fasilitas, kenyamanan tempat, dan pelayanan yang lebih lengkap. Temuan ini menunjukkan bahwa harga menjadi salah satu keunggulan kompetitif utama yang dimiliki oleh usaha kopi keliling dalam menarik konsumen. Hal ini sejalan dengan penelitian Krisila Arini Hikmah, Supardi, dan Rizky Eka Febriansah yang menyatakan bahwa biaya operasional dan penetapan harga memiliki pengaruh terhadap kemampuan usaha dalam menarik konsumen dan meningkatkan pendapatan.<sup>120</sup>

Berdasarkan perspektif ekonomi syariah, perbedaan harga antara kopi keliling dan kedai kopi tetap merupakan hal yang wajar selama tidak terdapat praktik penetapan harga yang merugikan pihak lain.<sup>121</sup> Hasil penelitian menunjukkan bahwa masing-

<sup>120</sup> dan Rizky Eka Febriansah Krisila Arini Hikmah, Supardi, 'Nalisis Biaya Operasional, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Peningkatan Pendapatan Pada UMKM Kuliner Di Sidoarjo', *Jurnal Manajerial*, 2024.

<sup>121</sup> dan Rahman Ambo Masse Fitra Analia, Abdul Wahab, 'Mekanisme Penetapan Harga Yang Adil Dalam Ekonomi Syariah', *Journal of Economic, Public, and Accounting (JEPA)* 5, 2023.

masing pelaku usaha menentukan harga berdasarkan biaya operasional dan target pasar sehingga mencerminkan prinsip keadilan dalam transaksi bisnis.

Dari aspek kualitas produk, hasil penelitian menunjukkan bahwa para pelaku usaha menyadari bahwa harga yang murah tidak akan mampu mempertahankan pelanggan apabila tidak diimbangi dengan kualitas yang baik. Oleh karena itu, seluruh informan menekankan pentingnya menjaga konsistensi rasa, kualitas bahan baku, serta standar penyajian produk. Konsistensi kualitas dianggap sebagai faktor penting dalam membangun kepercayaan pelanggan dan menciptakan pembelian ulang. Temuan ini menunjukkan bahwa pelaku usaha kopi keliling tidak hanya bersaing melalui harga, tetapi juga berusaha memberikan nilai tambah melalui kualitas produk yang mampu memenuhi harapan konsumen. Temuan tersebut sejalan dengan penelitian Hafidz Nurshodiq, Samsul Anwar, dan Agus Yudianto yang menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada usaha kedai kopi.<sup>122</sup>

Selain kualitas produk, pelayanan juga menjadi aspek yang mendapat perhatian dari para pelaku usaha. Berdasarkan hasil wawancara, pelayanan yang ramah, cepat, dan responsif terhadap kebutuhan pelanggan dianggap mampu menciptakan hubungan yang lebih dekat dengan konsumen. Hubungan tersebut berpotensi meningkatkan loyalitas pelanggan, terutama dalam usaha kopi keliling yang sangat bergantung pada pelanggan tetap. Dengan demikian, pelayanan tidak hanya berfungsi sebagai aktivitas

---

<sup>122</sup> dan Agus Yudianto Hafidz Nurshodiq, Samsul Anwar, 'Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Kafe Teringat Kopi Indramayu)', *Jurnal Investasi*, 2024.

transaksi, tetapi juga menjadi strategi untuk membangun pengalaman positif yang dapat membedakan usaha satu dengan usaha lainnya.

Karakteristik lain yang menonjol adalah lokasi dan aksesibilitas usaha. Berbeda dengan kedai kopi tetap yang bergantung pada lokasi permanen, usaha kopi keliling memiliki fleksibilitas yang tinggi dalam menentukan tempat berjualan. Para pelaku usaha cenderung memilih lokasi yang memiliki tingkat mobilitas masyarakat yang tinggi, seperti area sekolah, perkantoran, jalan poros, dan tempat berkumpulnya anak muda. Fleksibilitas ini memberikan keuntungan kompetitif karena pelaku usaha dapat mendekatkan produk kepada konsumen serta menyesuaikan lokasi penjualan dengan kondisi pasar yang sedang berkembang. Kemudahan akses tersebut menjadi salah satu faktor yang mendorong konsumen memilih kopi keliling karena lebih praktis dan mudah dijangkau. Temuan tersebut sejalan dengan penelitian Wilson dan Imam Ardiansyah yang menjelaskan bahwa lokasi memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen, terutama dari aspek aksesibilitas dan kemudahan dijangkau.<sup>123</sup>

Selain itu, para pelaku usaha juga menunjukkan kemampuan berinovasi sebagai bentuk adaptasi terhadap perkembangan pasar dan perubahan preferensi konsumen. Inovasi yang dilakukan tidak hanya berupa penambahan varian rasa baru, tetapi juga mencakup penggunaan kemasan yang lebih menarik, pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi, penyediaan metode pembayaran digital, serta upaya menciptakan identitas usaha yang berbeda dari pesaing. Temuan ini menunjukkan bahwa inovasi

---

<sup>123</sup> Wilson dan Imam Ardiansyah, 'Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Coffeeshop Mini Kopi Green Ville Jakarta Barat', *Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 2025.

menjadi salah satu strategi penting dalam mempertahankan daya saing usaha, terutama di tengah meningkatnya jumlah pelaku usaha kopi yang menawarkan produk serupa.

Dari perspektif ekonomi syariah, karakteristik usaha kopi keliling di Kabupaten Pinrang juga mencerminkan prinsip-prinsip muamalah yang menekankan keadilan, kejujuran, dan kemaslahatan dalam kegiatan bisnis. Penetapan harga yang terjangkau menunjukkan upaya pelaku usaha untuk tidak mengambil keuntungan secara berlebihan (gharar dan ihtikar dihindari), melainkan menyesuaikan dengan kemampuan daya beli masyarakat. Selain itu, perhatian terhadap kualitas produk dan kejujuran dalam penggunaan bahan baku mencerminkan prinsip amanah dalam bertransaksi. Pelayanan yang ramah serta tidak merugikan konsumen juga sejalan dengan nilai ihsan dalam Islam, yaitu memberikan pelayanan terbaik kepada pelanggan. Sementara itu, fleksibilitas lokasi dan inovasi yang dilakukan dapat dipandang sebagai bentuk ikhtiar dalam mencari rezeki yang halal dengan tetap memperhatikan etika bisnis. Dengan demikian, praktik usaha kopi keliling tidak hanya menunjukkan strategi ekonomi, tetapi juga dapat dipahami sebagai aktivitas usaha yang selaras dengan nilai-nilai ekonomi syariah yang menekankan keseimbangan antara keuntungan, etika, dan kemaslahatan masyarakat.

Temuan penelitian ini sejalan dengan teori persaingan usaha yang menyatakan bahwa kemampuan pelaku usaha dalam menawarkan harga yang kompetitif, menjaga kualitas produk, memberikan pelayanan yang baik, memilih lokasi yang strategis, serta melakukan inovasi merupakan faktor penting dalam menciptakan keunggulan kompetitif. Dalam konteks usaha kopi keliling di Kabupaten Pinrang, kelima aspek tersebut saling berkaitan dan menjadi dasar bagi pelaku usaha untuk mempertahankan

pelanggan sekaligus menghadapi persaingan yang semakin ketat. Dengan demikian, karakteristik usaha kopi keliling tidak hanya menunjukkan bagaimana pelaku usaha menjalankan bisnisnya, tetapi juga menggambarkan strategi yang digunakan untuk mempertahankan keberlangsungan usaha dalam jangka panjang.

## 2. Dampak Kehadiran Usaha Kopi Keliling terhadap Keberlangsungan Kedai Kopi Tetap

Berdasarkan hasil wawancara dengan pelaku usaha Cafe Eureka, Rumah Kopi, Happiness Cafe, Cafe El Sunset, dan K3 Coffee, ditemukan bahwa kehadiran usaha kopi keliling di Kabupaten Pinrang tidak serta-merta mengancam keberlangsungan kedai kopi tetap secara keseluruhan. Meskipun kopi keliling menawarkan harga yang lebih terjangkau dan kemudahan akses bagi konsumen, sebagian besar informan menilai bahwa keberadaan kopi keliling lebih banyak menciptakan perubahan pola persaingan dibandingkan menyebabkan penurunan usaha secara signifikan.

**Tabel 4.2 Kondisi pendapatan kedai kopi tetap setelah kehadiran usaha kopi keliling**

| No | Nama Usaha  | Kondisi Pendapatan | Keterangan                            |
|----|-------------|--------------------|---------------------------------------|
| 1  | Cafe Eureka | Tetap/Stabil       | Tidak mengalami perubahan signifikan. |
| 2  | Rumah Kopi  | Tetap/Stabil       | Pelanggan masih mendominasi.          |

|   |                |                                               |                                                                                                 |
|---|----------------|-----------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 3 | Happiness Cafe | Tetap/Stabil                                  | Penjualan relatif konsisten.                                                                    |
| 4 | Cafe El Sunset | Tetap/Stabil                                  | Tidak terdampak secara signifikan                                                               |
| 5 | K3 Coffee      | Menurun pada awal kemunculan, kemudian stabil | Sempat kehilangan sebagian pelanggan, namun kembali stabil setelah melakukan penyesuaian usaha. |

Sumber: Hasil Wawancara Peneliti, 2026

Berdasarkan Tabel Pendapatan tersebut, dapat diketahui bahwa kehadiran usaha kopi keliling tidak memberikan dampak yang sama terhadap kondisi pendapatan kedai kopi tetap di Kabupaten Pinrang. Sebagian besar informan menyatakan bahwa pendapatan usaha mereka relatif stabil meskipun muncul usaha kopi keliling sebagai pesaing baru. Hal ini menunjukkan bahwa kedai kopi tetap masih memiliki segmen pelanggan tersendiri yang tidak sepenuhnya beralih ke kopi keliling.

K3 Coffee mengungkapkan bahwa pada awal kemunculan kopi keliling sempat terjadi penurunan pendapatan akibat adanya pergeseran sebagian konsumen yang tertarik mencoba alternatif baru dengan harga yang lebih terjangkau. Meskipun demikian, kondisi tersebut tidak berlangsung lama karena pelaku usaha melakukan berbagai penyesuaian strategi, seperti meningkatkan kualitas pelayanan dan memperkuat konsep usaha. Temuan ini menunjukkan bahwa dampak kehadiran kopi

keliling terhadap pendapatan usaha cenderung bersifat sementara dan dipengaruhi oleh kemampuan pelaku usaha dalam mempertahankan daya saingnya.

Dari hasil penelitian, penulis menemukan bahwa perbedaan karakteristik antara kopi keliling dan kedai kopi tetap menjadi faktor utama yang menyebabkan keduanya masih dapat bertahan pada segmen pasar masing-masing. Kopi keliling lebih unggul dari sisi mobilitas, kepraktisan, dan harga yang relatif murah, sedangkan kedai kopi tetap memiliki keunggulan pada aspek fasilitas, kenyamanan, kualitas pelayanan, serta pengalaman konsumsi yang tidak dapat diberikan oleh usaha kopi keliling. Kondisi ini menunjukkan bahwa persaingan yang terjadi bukan semata-mata persaingan produk, melainkan persaingan dalam menciptakan nilai yang berbeda bagi konsumen. Hal ini sejalan dengan penelitian Oka Purnama yang menyatakan bahwa dalam industri coffee shop, keputusan pembelian konsumen tidak hanya dipengaruhi oleh produk, tetapi juga oleh kualitas pelayanan dan nilai yang dirasakan konsumen.<sup>124</sup>

Pada aspek pendapatan, hasil penelitian menunjukkan bahwa dampak kehadiran kopi keliling cenderung dirasakan pada masa awal kemunculannya. Fenomena ini terlihat dari pengakuan beberapa informan yang mengalami penurunan jumlah pelanggan dan omzet karena sebagian konsumen tertarik mencoba alternatif baru yang menawarkan harga lebih murah. Namun, penulis menemukan bahwa dampak tersebut bersifat sementara. Seiring berjalannya waktu, sebagian besar kedai kopi tetap mampu menyesuaikan diri dengan kondisi pasar melalui berbagai strategi, seperti meningkatkan kualitas produk, memperbaiki pelayanan, serta memperkuat identitas dan konsep usaha. Temuan ini menunjukkan bahwa penurunan pendapatan

---

<sup>124</sup> Oka Purnama, 'Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Coffee Shop "Gula Kopi"', *Jurnal Performa: Jurnal Manajemen Dan Start-up Bisnis*, 2023.

tidak semata-mata disebabkan oleh kehadiran kopi keliling, tetapi juga berkaitan dengan kemampuan pelaku usaha dalam merespons perubahan lingkungan bisnis. Temuan tersebut sejalan dengan penelitian Pinta Rohmada Rahayu dan Nur Hidayah yang menjelaskan bahwa persaingan usaha tidak selalu berdampak negatif terhadap perkembangan usaha, karena pelaku UMKM yang mampu melakukan inovasi dan penyesuaian strategi cenderung dapat mempertahankan bahkan meningkatkan kinerja usahanya.<sup>125</sup>

Penulis juga menemukan bahwa loyalitas pelanggan memiliki peran yang sangat penting dalam menjaga keberlangsungan usaha kedai kopi tetap. Pelanggan yang telah memiliki keterikatan dengan suatu kedai kopi cenderung tidak mudah berpindah hanya karena faktor harga yang lebih murah. Mereka mempertimbangkan berbagai aspek lain seperti kenyamanan tempat, hubungan sosial yang terjalin, kualitas pelayanan, serta pengalaman yang diperoleh ketika berada di kedai kopi tersebut. Dengan demikian, loyalitas pelanggan menjadi salah satu bentuk modal non-material yang mampu memperkuat ketahanan usaha di tengah meningkatnya persaingan.

Selain itu, hasil penelitian menunjukkan adanya perbedaan motivasi konsumsi antara pelanggan kopi keliling dan pelanggan kedai kopi tetap. Konsumen kopi keliling umumnya lebih mengutamakan aspek kepraktisan, kecepatan pelayanan, dan harga yang terjangkau. Sebaliknya, konsumen kedai kopi tetap cenderung mencari pengalaman yang lebih kompleks, seperti tempat untuk bekerja, berdiskusi, berkumpul bersama teman, bermain gim, atau sekadar menikmati suasana yang nyaman. Perbedaan motivasi konsumsi tersebut menunjukkan bahwa kopi keliling dan kedai

---

<sup>125</sup> Pinta Rohmada Rahayu dan Nur Hidayah, 'Pengaruh Jaringan Usaha, Inovasi Produk, Dan Persaingan Usaha Terhadap Perkembangan Usaha UMKM', *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 2023.

kopi tetap pada dasarnya tidak sepenuhnya berada pada pasar yang sama, melainkan melayani kebutuhan konsumen yang berbeda. Oleh karena itu, kehadiran kopi keliling tidak selalu menyebabkan berkurangnya pelanggan kedai kopi tetap secara langsung. Temuan tersebut sejalan dengan penelitian Prita Aulia dkk, yang membahas mengenai customer experience pada coffee shop menunjukkan bahwa suasana, interaksi sosial, kualitas layanan, dan keterlibatan emosional menjadi faktor penting yang mendorong kunjungan ulang dan loyalitas pelanggan.<sup>126</sup>

Dari perspektif persaingan usaha, kehadiran kopi keliling justru mendorong terciptanya persaingan yang lebih sehat dan dinamis. Para pelaku usaha kedai kopi tetap menjadi lebih terdorong untuk melakukan evaluasi dan perbaikan terhadap usahanya agar tetap relevan dengan kebutuhan konsumen. Bentuk adaptasi yang ditemukan dalam penelitian ini antara lain peningkatan kualitas pelayanan, pengembangan konsep usaha yang lebih menarik, pemanfaatan media sosial untuk promosi, serta penambahan fasilitas yang mampu meningkatkan kenyamanan pelanggan. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa persaingan tidak hanya menghasilkan dampak negatif berupa berkurangnya pelanggan, tetapi juga mampu mendorong pelaku usaha untuk lebih inovatif dan kompetitif.

Apabila dianalisis lebih lanjut, dampak terbesar yang ditimbulkan oleh kehadiran kopi keliling bukanlah pada hilangnya eksistensi kedai kopi tetap, melainkan pada perubahan pola bisnis yang harus dilakukan oleh pelaku usaha untuk mempertahankan daya saingnya. Kehadiran kopi keliling menjadi stimulus bagi kedai kopi tetap untuk melakukan adaptasi terhadap perubahan preferensi konsumen yang

---

<sup>126</sup> Prita Aulia Dkk., 'Penerapan Customer Experience Design Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Pada Coffee Shop XYZ Di Karawang', *Jurnal Bisnis Dan Manajemen West Science*, 2025.

semakin mengutamakan efisiensi, kepraktisan, dan kemudahan akses. Dengan kata lain, kopi keliling telah menciptakan tekanan kompetitif yang mendorong pelaku usaha kedai kopi tetap untuk terus berinovasi dan meningkatkan kualitas usahanya.

Temuan ini sejalan dengan Teori Dampak yang dikemukakan oleh William N. Dunn bahwa suatu perubahan atau fenomena akan menimbulkan konsekuensi bagi pihak yang terdampak, baik secara positif maupun negatif. Kehadiran usaha kopi keliling memberikan dampak terhadap kedai kopi tetap, terutama pada aspek pendapatan, jumlah konsumen, daya saing usaha, dan perilaku konsumen.<sup>127</sup> Meskipun pada awalnya beberapa kedai kopi mengalami penurunan pelanggan dan pendapatan, dampak tersebut tidak berlangsung lama karena pelaku usaha mampu beradaptasi melalui peningkatan kualitas pelayanan, inovasi, dan penguatan identitas usaha. Dengan demikian, kehadiran kopi keliling tidak hanya menimbulkan tantangan, tetapi juga mendorong kedai kopi tetap untuk meningkatkan daya saingnya dalam menghadapi perubahan pasar.

Berdasarkan hasil penelitian, kehadiran kopi keliling tidak menimbulkan persaingan yang bersifat destruktif, melainkan mendorong pelaku usaha untuk meningkatkan kualitas produk dan layanan. Kondisi ini sesuai dengan konsep persaingan dalam Islam yang mendorong pelaku usaha berlomba-lomba dalam memberikan manfaat terbaik kepada masyarakat.

---

<sup>127</sup> Siti Fatikhatus Sya'adah Fatik Dkk, 'Analisis Kebijakan P5 & PPRA: Perspektif Teori William Dunn', *Jurnal Tambora*, 2025.

### **3. Strategi Kedai Kopi Tetap dalam Menghadapi Persaingan Usaha Kopi Keliling**

Berdasarkan hasil wawancara dengan Cafe Eureka, Rumah Kopi, Happiness Cafe, Cafe El Sunset, dan K3 Coffee, penulis menemukan bahwa kehadiran usaha kopi keliling tidak direspons dengan cara meniru model bisnis yang sama, melainkan melalui penguatan karakteristik dan identitas yang telah dimiliki masing-masing kedai kopi. Temuan ini menunjukkan bahwa para pelaku usaha menyadari adanya perbedaan karakteristik pasar antara kopi keliling dan kedai kopi tetap. Oleh karena itu, strategi yang diterapkan tidak berfokus pada persaingan harga semata, tetapi lebih diarahkan pada penciptaan nilai tambah yang sulit ditiru oleh usaha kopi keliling.

Pada aspek inovasi, penulis menemukan bahwa inovasi yang dilakukan oleh kedai kopi tetap tidak hanya berorientasi pada pengembangan produk, tetapi juga pada penciptaan pengalaman konsumsi yang lebih menarik bagi pelanggan. Cafe Eureka dan Rumah Kopi berupaya mempertahankan cita rasa kopi yang autentik sambil menyesuaikan menu dengan perkembangan tren pasar. Sementara itu, Happiness Cafe dan Cafe El Sunset melakukan inovasi melalui penambahan variasi menu serta peningkatan kenyamanan tempat, sedangkan K3 Coffee lebih berfokus pada penciptaan suasana yang santai dan akrab bagi pelanggan.

**Tabel 4.3 Bentuk Inovasi Kedai Kopi Tetap**

| No | Nama Usaha     | Bentuk Inovasi                                                                                                            | Tujuan Inovasi                                                                     |
|----|----------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------|
| 1  | Cafe Eureka    | Mempertahankan ciri khas kopi panas, menjaga suasana nyaman, serta mengembangkan produk sesuai perubahan selera konsumen. | Menjaga daya tarik usaha cafe dan menyesuaikan kebutuhan pasar.                    |
| 2  | Rumah Kopi     | Mempertahankan cita rasa kopi yang autentik sebagai identitas usaha.                                                      | Menciptakan diferensiasi dan mempertahankan pelanggan yang menyukai kopi autentik. |
| 3  | Happiness Cafe | Menambah variasi menu baru dan meningkatkan kenyamanan suasana cafe.                                                      | Meningkatkan kepuasan pelanggan dan menarik konsumen baru.                         |
| 4  | Cafe El Sunset | Memperkuat model konsep tempat dan meningkatkan kenyamanan suasana cafe.                                                  | Memberikan pengalaman yang berbeda kepada pelanggan.                               |
| 5  | K3 Coffee      | Menciptakan suasana yang nyaman dan konsep tempat yang santai.                                                            | Membuat pelanggan lebih betah dan meningkatkan loyalitas pelanggan.                |

Sumber: Hasil Wawancara Peneliti, 2026

Berdasarkan Tabel Inovasi tersebut, dapat diketahui bahwa inovasi yang dilakukan oleh kedai kopi tetap di Kabupaten Pinrang tidak hanya berfokus pada pengembangan produk, tetapi juga pada aspek pelayanan, konsep usaha, dan pengalaman pelanggan. Mayoritas pelaku usaha memilih memperkuat karakteristik yang menjadi keunggulan masing-masing usaha dibandingkan bersaing secara langsung melalui harga. Hal ini menunjukkan bahwa inovasi yang diterapkan lebih mengarah pada upaya menciptakan nilai tambah bagi pelanggan.

Temuan ini mengindikasikan bahwa kehadiran usaha kopi keliling telah mendorong pelaku usaha kedai kopi tetap untuk melakukan berbagai penyesuaian guna mempertahankan daya saingnya. Inovasi tidak hanya menjadi sarana untuk menarik pelanggan baru, tetapi juga sebagai strategi untuk mempertahankan loyalitas pelanggan yang telah ada. Dengan demikian, inovasi berperan penting dalam mendukung keberlangsungan usaha kedai kopi tetap di tengah meningkatnya persaingan usaha kopi di Kabupaten Pinrang. Hal ini sejalan dengan penelitian Lidya Djuwita Pratiwi Canon, Injilia Wulan Gratia Wua, dan Fitayantri Tamau yang menyatakan bahwa inovasi produk dan layanan, diferensiasi usaha, serta pengembangan pengalaman pelanggan menjadi strategi penting bagi kedai kopi dalam membangun loyalitas pelanggan di tengah persaingan yang semakin ketat.<sup>128</sup>

Dalam ekonomi syariah, inovasi merupakan bentuk ikhtiar yang diperbolehkan selama tidak bertentangan dengan prinsip halal dan tidak mengandung unsur penipuan. Inovasi yang dilakukan oleh kedai kopi tetap menunjukkan upaya pelaku usaha untuk meningkatkan kualitas layanan dan memberikan manfaat yang lebih besar kepada konsumen.

Dari aspek fleksibilitas, hasil penelitian menunjukkan bahwa para pelaku usaha memiliki kemampuan untuk menyesuaikan layanan dengan perubahan kebutuhan konsumen. Penulis melihat bahwa fleksibilitas yang dilakukan tidak sekadar berupa perubahan operasional, melainkan merupakan bentuk upaya mempertahankan relevansi usaha di tengah perubahan perilaku pelanggan. Penyediaan fasilitas seperti

---

<sup>128</sup> dan Fitayantri Tamau Lidya Djuwita Pratiwi Canon, Injilia Wulan Gratia Wua, 'Strategi Kewirausahaan Kedai Kopi Di Kota Manado Dalam Membangun Loyalitas Pelanggan: Studi Kualitatif Pada Pengalaman Pelanggan', *Jurnal Ilmiah Edunomika* 10, 2025.

wifi, area duduk yang nyaman, ruang diskusi, serta penyesuaian jam operasional menunjukkan bahwa pelaku usaha berusaha menciptakan lingkungan yang mampu memenuhi berbagai kebutuhan pelanggan. Temuan ini mengindikasikan bahwa kedai kopi tetap tidak lagi hanya berfungsi sebagai tempat membeli kopi, tetapi telah berkembang menjadi ruang sosial yang memiliki nilai lebih dibandingkan sekadar transaksi jual beli. Hal ini sejalan dengan penelitian Stevani, yang menunjukkan bahwa suasana tempat (*store atmosphere*) dan kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan serta loyalitas pelanggan.<sup>129</sup>

Pada aspek respon cepat terhadap perubahan pasar, seluruh informan menunjukkan kesadaran yang tinggi terhadap pentingnya memahami perilaku konsumen. Kemampuan mengamati tren, menerima masukan pelanggan, dan melakukan evaluasi secara berkala menjadi bagian dari strategi yang diterapkan untuk menjaga daya saing usaha. Temuan ini menunjukkan bahwa keberlangsungan usaha tidak hanya ditentukan oleh kualitas produk yang dimiliki, tetapi juga oleh kemampuan pelaku usaha dalam membaca perubahan lingkungan bisnis secara cepat dan tepat. Dalam kondisi persaingan yang semakin dinamis, pelaku usaha yang lambat merespons perubahan berisiko kehilangan pelanggan karena tidak mampu memenuhi kebutuhan pasar yang terus berkembang.

Menariknya, hasil penelitian menunjukkan bahwa seluruh informan memandang kehadiran kopi keliling bukan hanya sebagai ancaman, tetapi juga sebagai peluang pasar. Penulis melihat adanya perubahan cara pandang pelaku usaha terhadap

---

<sup>129</sup> Stevani, 'Pengaruh Store Atmosphere Dan Service Quality Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Coffee Shop)', *Jurnal Organisasi Dan Bisnis* 7, 2025.

persaingan. Jika pada umumnya persaingan dipandang sebagai faktor yang dapat mengurangi pelanggan, para pelaku usaha justru menilai bahwa meningkatnya jumlah usaha kopi turut berkontribusi dalam membangun budaya konsumsi kopi di masyarakat. Semakin tingginya minat masyarakat terhadap kopi membuka peluang yang lebih besar bagi seluruh pelaku usaha untuk memperoleh pelanggan. Temuan ini menunjukkan bahwa pelaku usaha tidak memandang pasar sebagai sesuatu yang tetap, melainkan sebagai sesuatu yang dapat berkembang seiring meningkatnya minat konsumen terhadap produk kopi. Temuan tersebut sejalan dengan penelitian Lidya Djuwita Pratiwi Canon, Injilia Wulan Gratia Wua, dan Fitayantri Tamau yang menjelaskan bahwa perkembangan industri kedai kopi telah menciptakan peluang pasar baru melalui meningkatnya budaya konsumsi kopi dan pengalaman pelanggan.<sup>130</sup>

Selain itu, aspek konsistensi strategi menjadi faktor yang paling banyak ditekankan oleh para informan. Seluruh pelaku usaha menyadari pentingnya menjaga kualitas produk, pelayanan, dan identitas usaha secara berkelanjutan. Konsistensi tersebut berperan dalam membangun kepercayaan dan loyalitas pelanggan yang menjadi modal penting bagi keberlangsungan usaha. Dalam konteks persaingan yang semakin ketat, pelanggan tidak hanya menilai kualitas produk pada satu waktu tertentu, tetapi juga mengharapkan kualitas yang sama pada setiap kunjungan. Oleh karena itu, konsistensi menjadi faktor yang menentukan apakah pelanggan akan tetap bertahan atau beralih ke usaha lain.

---

<sup>130</sup> dan Fitayantri Tamau Lidya Djuwita Pratiwi Canon, Injilia Wulan Gratia Wua, 'Strategi Kewirausahaan Kedai Kopi Di Kota Manado Dalam Membangun Loyalitas Pelanggan: Studi Kualitatif Pada Pengalaman Pelanggan', *Jurnal Ilmiah Edunomika*, 2025.

Berdasarkan keseluruhan temuan, strategi yang diterapkan oleh kedai kopi tetap di Kabupaten Pinrang menunjukkan adanya pergeseran pola persaingan dari persaingan berbasis harga menuju persaingan berbasis nilai. Kedai kopi tetap tidak berusaha mengalahkan kopi keliling melalui penurunan harga, melainkan melalui penciptaan pengalaman, kenyamanan, kualitas pelayanan, dan hubungan yang lebih kuat dengan pelanggan. Strategi tersebut menunjukkan bahwa keberlangsungan usaha tidak hanya bergantung pada kemampuan menjual produk, tetapi juga pada kemampuan menciptakan nilai yang mampu membedakan usaha dari para pesaingnya.

Temuan penelitian ini sejalan dengan teori strategi adaptasi Miles dan Snow yang menjelaskan bahwa keberhasilan suatu usaha dalam menghadapi perubahan lingkungan sangat dipengaruhi oleh kemampuannya untuk berinovasi, beradaptasi, merespons perubahan pasar, serta mempertahankan strategi yang konsisten.<sup>131</sup> Dalam konteks penelitian ini, kemampuan adaptasi yang dimiliki oleh kedai kopi tetap menjadi faktor penting yang memungkinkan usaha tetap bertahan dan berkembang meskipun di tengah meningkatnya persaingan usaha kopi keliling di Kabupaten Pinrang.

---

<sup>131</sup> dan Agus Subhan Prasetyo Waode Resty Septia Angreny, Wulan Sumekar, 'Keberlanjutan UMKM Berdasarkan Modal Sosial Dan Triple Bottom Line', *Jurnal Agribest*, 2021.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Simpulan**

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah diuraikan, maka dapat ditarik beberapa simpulan sebagai berikut:

1. Karakteristik usaha kopi keliling di Kabupaten Pinrang ditunjukkan melalui lima aspek utama, yaitu harga, kualitas produk, pelayanan, lokasi dan aksesibilitas, serta inovasi. Usaha kopi keliling cenderung menawarkan harga yang lebih terjangkau dibandingkan kedai kopi tetap karena struktur biaya operasional yang lebih rendah. Dari aspek kualitas produk, pelaku usaha berupaya menjaga konsistensi rasa dan kualitas bahan baku agar tetap diminati konsumen. Pelayanan yang diberikan juga bersifat cepat, ramah, dan responsif untuk membangun kedekatan dengan pelanggan. Selain itu, lokasi usaha yang fleksibel dan berpindah-pindah di area strategis seperti sekolah, perkantoran, jalan poros, dan tempat berkumpul anak muda menjadi keunggulan tersendiri dalam menjangkau konsumen. Adapun dari sisi inovasi, pelaku usaha melakukan pengembangan melalui varian menu, kemasan yang lebih menarik, pemanfaatan media sosial, serta penggunaan sistem pembayaran digital. Hal ini menunjukkan bahwa usaha kopi keliling memiliki karakter adaptif dan kompetitif dalam menghadapi persaingan bisnis kopi.
2. Dampak kehadiran usaha kopi keliling terhadap keberlangsungan kedai kopi tetap di Kabupaten Pinrang secara umum tidak bersifat signifikan atau merata

pada seluruh pelaku usaha. Kedai kopi tetap masih memiliki keunggulan utama berupa suasana, fasilitas, kualitas produk, serta pelayanan yang tidak dapat sepenuhnya ditawarkan oleh kopi keliling. Meskipun pada awal kemunculannya kopi keliling sempat menyebabkan penurunan jumlah pelanggan dan pendapatan pada beberapa usaha, kondisi tersebut cenderung kembali stabil setelah pelaku usaha melakukan penyesuaian strategi. Hal ini menunjukkan bahwa pelanggan kedai kopi tetap memiliki motivasi konsumsi yang berbeda, yaitu mencari kenyamanan, pengalaman bersosialisasi, serta aktivitas nongkrong. Selain itu, kehadiran kopi keliling juga mendorong terjadinya adaptasi pada kedai kopi tetap melalui peningkatan kualitas layanan, inovasi konsep usaha, dan penguatan identitas bisnis.

3. Strategi kedai kopi tetap dalam menghadapi persaingan usaha kopi keliling dilakukan melalui berbagai upaya adaptif yang berfokus pada penguatan nilai dan pengalaman pelanggan. Pelaku usaha tidak bersaing secara langsung melalui harga, tetapi melalui inovasi produk dan konsep tempat, peningkatan fasilitas, serta penciptaan suasana yang nyaman dan menarik. Selain itu, fleksibilitas dalam menyesuaikan kebutuhan konsumen, kemampuan merespons perubahan tren secara cepat, serta pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi menjadi bagian penting dalam strategi usaha. Pelaku usaha juga memandang meningkatnya jumlah pelaku usaha kopi sebagai peluang untuk memperluas pasar, bukan hanya sebagai ancaman. Konsistensi dalam menjaga kualitas produk, pelayanan, dan identitas usaha menjadi faktor utama dalam mempertahankan loyalitas pelanggan. Dengan demikian, strategi yang diterapkan menunjukkan bahwa kedai kopi tetap mampu beradaptasi secara

berkelanjutan dalam menghadapi persaingan usaha kopi keliling di Kabupaten Pinrang.

4. Berdasarkan perspektif ekonomi syariah, persaingan antara usaha kopi keliling dan kedai kopi tetap di Kabupaten Pinrang tergolong persaingan yang sehat karena tidak ditemukan praktik yang bertentangan dengan prinsip syariah seperti penipuan, monopoli, maupun tindakan yang merugikan pihak lain. Kehadiran kopi keliling justru mendorong peningkatan kualitas layanan dan inovasi usaha sehingga memberikan manfaat bagi pelaku usaha maupun konsumen.

## **B. Saran**

Berdasarkan simpulan yang telah diuraikan, maka peneliti memberikan beberapa saran sebagai berikut:

### **1. Saran Praktis**

- a) Bagi pelaku usaha kopi keliling, disarankan untuk terus mempertahankan strategi harga yang terjangkau, kualitas rasa yang konsisten, serta pelayanan yang ramah agar dapat mempertahankan loyalitas pelanggan. Selain itu, inovasi perlu terus dikembangkan, terutama dalam pemanfaatan media sosial, pengemasan produk, dan penambahan variasi menu agar tetap mengikuti perkembangan tren konsumen.
- b) Bagi pelaku usaha kedai kopi tetap, disarankan untuk terus memperkuat keunggulan utama seperti suasana tempat, kenyamanan, dan kualitas pelayanan yang menjadi pembeda dari kopi keliling. Selain itu, perlu dilakukan penguatan

strategi adaptasi seperti inovasi menu, promosi digital, serta peningkatan pengalaman pelanggan agar mampu mempertahankan daya saing dalam jangka panjang.

c) Bagi kedua jenis usaha, baik kopi keliling maupun kedai kopi tetap, disarankan untuk lebih aktif memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi dan komunikasi dengan konsumen, serta melakukan evaluasi rutin terhadap kebutuhan dan preferensi pelanggan agar usaha tetap relevan dengan perkembangan pasar.

## 2. Saran Akademis

a) Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk mengembangkan penelitian dengan pendekatan kuantitatif guna mengukur secara lebih terukur dampak kopi keliling terhadap pendapatan dan loyalitas pelanggan kedai kopi tetap.

b) Penelitian selanjutnya juga dapat memperluas lokasi penelitian ke wilayah lain agar dapat dibandingkan bagaimana dinamika persaingan usaha kopi di daerah yang berbeda.

c) Selain itu, disarankan untuk menambahkan variabel lain seperti strategi pemasaran digital atau perilaku konsumen dalam memilih jenis usaha kopi, sehingga kajian mengenai industri kopi menjadi lebih komprehensif.

## DAFTAR PUSTAKA

- Addury, Multazam Mansyur, 'Efficiency And Performance Of Sharia Banking In Indonesia', 2 (2019), 114–23
- Aditya, Andini dan, *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (Surabaya: Prima Media, 2002)
- Ahmad Muhajir, Imelda Saragih, dan Syahrul Amsari, 'Analisis Peran Usaha Kopi Keliling Dalam Memenuhi Kebiasaan Konsumsi Mahasiswa', *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 2024
- Al., Maulida et, 'Pengaruh Perilaku Konsumen Dan Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Keliling Di Jawa Timur.', *Jurnal Ilmiah Sosio Agribis*, 2025
- Amadea, M. B., Ariani, M., & Wibowo, J. M., 'Analisis Perilaku Konsumen Kopi Keliling Sebagai Gaya Hidup Modern Generasi Muda.', *Journal of Economic, Business and Accounting*, 2023
- Aravik, Fakhry ZamZam dan Havis, *Etika Bisnis Islam Seni Berbisnis Keberkahan* (Jakarta: Graha Ilmu, 2011)
- Ardiansyah, Wilson dan Imam, 'Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Coffeeshop Mini Kopi Green Ville Jakarta Barat', *Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 2025
- Arif, K., Ismail, I. A., Festiyed, F., Sriyolja, Z., & Yuda, S., 'Panduan Berbasis Bukti Untuk Penulisan Artikel Ilmiah Bereputasi.', *Jurnal Pendidikan Dan Teknologi Indonesia.*, 2025
- Burhanuddin, Anggita Tresliyana Suryana dan, 'Kopi, Pengaruh Kompetensi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Usaha UMKM', *Jurnal Agrisep*, 2021
- Dkk., Prita Aulia, 'Penerapan Customer Experience Design Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Pada Coffee Shop XYZ Di Karawang', *Jurnal Bisnis Dan Manajemen West Science*, 2025
- Dkk, Alvey Davelino, 'Analisis Pengembangan UMKM Broshan: Studi Kasus Usaha Kopi Keliling Di Tangerang', *Jurnal Pariwisata Dan Perhotelan*, 2024
- Dkk, Nurhaswinda, 'Penyajian Data', *Jurnal Inovasi Dan Tren*, Vol.3 No.1 (2025)
- Dkk, Siti Fatikhatus Sya'adah Fatik, 'Analisis Kebijakan P5 & PPRA: Perspektif Teori William Dunn', *Jurnal Tambora*, 2025
- Fitra Analia, Abdul Wahab, dan Rahman Ambo Masse, 'Mekanisme Penetapan Harga Yang Adil Dalam Ekonomi Syariah', *Journal of Economic, Public, and Accounting (JEPA)* 5, 2023

- Frances, Olivia, and Herlin Hidayat, 'Memanfaatkan Peluang, Berbisnis Kopi Masa Kini.', *Ejournal.Atmajaya*, 2020, 19–36
- Goraahe, Julhijjah, Muhammad Qadri Burga, and Septy Herviani, 'Strategi Kedai Ok Boss Coffee Menghadapi Persaingan Kedai Kopi Di Pulau Morotai Dalam Perspektif Ekonomi Syariah', *Jariqa: Journal of Management, Business, and Economics*, 2 (2025), 13–25
- Hafidz Nurshodiq, Samsul Anwar, dan Agus Yudianto, 'Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Kafe Teringat Kopi Indramayu)', *Jurnal Investasi*, 2024
- Harto, Siti Aisah & Budi, 'Analisis Customer Journey Dalam Meningkatkan Customer Experience Pelanggan Di Fore Coffee Shop', *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi*, 2025
- Hidayah, Pinta Rohmada Rahayu dan Nur, 'Pengaruh Jaringan Usaha, Inovasi Produk, Dan Persaingan Usaha Terhadap Perkembangan Usaha UMKM', *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 2023
- Ignatius Reynar, dan Farah Wulandari Pangestuty, 'Analisis Hubungan Literasi Digital Dan Literasi Ekonomi Dengan Keberlangsungan Usaha Mikro Dan Kecil', *Journal of Development Economic and Social Studies*, 2 (2023)
- Ischak, M. S. H. et al., 'Tinjauan Persaingan Usaha Dagang Antar Warung Kopi Tradisional Dan Warung Kopi Modern Di Gorontalo.', *Jurnal Ilmu Hukum Dan Tata Negara.*, 2025
- Jihat Fatya, Dkk, 'Peran Kenaikan Ekspor Kopi Tahun 2021–2024 Dalam Mendukung Pembangunan Berkelanjutan Di Indonesia', *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 2024
- Krisila Arini Hikmah, Supardi, dan Rizky Eka Febriansah, 'Nalisis Biaya Operasional, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Peningkatan Pendapatan Pada UMKM Kuliner Di Sidoarjo', *Jurnal Manajerial*, 2024
- Lidya Djuwita Pratiwi Canon, Injilia Wulan Gratia Wua, dan Fitayantri Tamau, 'Strategi Kewirausahaan Kedai Kopi Di Kota Manado Dalam Membangun Loyalitas Pelanggan: Studi Kualitatif Pada Pengalaman Pelanggan', *Jurnal Ilmiah Edunomika* 10, 2025
- Mamik, 'Metodologi Kualitatif', *Sidoarjo: Zifatama Publisher*, 2022
- Manalu, Doni Sahat Tua, 'Analisis Perilaku Konsumen Dalam Pengambilan Keputusan Pembelian Kopi Di Kopi Vokasi', *Jurnal Sains Terapan Pariwisata.*, 2024
- Mariana, Umaima, 'Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Pada Miniso Kota Parepare', 6 (2025), 72–89

- Mekarisce, Arnild Augina, 'Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data Pada Penelitian Kualitatif Di Bidang Kesehatan Masyarakat', *Jurnal Ilmiah Kesehatan Masyarakat*, Vol. 12 No (2021)
- Mhd. Husnul Fikri, Sri Murhayati, dan Ronal Darmawan, 'Keabsahan Data Dalam Penelitian Kualitatif', *Jurnal Pendidikan Tambusai*, Vol. 9 No. (2025)
- Moleong, Lexy J., *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2021)
- Muhammad Ismail, Ardi Megantoro, dan Rizal Lutfi Aziz, 'Implementasi Etika Bisnis Islam Dalam Persaingan Usaha Percetakan', *Journal Tafkirul Iqtishodiyah*, 2023
- Nugrahani, Farida, *Metode Penelitian Kualitatif Dalam Penelitian Pendidikan Bahasa* (Surakarta: Cakra Books, 2021)
- Nurdayati dkk, 'Analisis Persaingan Usaha Antar Warung Kopi Tradisional Dengan Warung Kopi Modern Di Kecamatan Wenang Kota Manado', 3 (2021), 6
- Nurhayati, Nur Aeni dan Siti, 'Analisis Dampak Sosial Ekonomi Terhadap Kehidupan Masyarakat Pasca Implementasi Suatu Program Pembangunan', *Jurnal Ekonomi Dan Kebijakan Publik*, 2023
- Oktoriani, Duala, 'Tren Ekonomi Dan Budaya Konsumsi Kopi Di Indonesia', *Jurnal ISO: Jurnal Ilmu Sosial, Politik Dan Humaniora*, 6 (2025)
- Pratama, Septi Putri, 'Analisis Kelayakan Bisnis Dan Strategi Pengembangan UMKM Kedai Kopi Di Tengah Persaingan Industri Kreatif', *Jurnal Ilmiah Ekonomi*, 2024
- Purnama, Oka, 'Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Coffee Shop "Gula Kopi"', *Jurnal Performa: Jurnal Manajemen Dan Start-up Bisnis*, 2023
- Putri, St Hajar, and Dian Resky Pangestu, 'Optimalisasi Strategi Layanan Custom Untuk Meningkatkan Daya Saing Usaha Buket Bunga JoEMS', 9 (2026), 26–38  
<<https://doi.org/10.32764/joems.v9i1.1718>>
- Relandia, M. K., 'Observasi Dalam Penelitian Kualitatif: Teknik Pengumpulan Data Lapangan.', *Jurnal Ilmiah Pendidikan Dasar*, 2025
- Satlita, Muhammad Irfani dan Lena, 'Sumber Dan Jenis Data Dalam Penelitian Kualitatif', *Journal of Public Policy and Administration Research*, Vol. 9 No. (2024)
- Savira Handyana, Handojo Waloejo, dan Wahyu Hidayat, 'Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Peacockoffie Gombel Semarang', *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 2023

- Sentyaningrum, Dini, Ivanka Miranur Aini, Ekavebryl Maretha, Universitas Muhammadiyahsidoarjo, Universitas Muhammadiyahsidoarjo, and Universitas Muhammadiyahsidoarjo, 'Etika Bisnis Islam Seni Berbisnis Dalam Keberkahan', 1 (2021), 69–80
- Septiani, Berliana Anggun, and Istiarsi Saptuti Sri Kawuryan, 'Analisa Penyebab Turunnya Produksi Kopi Robusta Kabupaten Temanggung', *EKUITAS (Jurnal Ekonomi Dan Keuangan)*, 5 (2021) <<https://doi.org/10.24034/j25485024.y2021.v5.i3.4612>>
- Siti Rahmawati, 'Perubahan Pola Konsumsi Masyarakat Terhadap Produk Kopi Di Tengah Tren Usaha Kopi Keliling', *Jurnal Sosioekonomi*, 2023
- St Hajar Putri, Dian Resky Pangestu, Umaina, Muh. Yusuf, 'Optimalisasi Strategi Layanan Custom Untuk Meningkatkan Daya Saing Usaha Buket Bunga', 9 (2026), 26–38 <<https://doi.org/10.32764/joems.v9i1.1718>>
- Stevani, 'Pengaruh Store Atmosphere Dan Service Quality Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Coffee Shop)', *Jurnal Organisasi Dan Bisnis* 7, 2025
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2022)
- Supriyadi, Dwi & Lestari, Rina, 'Tren Konsumsi Kopi Di Indonesia', *Jurnal Bisnis Dan Inovasi*, 8 No, 2 (2022)
- Syarifuddin, Andi Nurwahidah dan, 'Dampak Perubahan Perilaku Konsumen Terhadap Daya Saing Dan Keberlangsungan Usaha Mikro', *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 2024
- Takaya, Muhammad Rizky Kurniawan dan Rowlan, 'Strategi, Inovasi, Dan Kinerja Dalam Dinamika Persaingan Pasar', *Jurnal Manajemen, Akuntansi, Dan Ekonomi*, 2024
- Tohari, N., 'Analisis Persaingan UMKM Coffee Shop Kabupaten Jember.', *Journal of Social Science Research.*, 2023
- Ultavia, A., Jannati, P., Fildza, Q., & Qathrunnada, S., 'Metode Pengumpulan Data Kualitatif: Observasi, Wawancara, Dokumentasi.', *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 2025
- Waode Resty Septia Angreny, Wulan Sumekar, dan Agus Subhan Prasetyo, 'Keberlanjutan UMKM Berdasarkan Modal Sosial Dan Triple Bottom Line', *Jurnal Agribest*, 2021
- Wijaya, Helaluddin dan Hengki, *Analisis Data Kualitatif: Sebuah Tinjauan Teori Dan Praktik* (Makassar: Sekolah Tinggi Theologia Jaffray, 2022)

- Yuliani, Wiwin, 'Metode Penelitian Deskriptif Kualitatif Dalam Perspektif Bimbingan Dan Konseling', *Jurnal Kajian Bimbingan Dan Konseling Dalam Pendidikan*, 2023
- Hintoro, S. & Wijaya, A. F. (2021). *Analisis Strategi Bersaing pada Biznet Branch Salatiga Menggunakan Porter's Five Forces*. *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 2(6), 729-738.
- Tami, H. N. & Kamilia, N. (2023). "Persepsi Konsumen Thematic Coffee House terhadap Merek, Kualitas Produk dan Pelayanan serta Nilai Pelanggan Produk Kopi Lokal (Survei Konsumen Filosofi Kopi Jakarta Selatan)", *Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*, 6(1)
- Putra, Daren Z. & Sudiantini, Dian, Maulana, Desta Dima, Saputra, Randy & Hotasi, Sutrio, "Persaingan Antar Warung Kopi Berakibat Warung Kopi Gaul Secara Bertahap Mengalami Penurunan Profitabilitas Usaha", *Humanitas: Jurnal Humaniora, Sosial dan Bisnis*
- Warja, Ade Agung Gunawan, Abdurahman, & Purnamasari, Pupung, "*Business Strategy Analysis of Kopi Kenangan Using Porter's Five Forces*", *Jurnal Minfo Polgan*, Vol. 13 No. 2 (2024)
- Asbui, Risnita; M. Syahran Jailani; M. Husnullail; & Asrul. "*Metode Grounded Theory dalam Pendekatan Praktis*". *Jurnal Cahaya Mandalika*, Vol. 5 No. 1, 2024, hlm. 47-58.
- Mardatillah, N. A. & Murhayati, S., "Data dan Fakta Penelitian Kualitatif", *Jurnal Pendidikan Tambusai*, Vol. 9 No. 2 (2025)

# LAMPIRAN



|                                                                                   |                                                                                                                                                                                                        |
|-----------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  | <b>KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA</b><br><b>INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PAREPARE</b><br><b>FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM</b><br><b>Jl. Amal Bakti No. 8 Soreang 91131 Telp. (0421) 21307</b> |
|                                                                                   | <b>VALIDASI INSTRUMEN PENELITIAN</b>                                                                                                                                                                   |

|                |   |                                                                                                              |
|----------------|---|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Nama Mahasiswa | : | Fauziah Darwis                                                                                               |
| Nim            | : | 2220203860202063                                                                                             |
| Fakultas       | : | Ekonomi dan bisnis islam                                                                                     |
| Prodi          | : | Ekonomi syariah                                                                                              |
| Judul          | : | Analisis Dampak Kehadiran Usaha Kopi Keliling Terhadap Keberlangsungan Usaha Kopi Tetap di Kabupaten Pinrang |

### PEDOMAN WAWANCARA

#### Pelaku Usaha Kopi Keliling

##### 1. Karakteristik Usaha Kopi Keliling

- Sejak kapan Anda menjalankan usaha kopi keliling?
- Bagaimana menentukan harga produk kopi yang dijual?
- Apa saja upaya yang dilakukan dalam menjaga produk kopi yang dijual?
- Bagaimana strategi pelayanan Anda ke pelanggan?

- Bagaimana Anda menentukan pemilihan lokasi untuk melakukan penjualan?
- Inovasi apa yang dilakukan untuk mengembangkan usaha kopi Anda?

### **Pelaku Usaha Kedai Kopi Tetap**

#### **2. Dampak Kehadiran Usaha Kopi Keliling**

- Bagaimana dampak kehadiran usaha kopi keliling terhadap pendapatan usaha?
- Apakah ada perubahan pelanggan yang dirasakan setelah munculnya kopi keliling? Bagaimana perubahannya?
- Bagaimana menurut Anda pengaruh kehadiran usaha kopi keliling terhadap daya saing cafe yang Anda kelola?
- Apakah terdapat perubahan perilaku konsumen setelah berkembangnya usaha kopi keliling?

#### **3. Strategi Keberlangsungan Usaha**

- Strategi yang dilakukan agar tetap bertahan di tengah persaingan antar usaha?
- Bagaimana bentuk fleksibilitas yang diterapkan dalam mengelola usaha cafe agar tetap mampu bersaing?
- Strategi apa yang dilakukan untuk menyesuaikan kebutuhan konsumen yang terus berubah?

- Bagaimana Anda melihat peluang pasar di tengah berkembangnya usaha kopi keliling?
- Bagaimana anda menjaga konsistensi usaha dalam menghadapi persaingan?

Parepare, 10 April 2026

Mengetahui,-

Pembimbing



Rusnaena, M.Ag.

NIP: 19680205 200312 2 001

## Surat Penetapan Pembimbing Skripsi



DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
NOMOR : B-1148/In.39/FEBI.04/PP.00.9/04/2025

TENTANG

PENETAPAN PEMBIMBING SKRIPSI/TUGAS AKHIR MAHASISWA

DENGAN RAHMAT TUHAN YANG MAHA ESA  
DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PAEREPARE

- Menimbang
- Bahwa untuk menjamin kualitas skripsi/tugas akhir mahasiswa FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM IAIN Parepare, maka dipandang perlu penetapan pembimbing skripsi/tugas akhir mahasiswa tahun 2025
  - Bahwa yang tersebut namanya dalam surat keputusan ini dipandang cakap dan mampu untuk diserahi tugas sebagai pembimbing skripsi/tugas akhir mahasiswa.
- Mengingat
- Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional;
  - Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2005 tentang Guru dan Dosen;
  - Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi;
  - Peraturan Pemerintah RI Nomor 17 Tahun 2010 tentang Pengelolaan dan Penyelenggaraan Pendidikan;
  - Peraturan Pemerintah RI Nomor 13 Tahun 2015 tentang Perubahan Kedua atas Peraturan Pemerintah RI Nomor: 19 Tahun 2005 tentang Standar Nasional Pendidikan;
  - Peraturan Presiden RI Nomor 29 Tahun 2018 tentang Institut Agama Islam Negeri Parepare;
  - Keputusan Menteri Agama Nomor: 394 Tahun 2003 tentang Pembukaan Program Studi;
  - Keputusan Menteri Agama Nomor 387 Tahun 2004 tentang Petunjuk Pelaksanaan Pembukaan Program Studi pada Perguruan Tinggi Agama Islam;
  - Peraturan Menteri Agama Nomor 35 Tahun 2018 tentang Organisasi dan Tata Kerja IAIN Parepare
  - Peraturan Menteri Agama Nomor 16 Tahun 2019 tentang Statuta Institut Agama Islam Negeri Parepare.
- Memperhatikan
- Surat Pengesahan Daftar Isian Pelaksanaan Anggaran Nomor: SP DIPA-025.04.2.307381/2025, tanggal 02 Desember 2024 tentang DIPA IAIN Parepare Tahun Anggaran 2025
  - Surat Keputusan Rektor Institut Agama Islam Negeri Parepare Nomor: 361 Tahun 2024, tanggal 21 Februari 2024 tentang pembimbing skripsi/tugas akhir mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam;
- MEMUTUSKAN
- Menetapkan
- Keputusan Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam tentang pembimbing skripsi/tugas akhir mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Parepare Tahun 2025
  - Menunjuk saudara: **Rusnaena, M.Ag.**, sebagai pembimbing skripsi/tugas akhir bagi mahasiswa :  
 Nama Mahasiswa : FAUZIAH DARWIS  
 NIM : 2220203860202063  
 Program Studi : Ekonomi Syariah ( Ekonomi Islam )  
 Judul Penelitian : ANALISIS PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP USAHA KOPI KELILING DAN DAMPAKNYA PADA KEDAI KOPI TETAP DI KABUPATEN PINRANG SULAWESI SELATAN
  - Tugas pembimbing adalah membimbing dan mengarahkan mahasiswa mulai pada penyusunan sinopsis sampai selesai sebuah karya ilmiah yang berkualitas dalam bentuk skripsi/tugas akhir;
  - Segala biaya akibat diterbitkannya surat keputusan ini dibebankan kepada Anggaran belanja IAIN Parepare;
  - Surat keputusan ini disampaikan kepada yang bersangkutan untuk dilaksanakan sebagaimana mestinya.

Ditetapkan Parepare  
Pada tanggal 14 April 2025  
Dekan,



Dr. Muzdalifah Muhammadun, M.Ag.  
NIP 197102082001122002

## Surat Izin Meneliti Dari IAIN ParePare



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PAREPARE  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Alamat : JL. Amal Bakti No. 8, Soreang, Kota Parepare 91132 ☎ (0421) 21307 📠 (0421) 24404  
PO Box 909 Parepare 9110, website : [www.iainpare.ac.id](http://www.iainpare.ac.id) email: [mail.iainpare.ac.id](mailto:mail.iainpare.ac.id)

Nomor : B-1154/In.39/FEBI.04/PP.00.9/04/2026  
Sifat : Biasa  
Lampiran : -  
Hal : Permohonan Izin Pelaksanaan Penelitian

27 April 2026

Yth. BUPATI PINRANG  
Cq. Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu  
di  
KAB. PINRANG

Assalamu Alaikum Wr. Wb.

Dengan ini disampaikan bahwa mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Parepare :

Nama : FAUZIAH DARWIS  
Tempat/Tgl. Lahir : PINRANG, 24 September 2004  
NIM : 2220203860202063  
Fakultas / Program Studi : Ekonomi dan Bisnis Islam / Ekonomi Syariah ( Ekonomi Islam )  
Semester : VIII (Delapan)  
Alamat : JALAN HUSNI TAMRIN, KELURAHAN MACCORAWALIE, KECAMATAN WATANG SAWITTO, KABUPATEN PINRANG

Bermaksud akan mengadakan penelitian di wilayah BUPATI PINRANG dalam rangka penyusunan Skripsi yang berjudul :

**ANALISIS DAMPAK KEHADIRAN USAHA KOPI KELILING TERHADAP KEBERLANGSUNGAN USAHA KOPI TETAP DI KABUPATEN PINRANG**

Pelaksanaan penelitian ini direncanakan pada tanggal 28 April 2026 sampai dengan tanggal 28 Mei 2026.

Demikian permohonan ini disampaikan atas perkenaan dan kerjasamanya diucapkan terima kasih.

Wassalamu Alaikum Wr. Wb.

Dekan,



Prof. Dr. Muzdalifah Muhammadun, M.Ag.  
NIP 197102082001122002

Tembusan :

1. Rektor IAIN Parepare

## Surat Izin Penelitian Dari Dinas Penanaman Modal Dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kabupaten Pinrang



**PEMERINTAH KABUPATEN PINRANG**  
**DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU**  
**UNIT PELAYANAN TERPADU SATU PINTU**  
**Jl. Jend. Sukawati Nomor 40. Telp/Fax : (0421)921695 Pinrang 91212**

---

**KEPUTUSAN KEPALA DINAS PENANAMAN MODAL  
DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU KABUPATEN PINRANG**  
 Nomor : 503/0216/PENELITIAN/DPMTSP/04/2026  
 Tentang

**SURAT KETERANGAN PENELITIAN**

**Menimbang** : bahwa berdasarkan penelitian terhadap permohonan yang diterima tanggal 29-04-2026 atas nama FAUZIAH DARWIS, dianggap telah memenuhi syarat-syarat yang diperlukan sehingga dapat diberikan Surat Keterangan Penelitian.

**Mengingat** : 1. Undang - Undang Nomor 29 Tahun 1959;  
 2. Undang - Undang Nomor 18 Tahun 2002;  
 3. Undang - Undang Nomor 25 Tahun 2007;  
 4. Undang - Undang Nomor 25 Tahun 2009;  
 5. Undang - Undang Nomor 23 Tahun 2014;  
 6. Peraturan Presiden RI Nomor 97 Tahun 2014;  
 7. Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 3 Tahun 2018 terkait Penerbitan Surat Keterangan Penelitian;  
 8. Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 64 Tahun 2011 sebagaimana telah diubah dengan Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 7 Tahun 2014;  
 9. Peraturan Bupati Pinrang Nomor 48 Tahun 2016; dan  
 10. Peraturan Bupati Pinrang Nomor 38 Tahun 2019.

**Memperhatikan** : 1. Rekomendasi Tim Teknis PTSP : 0231/R/T.Teknis/DPMTSP/04/2026, Tanggal : 30-04-2026  
 2. Berita Acara Pemeriksaan (BAP) Nomor : 0219/BAP/PENELITIAN/DPMTSP/04/2026, Tanggal : 30-04-2026

**MEMUTUSKAN**

**Menetapkan** :

**KESATU** : Memberikan Surat Keterangan Penelitian kepada :

1. Nama Lembaga : INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PAREPARE
2. Alamat Lembaga : JL. AMAL BAKTI NO. 8
3. Nama Peneliti : FAUZIAH DARWIS
4. Judul Penelitian : ANALISIS DAMPAK KEHADIRAN USAHA KOPI KELILING TERHADAP KEBERLANGSUNGAN USAHA KOPI TETAP DI KABUPATEN PINRANG
5. Jangka waktu Penelitian : 1 Bulan
6. Sasaran/target Penelitian : BEBERAPA OWNER CAFE YANG ADA DI PUSAT KOTA KABUPATEN PINRANG (PEMILIK KEDAI KOPI TETAP)
7. Lokasi Penelitian : Kecamatan Watang Sawitto

**KEDUA** : Surat Keterangan Penelitian ini berlaku selama 6 (enam) bulan atau paling lambat tanggal 30-10-2026.

**KETIGA** : Peneliti wajib menaati dan melakukan ketentuan dalam Surat Keterangan Penelitian ini serta wajib memberikan laporan hasil penelitian kepada Pemerintah Kabupaten Pinrang melalui Unit PTSP selambat-lambatnya 6 (enam) bulan setelah penelitian dilaksanakan.

**KEEMPAT** : Keputusan ini mulai berlaku pada tanggal ditetapkan, apabila dikemudian hari terdapat kekeliruan, dan akan diadakan perbaikan sebagaimana mestinya.

Diterbitkan di Pinrang Pada Tanggal 30 April 2026



Ditandatangani Secara Elektronik Oleh :  
**ANDI MIRANI, AP.,M.Si**  
 NIP. 197406031993112001  
**Kepala Dinas Penanaman Modal dan PTSP**  
 Selaku Kepala Unit PTSP Kabupaten Pinrang

**Biaya : Rp 0,-**







**DPMTSP**

## Surat Keterangan Selesai Meneliti



**PEMERINTAH KABUPATEN PINRANG  
KECAMATAN WATANG SAWITTO  
KELURAHAN MACORAWALIE  
Jl. Jend. Sudirman Pinrang 91212**

### SURAT KETERANGAN SELESAI MENELITI

Nomor : 397 / KMW / VI / 2026

Yang bertanda tangan di bawah ini menerangkan bahwa :

Nama : **ANDI HAMDAN, SE**  
Jabatan : **Plt.Lurah Macorawalie**

Menerangkan dengan sesungguhnya bahwa :

Nama : **FAUZIAH DARWIS**  
Nim : **2220203860202063**  
Asal Perg. Tinggi : **Institut Agama Islam Negeri Pare-pare**  
Jurusan/Prodi : **Prodi Ekonomi Syariah IAIN Pare-pare**  
Fakultas : **Ekonomi dan Bisnis Islam**  
Judul Penelitian : **Analisi Dampak Kehadiran Usaha Kopi Keliling Terhadap Keberlangsungan usaha Kopi tetap di Kabupaten Pinrang.**

Telah Melaksanakan penelitian di Kelurahan Macorawalie mulai tanggal 25 April 2026 s/d Tanggal 25 Mei 2026 untuk memperoleh data guna Penyusunan tugas akhir Skripsi.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Pinrang, 5 Juni 2026



NIP-19780617 200701 1 014

## Surat Keterangan Wawancara

### SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan dibawah ini :

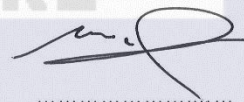
Nama : Muh. Ilham Al-khudry  
Tempat/ Tgl Lahir : Makassar , 01 Agustus 2002  
Pekerjaan : Pelaku Usaha  
Agama : Islam  
Alamat : Jl. Sukaandhi

Menyatakan telah di wawancarai oleh :

Nama : Fauziah Darwis  
NIM : 2220203860202063  
Jurusan : Ekonomi Syariah  
Judul Penelitian : Analisis Dampak Kehadiran Usaha Kopi Keliling Terhadap Keberlangsungan Usaha Kopi Tetap Di Kabupaten Pinrang  
Alamat : Jl. Husni Tamrin

Demikian surat keterangan ini dibuat dengan sungguh-sungguhnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Pinrang, 12 Mei 2026



Muh. Ilham Al-khudry

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Agus Harimukti  
Tempat/ Tgl Lahir : Pinrang, 17 - 08 - 2007  
Pekerjaan : Pelaku Usaha  
Agama : Islam  
Alamat : Andi Pawaloi

Menyatakan telah di wawancarai oleh :

Nama : Fauziah Darwis  
NIM : 2220203860202063  
Jurusan : Ekonomi Syariah  
Judul Penelitian : Analisis dampak kehadiran usaha kopi keliling terhadap keberlangsungan usaha kopi tetap di Kabupaten Pinrang  
Alamat : Jl. Husni Tamrin

Demikian surat keterangan ini dibuat dengan sungguh-sungguh untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Pinrang, 25 Mei 2026



PAREPARE

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : *Rival*  
Tempat/ Tgl Lahir : *30. Juni, 1999*  
Pekerjaan : *Wirawasta*  
Agama : *Islam*  
Alamat : *Amasugan*

Menyatakan telah di wawancarai oleh :

Nama : Fauziah Darwis  
NIM : 2220203860202063  
Jurusan : Ekonomi Syariah  
Judul Penelitian : Analisis dampak kehadiran usaha kopi keliling terhadap keberlangsungan usaha kopi tetap di Kabupaten Pinrang  
Alamat : Jl. Husni Tamrin

Demikian surat keterangan ini dibuat dengan sungguh-sungguhnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Pinrang, 25 Mei 2026

*Rival*  
Rival m

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Muh.dafa nanda.s

Tempat/ Tgl Lahir : pinrang, 29, Januari, 2008

Pekerjaan : pelaku usaha

Agama : Islam

Alamat : Lampue

Menyatakan telah di wawancarai oleh :

Nama : Fauziah Darwis

NIM : 2220203860202063

Jurusan : Ekonomi Syariah

Judul Penelitian : Analisis dampak kehadiran usaha kopi keliling terhadap keberlangsungan usaha kopi tetap di Kabupaten Pinrang

Alamat : Jl. Husni Tamrin

Demikian surat keterangan ini dibuat dengan sungguh-sungguhnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Pinrang, 25 Mei 2026

  
Dafa

PAREPARE

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : ILHAM  
Tempat/ Tgl Lahir : Tannoer , 26. NOVEMBER 2001  
Pekerjaan : Pelaku usaha  
Agama : ISLAM  
Alamat : Jalan macan

Menyatakan telah di wawancarai oleh :

Nama : Fauziah Darwis  
NIM : 2220203860202063  
Jurusan : Ekonomi Syariah  
Judul Penelitian : Analisis dampak kehadiran usaha kopi keliling terhadap keberlangsungan usaha kopi tetap di Kabupaten Pinrang  
Alamat : Jl. Husni Tamrin

Demikian surat keterangan ini dibuat dengan sungguh-sungguhnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Pinrang, 25 Mei 2026



**PAREPARE**

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan dibawah ini :

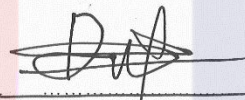
Nama : DEBI AHYARD R. S.T.  
Tempat/ Tgl Lahir : PALU . 22 Juli 1992 .  
Pekerjaan : WIRASWASTA  
Agama : ISLAM  
Alamat : PERUM . GRAHA LASINKANG

Menyatakan telah di wawancarai oleh :

Nama : Fauziah Darwis  
NIM : 2220203860202063  
Jurusan : Ekonomi Syariah  
Judul Penelitian : Analisis dampak kehadiran usaha kopi keliling terhadap keberlangsungan usaha kopi tetap di Kabupaten Pinrang  
Alamat : Jl. Husni Tamrin

Demikian surat keterangan ini dibuat dengan sungguh-sungguh untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Pinrang, 12 Mei 2026



Debi Ahyard R.S.T.

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Muhammad Reza  
Tempat/ Tgl Lahir : Pinrang 2 Mei 1999  
Pekerjaan : Pelaku Usaha  
Agama : Islam  
Alamat : Jl. Soekawati No.9

Menyatakan telah di wawancarai oleh :

Nama : Fauziah Darwis  
NIM : 2220203860202063  
Jurusan : Ekonomi Syariah  
Judul Penelitian : Analisis dampak kehadiran usaha kopi keliling terhadap keberlangsungan usaha kopi tetap di Kabupaten Pinrang  
Alamat : Jl. Husni Tamrin

Demikian surat keterangan ini dibuat dengan sungguh-sungguh untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Pinrang, 13 Mei 2026



**PAREPARE**

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : SITI HARDYANTI  
Tempat/ Tgl Lahir : PINRANG , 08 DESEMBER 1996  
Pekerjaan : PELAKU USAHA  
Agama : ISLAM  
Alamat : JL. AHMADYANI

Menyatakan telah di wawancarai oleh :

Nama : Fauziah Darwis  
NIM : 2220203860202063  
Jurusan : Ekonomi Syariah  
Judul Penelitian : Analisis dampak kehadiran usaha kopi keliling terhadap keberlangsungan usaha kopi tetap di Kabupaten Pinrang  
Alamat : Jl. Husni Tamrin

Demikian surat keterangan ini dibuat dengan sungguh-sungguh untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Pinrang, 13 Mei 2026



PAREPARE

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan dibawah ini :

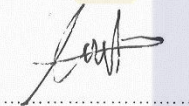
Nama : M. Ikhtiar  
Tempat/ Tgl Lahir : Pinrang . 28/05/1999  
Pekerjaan : Wirusaha  
Agama : Islam  
Alamat : Pinrang . Jln - Caumassepe .

Menyatakan telah di wawancarai oleh :

Nama : Fauziah Darwis  
NIM : 2220203860202063  
Jurusan : Ekonomi Syariah  
Judul Penelitian : Analisis dampak kehadiran usaha kopi keliling terhadap keberlangsungan usaha kopi tetap di Kabupaten Pinrang  
Alamat : Jl. Husni Tamrin

Demikian surat keterangan ini dibuat dengan sungguh-sungguhnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Pinrang, 19 Mei 2026



SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : *Tekdir Jay Budi*  
Tempat/ Tgl Lahir : *3-10-1990 (Pinrang)*  
Pekerjaan : *wirgaswasta*  
Agama : *Islam*  
Alamat : *Jl. Lombok No 3. (Pinrang)*

Menyatakan telah di wawancarai oleh :

Nama : Fauziah Darwis  
NIM : 2220203860202063  
Jurusan : Ekonomi Syariah  
Judul Penelitian : Analisis dampak kehadiran usaha kopi keliling terhadap keberlangsungan usaha kopi tetap di Kabupaten Pinrang  
Alamat : Jl. Husni Tamrin

Demikian surat keterangan ini dibuat dengan sungguh-sungguhnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Pinrang, 14 Mei 2026

*[Signature]*  
.....



## Dokumentasi





### BIODATA PENULIS



**Fauziah Darwis** lahir pada tanggal 24 September 2004 di Pinrang. Alamat Jl. Husni Tamrin, Kec. Watang Sawitto, Kab. Pinrang. Anak Bungsu dari Empat bersaudara dari Bapak dan Ibu hebat yang bernama Muhammad Darwis, S.H. dan Subaeda. Adapun riwayat hidup penulis yaitu pada tahun 2009 mulai memasuki dunia pendidikan dengan mengikuti pembelajaran di TK Bhayangkari Pinrang. Selanjutnya tahun 2010 melanjutkan pendidikan sekolah dasar di SDN 16 Pinrang selama 6 tahun. Lalu melanjutkan pendidikan di SMP 1 Pinrang selama 3 tahun. Dan melanjutkan pendidikan di SMA 1 Pinrang selama 3 tahun dan lulus pada tahun 2022.

Penulis kemudian melanjutkan pendidikan S-1 di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare dengan program studi Ekonomi Syariah (Ekonomi Islam). Kemudian melakukan pengabdian pada tahun 2025 di Desa Wanio Timoreng Kabupaten Sidrap. Penulis berhasil menyelesaikan masa studi di IAIN Parepare dengan lama studi 3 Tahun 10 bulan dengan judul skripsi “Analisis Dampak Kehadiran Usaha Kopi Keliling Terhadap Keberlangsungan Usaha Kedai Kopi Tetap Di Kabupaten Pinrang”.

Akhir kata Penulis mengucapkan rasa syukur kepada Allah SWT. dan seluruh pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini dan semoga skripsi ini membantu memberikan kontribusi positif bagi dunia pendidikan dan bermanfaat bagi orang banyak.