

# **PERSAINGAN USAHA PADA INDUSTRI KULINER ( Studi Tentang Pelaku Usaha Kuliner Sate Ayam di Kabupaten Ponorogo )**

**Herdiana Ulfa Dwi Puspasari**

FISIP, Universitas Airlangga, Jalan Airlangga 4-6 Surabaya 60286, Indonesia

## **ABSTRACT**

*Culinary industry of chicken satay is one of the typical food industry of Ponorogo Regency. In the number of business players chicken satay in Ponorogo Regency not the avoidance of the competitions among culinary business operators chicken satay. As for the focus of this study is how the form of competition that occurs in culinary industry chicken satay with strategy and how the business players in the face of culinary chicken satay business competition. A theory that used in this research was George Simmel theory of competition and the theory of a system of belief Max Weber. The paradigm that is the definition used social with the approach qualitative. This research was conducted in the district of Jalan Gajah Mada, Ponorogo regency from interviews with some business doers that in a situation competition in run our businesses. The results of that is found in this research that there are two the form of competition that occurs between culinary business chicken satay Namely competition that is oriented does not contain the objectives and competition that is oriented purpose. Does not contain the purpose of competition that is oriented is affecting buyer and way incite buyer and a sentence persuasive While the competition that is oriented the purpose by taking into account the main purpose in running small businesses and get the result to meet the needs of. A strategy used in traditional strategy to beat the competition and strategies rational. Namely, the use of traditional strategy leader and have submitted and prayed. Namely maintain quality, rational strategy the selection of a strategic place, the utilization of technology.*

Keywords: *culinary industry, rivalry, the strategy, trust the system.*

## **PENDAHULUAN**

Sebuah industri makanan khas pada umumnya berasal dari industri rumahan yang kemudian dikembangkan sedemikian rupa hingga makanan tersebut menjadi banyak dinikmati oleh masyarakat. Usaha makanan khas cukup menjanjikan untuk dijadikan sebuah usaha yang dapat mendatangkan keuntungan bagi para pelaku usaha. Hal tersebut tentunya menjadi daya tarik para penduduk lokal untuk menjadikan usaha makanan khas menjadi salah satu mata pencaharian yang dapat membantu perekonomian keluarga. Meskipun industri makanan khas termasuk dalam industri kecil

namun dapat memberikan dampak yang menguntungkan antara lain membuka lapangan pekerjaan baru dengan memanfaatkan Sumber Daya Manusia yang ada hingga membantu peningkatan perekonomian daerah.

Tidak dapat dipungkiri kendala yang harus dihadapi sebuah usaha industri kuliner makanan khas yaitu persaingan antar pelaku usaha. Persaingan menjadi hal lazim yang dirasakan oleh pelaku usaha sebuah industri kuliner ataupun industri lainnya. Timbulnya suatu persaingan menjadikan setiap pelaku usaha untuk mampu bertahan dalam kerasnya persaingan pasar dan memilih strategi dalam

menjalankan sebuah usaha agar usaha yang dijalankan terus berjalan dan menghasilkan keuntungan.

Memecahkan suatu persaingan dalam membangun sebuah usaha dibutuhkan beberapa faktor salah satunya yaitu sebuah strategi bersaing agar usaha yang telah dibangun dapat berjalan dengan baik serta tetap menghasilkan keuntungan. Berbagai macam metode dilakukan untuk mempertahankan usaha tersebut dengan berbagai strategi bersaing yang dilakukan pedagang dapat menunjukkan kemampuan bertahan dalam merintis usaha. Berbagai media dapat dijadikan sebagai strategi mempertahankan usaha dalam persaingan.

Kabupaten Ponorogo memiliki makanan khas sate ayam sebagai daya tarik wisata kuliner. Hal tersebut berdampak pada perkembangan ekonomi yang dirasakan oleh masyarakat Kabupaten Ponorogo sebab sate ayam menjadi salah satu ikon wisata kuliner yang paling dicari di Kabupaten Ponorogo. Hal tersebut menarik banyak minat masyarakat lokal untuk mengembangkan industri kuliner sate ayam khas Ponorogo.

Melihat peluang usaha yang menjanjikan, membuat para penduduk Kabupaten Ponorogo beralih profesi sebagai pedagang sate yang mana sate ayam menjadi ikon wisata kuliner Kabupaten Ponorogo dapat membantu meningkatkan jumlah pendapatan dalam keluarga, sementara tidak hanya hal tersebut, dengan semakin banyak masyarakat yang menjual makanan khas Ponorogo akan menambah tingkat pendapatan kota yang mana akan semakin banyak wisatawan yang datang ke Kabupaten Ponorogo. Dalam mempertahankan eksistensi industri kuliner dengan banyaknya pesaing membuat para pelaku usaha kuliner berusaha untuk mempertahankan usahanya, hal tersebut membutuhkan kiat-kiat untuk meminimalisir persaingan.

Banyak media sosial atau situs-situs *e-commerce* yang menyediakan kemudahan dalam mengawali suatu usaha bahkan mengembangkan usaha yang sudah ada sebagai media promosi. Namun, dengan berbagai kemudahan yang ditawarkan di era modern sekarang ini tidak sedikit juga masyarakat yang masih menggunakan cara – cara yang irasional untuk menarik minat pelanggan. Hal tersebut tidak dapat dipungkiri dengan melihat kebudayaan mataraman yang ada di Kabupaten Ponorogo masih begitu kental dan melekat pada penduduk Kabupaten Ponorogo.

Persaingan yang terjadi pada pedagang menjadi hal yang tidak dapat terpisahkan namun dengan kebudayaan yang masih begitu melekat penggunaan cara irasional seperti menggunakan doa-doa yang didapatkan dari dukun atau menggunakan benda-benda yang menjadi media penglaris untuk mengembangkan usahanya sehingga dapat meminimalisir persaingan bahkan terhindar dari persaingan demi mendapatkan keuntungan.

Banyak ditemui studi yang mempelajari tentang persaingan ataupun strategi bersaing para pelaku usaha industri salah satunya yaitu penelitian yang berkaitan dengan kemampuan bertahan pedagang warung hik di kota Ponorogo bahwa para pedagang warung hik mampu bertahan dalam menghadapi persaingan dengan baik ditujukan dengan adanya perkembangan yang signifikan, faktor yang terdapat pada proses perkembangan tersebut dengan memanfaatkan ketrampilan dan semangat bekerja selain kedua faktor tersebut juga terdapat modal sosial yang terjalin antar pedagang (Santoso, 2006).

Selain itu juga pernah dilakukan Wahyu Triana Sari dan Syamsul Bakhri tentang strategi dan tantangan pengrajin lurik kembangan dalam menghadapi persaingan industri lurik di Yogyakarta dengan hasil penelitian

menggunakan inovasi untuk mempertahankan kualitas lurik tenun tradisional dan memperluas cakupan pemasaran. Persaingan yang terjadi pada industri lurik menjadikan pemasaran tenun lurik menjadi semakin sempit (Sari dan Syamsul Bakhri 2017).

Studi ini mengkaji tentang bentuk persaingan dan strategi bersaing para pedagang sate dalam menghadapi persaingan pada usaha industri kuliner. Topik-topik yang membicarakan tentang persaingan maupun strategi bersaing yang dilakukan cukup banyak. Persaingan seperti yang banyak disebutkan diatas dalam menghadapi persaingan menggunakan cara sesuai dengan perkembangan teknologi dan mengikuti era modern. Namun pada studi ini mengarah pada hal yang tidak banyak diketahui meskipun dengan perkembangan teknologi yang ada di era modern sekarang ini masih ada pelaku usaha yang menggunakan upaya yang tidak rasional untuk menghadapi persaingan.

Dari penjabaran masalah diatas membuat peneliti tertarik untuk mengkaji fenomena yang terjadi pada pedagang sate ayam terutama di Kabupaten Ponorogo yang mana sate ayam menjadi makanan khas daerah tersebut. Dengan melihat bagaimana persaingan yang terjadi antar pedagang serta strategi bersaing pedagang di era yang serba modern sedangkan Kabupaten Ponorogo terkenal dengan budaya serta adat istiadat yang masih melekat pada masyarakat Kabupaten Ponorogo.

Fokus penelitian yang digunakan yaitu bagaimana bentuk persaingan yang terjadi pada industri kuliner sate ayam di Kabupaten Ponorogo dan bagaimana strategi para pelaku usaha kuliner sate ayam menghadapi persaingan usaha di Kabupaten Ponorogo. Pada penelitian ini peneliti menggunakan teori dari George Simmel tentang teori persaingan untuk menjelaskan bentuk persaingan yang terjadi pada

industri kuliner serta teori dari Max Weber tentang teori sistem kepercayaan untuk menjelaskan strategi yang digunakan pelaku usaha kuliner dalam menghadapi persaingan.

Tujuan penelitian ini yaitu untuk memahami, mendeskripsikan serta menganalisis secara kualitatif bentuk persaingan yang terjadi pada industri kuliner sate ayam di Kabupaten Ponorogo serta untuk mengidentifikasi strategi pelaku usaha kuliner sate ayam dalam menghadapi persaingan usaha di Kabupaten Ponorogo. Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan atau pengetahuan khususnya dibidang ilmu sosiologi ekonomi terkait persaingan usaha pada kalangan pelaku usaha serta memberikan manfaat sebagai sumber informasi untuk peneliti sosial yang lainnya dan dapat mengembangkan ilmu – ilmu sosial terutama pada bidang sosiologi.

### **Metode Penelitian**

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan menggunakan paradigma definisi sosial untuk mendeskripsikan secara kualitatif tentang realitas persaingan antar pedagang. Lokasi yang ditentukan untuk penelitian ini dilakukan di kawasan sate ayam Ngepos Kabupaten Ponorogo. Peneliti memilih lokasi kawasan sate ayam Ngepos untuk diteliti karena diarea tersebut seluruh pedagang masih aktif dalam berjualan sate ayam lain halnya dengan Sentra Industri Gang Sate Ponorogo yang sekarang hanya tersisa satu pedagang yang aktif dalam berjualan sate ayam sedangkan penjual lainnya hanya mengandalkan apabila ada pesanan saja, oleh karena itu peneliti lebih tertarik untuk melakukan penelitian di kawasan sate ayam Ngepos. Informan pada penelitian ini yaitu pedagang sate ayam baik pedagang yang baru memulai usaha ataupun pedagang yang sudah lama memulai usaha sate ayam, serta informan

pendukung yang dipilih peneliti yaitu orang indigo.

Sesuai dengan metode yang telah dipilih peneliti yaitu metode kualitatif, peneliti melakukan serangkaian kegiatan wawancara mendalam yang dilakukan secara langsung. Wawancara mendalam dilakukan dengan menggunakan pedoman wawancara selain itu peneliti juga menggunakan pertanyaan spontan dalam melakukan wawancara mendalam. Setelah dilakukannya pengumpulan data, transkrip interview beserta hasil dari observasi yang telah terkumpul kemudian dilakukan tahapan analisis yaitu reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan atau verifikasi.

## **HASIL PENELITIAN**

### **Bentuk Persaingan Pada Industri Kuliner**

Pada penelitian ini bentuk persaingan dilihat dari sikap terhadap pedagang lain yang lebih terkenal dan persaingan yang dirasakan oleh pedagang sate ayam Ngepos.

Banyaknya jumlah pedagang sate ayam yang berada di Kabupaten Ponorogo dimana sebagian besar para pedagang sate ayam di Ponorogo merupakan sebuah bentuk usaha yang dilakukan secara turun temurun. Bahkan sate ayam Ponorogo yang sudah menjadi makanan khas Kabupaten Ponorogo ini sudah menyedot banyak perhatian dari para *public figure* ( Artis ibukota ) hingga para petinggi negeri mulai dari Bupati, Gubernur, Menteri, sampai dengan Presiden pernah merasakan makanan khas Kabupaten Ponorogo yang berada di Sentra Industri Gang Sate Ponorogo. Dengan menjamurnya para pedagang sate di Ponorogo ini baik pedagang yang sudah memiliki nama besar maupun pedagang yang belum dikenal banyak tentu menimbulkan persepsi tiap masing-masing pedagang.

Sikap yang ditujukan oleh pedagang sate ayam Ngepos yaitu menurut pedagang sate ayam

ngepos mulai dikenalnya Gang Sate tersebut oleh banyak orang ketika Presiden Susilo Bambang Yudhoyono berkunjung ke Gang Sate, berawal dari kunjungan itu Gang Sate semakin ramai dikunjungi oleh banyak pembeli dari berbagai kota, selain itu pada industri kuliner Gang Sate para pembeli tidak dapat melihat langsung proses pembuatan sate ayam berbeda halnya dengan sate ayam Ngepos dimana para pembeli secara langsung dapat melihat proses pembuatan sate ayam ketika membeli sate ayam di Kawasan Ngepos.

Pedagang yang meneruskan usaha yang sudah turun temurun akan lebih mudah dalam mendapatkan pelanggan tetap terlebih lagi pedagang yang sejak dulu terkenal dan menjadi langganan baik pelanggan dari dalam kota maupun pelanggan yang berasal dari luar kota. Usaha turun temurun memang mempermudah para generasi berikutnya untuk meneruskan usaha yang telah didirikan sebelumnya karena para pelanggan akan mencari pedagang langganan mereka dalam membeli sate ayam.

Sate ayam Ngepos yang memiliki tempat yang strategis sehingga mempermudah para pembeli untuk menemukan lokasi sate ayam Ngepos. Lain halnya dengan Gang Sate yang tidak memiliki tempat yang strategis yaitu untuk menemukan lokasi tersebut pembeli harus masuk ke gang-gang yang berada di jalan yang bukan jalan utama.

Kawasan sate ayam Ngepos memang menjadi sebuah tempat dimana kurang lebih dua belas pedagang menggelar usahanya. Hingga saat ini daerah tersebut masih terus ramai setiap harinya baik pembeli yang hanya sekedar membeli untuk makan siang atau makan malam maupun membeli dalam jumlah yang banyak, banyak pembeli yang sudah berlangganan lama maupun pembeli yang baru saja mencoba membeli sate di Ngepos. Dari banyaknya pedagang yang menjual sate ayam di daerah

Ngepos timbul persaingan yang dirasakan oleh para pedagang.

Berdasarkan temuan data yang telah didapatkan oleh peneliti, dapat diketahui bahwa terdapat persaingan yang dialami oleh para pedagang sate ayam yang berada di Ngepos Ponorogo. Persaingan yang dialami meliputi persaingan tidak sehat yang mana dapat dijelaskan dengan melakukan perbuatan musyrik yaitu memberikan guna-guna kepada barang dagangannya agar usahanya lebih disukai oleh pembeli, terdapat persaingan lain yaitu dengan menghasut atau mempengaruhi orang lain dengan persuasif tetapi ada juga pedagang sate ayam yang merasa tidak merasakan persaingan dikarenakan setiap pedagang sate ayam sudah merasa rejeki dan pelanggan yang didapat setiap masing-masing pedagang berbeda-beda. Persaingan yang terjadi diantara para pedagang sate ayam di Ponorogo tidak membuatnya berputus asa maupun menutup usahanya. datang dari luar.

### **Strategi Dalam Mengatasi Persaingan Pada Industri Kuliner**

Peneliti menjelaskan mengenai strategi bersaing para pedagang sate ayam Ponorogo dalam menjalankan usahanya. Selain penerapan strategi dalam menghadapi persaingan yang dialami oleh para pedagang sate ayam di Ngepos, sebuah kerjasama juga dilakukan untuk mempererat ikatan antar pedagang sate ayam dan dapat mempermudah kegiatan para pedagang dalam menjalankan usaha sate ayam khas Ponorogo.

### **Kerjasama**

Kerjasama menurut beberapa sosiolog merupakan bentuk sebuah interaksi sosial yang pokok sedangkan menurut sosiolog lainnya mengatakan bahwa sebuah kerjasama merupakan sebuah proses utama dalam interaksi sosial (Soekanto, 2013: 65). Perkembangan

sebuah usaha tidak hanya berkaitan dengan persaingan namun juga tidak lepas dari kerjasama yang terjalin antar individu maupun kelompok. Seperti halnya para pedagang sate ayam di daerah Ngepos yang memiliki kerjasama yang diterapkan dalam menjalankan usaha industri kuliner. Hal tersebut juga dijelaskan oleh Simmel (1989) bahwa persaingan yang terjadi pada masyarakat lazimnya terjadi dengan tujuan untuk memperoleh keuntungan, tetapi efek yang ditimbulkan oleh persaingan dapat berupa kerjasama.

Kerjasama yang terdapat pada industry kuliner sate ayam Ngepos yaitu Pertama, Penyewaan tempat yang dibayarkan dengan cara iuran untuk menghemat pengeluaran untuk penyewaan tempat. Kerjasama tersebut dilakukan oleh empat pedagang sate ayam Ngepos sedangkan pedagang yang lain membayar sewa tempatnya sendiri-sendiri. Kedua, Penentuan harga yang telah disepakati oleh pedagang sate ayam Ngepos. Hal tersebut dilakukan agar tidak ada perselisihan dalam masalah penentuan harga. Ketiga, Hubungan antar pedagang yang saling tolong menolong apabila pedagang lain kehabisan bahan baku.

### **Strategi Bersaing**

Diketahui sate ayam merupakan makanan khas Kabupaten Ponorogo, para pedagang sate ayam begitu menjamur di Ponorogo terutama terdapat berbagai daerah yang ada di Ponorogo yang memang khusus berkumpulnya para pedagang sate ayam khas Ponorogo. Dalam menjalankan usahanya para pedagang sate ayam menemui berbagai kendala dan persaingan antar sesama pedagang.

Lemahnya pemasaran dan tingginya persaingan usaha dirasakan oleh pelaku usaha sehingga diperlukan pengembangan strategi yang tepat. Tujuan dari pengembangan tersebut

untuk menemukan strategi yang tepat yang dapat menguntungkan dalam sebuah usaha (Pranata, 2016). Strategi yang digunakan para pedagang sate ayam Ngepos antara lain mempertahankan kualitas, memanfaatkan teknologi, pemilihan tempat berjualan serta pasrah dan berdoa. Kemudian peneliti akan memberikan pendapat para informan mengenai strategi yang menggunakan media penglaris yang dipakai oleh para pedagang.

Pertama, mempertahankan kualitas baik dari segi rasa maupun kualitas agar para pelanggan tetap menikmati rasa yang sama dari para pedagang langganannya. Kedua Pemanfaatan teknologi, perkembangan teknologi dapat mempermudah para pedagang untuk melakukan promosi sate ayamnya yaitu dengan menjual sate ayam secara online menjadi salah satu strategi yang diterapkan oleh pelaku usaha sate ayam Ngepos. Ketiga, Pemilihan tempat yaitu dengan memilih tempat strategis yang digunakan untuk berjualan yang dapat mempermudah pembeli untuk menemukan usaha sate ayam para pedagang di Ngepos. Keempat, pasrah dan berdoa dengan berserah diri kepada Tuhan. Kelima, Penglaris yang masih diterapkan oleh beberapa pelaku usaha di Kabupaten Ponorogo sebagai batu loncatan untuk memperoleh keuntungan.

Berdasarkan keterangan dari para informan, setiap informan memiliki strategi yang hampir sama untuk mempertahankan usahanya dalam persaingan antar pedagang yang ada di Kabupateng Ponorogo. Strategi yang digunakan para pedagang seperti mempertahankan kualitas yang dirasa merupakan bagian penting dari sebuah usaha agar mendapatkan respon yang baik dari para pelanggan. Kemudian dengan pemanfaatan teknologi yang sedang berkembang dimanfaatkan untuk mengembangkan usahanya yaitu menjual sate ayam melalui media sosial

Instagram. Selain itu pemilihan tempat juga merupakan strategi yang digunakan oleh para pelaku usaha sate ayam Ngepos, pemilihan tempat yang strategis sangat mempengaruhi pendapatan yang dihasilkan dalam berjualan sate ayam. Terakhir yaitu strategi berusaha dan berdoa serta pasrah kepada Allah SWT sebab menurutnya rejeki setiap pedagang berbeda-beda dan dengan kekuatan doa serta usaha dapat membantu kelancarannya dalam berjualan sate ayam. Adat dan budaya yang masih mempercayai kekuatan pihak lain (dukun) membuat beberapa pedagang masih menggunakan media penglaris untuk kelancaran dagangannya. Bahkan adanya penglaris dianggap suatu hal yang biasa dalam suatu usaha.

## **PEMBAHASAN**

Beberapa acuan yang dijadikan sorotan utama pada persaingan yang terjadi pada pedagang sate ayam Ngepos mulai dari sikap terhadap pedagang lain terutama pada pedagang yang terkenal yang berada di Gang Sate Ponorogo dan persaingan yang dialami oleh pedagang industri kuliner. Persaingan yang dialami oleh pelaku industri sate ayam tersebut merupakan salah satu tindakan ekonomi. Menurut Weber dalam Damsar (2009:31) tindakan ekonomi merupakan suatu tindakan sosial sejauh tindakan tersebut memperhatikan tingkah laku orang lain.

Demi kelancaran usaha para pedagang bersaing untuk dapat menarik pelanggan. Persaingan terjadi diantara para pedagang di kawasan Ngepos. Selain itu juga antara pedagang kawasan Ngepos dan pedagang di gang sate. Persaingan tersebut terlihat dengan cara pedagang mempengaruhi pembeli dengan kalimat persuasif seperti, para pelaku usaha yang sudah menekuni usahanya selama lebih dari dua

puluh tahun yang membandingkan usahanya dengan usaha sate pedagang lain. Para pelaku usaha yang sudah menekuni usahanya selama lebih dari dua puluh tahun mengatakan keuntugan jika membeli sate di kawasan Ngepos maka pembeli akan dapat langsung menyaksikan pembuatan sate. Sedangkan, jika membeli sate di gang sate pembeli tidak dapat menyaksikan pembuatan sate. Juga gang sate menjadi ramai karena pernah didatangi oleh presiden Susilo Bambang Yudhoyono.

Selain menggunakan cara mempengaruhi secara persuasif berbeda halnya dengan yang dilakukan oleh para pelaku usaha yang baru memulai usahanya selama sembilang belas tahun yang menganggap bahwa pedagang sate yang memiliki banyak pelanggan karena faktor keturunan, dimana usaha sate tersebut sudah turun temurun dilakukan sehingga memiliki pelanggan tetap, sedangkan sate miliknya tergolong baru namun karena rasanya yang beda sehingga memiliki banyak pelanggan. Namun para pelaku usaha yang baru memulai usahanya selama sembilang belas tahun menyebutkan bahwa yang terpenting yaitu tujuan dalam menjalankan usaha sate ayam.

Persaingan yang terjadi antara pedagang sate merupakan salah satu contoh persaingan dalam hal ekonomi. Seperti yang dikatakan oleh Simmel (1989) bahwa persaingan secara modern dapat digambarkan sebagai suatu tindakan atau perjuangan yang dilakukan semua terhadap semua yang mengakibatkan munculnya kejadian yang berakibat unsur – unsur sosial pada suatu kesatuan menjadi saling bertentangan, yang mana unsur – unsur sosial tersebut seharusnya bersaing untuk mencapai tujuan yang positif dan dapat dirasakan oleh kesatuan tersebut. Akibatnya persaingan dapat bersifat disosiatif ataupun asosiatif yang mana kedua sifat tersebut muncul sebab adanya beberapa faktor yang mempengaruhi seperti disorganisasi maupun

solidaritas kelompok ataupun datang dari perubahan kepribadian individu. Maka kalimat-kalimat yang digunakan oleh informan dalam membandingkan dengan pedagang lain menunjukkan adanya persaingan yang saling menjatuhkan antar pedagang merupakan salah satu persaingan yang dapat menyebabkan adanya disosiatif diantara pedagang sate jika mereka mengetahui pendapat yang mereka gunakan untuk mempengaruhi pembeli.

Disamping itu juga terdapat persaingan yang mengedepankan tujuan sebagai prioritasnya tanpa adanya usaha untuk menyingkirkan pelaku usaha lainnya. Hal tersebut ditujukan dengan kalimat yang lebih menentingkan tujuan dalam menjalankan usaha meskipun pelaku usaha lainnya memiliki pelanggan tetap yang jauh lebih banyak.

Strategi bersaing diterapkan untuk menghadapi persaingan yang dialami oleh pedagang sate ayam, selain adanya persaingan dalam bentuk negatif yakni saling menjatuhkan, juga terdapat suatu kerjasama diantara pedagang sate di kawasan Ngepos.

Dalam menjalankan usahanya para pedagang sate ayam menemui berbagai kendala dan persaingan antar sesama pedagang sehingga sebuah strategi dibutuhkan para pedagang untuk mempertahankan usahanya. Strategi yang digunakan para pedagang sate ayam Ngepos antara lain (1) mempertahankan kualitas bahan baku yang digunakan maupun kualitas rasa. Dari kualitas bahan dan rasa diharapkan akan dapat menarik pelanggan lain karena otomatis mereka akan promosi dari mulut ke mulut kepada pelanggan lain. (2) Memanfaatkan teknologi, yakni dengan menggunakan media sosial seperti instagram sebagai media untuk mempromosikan dagangan sate. (3) Pemilihan tempat berjualan strategis yakni berada di tengah kota Ponorogo dan konsisten terhadap tempat jualan sehingga pelanggan dapat terus mengingat. . (4) Pasrah

dan berdoa, selain berbagai usaha yang dilakukan pedagang tidak lupa untuk selalu berdoa untuk kelancaran usaha yang ditekuni. Perempuan yang berkerja mengalami keterpaksaan sebab hal tersebut merupakan salah satu cara untuk mengatasi kemiskinan, disini wanita berperan sebagai pencari nafkah yang kedua dalam keluarga (Sutinah, 1992:9). (5) Penglaris, kerap kali pedagang menggunakan cara pintas untuk kelancaran usaha satanya. Seperti, penggunaan kain kafan, plastik yang berisi air dan digantung ditempatnya berjualan, menutup warungnya dihari tertentu, dan patung yang berada didepan rumah makan atau warang dapat digunakan sebagai media penglaris.

Berbagai strategi yang dilakukan oleh para pedagang sate dipengaruhi oleh sistem kepercayaan. Kepercayaan atau keyakinan yang tumbuh pada masyarakat berupa kebudayaan yang telah ada sejak zaman dulu dan dipegang teguh oleh masyarakat dan diterapkan dalam segala aktifitasnya termasuk dalam menjalankan strategi untuk kelangsungan usahanya. Menurut Weber (2002) sistem kepercayaan atau *world-view* dapat dibedakan menjadi tiga kategori yaitu magis, agama dan ilmu pengetahuan. (a) Magis, tidak dapat dipungkiri perkembangan rasionalitas manusia diawali oleh magis dengan perwujudannya meliputi simbol-simbol obyek pemujaan serta para pelakunya sendiri. Dampak yang ditimbulkan oleh magis dalam kehidupan sosial dapat berupa meningkatkan stabilitas atau memperkuat hubungan sosial dan kekuatan magis di sekitar manusia yang dimanipulasi untuk tujuan duniawi. (b) Agama, adanya kepercayaan terhadap agama sehingga membuat para pedagang memilih strategi mendekati diri dengan pencipta melalui doa supaya usaha yang ditekuni berkembang. (c) Ilmu pengetahuan menawarkan teknik rasional seperti mempertahankan kualitas bahan dan rasa, pemilihan tempat berjualan dan

pemanfaatan teknologi seperti instagram sebagai media promosi.

## KESIMPULAN

Bentuk persaingan yang terdapat pada industri kuliner sate ayam yaitu berorientasi tujuan serta tidak berorientasi tujuan. Pertama, persaingan yang berorientasi tujuan yaitu memperhatikan tujuan utamanya dalam menjalankan usaha agar mendapatkan hasil untuk memenuhi kebutuhannya. Kedua, persaingan yang tidak berorientasi tujuan yaitu mempengaruhi pembeli menggunakan kalimat persuasif dengan membandingkan usahanya dengan usaha milik pedagang lainnya. Kalimat yang digunakan oleh pelaku usaha dalam membandingkan usahanya menunjukkan adanya persaingan yang saling menjatuhkan antar pedagang, sehingga dapat menyebabkan adanya disosiatif diantara pedagang sate jika mengetahui bahwa pendapat yang dikatakan untuk mempengaruhi pembeli.

Dalam mengembangkan usaha terdapat strategi tradisional yakni pasrah dan berdoa serta menggunakan penglaris dalam usahanya. Kemudian strategi rasional yakni memanfaatkan teknologi, mempertahankan kualitas serta memilih tempat strategis. Pelaku usaha yang telah membangun usahanya tiga puluh dua tahun dan termasuk sebagai pedagang yang terkenal mengembangkan strategi tradisional yaitu dengan penggunaan penglaris. Selain penggunaan penglaris, pelaku usaha yang baru merintis usahanya selama sembilan belas tahun mengembangkan strategi tradisional yaitu pasrah dan berdoa.

Pelaku usaha yang telah membangun usahanya selama sembilan belas tahun mengembangkan strategi rasional yaitu memanfaatkan perkembangan teknologi dengan memasarkan usahanya melalui media sosial. Kemudian strategi rasional yang dikembangkan

oleh pelaku usaha yang telah merintis usahanya selama dua puluh satu tahun hingga tiga puluh tahun yaitu memilih tempat strategis dan mempertahankan kualitas

## **SARAN**

Setelah dipaparkan kesimpulan dari penelitian ini, peneliti akan memberikan saran terkait dengan topik penelitian ini yaitu persaingan pada industri kuliner.

Bagi Akademis :

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi inspirasi dalam penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan mengembangkan usaha yang dijalankan dengan memberikan inovasi-inovasi yang dapat memajukan usahanya sehingga dapat meminimalisir persaingan yang terjadi dengan pengusaha lain serta menghindari penggunaan cara-cara yang persaingan dan strategi bersaing pada industri kuliner maupun industri lain dan dapat memperkaya studi-studi yang berkaitan dengan sosiologi.

Bagi Pelaku Usaha :

Peneliti berharap agar para pengusaha lebih tidak rasional hanya untuk kepentingan duniawi.

Bagi Pemerintah :

Penelitian ini juga diharapkan dapat membantu pemerintah dalam mengawasi persaingan yang terjadi antar pelaku usaha yang terdapat pada sebuah industri serta dapat memberikan sarana yang memadai untuk para pelaku usaha untuk mengembangkan usahanya.

## **DAFTAR PUSTAKA**

### **Buku**

- Damsar, 2009. *Sosiologi Ekonomi*. Jakarta. Kencana
- Nugroho, Heru. 2002. *Max Weber tentang Hegemoni Sistem Kepercayaan*. Yogyakarta. Kanisius
- Sobur, Alex. 2016. *Kamus Besar Sosiologi*. Bandung : Pustaka Setia

Soekanto, Soerjono. 1989. *“Georg Simmel : Beberapa Teori Sosiologi”*. Jakarta. CV Rajawali

Soekanto, Soerjono. 2013. *Sosiologi Suatu Pengantar*. Jakarta. PT. Raja Grafindo Persada

Sugiyono, 2002 *memahami penelitian kualitatif*. Bandung. Alfabeta

Wirawan. I. 2012. *Teori-Teori Sosial dalam Tiga Paradigma (Fakta Sosial, Definisi Sosial dan Perilaku Sosial)*. Jakarta. Kencana.

### **Jurnal**

Pranata, Ayud dan Sutriyah Purwati. (2016) *Pelaksanaan Strategi Bauran Pemasaran Sate Ayam Ponorogo Di Kawasan Ngepos Jalan Gajah Mada Kabupaten Ponorogo*. Yogyakarta. Universitas Negeri Yogyakarta.

Purwanto dan Anaconda Bangkara. (2016) *Analisis Strategi Bersaing Pasar Kaget Untuk Memenangkan Persaingan*. Volume 4, No 1, October. *Jurnal Manajemen Bisnis Indonesia*.

Santoso, Slamet. (2006) *Kemampuan Bertahan Pedagang Warung Hik Di Kota Ponorogo*. *Jurnal Penelitian Humaniora*, Volume 7, No 2, Agustus, Universitas Muhammadiyah Ponorgo.

Sari, Wahyu Triana dan Syamsul Bakhri. (2017) *Strategi dan Tangtangan Pengrajin Lurik Kembangan Dalam Menghadapi Persaingan Usaha Industri Lurik Di Yogyakarta*. Volume 2, No 1. *Jurnal Ilmiah Pendidikan Ekonomi*.

Sutinah (1992) *“Wanita dan Industri : Studi Tentang Strategi dan Usaha Mempertahankan Kelangsungan Hidup Buruh Wanita di Rungkut”*

<https://repository.ugm.ac.id/54145/> diakses pada tanggal 6 Oktober 2019.

### **Skripsi**

Priambodo, Ricky Teguh. (2015) *Mekanisme Persaingan Antar Biro Penyelenggara Ibadah Haji ( Studi Tentang Biro Penyelenggara*

Ibadah Haji di Kota Surabaya ). Skripsi,  
Universitas Airlangga, Surabaya.

### **Internet**

Asal Mula Sate, Makanan Terlezat di Dunia  
[m.fimela.com/lifestyle-relationship/read/3776681/asal-mula-sate-makanan-terlezat-di-dunia](http://m.fimela.com/lifestyle-relationship/read/3776681/asal-mula-sate-makanan-terlezat-di-dunia) diakses 30  
September 2019

Fenomena Bulan Selo  
<https://www.harianmerdeka.com/2018/07/fenomena-bulan-selo-1439-h.html> diakses  
September 17, 2019

Food “Keanekaragaman Masakan Sate”  
[medium.com/@aminatinplgs/1-latar-belakang-e8bdbc249858](https://medium.com/@aminatinplgs/1-latar-belakang-e8bdbc249858) diakses 30  
September 2019

Kabupaten Ponorogo “Pemerintah Kabupaten  
Ponorogo” <https://ponorogo.go.id/sejarah-ponorogo/> diakses 18 September, 2019

Kabupaten Ponorogo Dalam Angka 2018  
<https://ponorogokab.bps.go.id/>. Diakses 19  
September 2019

Keputusan Presiden RI no. 99 tahun 1998  
[http://dprd.jatimprov.go.id/produkhukum/e633b-KEPRES\\_99\\_1998.pdf](http://dprd.jatimprov.go.id/produkhukum/e633b-KEPRES_99_1998.pdf) diakses tanggal 2  
Mei 2019

Sate, Makanan Khas Indonesia Yang Berasal  
Dari Jawa  
[www.greatnessindonesia.com/sate-makanan-khas-yang-berasal-dari-jawa/amp/](http://www.greatnessindonesia.com/sate-makanan-khas-yang-berasal-dari-jawa/amp/) diakses 30  
September 2019