

STRATEGI BERSAING PEDAGANG KULINER MUSLIM DI KAWASAN WISATA DANAU AUR DALAM MENGHADAPI PERSAINGAN BISNIS

Oktarina Diah Saputri¹, Oktafian Histori S², Soleha³

^{1,2,3}Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup

oktarinaasaputrie@gmail.com, oktafian@iaincurup.ac.id, soleha@iaincurup.ac.id

Abstract: *This study aims to analyze the competitive strategies implemented by Muslim culinary traders in the Danau Aur tourist area and to identify the challenges they face in maintaining their businesses. The study employed a qualitative approach with a descriptive design. Data were collected through observation, interviews, and documentation involving Muslim culinary traders operating in the Danau Aur tourist area, Musi Rawas Regency. Data analysis was conducted through data reduction, data presentation, and conclusion drawing. The findings indicate that the dominant strategy adopted by traders is differentiation, which is reflected in maintaining food quality, using fresh ingredients, ensuring cleanliness, providing friendly services, and arranging floating restaurants to create a comfortable atmosphere for visitors. In addition, traders apply cost leadership by adjusting prices to market conditions and focus strategies through the selection of strategic business locations. The challenges encountered include increasing raw material prices, similarity of products among traders, weather conditions, and varying customer characteristics. The study concludes that appropriate competitive strategies and the implementation of Islamic business ethics are essential for sustaining culinary businesses in the tourism sector.*

Keywords: Competitive Strategy; Muslim Culinary; Business Competition

Abstrak: Penelitian ini bertujuan menganalisis strategi bersaing yang diterapkan pedagang kuliner Muslim di kawasan wisata Danau Aur serta mengidentifikasi tantangan yang dihadapi dalam mempertahankan usahanya. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Data diperoleh melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi terhadap pedagang kuliner Muslim yang beroperasi di kawasan wisata Danau Aur, Kabupaten Musi Rawas. Analisis data dilakukan melalui reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi yang paling dominan diterapkan adalah strategi diferensiasi melalui upaya menjaga kualitas makanan, penggunaan bahan baku segar, kebersihan tempat usaha, pelayanan yang ramah, serta penataan rumah makan apung yang nyaman bagi pengunjung. Selain itu, pedagang juga menerapkan strategi biaya rendah dan strategi fokus melalui penyesuaian harga serta pemilihan lokasi usaha yang strategis. Tantangan yang dihadapi meliputi kenaikan harga bahan baku, kesamaan produk antarpedagang, kondisi cuaca, dan karakteristik pelanggan yang beragam. Penelitian ini menyimpulkan bahwa penerapan strategi bersaing yang tepat serta etika bisnis Islam menjadi faktor penting dalam menjaga keberlangsungan usaha kuliner di kawasan wisata.

PENDAHULUAN

Perkembangan sektor pariwisata memberikan dampak yang signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi masyarakat. Keberadaan objek wisata tidak hanya berfungsi sebagai sarana rekreasi, tetapi juga mampu mendorong berkembangnya berbagai aktivitas ekonomi yang berkaitan dengan kebutuhan wisatawan. Salah satu sektor yang mengalami perkembangan cukup pesat adalah sektor kuliner. Kehadiran usaha kuliner di kawasan wisata menjadi bagian penting dalam mendukung aktivitas pariwisata sekaligus membuka peluang usaha bagi masyarakat sekitar. Kondisi tersebut menjadikan sektor kuliner sebagai salah satu bidang usaha yang memiliki prospek yang baik, namun di sisi lain juga menimbulkan persaingan yang semakin ketat di antara pelaku usaha (Sule dan Saefullah, 2010).

Kabupaten Musi Rawas merupakan salah satu daerah yang memiliki potensi wisata yang cukup besar. Salah satu objek wisata yang menjadi daya tarik masyarakat adalah kawasan wisata Danau Aur yang terletak di Desa Sumber Jaya, Kecamatan Sumber Harta. Selain berfungsi sebagai tempat rekreasi, Danau Aur juga menjadi sumber penghidupan bagi masyarakat sekitar melalui berbagai aktivitas ekonomi yang berkembang di kawasan tersebut. Meningkatnya jumlah pengunjung dari waktu ke waktu mendorong masyarakat untuk memanfaatkan peluang tersebut dengan membuka berbagai jenis usaha, khususnya usaha kuliner (Observasi, 2025).

Usaha kuliner memiliki peranan penting dalam mendukung perkembangan sektor pariwisata karena kebutuhan konsumsi merupakan salah satu kebutuhan utama wisatawan. Berbagai jenis makanan dan minuman ditawarkan oleh para pedagang untuk memenuhi kebutuhan pengunjung. Seiring dengan meningkatnya aktivitas wisata, jumlah pedagang kuliner yang beroperasi di kawasan Danau Aur juga terus bertambah. Kondisi ini menunjukkan bahwa sektor kuliner menjadi salah satu sektor usaha yang banyak diminati masyarakat karena relatif mudah dijalankan dan memiliki peluang pasar yang cukup besar (Suyanto, 2007).

Meningkatnya jumlah pelaku usaha kuliner di kawasan wisata Danau Aur mengakibatkan tingkat persaingan bisnis menjadi semakin tinggi. Persaingan tersebut terjadi karena sebagian besar pedagang menawarkan produk yang relatif sama dengan harga yang tidak jauh berbeda. Selain itu, banyaknya rumah makan yang berdiri di kawasan wisata tersebut menyebabkan konsumen memiliki banyak pilihan dalam menentukan tempat makan yang akan dikunjungi. Keadaan tersebut menuntut setiap pelaku usaha untuk memiliki strategi yang tepat agar mampu mempertahankan keberlangsungan usahanya di tengah persaingan yang semakin ketat (Adam dan dkk, 2022).

Persaingan bisnis merupakan hal yang tidak dapat dihindari dalam dunia usaha. Setiap pelaku usaha dituntut untuk mampu menciptakan keunggulan yang dapat membedakan usahanya dengan usaha lain. Menurut Porter, strategi merupakan alat yang sangat penting untuk mencapai keunggulan bersaing. Strategi bersaing diperlukan agar perusahaan atau pelaku usaha mampu mempertahankan keberadaannya serta memperoleh posisi yang lebih baik dibandingkan dengan para pesaing. Dengan adanya strategi yang tepat, pelaku

usaha dapat memanfaatkan berbagai peluang yang ada sekaligus menghadapi berbagai tantangan yang muncul dalam lingkungan bisnis yang terus mengalami perubahan (Cahyani, 2016).

Kondisi persaingan di kawasan wisata Danau Aur terlihat dari semakin banyaknya rumah makan apung yang berdiri di lokasi tersebut. Terdapat lima belas rumah makan apung yang beroperasi di kawasan wisata Danau Aur dengan konsep dan karakteristik yang berbeda-beda. Rumah makan tersebut antara lain Aur Buana, Bella Belly, Berkah Bersaudara, Pondok Apung Bagas, Singgah Kudai, Mutiara Aur, Pondok Dafa, Teras Rasa, Lestari, Pondok Barokah, Sempurna, Dapoer Bahari, Indah Aur, Tirta Asri, Saung Dela, dan Cahaya. Keberagaman tersebut menunjukkan adanya perkembangan usaha kuliner yang cukup pesat sekaligus mencerminkan tingginya tingkat persaingan di antara para pedagang.

Berdasarkan hasil wawancara dengan salah seorang pedagang, yaitu Juliana, diketahui bahwa hampir seluruh pedagang telah memiliki rumah makan apung dengan menu yang relatif sama. Kondisi tersebut menyebabkan para pedagang harus berupaya menarik perhatian konsumen melalui berbagai cara, seperti memperbaiki tampilan tempat usaha, meningkatkan kualitas pelayanan, serta menciptakan suasana yang lebih nyaman bagi pengunjung. Persaingan yang semakin ketat membuat para pedagang tidak hanya bersaing dari segi rasa makanan, tetapi juga dari aspek fasilitas dan daya tarik tempat usaha (Juliana, 2025).

Hal serupa juga disampaikan oleh Ary Oktarianti yang menyatakan bahwa perkembangan rumah makan apung di kawasan Danau Aur menyebabkan persaingan antar pedagang menjadi semakin tinggi. Para pedagang dituntut untuk lebih kreatif dalam mengembangkan usahanya agar tetap mampu menarik minat konsumen. Selain itu, perubahan konsep usaha dari tenda sederhana menjadi rumah makan apung juga memerlukan modal yang lebih besar sehingga menjadi tantangan tersendiri bagi para pelaku usaha (Ary Oktarianti, 2025).

Meskipun menghadapi berbagai tantangan, para pedagang kuliner Muslim di kawasan wisata Danau Aur tetap berupaya mempertahankan usahanya melalui berbagai strategi. Beberapa pedagang berusaha menjaga kualitas makanan, memberikan pelayanan yang ramah, menetapkan harga yang sesuai dengan kemampuan konsumen, serta melakukan inovasi terhadap tempat usaha agar memiliki daya tarik tersendiri. Upaya tersebut menunjukkan bahwa strategi bersaing menjadi faktor yang penting dalam menjaga keberlangsungan usaha di tengah meningkatnya persaingan bisnis. Penelitian mengenai strategi bersaing telah dilakukan oleh beberapa peneliti sebelumnya. (Muthmainnah dan Triyanto, 2024) menemukan bahwa strategi kepemimpinan biaya dan diferensiasi menjadi strategi yang digunakan oleh bisnis kuliner Pizza Apa Ya dalam menghadapi persaingan pasar. (Rizqi dan dkk, 2023) menunjukkan bahwa identifikasi pesaing, peningkatan kualitas produk, serta penerapan bauran pemasaran menjadi strategi yang digunakan Madju Toys dalam mempertahankan daya saing. Sementara itu, (Wahyuningsih dan dkk, 2023) menjelaskan bahwa inovasi dan peningkatan kualitas sumber daya manusia

memiliki peranan penting dalam menjaga keberlangsungan UMKM kuliner Sate Bebek Tambak Banyumas.

Penelitian lainnya yang dilakukan oleh (Harefa dan dkk, 2022) menunjukkan bahwa strategi bersaing dapat dirumuskan melalui analisis lingkungan internal dan eksternal untuk memperoleh keunggulan kompetitif. Selanjutnya, (Yuniarti dan Hidayat, 2017) menyimpulkan bahwa strategi penetrasi pasar melalui peningkatan promosi dan pelayanan menjadi langkah yang tepat dalam mempertahankan keberlangsungan usaha. Meskipun demikian, penelitian-penelitian tersebut lebih banyak berfokus pada perusahaan modern maupun sektor usaha tertentu, sedangkan penelitian mengenai strategi bersaing pedagang kuliner Muslim di kawasan wisata masih relatif terbatas.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu terletak pada objek penelitian yang difokuskan pada pedagang kuliner Muslim di kawasan wisata Danau Aur Kabupaten Musi Rawas. Selain itu, karakteristik persaingan yang dihadapi memiliki kekhasan tersendiri, yaitu adanya kesamaan produk yang dijual, ketergantungan terhadap jumlah kunjungan wisatawan, serta munculnya rumah makan apung sebagai bentuk inovasi tempat usaha. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai strategi bersaing yang diterapkan oleh pedagang kuliner Muslim dalam menghadapi persaingan bisnis serta berbagai tantangan yang dihadapi dalam mempertahankan keberlangsungan usahanya.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi bersaing yang diterapkan oleh pedagang kuliner Muslim di kawasan wisata Danau Aur dalam menghadapi persaingan bisnis serta mengetahui berbagai tantangan yang dihadapi oleh para pedagang dalam menjalankan usahanya.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif dengan pendekatan studi kasus. Pendekatan studi kasus digunakan untuk memperoleh pemahaman secara mendalam mengenai strategi bersaing yang diterapkan oleh pedagang kuliner Muslim di kawasan wisata Danau Aur dalam menghadapi persaingan bisnis. Penelitian dilaksanakan di kawasan wisata Danau Aur yang terletak di Desa Sumber Jaya, Kecamatan Sumber Harta, Kabupaten Musi Rawas pada tahun 2025. Sumber data dalam penelitian ini terdiri atas data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh secara langsung dari para informan melalui kegiatan observasi dan wawancara, sedangkan data sekunder diperoleh dari berbagai sumber tertulis yang berkaitan dengan penelitian, seperti buku, jurnal, skripsi, dan dokumen pendukung lainnya. Informan penelitian merupakan pedagang kuliner Muslim yang menjalankan usahanya di kawasan wisata Danau Aur dan terlibat langsung dalam persaingan usaha. Pemilihan informan dilakukan berdasarkan pertimbangan bahwa mereka memiliki informasi yang relevan dengan fokus penelitian sehingga mampu memberikan data yang dibutuhkan dalam proses penelitian (Asep Mulyana, 2024).

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini meliputi observasi, wawancara, dan dokumentasi. Observasi dilakukan secara langsung terhadap aktivitas usaha para pedagang kuliner Muslim di kawasan wisata Danau Aur. Wawancara dilakukan secara tidak terstruktur dengan menggunakan pedoman wawancara sebagai acuan sehingga memungkinkan peneliti memperoleh informasi yang lebih mendalam dari para informan. Dokumentasi dilakukan melalui pengumpulan berbagai dokumen, foto, rekaman suara, serta catatan lapangan yang berkaitan dengan objek penelitian. Data yang telah diperoleh kemudian dianalisis menggunakan model analisis interaktif yang meliputi tahap reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Pada tahap reduksi data, peneliti memilih dan memfokuskan data yang relevan dengan tujuan penelitian. Selanjutnya, data disajikan dalam bentuk uraian deskriptif agar lebih mudah dipahami (Qomaruddin dan Sa'diyah, 2024). Tahap terakhir dilakukan dengan menarik kesimpulan secara berkesinambungan sehingga diperoleh gambaran yang utuh mengenai strategi bersaing pedagang kuliner Muslim di kawasan wisata Danau Aur dalam menghadapi persaingan bisnis.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Strategi Bersaing Pedagang Kuliner Muslim

Berdasarkan hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi yang dilakukan peneliti, diketahui bahwa pedagang kuliner Muslim di kawasan wisata Danau Aur menerapkan berbagai strategi dalam menghadapi persaingan bisnis yang semakin ketat. Persaingan tersebut ditandai dengan semakin banyaknya pelaku usaha kuliner yang menawarkan produk sejenis dengan harga yang relatif tidak jauh berbeda. Kondisi tersebut mendorong para pedagang untuk menerapkan strategi yang tepat agar mampu mempertahankan keberlangsungan usahanya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi yang diterapkan oleh pedagang kuliner Muslim di kawasan wisata Danau Aur meliputi strategi diferensiasi, strategi biaya rendah (*cost leadership*), dan strategi fokus. Dari ketiga strategi tersebut, strategi diferensiasi merupakan strategi yang paling dominan diterapkan oleh para pedagang.

Tabel 1. Strategi Bersaing Pedagang Kuliner Muslim di Kawasan Wisata Danau Aur

Strategi Bersaing	Bentuk Penerapan
Diferensiasi	Menjaga kualitas makanan, menggunakan bahan baku segar, menjaga kebersihan, memberikan pelayanan yang ramah, serta memperindah rumah makan apung
Biaya Rendah	Menyesuaikan harga dengan kondisi pasar dan kemampuan konsumen
Fokus	Memilih lokasi usaha yang strategis dan menyediakan fasilitas yang sesuai dengan kebutuhan wisatawan

Strategi Bersaing	Bentuk Penerapan
Nilai Islam	Menjaga kejujuran, keramahan, kebersihan, dan menghindari persaingan yang tidak sehat

Sumber: Data primer diolah, 2025.

Berdasarkan hasil penelitian, pedagang kuliner Muslim di kawasan wisata Danau Aur menerapkan beberapa strategi bersaing dalam menghadapi persaingan bisnis, yaitu strategi diferensiasi, strategi biaya rendah, dan strategi fokus. Selain itu, para pedagang juga menerapkan nilai-nilai Islam dalam menjalankan usaha, seperti menjaga kejujuran, keramahan, kebersihan, serta menghindari persaingan yang tidak sehat. Berbagai strategi tersebut dilakukan untuk mempertahankan keberlangsungan usaha dan meningkatkan kepuasan konsumen.

Strategi Diferensiasi

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi diferensiasi merupakan strategi yang paling dominan diterapkan oleh pedagang kuliner Muslim di kawasan wisata Danau Aur. Strategi ini dilakukan melalui upaya menjaga kualitas rasa makanan agar tetap konsisten, menggunakan bahan baku yang segar, menjaga kebersihan tempat usaha, serta memberikan pelayanan yang ramah kepada pelanggan. Selain itu, para pedagang juga melakukan inovasi pada tempat usaha dengan memperindah rumah makan apung melalui penambahan dekorasi dan penataan tempat yang lebih menarik sehingga dapat memberikan kenyamanan bagi pengunjung. Upaya tersebut dilakukan untuk menciptakan keunggulan yang dapat membedakan usaha mereka dari para pesaing (Khoirunnisa, 2020).

Tidak hanya berfokus pada kualitas produk, para pedagang juga berupaya menciptakan pengalaman yang menyenangkan bagi konsumen. Konsep rumah makan apung yang berada di atas perairan Danau Aur menjadi daya tarik tersendiri bagi wisatawan. Oleh karena itu, para pedagang berusaha menciptakan suasana yang nyaman serta menyediakan fasilitas yang dapat meningkatkan kepuasan pengunjung. Strategi tersebut dilakukan agar konsum tidak hanya datang untuk membeli makanan, tetapi juga menikmati suasana wisata yang ditawarkan oleh kawasan Danau Aur.

Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk dan kualitas pelayanan menjadi faktor yang sangat penting dalam menciptakan keunggulan bersaing. Hal tersebut sejalan dengan penelitian Anis Khoirunnisa yang menunjukkan bahwa strategi diferensiasi dapat dilakukan melalui peningkatan kualitas produk, kualitas pelayanan, serta penciptaan nilai tambah yang mampu memberikan kepuasan kepada konsumen. Persamaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya terletak pada pentingnya kualitas produk dan pelayanan sebagai sarana untuk memperoleh keunggulan kompetitif. Namun, penelitian ini memiliki karakteristik yang berbeda karena diferensiasi yang dilakukan tidak hanya melalui produk, tetapi juga melalui konsep rumah makan apung yang menjadi ciri khas kawasan wisata Danau Aur (Khoirunnisa, 2020).

Strategi Biaya Rendah (*Cost Leadership*)

Selain menerapkan strategi diferensiasi, pedagang kuliner Muslim di kawasan wisata Danau Aur juga menerapkan strategi biaya rendah (*cost leadership*). Strategi ini dilakukan dengan menetapkan harga yang sesuai dengan kondisi pasar dan kemampuan konsumen. Para pedagang berusaha mempertahankan harga agar tetap terjangkau sehingga dapat menarik minat pelanggan dari berbagai kalangan. Penetapan harga juga dilakukan dengan mempertimbangkan harga yang ditawarkan oleh para pesaing agar tidak terjadi perbedaan harga yang terlalu mencolok. Penerapan strategi biaya rendah bertujuan untuk mempertahankan pelanggan tanpa mengurangi kualitas produk yang ditawarkan. Para pedagang tidak berorientasi pada keuntungan yang berlebihan, melainkan berusaha menjaga keseimbangan antara harga dan kualitas sehingga konsumen tetap memperoleh kepuasan. Menurut Porter, dalam perspektif ekonomi Islam, praktik tersebut mencerminkan sikap keadilan dan kejujuran dalam bertransaksi sehingga persaingan yang terjadi tetap berlangsung secara sehat.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Muthmainnah dan Triyanto yang menyatakan bahwa strategi kepemimpinan biaya merupakan salah satu strategi yang dapat digunakan pelaku usaha untuk mempertahankan daya saing di tengah meningkatnya persaingan pasar. Harga yang kompetitif menjadi salah satu faktor yang memengaruhi keputusan konsumen dalam melakukan pembelian sehingga strategi biaya rendah memiliki peran penting dalam menjaga keberlangsungan usaha (Muthmainnah dan Triyanto, 2024).

Strategi Fokus

Strategi fokus diterapkan oleh pedagang kuliner Muslim melalui pemilihan lokasi usaha yang strategis serta penyesuaian fasilitas dengan kebutuhan pengunjung. Lokasi usaha yang berada di kawasan wisata Danau Aur memberikan peluang yang besar bagi para pedagang untuk menjangkau wisatawan yang datang berkunjung. Selain itu, beberapa pedagang juga menyediakan fasilitas pendukung seperti tempat bersantai, gazebo, serta suasana yang nyaman bagi keluarga sehingga dapat meningkatkan kepuasan pelanggan.

Strategi fokus menunjukkan bahwa para pedagang memusatkan perhatian pada segmen pasar tertentu, yaitu wisatawan yang berkunjung ke kawasan Danau Aur. Dengan memahami kebutuhan konsumen, para pedagang dapat memberikan pelayanan yang lebih optimal dan menciptakan pengalaman yang menyenangkan bagi para pengunjung. Oleh karena itu, strategi fokus menjadi salah satu faktor yang mendukung keberlangsungan usaha para pedagang kuliner Muslim di kawasan wisata Danau Aur. Temuan penelitian ini sejalan dengan konsep strategi fokus Porter yang menekankan pentingnya pemusatan perhatian pada segmen pasar tertentu untuk memperoleh keunggulan bersaing. Dalam penelitian ini, fokus tersebut diwujudkan melalui pemanfaatan potensi kawasan wisata sebagai pasar utama serta penyediaan fasilitas yang mampu meningkatkan kenyamanan pengunjung.

Secara keseluruhan, hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi diferensiasi, strategi biaya rendah, dan strategi fokus merupakan strategi utama yang diterapkan oleh pedagang kuliner Muslim di kawasan wisata Danau Aur dalam menghadapi persaingan bisnis. Strategi diferensiasi menjadi strategi yang paling dominan karena mampu menciptakan keunggulan melalui kualitas produk, pelayanan, kebersihan, serta konsep rumah makan apung yang menjadi daya tarik khas kawasan wisata Danau Aur. Selain itu, penerapan nilai-nilai Islam seperti kejujuran, keramahan, menjaga kebersihan, serta tidak mengambil keuntungan secara berlebihan menjadi karakteristik yang membedakan hasil penelitian ini dengan penelitian-penelitian sebelumnya.

Tantangan yang Dihadapi Pedagang Kuliner Muslim dalam Menghadapi Persaingan Bisnis

Selain menerapkan berbagai strategi bersaing, pedagang kuliner Muslim di kawasan wisata Danau Aur juga menghadapi berbagai tantangan dalam menjalankan usahanya. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang dilakukan peneliti, terdapat beberapa faktor yang menjadi kendala dalam mempertahankan keberlangsungan usaha, yaitu aspek produk, kesamaan menu antarpedagang, kenaikan harga bahan baku, persaingan lokasi usaha, karakter pelanggan yang beragam, kondisi cuaca, serta upaya mempertahankan kualitas pelayanan. Berbagai tantangan tersebut mengharuskan para pedagang untuk terus melakukan penyesuaian agar usaha yang dijalankan tetap mampu bertahan di tengah persaingan yang semakin ketat.

Tabel 2. Tantangan yang Dihadapi Pedagang Kuliner Muslim di Kawasan Wisata Danau Aur

No	Tantangan	Dampak terhadap Usaha
1	Kesamaan produk antarpedagang	Persaingan semakin ketat
2	Kenaikan harga bahan baku	Biaya operasional meningkat
3	Persaingan lokasi usaha	Jumlah pelanggan terbagi
4	Karakter pelanggan yang beragam	Pelayanan harus lebih optimal
5	Kondisi cuaca	Jumlah pengunjung menurun
6	Menjaga kualitas produk dan pelayanan	Membutuhkan konsistensi dan biaya tambahan

Sumber: Data primer diolah, 2025.

Berdasarkan hasil penelitian, pedagang kuliner Muslim di kawasan wisata Danau Aur menghadapi berbagai tantangan, seperti kesamaan produk antarpedagang, kenaikan harga bahan baku, persaingan lokasi usaha, karakter pelanggan yang beragam, kondisi cuaca, serta upaya menjaga kualitas produk dan pelayanan. Berbagai tantangan tersebut memengaruhi keberlangsungan usaha sehingga para pedagang dituntut untuk terus beradaptasi dan meningkatkan daya saing agar tetap mampu mempertahankan usahanya di tengah persaingan bisnis yang semakin ketat.

Aspek Produk dan Kesamaan Menu Antarpedagang

Hasil penelitian menunjukkan bahwa salah satu tantangan yang dihadapi pedagang kuliner Muslim di kawasan wisata Danau Aur adalah kesamaan produk yang dijual oleh sebagian besar pedagang. Jenis makanan dan minuman yang ditawarkan relatif tidak jauh berbeda sehingga menyebabkan tingkat persaingan menjadi semakin tinggi. Kondisi tersebut membuat konsumen memiliki banyak pilihan dalam menentukan tempat makan yang akan dikunjungi. Akibatnya, para pedagang dituntut untuk lebih kreatif dalam mempertahankan pelanggan melalui peningkatan kualitas produk, pelayanan, serta suasana tempat usaha. Kesamaan produk antarpedagang mengharuskan para pelaku usaha untuk terus melakukan inovasi agar memiliki ciri khas yang dapat membedakan usahanya dengan usaha lain. Dalam kondisi tersebut, kualitas rasa, kebersihan, dan pelayanan menjadi faktor yang sangat menentukan dalam menarik minat konsumen. Oleh karena itu, para pedagang berupaya mempertahankan kualitas produk agar pelanggan tetap merasa puas dan bersedia melakukan pembelian ulang. Temuan penelitian ini memiliki kesamaan dengan penelitian Rendra Trisyanto Surya dkk. yang menunjukkan bahwa persaingan usaha yang semakin tinggi menuntut pelaku usaha untuk menciptakan keunggulan kompetitif melalui inovasi dan peningkatan kualitas produk. Persamaan tersebut menunjukkan bahwa diferensiasi menjadi salah satu faktor penting dalam mempertahankan keberlangsungan usaha di tengah persaingan pasar yang semakin ketat (Surya dan dkk, 2022).

Kenaikan Harga Bahan Baku

Tantangan lain yang dihadapi oleh pedagang kuliner Muslim adalah kenaikan harga bahan baku. Fluktuasi harga bahan baku menyebabkan biaya operasional usaha mengalami peningkatan, sedangkan para pedagang harus tetap mempertahankan harga agar sesuai dengan kemampuan konsumen. Kondisi tersebut menjadi tantangan tersendiri karena pedagang harus mampu menjaga keseimbangan antara harga dan kualitas produk yang ditawarkan. Meskipun menghadapi kenaikan harga bahan baku, sebagian besar pedagang berusaha untuk tidak mengurangi kualitas makanan yang disajikan kepada konsumen. Para pedagang lebih memilih menyesuaikan keuntungan yang diperoleh daripada menurunkan kualitas produk. Sikap tersebut menunjukkan adanya komitmen untuk menjaga kepuasan pelanggan serta mempertahankan kepercayaan konsumen terhadap usaha yang dijalankan.

Persaingan Lokasi Usaha

Lokasi usaha menjadi salah satu faktor yang memengaruhi tingkat persaingan antarpedagang. Semakin banyak rumah makan yang berdiri di kawasan wisata Danau Aur menyebabkan pelanggan tersebar ke berbagai tempat usaha. Kondisi tersebut membuat para pedagang harus berupaya menarik perhatian pengunjung melalui berbagai fasilitas yang disediakan serta kualitas pelayanan yang diberikan. Persaingan lokasi usaha juga mendorong para pedagang untuk menciptakan suasana yang nyaman dan menarik bagi pengunjung. Konsep rumah makan apung yang berkembang di kawasan wisata Danau Aur menjadi salah satu bentuk inovasi yang dilakukan untuk meningkatkan daya tarik usaha. Dengan demikian, lokasi usaha tidak hanya

berfungsi sebagai tempat berjualan, tetapi juga menjadi bagian dari pengalaman wisata yang dirasakan oleh konsumen.

Karakter Pelanggan yang Beragam

Karakter pelanggan yang berbeda-beda menjadi tantangan tersendiri bagi para pedagang kuliner Muslim. Setiap pelanggan memiliki selera, kebutuhan, dan harapan yang berbeda terhadap pelayanan yang diberikan. Oleh karena itu, para pedagang dituntut untuk mampu memberikan pelayanan yang ramah, sabar, dan bertanggung jawab agar pelanggan merasa nyaman dan puas. Kemampuan dalam memahami kebutuhan pelanggan menjadi faktor yang penting dalam menjaga hubungan baik dengan konsumen. Pelayanan yang baik tidak hanya mampu meningkatkan kepuasan pelanggan, tetapi juga dapat menciptakan loyalitas konsumen sehingga pelanggan bersedia kembali berkunjung pada kesempatan berikutnya.

Kondisi Cuaca

Kondisi cuaca merupakan salah satu faktor eksternal yang memengaruhi keberlangsungan usaha pedagang kuliner di kawasan wisata Danau Aur. Pada saat cuaca buruk, seperti hujan deras atau angin kencang, jumlah pengunjung yang datang ke kawasan wisata cenderung mengalami penurunan. Hal tersebut berdampak langsung terhadap pendapatan para pedagang karena berkurangnya jumlah konsumen yang datang. Ketergantungan terhadap jumlah wisatawan menjadikan kondisi cuaca sebagai tantangan yang tidak dapat dikendalikan oleh para pedagang. Oleh karena itu, para pelaku usaha dituntut untuk mampu mengelola usaha dengan baik serta memanfaatkan waktu ketika jumlah pengunjung meningkat untuk memperoleh keuntungan yang dapat menopang usaha pada saat jumlah wisatawan mengalami penurunan.

Temuan penelitian ini sejalan dengan penelitian Muh. Ridha Taqwa dkk. yang menyatakan bahwa faktor eksternal memiliki pengaruh terhadap keberlangsungan usaha. Akan tetapi, penelitian ini memiliki keunikan karena objek penelitian berada pada kawasan wisata dengan konsep rumah makan apung sehingga tingkat kunjungan wisatawan sangat dipengaruhi oleh kondisi cuaca (Taqwa dan dkk, 2024).

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa pedagang kuliner Muslim di kawasan wisata Danau Aur Kabupaten Musi Rawas menerapkan tiga strategi bersaing, yaitu strategi diferensiasi, strategi biaya rendah (*cost leadership*), dan strategi fokus dalam menghadapi persaingan bisnis. Strategi diferensiasi menjadi strategi yang paling dominan melalui upaya menjaga kualitas rasa makanan, penggunaan bahan baku yang segar, menjaga kebersihan, memberikan pelayanan yang ramah, serta melakukan penataan rumah makan apung agar lebih menarik dan nyaman bagi pengunjung. Selain itu, pedagang juga menerapkan strategi biaya rendah dengan menetapkan harga yang sesuai dengan kemampuan konsumen serta strategi fokus melalui pemanfaatan lokasi usaha yang strategis dan penyediaan fasilitas yang mendukung kebutuhan wisatawan.

Dalam menjalankan usahanya, para pedagang menghadapi berbagai tantangan, antara lain kesamaan produk antarpedagang, kenaikan harga bahan baku, persaingan lokasi usaha, karakter pelanggan yang beragam, serta kondisi cuaca yang memengaruhi jumlah pengunjung. Meskipun demikian, para pedagang tetap berupaya mempertahankan keberlangsungan usahanya dengan menjaga kualitas produk dan pelayanan serta menerapkan nilai-nilai Islam seperti kejujuran, keramahan, menjaga kebersihan, dan menghindari persaingan yang tidak sehat. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa keberhasilan usaha tidak hanya ditentukan oleh kemampuan menciptakan keunggulan bersaing, tetapi juga oleh kemampuan pelaku usaha dalam membangun kepercayaan konsumen dan menerapkan prinsip-prinsip bisnis yang sesuai dengan nilai-nilai Islam.

DAFTAR PUSTAKA

- Adam, A., dan dkk. (2022). Analisis Strategi Bersaing Dan Strategi Bertahan Pada UMKM Di Kota Gorontalo Pada Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus UMKM Zoellen Sagela). *JAMBURA: Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 5(2), 557–567. <https://doi.org/10.37479/jimb.v5i2.16495>
- Asep Mulyana, C. V. (2024). *Metode Penelitian Kuantitatif*.
- Cahyani. (2016). Strategi Bersaing Dalam Berbisnis Secara Islami. *At-Tijarah: Jurnal Ilmu Manajemen Dan Bisnis Islam*, 2(1), 56–70.
- Harefa, N. H., dan dkk. (2022). Analisis Strategi Bersaing Hotel Soliga Dalam Menghadapi Persaingan Industri Perhotelan di Kota Gunungsitoli, Sumatera Utara. *Journal Business Administration: Entrepreneurship and Creative Industry*, 1(2), 50–61. <https://doi.org/10.32734/jba.v1i2.9556>
- Khoirunnisa, A. (2020). Analisis Penerapan Strategi Generik Porter Dalam Meningkatkan Daya Saing Perusahaan (Studi Kasus Bisnis Kuliner Sehat Naturicha Healthy Food and Drink). *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 1(1), 275–291. <https://doi.org/10.38035/jmpis.v1i1.262>
- Muthmainnah, H., dan Triyanto, A. (2024). Analisis Strategi Bersaing Pada Bisnis Kuliner (Studi Kasus Pizza Apa Ya). *GREAT: Jurnal Manajemen Dan Bisnis Islam*, 1(1). <https://doi.org/10.62108/great.v1i1.546>
- Qomaruddin, Q., dan Sa'diyah, H. (2024). Kajian Teoritis tentang Teknik Analisis Data dalam Penelitian Kualitatif: Perspektif Spradley, Miles dan Huberman, *Journal of Management, Accounting and Administration* Vol. 1, No.2 : 2024, hlm 81. *Journal of Management, Accounting, and Administration*, 1(2), 77–84. <https://pub.nuris.ac.id/journal/jomaa/article/view/93>
- Rizqi, M. A. F., dan dkk. (2023). Analisis Strategi Bersaing Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis Pada Madju Toys. *Jurnal Strategi Dan Bisnis*, 11(2), 161–168. <https://doi.org/10.19184/jsb.v11i2.43526>
- Sule, E. T., dan Saefullah, K. (2010). *Pengantar Manajemen*. Kencana Prenada Media Group.
- Surya, R. T., dan dkk. (2022). Implementasi Cost-Leadership Strategy dan Pembuatan Company Profile Pada UMKM Kuliner Kota Bandung Pasca Pandemi Covid-19. *Journal of Comprehensive Science*, 1(5), 1076–1086. <https://doi.org/10.59188/jcs.v1i5.139>

- Suyanto, M. (2007). *Marketing Strategy*. CV Andi Offset.
- Taqwa, M. R., dan dkk. (2024). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Intensitas Kunjungan Wisata Pada Tempat Wisata Alam Bukit Klangon Kabupaten Sleman. *Agroforetech*, 2(2), 933–944.
- Wahyuningsih, S., dan dkk. (2023). Strategi Bersaing dan Keberlangsungan UMKM Kuliner Sate Bebek Tambak Banyumas. *Jurnal Ekonomi Bisnis*, 7(2), 784–803. <https://doi.org/10.37339/e-bis.v7i2.1369>
- Yuniarti, L., dan Hidayat, W. (2017). Analisis Strategi Bersaing Pada UKM Laundry (Studi Kasus Pada Superwash Laundry Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 6(4), 214–221. <https://doi.org/10.14710/jiab.2017.17830>