ESKALASI
JURNAL MANAJEMEN DAN AKUNTANSI
Yayasan Paramarta Akademika Indonesia
P-ISSN XXXX, E-ISSN XXXX

Analisis Pasar Persaingan Monopolistik : Tinjauan Literatur Terpilih

ABSTRACT *- This study is a Systematic Literature Review (SLR) aimed at mapping the dynamics of monopolistic competition markets, producer strategies, and their impact on consumer welfare. Using the 2026 Scopus database, 32 selected articles were evaluated qualitatively and quantitatively through VOSviewer visualization. The mapping results reveal two main research clusters: monopoly and business competition. Key findings emphasize the necessity of synergy among strict regulatory enforcement, digital transparency, and consumer education to maintain market balance. Furthermore, from an Islamic economic perspective, product differentiation and promotional strategies must adhere to business ethics that strictly avoid tadlis (fraud) and tabzir (wastefulness), prioritizing honesty and public benefit. In conclusion, comprehensive consumer protection and the enforcement of sharia ethics are crucial for establishing healthy and sustainable competition in the modern digital era*

.

ABSTRAK - Penelitian ini merupakan tinjauan literatur sistematis (Systematic Literature Review) yang bertujuan memetakan dinamika pasar persaingan monopolistik, strategi produsen, serta dampaknya terhadap kesejahteraan konsumen. Menggunakan basis data Scopus tahun 2026, sebanyak 32 artikel terpilih dievaluasi secara kualitatif dan kuantitatif melalui visualisasi VOSviewer. Hasil pemetaan menunjukkan dua klaster penelitian utama: monopoli dan persaingan usaha. Temuan utama menegaskan perlunya sinergi antara penegakan regulasi yang ketat, transparansi digital, dan edukasi konsumen untuk menjaga keseimbangan pasar. Selain itu, dari perspektif ekonomi Islam, strategi diferensiasi produk dan promosi harus mematuhi etika bisnis yang menjauhi praktik tadlis (penipuan) dan tabzir (pemborosan), serta mengedepankan kejujuran dan kemaslahatan umat. Kesimpulannya, perlindungan konsumen yang komprehensif dan penerapan etika syariah merupakan kunci utama mewujudkan persaingan sehat dan berkelanjutan di era digital modern.

Author[1*]
[1] Gabriela Zulaikha, UIN Sumatera Utara, Indonesia
[2] Reysa Nabila, UIN Sumatera Utara, Indonesia
[3] Fathi Abdillah, UIN Sumatera Utara, Indonesia

*[1]Corresponding email: gabrielazulaikha@gmail.com

Article History
Submitted: 04 Mei 2026
Revised: 07 Mei 2026
Accepted: 16 Mei 2026
Published: 16 Mei 2026

Keywords
Persaingan Monopolistik, Ekonomi Islam, Struktur Pasar, Systematic Literature Review, Kesejahteraan Konsumen

PENDAHULUAN

Hukum Persaingan pasar monopolistik di Indonesia merupakan kondisi di mana terdapat banyak penjual dengan produk yang berbeda-beda, sehingga meskipun ada persaingan, setiap pelaku usaha memiliki kekuatan pasar tertentu untuk menentukan harga dan strategi pemasaran (Zalukhu et al., 2026). Praktik monopoli didefinisikan sebagai penguasaan produksi dan pemasaran oleh satu atau beberapa pelaku usaha yang

mengakibatkan persaingan usaha tidak sehat dan merugikan kepentingan umum (Fauzi, 2021), namun tidak semua praktik monopoli dilarang jika memberikan dampak positif bagi pasar. Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 mengatur larangan praktik monopoli dan persaingan usaha tidak sehat, serta menetapkan tanggung jawab hukum bagi pelaku usaha yang melanggar aturan tersebut (Alvino et al., 2025).

Persaingan monopolistik juga muncul dalam sektor digital seperti platform marketplace online, di mana kebijakan harga yang membatasi otonomi penjual dapat menghambat persaingan sehat dan merugikan konsumen serta pelaku usaha kecil menengah (Alamanda et al., 2026). Dari perspektif ekonomi Islam, monopoli dipandang dari sisi keseimbangan pasar, perlindungan konsumen, dan etika bisnis, dengan adanya ruang untuk monopoli yang tidak merugikan sesuai prinsip syariah (Selvia et al., 2025). Secara historis, konsep pengaturan persaingan usaha juga telah diterapkan sejak era Majapahit dengan aturan yang melarang praktik-praktik monopoli dan persaingan tidak sehat demi kesejahteraan Masyarakat (Hidayah et al., 2023).

Namun, tantangan utama yang dihadapi adalah kemampuan pelaku usaha dalam menjaga keseimbangan antara persaingan sehat dan praktik-praktik yang dapat mengarah pada persaingan tidak sehat atau bahkan monopoli terselubung (Fauzi, 2021). Penelitian-penelitian di Indonesia menunjukkan bahwa masih terdapat kendala dalam penerapan prinsip persaingan sehat, oleh karena itu, penting bagi pemerintah dan otoritas terkait untuk terus memperkuat regulasi serta melakukan edukasi kepada pelaku usaha mengenai pentingnya persaingan pasar yang adil demi terciptanya iklim usaha yang kondusif dan berkelanjutan (Selvina & Sadina, 2026).

METODOLOGI

Studi yang dilakukan untuk menyoroti dinamika pasar persaingan monopolistik di berbagai negara sudah tersedia luas dan mengingat peran strukturnya yang sangat krusial dalam ekonomi global saat ini. Tujuan utama dari tinjauan ini adalah untuk memetakan arus utama tema penelitian secara internasional, baik di negara maju maupun berkembang, guna melihat sejauh mana pemikiran dan kebijakan yang ada telah beradaptasi dengan perubahan global yang signifikan dalam kondisi ekonomi serta sosial masyarakat. Kami melakukan *systematic literature review* (SLR) dengan mengadaptasi pedoman PRISMA (*Preferred Reporting Items for Systematic Reviews and Meta-Analyses*) untuk mengumpulkan berbagai artikel ilmiah terkait topik ini, mengkonsolidasikan temuan utama, dan menyajikannya sebagai kontribusi bagi bidang pendidikan menuju pemahaman pasar yang lebih efisien bagi semua pihak.

Proses pencarian dilakukan dengan menggunakan kata kunci "Analisis Pasar Persaingan Monopolistik" dan "Diferensiasi Produk" pada database Scopus sepanjang tahun 2026. Tahap berikutnya adalah memilah fokus pembahasan melalui kriteria inklusi dan eksklusi yang ketat; kami hanya memilih artikel jurnal *peer-reviewed* yang berfokus pada strategi persaingan, dinamika pasar modern, dan kajian etika, sementara artikel opini atau yang tidak memiliki akses terbuka (*open access*) dieksklusi. Dari artikel yang

terkumpul, dilakukan evaluasi kriteria hingga terpilih 32 artikel yang benar-benar memenuhi standar kualitas. Selanjutnya, artikel diklasifikasi berdasarkan tema penelitian, penulis, dan institusi asal. Tinjauan sistematis ini menerapkan protokol khusus untuk menganalisis literatur secara kritis melalui enam langkah analitis yang mencakup perumusan pertanyaan, pendefinisian protokol, analisis deskriptif, analisis tematik, implikasi teoretis dan praktis, hingga kesimpulan untuk riset mendatang.

Guna memperdalam analisis, keterkaitan antar konsep dipetakan secara visual dengan bantuan aplikasi VOSviewer, sehingga memberikan gambaran komprehensif mengenai tren masa depan studi ekonomi pada pasar persaingan monopolistik. Sebagai penutup, tinjauan ini merumuskan agenda riset ke depan yang berfokus pada dua pertanyaan inti, yaitu:

1) Bagaimana tinjauan literatur mengonstruksi strategi dan regulasi yang efektif untuk menyeimbangkan dinamika perilaku produsen dengan upaya perlindungan kesejahteraan konsumen serta persaingan usaha yang sehat di pasar monopolistik?
2) Apa solusi alternatif yang ditawarkan untuk menjaga kesejahteraan konsumen serta persaingan yang sehat berdasarkan berbagai hasil penelitian terbaru?
3) Dalam perspektif ekonomi Islam, bagaimana batasan etika diterapkan pada strategi diferensiasi produk dan kampanye promosi produsen agar terhindar dari praktik *tadlis* (penipuan) dan *tabzir* (pemborosan)?.

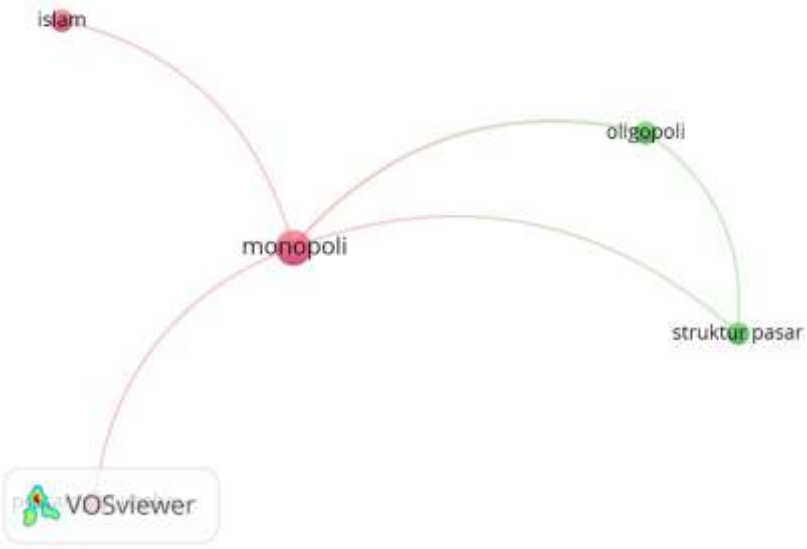
HASIL DAN PEMBAHASAN

Untuk mencapai tujuan utama dari tinjauan pustaka ini, penelitian dilakukan melalui analisis kuantitatif yang dilanjutkan dengan analisis kualitatif terhadap 32 artikel terpilih. Seluruh artikel tersebut dianalisis untuk memetakan hubungan sitasi guna memahami keterkaitan antar studi secara mendalam. Proses analisis ini dibantu oleh aplikasi VOSviewer, yang mampu memvisualisasikan jaringan tautan antar artikel berdasarkan kontribusi penulis maupun penggunaan kata kunci yang relevan.

Data referensi yang digunakan dalam aplikasi VOSviewer bersumber dari basis data Scopus kategori akses terbuka. Langkah ini diambil untuk memastikan bahwa penyebaran ilmu pengetahuan mengenai topik ini dapat dijangkau oleh semua kalangan tanpa terhambat batasan ekonomi. Melalui pemetaan visual tersebut, terlihat hubungan yang erat antar studi yang membahas Analisis Pasar Persaingan Monopolistik.

Berdasarkan hasil pengolahan data menggunakan VOSviewer (Gambar 1), teridentifikasi pola hubungan antar konsep utama dalam literatur pasar persaingan monopolistik. Visualisasi menunjukkan kemunculan node-node kunci yaitu "islam", "monopoli", "oligopoli", dan "struktur pasar". Terdapat garis keterkaitan yang kuat antara "monopoli" dengan "struktur pasar" dan "oligopoli", yang merepresentasikan bahwa kajian mengenai praktik monopoli senantiasa dianalisis secara komparatif dengan bentuk struktur pasar lainnya. Menariknya, terdapat tautan langsung yang menghubungkan node "islam" dengan "monopoli". Hal ini mengindikasikan kuatnya arus riset yang secara

spesifik menyoroti praktik monopoli dan struktur pasar dari perspektif etika dan hukum syariah Islam.



Gambar 1: Hasil Visualisasi VOSviewer

Untuk memahami lebih dalam mengenai tren penelitian pasar persaingan monopolistik, pemetaan terhadap asal institusi para penulis menjadi hal yang penting untuk dilakukan. Berdasarkan hasil analisis terhadap 32 artikel yang dikaji dalam tinjauan ini, terlihat bahwa kontribusi pemikiran didominasi oleh berbagai perguruan tinggi, lembaga riset, dan penerbit. Pemetaan ini membantu mengidentifikasi pusat-pusat akademis mana saja yang secara aktif berpartisipasi dalam diskursus tersebut. Rincian data mengenai distribusi penulis berdasarkan asal institusi atau universitasnya dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1: Penulis Berdasarkan Universitas/Institusi

No	Asal Institusi / Universitas	Jumlah Penulis
1	Universitas Islam Jember / Institut Agama Islam Al-Qodiri Jember	4
2	STAI Tebingtinggi Deli	4
3	Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Syariah Imam Asy Syafii	4
4	Green Publisher (Penerbit)	3
5	Yayasan Pendidikan Dzurriyatul Quran	3
6	Lembaga Intelektual Muda Maluku	3
7	Universitas Batanghari Jambi	3
8	Universitas Pahlawan Tuanku Tambusai	3
9	UPN "Veteran" Jawa Timur	3
10	Universitas Alma Ata (Alma Ata University Press)	2
11	IAIN Pontianak (Pascasarjana)	2

12	Universitas Jambi (Faculty of Education and Teacher Training)	2
13	Universitas Riau	2
14	STISIP Muhammadiyah Sinjai	1
15	Institut Teknologi dan Bisnis Swadharma	1
16 s/d 32	Universitas Gadjah Mada	1

Data pada Tabel 1 menunjukkan bahwa kontribusi tertinggi berasal dari Universitas Islam Jember/Institut Agama Islam Al-Qodiri Jember, STAI Tebingtinggi Deli, dan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Syariah Imam Asy Syafii, yang masing-masing diwakili oleh 4 penulis. Posisi selanjutnya diisi oleh institusi seperti Green Publisher, Yayasan Pendidikan Dzurriyatul Quran, Lembaga Intelektual Muda Maluku, Universitas Batanghari Jambi, Universitas Pahlawan Tuanku Tambusai, dan UPN "Veteran" Jawa Timur yang masing-masing menyumbangkan 3 penulis. Sementara itu, belasan universitas dan institusi lainnya turut berpartisipasi dengan kontribusi masing-masing sebanyak 1 hingga 2 penulis.

Sebaran data ini mengindikasikan bahwa fokus penelitian mengenai dinamika pasar persaingan monopolistik sangat diminati oleh berbagai perguruan tinggi di Indonesia. Menariknya, institusi-institusi dengan latar belakang pendidikan Islam menunjukkan fokus yang kuat terhadap tema ini, yang sejalan dengan urgensi untuk mengkaji praktik pasar dari kacamata syariah. Seperti studi yang dilakukan oleh (Shinta Jouito Samosir et al., 2026) dan (Hidayah et al., 2023) yang secara khusus menyoroti dampak monopoli terhadap keseimbangan pasar dan kesejahteraan masyarakat dari perspektif ekonomi Islam. Penelitian dari akademisi lainnya juga menyoroti isu-isu esensial seperti pengawasan praktik monopoli untuk mencegah persaingan usaha tidak sehat (Fauzi, 2021), analisis riil praktik usaha di pasar persaingan monopolistik (Zalukhu et al., 2026), hingga dominasi pasar dan tantangan regulasi pada era perdagangan modern (Alamanda et al., 2026). Secara keseluruhan, beragam studi dari berbagai institusi ini ditujukan untuk menentukan arah kebijakan perlindungan konsumen yang tepat.

Bagaimana tinjauan literatur mengonstruksi strategi dan regulasi yang efektif untuk menyeimbangkan dinamika perilaku produsen dengan upaya perlindungan kesejahteraan konsumen serta persaingan usaha yang sehat di pasar monopolistik?

Berdasarkan sintesis literatur yang dievaluasi, upaya menyeimbangkan dinamika perilaku produsen dengan kesejahteraan konsumen dalam pasar monopolistik memerlukan pendekatan multidimensional. Pendekatan ini mencakup beberapa pilar utama. (Shinta Jouito Samosir et al., 2026) Pertama, penguatan regulasi dan penegakan hukum menjadi fondasi esensial, di mana pemerintah harus memastikan aturan larangan monopoli ditegakkan oleh lembaga pengawas yang independen dan tegas. Kedua, peningkatan transparansi pasar di era digital sangat diperlukan agar konsumen dapat membandingkan produk secara rasional, yang pada gilirannya memperkuat posisi tawar

mereka (Alvino et al., 2025). Ketiga, diperlukan penguatan institusi perlindungan konsumen yang responsif untuk mengedukasi masyarakat dan menyelesaikan sengketa bisnis (Firdaus, 2023)

Selanjutnya, persaingan usaha harus diarahkan pada dorongan inovasi dan efisiensi produk, bukan sekadar menjatuhkan kompetitor, yang dapat didukung melalui pemberian insentif bagi pelaku usaha (Girl et al., 2025). Di samping itu, pengawasan terhadap ekonomi digital perlu diperketat guna mencegah praktik persaingan tidak sehat seperti *predatory pricing* dan penyalahgunaan data oleh *platform* besar (Rhena J et al., 2025). Langkah krusial lainnya adalah pencegahan praktik kartel melalui sistem deteksi dini untuk menghindari lonjakan harga yang tidak wajar di pasaran. Terakhir, peningkatan literasi ekonomi konsumen sangat penting agar mereka cerdas secara ekonomi dan mampu menjadi pengontrol alami pasar. Secara keseluruhan, kesejahteraan konsumen dan iklim persaingan yang sehat hanya dapat terwujud melalui sinergi yang berkesinambungan antara pemerintah, pelaku usaha, dan konsumen (Endra et al., 2025)

Dalam perspektif ekonomi Islam, bagaimana batasan etika diterapkan pada strategi diferensiasi produk dan kampanye promosi produsen agar terhindar dari praktik *tadlis* (penipuan) dan *tabzir* (pemborosan)?

Dalam perspektif ekonomi Islam, aktivitas promosi dan iklan untuk mendiferensiasikan produk pada dasarnya diperbolehkan (*mubah*) sebagai sarana pengenalan produk, namun terikat oleh batasan etika yang ketat agar tidak merugikan pihak lain (Mukaromah & Wijaya, 2020). Terdapat beberapa prinsip utama yang harus diimplementasikan untuk mencegah praktik *tadlis* (penipuan) dan *tabzir* (pemborosan). Prinsip pertama adalah kejujuran (*shiddiq*) dan keterbukaan, di mana pelaku usaha dilarang keras melebih-lebihkan manfaat, memberikan klaim palsu, atau menyembunyikan kecacatan produk (Regina, 2023). Kedua, alokasi biaya promosi harus menjauhi sifat *tabzir*, sehingga kampanye pemasaran yang menelan biaya irasional hanya demi gengsi atau pencitraan dianggap bertentangan dengan prinsip kesederhanaan Islam (Hasrul & Andiansyah, 2023).

Lebih lanjut, konten iklan wajib menjaga etika dan moralitas dengan tidak mengeksploitasi emosi atau melanggar norma kesopanan masyarakat. Selain itu, objek yang dipromosikan harus terjamin kehalalannya dan membawa kemaslahatan, bukan barang yang merusak kesehatan atau moral (Larassati et al., 2024). Strategi promosi juga harus menjunjung tinggi persaingan yang adil (*fair play*) tanpa merendahkan produk kompetitor, demi menjaga asas *ukhuwah* (persaudaraan) dalam berbisnis. Pada akhirnya, pelaku usaha memikul tanggung jawab sosial untuk tidak mendorong gaya hidup konsumtif yang berlebihan, sejalan dengan prinsip keseimbangan (*wasathiyah*) (Gökmenoğlu et al., 2012). Melalui kepatuhan terhadap batasan-batasan tersebut, diferensiasi produk melalui promosi tidak hanya menjadi instrumen pencarian keuntungan, tetapi juga aktivitas yang berorientasi pada kemaslahatan masyarakat luas

KESIMPULAN

Pasar Penelitian ini menyimpulkan bahwa dinamika pasar persaingan monopolistik di era modern menuntut adanya sinergi yang kuat antara penegakan regulasi anti-monopoli, transparansi pasar digital, dan edukasi konsumen secara masif. Berdasarkan pemetaan literatur yang difasilitasi oleh VOSviewer, terbukti bahwa kajian mengenai struktur pasar tidak lagi hanya berfokus pada efisiensi ekonomi dan penetapan harga semata, melainkan mulai terintegrasi secara intensif dengan pendekatan etika dan syariah.

Dalam perspektif ekonomi Islam, strategi bertahan hidup produsen di tengah persaingan monopolistic khususnya melalui diferensiasi produk dan kampanye promosi—harus dijalankan dengan menjunjung tinggi prinsip *shiddiq* (kejujuran) dan *wasathiyah* (keseimbangan). Hal ini wajib ditegakkan guna mencegah terjadinya praktik *tadlis* (penipuan) dan *tabzir* (pemborosan yang irasional). Perlindungan konsumen yang holistik tidak hanya bergantung pada intervensi pemerintah, tetapi juga pada integritas moral pelaku usaha. Sebagai agenda riset di masa mendatang, sangat direkomendasikan adanya kajian empiris mengenai dampak implementasi etika bisnis syariah secara spesifik pada persaingan ekosistem *e-commerce* maupun ekonomi digital di negara-negara berkembang.

REFERENSI

Alamanda, A. E., Setyorini, R., Maftuhah, & Gloria, O. S. (2026). Analisis Hukum terhadap Pembatasan Impor BBM Non-Subsidi dan Dominasi Pasar oleh Pertamina dalam Perspektif UU Persaingan Usaha. *Jurnal Hukum Sasana*, *12*(1), 137–154. https://doi.org/10.31599/sasana.v12i1.4746

Alvino, L., Putra, S., Hukum, F., & Riau, U. (2025). Penggunaan Bukti Petunjuk Dalam Proses Pembuktian Perkara Persaingan Usaha Dan Monopoli Dalam Pengadilan Indonesia. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 67–80.

Endra, S., Widiasari, Z., & Zefriyenni. (2025). Systematic Literature Review Strategi Dalam Menghadapi Tantangan Struktur Pasar Monopoli Di Era Digital. *Indo-Fintech Intellectuals: Journal of Economics and Business*, *5*(3), 6685–6694. https://doi.org/10.54373/IFIJEB.V5I3.4140

Fauzi, A. (2021). Pengawasan Praktek Monopoli Sebagai Bentuk Persaingan Usaha Tidak Sehat. *Jurnal Ilmu Hukum*, *6*(2), 396–405. https://doi.org/10.30596/delegalata.v6i2.7837

Firdaus, R. A. (2023). Praktik Pada Pasar Monopoli dan Monopsoni. *Diversity: Jurnal Ilmiah Pascasarjana*, *3*(1). https://doi.org/10.32832/djip-uika.v3i1.9437

Girl, T., Bornas, H., Muslimah Harahap, H., Alvian, M., Ratta, A., & Harahap, M. A. (2025). Menganalisis Konsep Pasar Monopoli Dan Anti Trust. *Musytari : Jurnal Manajemen, Akuntansi, Dan Ekonomi*, *18*(7), 61–70. https://doi.org/10.2324/D84N8249

Gökmenoğlu, S. M., Akal, M., & Altunışık, R. (2012). Ulusal Rekabet Gücünü Belirleyen Faktörler Üzerine Değerlendirmeler. *Rekabet Dergisi*, *2012*(52), 3–43.

Hasrul, S., & Andiansyah, F. (2023). Permintaan Pasar Terhadap Perusahaan Pada Pasar Persaingan Sempurna. *IJMA (Indonesian Journal of Management and Accounting)*, *5*(1), 17. https://doi.org/10.21927/ijma.2024.5(1).17-25

Hidayah, R., Anshory, M. N., Fadhillah, M. R., & Jannati, N. (2023). Pasar persaingan sempurna dalam perspektif ekonomi islam. *JEI : Jurnal Ekonomi Islam*, *1*(1), 45–53. https://doi.org/10.56184/jeijournal.v1i1.252

Larassati, A., Febri, A., Ramadhani, S., Kharazi, M. F., & Rivai, A. (2024). *Efek Pasar Monopoli pada Perekonomian Indonesia : Manfaat atau Kerugian ? 2*(3), 26–35.

Mukaromah, N. F., & Wijaya, T. (2020). Pasar Persaingan Sempurna Dan Pasar Persaingan Tidak Sempurna Dalam Perspektif Islam. *PROFIT: Jurnal Kajian Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, *4*(2), 1–16. https://doi.org/10.33650/profit.v4i2.1621

Regina, T. (2023). Pengaruh persaingan terhadap harga dan produksi. *Kompleksitas: jurnal ilmiah manajemen, organisasi dan bisnis*, *12*(2), 51–56. https://doi.org/10.56486/Kompleksitas.VOL12NO2.420

Rhena J, Fatmawati, Sri Undai Nurbayani, & Rusli. (2025). Persaingan Monopolistik dan Oligopoli: Kajian Literatur tentang Struktur Pasar, Strategi Harga, dan Perilaku Strategis Perusahaan. In *Journal of Innovative and Creativity* (Vol. 5, Issue 3).

Selvia, D., Mahyarni, M., & Siregar, K. H. (2025). Dampak Monopoli terhadap Akses Pasar dan Kesejahteraan Masyarakat: Perspektif Syariah. *RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business*, *4*(4), 4206–4212. https://doi.org/10.31004/riggs.v4i4.4008

Selvina, R., & Sadina, A. S. (2026). Pembatasan Kuota Impor Bahan Bakar Minyak terhadap Persaingan Usaha dalam Konteks Perdagangan Internasional. *UNES Law Review*, *8*(3), 932–945. https://doi.org/10.31933/5bh2h347

Shinta Jouito Samosir, Virma Dinartha Sinaga, Siti Rahma Fadillah, Yohana Tio Syarina Siringoringo, & Evi Syuriani Harahap. (2026). Perbandingan Struktur dan Perilaku Pasar Persaingan Monopolistik dan Oligopoli dalam Perspektif Ekonomi Mikro. *EKONOMIKA45 : Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi Bisnis, Kewirausahaan*, *13*(2), 399–408. https://doi.org/10.30640/ekonomika45.v13i2.6005

Zalukhu, P. K., Justice Zebua, A. C., Waruwu, A. J., Hulu, J. G., & Harefa, A. (2026). Analisis usaha point coffee dalam pasar persaingan monopolistik di kota gunungsitoli. In *Jurnal Keuangan dan Manajemen Terapan* (Vol. 7, Issue 1).