ARZUSIN
Jurnal Manajemen dan Pendidikan Dasar

e-ISSN : 2809-4093
p-ISSN : 2809-4484

Terindeks: Sinta 5, Copernicus, Dimensions, Scilit, Lens, Semantic Scholar, Garuda, Google, Base, etc.

https://doi.org/10.58578/arzusin.v6i2.9607

STRATEGI KEUNGGULAN BERSAING BERDASARKAN METODE *PORTER'S FIVE FORCES* PADA AYAM GEPREK GEPREKKIN JL. GURUN AUA KEC. BUANUHAMPU, KUBANG PUTIAH KABUPATEN AGAM

Competitive Advantage Strategy Based on Porter's Five Forces Method at Ayam Geprek Geprekkin, Jl. Gurun Aua, Kec. Buanuhampu, Kubang Putiah, Agam Regency

Rani Monika & Era Sonita
UIN Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi
ranimonikaa22@gmail.com; erasonita@uinbukittinggi.ac.id

Article Info:

Submitted:	Revised:	Accepted:	Published:
Mar 4, 2026	Apr 1, 2026	Apr 13, 2026	Apr 18, 2026

Abstract

Although competitive advantage strategies in culinary businesses have received attention in various studies, studies that specifically discuss the application of Porter's Five Forces in increasing sales turnover in local culinary microenterprises remain limited. This study aims to analyze competitive advantage strategies based on Porter's Five Forces in increasing sales turnover at Ayam Geprek Geprekkin Kubang Putiah, Agam Regency. This study employed a qualitative approach with a case study design, involving participants consisting of the business owner, employees, and consumers selected through purposive sampling. Data were collected through interviews, observation, and documentation, and were then analyzed using the interactive thematic analysis technique of the Miles and Huberman model. The results showed that the level of business competition was in the high category, with the threat of new entrants, the

Arzusin is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License

threat of substitute products, and buyers' bargaining power as the dominant factors affecting the decline in sales turnover. The strategies that had been implemented, such as menu innovation, variations of sambal, promotion through social media, and the provision of discounts, had not been able to increase sales significantly. These findings contribute to the development of Porter's Five Forces theory while broadening understanding of the competitive dynamics of microenterprises in the local culinary sector. This study concludes that sustainable product differentiation, improvement in service quality, and more effective marketing strategies are important factors in enhancing business competitiveness. The implications of this study include theoretical contributions to enriching the strategic management literature and practical contributions for business actors in formulating more adaptive business strategies, while also opening opportunities for further research related to internal business factors and the use of digital technology.

Keywords: Competitive Advantage; Porter's Five Forces; Culinary Business; Sales Turnover; Business Strategy

Abstrak: Meskipun strategi keunggulan bersaing dalam usaha kuliner telah menjadi perhatian dalam berbagai penelitian, kajian yang secara khusus membahas penerapan metode *Porter's Five Forces* dalam meningkatkan omzet penjualan pada usaha mikro kuliner lokal masih terbatas. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi keunggulan bersaing berdasarkan metode *Porter's Five Forces* dalam meningkatkan omzet penjualan pada Ayam Geprek Geprekkin Kubang Putiah, Kabupaten Agam. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain studi kasus, melibatkan partisipan yang terdiri atas pemilik usaha, karyawan, dan konsumen yang dipilih melalui teknik *purposive sampling*. Data dikumpulkan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi, kemudian dianalisis dengan teknik analisis tematik model interaktif Miles dan Huberman. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat persaingan usaha berada pada kategori tinggi, dengan ancaman pendatang baru, ancaman produk pengganti, dan kekuatan tawar-menawar pembeli sebagai faktor dominan yang memengaruhi penurunan omzet. Strategi yang telah diterapkan, seperti inovasi menu, variasi sambal, promosi melalui media sosial, dan pemberian diskon, belum mampu meningkatkan penjualan secara signifikan. Temuan ini berkontribusi terhadap pengembangan teori *Porter's Five Forces* serta memperluas pemahaman mengenai dinamika persaingan usaha mikro pada sektor kuliner lokal. Penelitian ini menyimpulkan bahwa diferensiasi produk yang berkelanjutan, peningkatan kualitas pelayanan, dan strategi pemasaran yang lebih efektif merupakan faktor penting dalam meningkatkan daya saing usaha. Implikasi penelitian ini mencakup kontribusi teoretis dalam memperkaya literatur manajemen strategis dan kontribusi praktis bagi pelaku usaha dalam merumuskan strategi bisnis yang lebih adaptif, sekaligus membuka peluang penelitian lanjutan terkait faktor internal usaha dan pemanfaatan teknologi digital.

Kata Kunci: Keunggulan Bersaing; *Porter's Five Forces*; Usaha Kuliner; Omzet Penjualan; Strategi Bisnis

PENDAHULUAN

Usaha dalam konsep bisnis adalah suatu kegiatan yang dilakukan oleh individu atau sekelompok orang dengan mengerahkan pikiran, tenaga, atau badan untuk mencapai suatu

tujuan, yaitu untuk mendapatkan keuntungan. Perkembangan bisnis menyebabkan persaingan antara usaha meningkat, serta beragam teknik yang digunakan untuk memperoleh citra yang baik dan keuntungan perusahaan. Dalam dunia bisnis yang sangat dinamis, perusahaan tidak hanya dituntut untuk menciptakan produk atau layanan berkualitas, tetapi juga harus mampu menawarkan nilai tambah yang unik dibandingkan pesaingnya. Fenomena ini menjadi semakin relevan pada sektor usaha mikro dan kecil, khususnya industri kuliner yang mengalami pertumbuhan pesat dalam beberapa tahun terakhir (Hadiwijaya et al., 2025; Prastiyas et al., 2024).

Salah satu usaha yang menarik saat ini adalah yang bergerak dibidang kuliner yaitu ayam geprek. Ayam geprek sendiri banyak diminati oleh masyarakat karena memiliki cita rasa yang gurih dan renyah, sambalnya yang pedas sangat cocok disajikan dengan nasi yang hangat. Di kalangan mahasiswa ayam geprek bukan sesuatu yang asing lagi, makanan khas Yogyakarta ini menjadi salah satu makanan favorit masyarakat dan termasuklah mahasiswa, selain harganya yang sesuai dengan kantong pelajar ia juga tahan dikonsumsi untuk beberapa hari ke depan. Namun demikian, banyak inovasi usaha baru yang akan bermunculan dapat membuat pedagang ayam geprek kesulitan untuk memprediksi peluang yang ada di masa mendatang. Kondisi ini menunjukkan bahwa persaingan usaha kuliner semakin ketat dan menuntut pelaku usaha untuk memiliki strategi keunggulan bersaing yang tepat (Sonita et al., 2023; Martanti & Suprayitno, 2024).

Keunggulan bersaing *(competitive)* merupakan segala sesuatu yang dilakukan dengan sangat baik oleh sebuah perusahaan dibanding dengan persaingannya. Memiliki dan menjaga keunggulan kompetitif sangat penting untuk keberhasilan jangka panjang dari suatu organisasi. Keunggulan bersaing membantu perusahaan untuk menarik dan mempertahankan pelanggan, meningkatkan profitabilitas, menciptakan loyalitas merek, dan mempertahankan kualitas produk. Hal ini sejalan dengan teori Porter yang menyatakan bahwa keunggulan kompetitif merupakan kunci keberhasilan perusahaan dalam menghadapi persaingan industri (Porter, 1985; Suryati et al., 2022). Dalam perspektif modern, strategi dapat dilihat sebagai hasil yang dicapai, yang dapat berupa pencapaian kinerja organisasi, produk, layanan, dan kepribadian karyawan (Zulganef & Johan, 2022). Dalam konteks bisnis syariah, seorang muslim memandang bisnis atau usaha sebagai pelaksanaan perintah Allah untuk mendapat karunia-Nya. Islam mengajarkan untuk senantiasa menjalankan kehidupan dengan sebaik mungkin sesuai tuntunan yang telah diturunkan. Dalam berniaga manusia dianjurkan untuk melakukannya dengan cara yang baik dan benar, sekaligus menghindari

yang batil. Kualitas produk yang baik dalam ekonomi Islam adalah produk yang halal saat memperolehnya ataupun halal dzatnya untuk dipergunakan serta bermanfaat. Hal ini menunjukkan bahwa keunggulan bersaing tidak hanya ditentukan oleh aspek ekonomi, tetapi juga oleh nilai etika dan spiritual (Santoso, 2023; Albar, 2024).

Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa strategi keunggulan bersaing banyak dianalisis menggunakan pendekatan Porter's Five Forces yang meliputi ancaman pendatang baru, ancaman produk pengganti, kekuatan tawar menawar pembeli, kekuatan tawar menawar pemasok, dan tingkat persaingan antar perusahaan sejenis (Hintoro & Wijaya, 2021; Yosefhine et al., 2022). Namun, sebagian besar penelitian masih bersifat umum dan belum secara spesifik mengkaji penerapan strategi tersebut pada usaha mikro kuliner berbasis lokal dengan karakteristik persaingan yang tinggi. Selain itu, penelitian sebelumnya cenderung menitikberatkan pada aspek strategi tanpa mengaitkan secara mendalam dengan kondisi riil penurunan omzet dan dinamika pasar lokal (Laila et al., 2024; Pratiwi et al., 2025).

Ayam geprek geprekkin sendiri berdiri sejak tahun 2020 dan pertama kali didirikan di Bukittinggi. Seiring dengan berjalannya waktu konsep bersaing kompetitif yang diterapkan oleh Ayam geprek geprekkin banyak diminati oleh masyarakat Bukittinggi. Namun konsep persaingan yang dimiliki oleh Ayam Geprekkin saat ini banyak ditiru oleh para pesaing. Hal ini menunjukkan bahwa inovasi produk, khususnya dalam hal varian sambal, menjadi salah satu aspek penting dalam persaingan bisnis ayam geprek di wilayah ini. Pada tahun 2021, usaha ini masih mampu menghasilkan pendapatan bersih sekitar Rp200.000 hingga Rp300.000 per hari, namun pada tahun 2024 mengalami penurunan omzet yang cukup signifikan hingga berpotensi merugi. Data menunjukkan bahwa omset pendapatan mengalami penurunan sebesar 28,57% pada tahun 2024 dibandingkan tahun sebelumnya. Kondisi ini dipengaruhi oleh semakin ketatnya persaingan di pasar serta inovasi pesaing yang lebih agresif.

Berdasarkan hasil wawancara, strategi usaha yang telah dijalankan, antara lain inovasi menu, penambahan variasi sambal, promosi sederhana melalui media sosial, serta pemberian diskon pada periode tertentu, belum mampu menghasilkan peningkatan penjualan yang diharapkan. Selain itu, aspek pelayanan dinilai masih kurang, yang berpotensi memengaruhi tingkat kepuasan dan loyalitas konsumen. Hal ini memperkuat temuan bahwa dalam industri kuliner, pelayanan menjadi faktor penting dalam menciptakan diferensiasi dan keunggulan bersaing (Kotler & Armstrong, 2018; Porter, 1980). Dengan demikian, penelitian ini

menawarkan kebaruan dengan mengkaji secara mendalam strategi keunggulan bersaing berbasis Porter's Five Forces pada usaha kuliner lokal dengan pendekatan studi kasus, serta mengintegrasikan perspektif manajemen strategis dan bisnis syariah. Pendekatan ini diharapkan mampu memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai kondisi persaingan usaha serta strategi yang efektif untuk meningkatkan omzet dan daya saing.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis strategi keunggulan bersaing berdasarkan metode Porter's Five Forces dalam meningkatkan omset penjualan pada Ayam Geprekkin Kubang Putiah Kabupaten Agam.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian ini bertujuan untuk memahami secara mendalam fenomena strategi keunggulan bersaing pada usaha Ayam Geprek Geprekkin dalam konteks nyata dan spesifik. Metode studi kasus digunakan untuk mengeksplorasi secara komprehensif dinamika persaingan usaha serta strategi yang diterapkan dalam menghadapi tekanan kompetitif di lingkungan bisnis lokal (Creswell & Creswell, 2018; Yin, 2018). Karakteristik utama penelitian kualitatif dalam studi ini terletak pada penggalian makna, interpretasi terhadap data lapangan, serta pemahaman kontekstual terhadap kondisi usaha yang diteliti. Pendekatan ini relevan karena memungkinkan peneliti memperoleh data yang mendalam mengenai perilaku, persepsi, dan pengalaman pelaku usaha serta konsumen (Miles et al., 2019; Denzin & Lincoln, 2018).

Desain penelitian yang digunakan adalah desain deskriptif kualitatif berbasis studi kasus tunggal *(single case study)*. Desain ini bertujuan untuk menggambarkan secara sistematis kondisi nyata strategi keunggulan bersaing yang diterapkan oleh Ayam Geprek Geprekkin, serta menganalisisnya menggunakan kerangka Porter's Five Forces. Rancangan penelitian difokuskan pada analisis lima kekuatan utama, yaitu: ancaman pendatang baru, ancaman produk pengganti, kekuatan tawar menawar pembeli, kekuatan tawar menawar pemasok, dan tingkat persaingan antar usaha sejenis. Desain ini memungkinkan peneliti untuk menghubungkan kondisi empiris di lapangan dengan teori strategis yang relevan, sehingga menghasilkan analisis yang komprehensif dan kontekstual (Porter, 1980; Wheelen et al., 2018). Pendekatan ini juga bersifat eksploratif-analitis, karena tidak hanya mendeskripsikan

fenomena, tetapi juga menganalisis hubungan antar variabel strategis dalam meningkatkan daya saing dan omzet penjualan (Saunders et al., 2019).

Partisipan dalam penelitian ini terdiri dari pemilik usaha, karyawan, dan konsumen Ayam Geprek Geprekkin. Pemilihan partisipan dilakukan menggunakan teknik purposive sampling, yaitu teknik penentuan informan berdasarkan pertimbangan tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian. Kriteria pemilihan informan meliputi: 1) Pemilik usaha yang memiliki pengetahuan mendalam terkait strategi bisnis; 2) Karyawan yang terlibat langsung dalam operasional usaha; dan 3) Konsumen yang memiliki pengalaman dalam mengonsumsi produk secara berulang. Teknik *purposive sampling* dipilih karena mampu menghasilkan data yang kaya informasi *(information rich cases)*, sehingga sesuai untuk penelitian kualitatif yang menekankan kedalaman data dibandingkan jumlah sampel (Etikan et al., 2016; Palinkas et al., 2015). Selain itu, pendekatan ini memungkinkan peneliti memperoleh perspektif yang beragam terkait strategi dan persepsi pasar terhadap usaha yang diteliti.

Instrumen utama dalam penelitian ini adalah peneliti sendiri (human instrument) yang didukung oleh: 1) Observasi dilakukan secara langsung di lokasi usaha untuk mengamati aktivitas operasional, interaksi antara karyawan dan konsumen, serta kondisi lingkungan persaingan usaha. Observasi ini bertujuan untuk memperoleh data faktual yang tidak dapat diperoleh melalui wawancara saja (Marshall & Rossman, 2016); 2) Wawancara dilakukan secara semi terstruktur dengan pemilik usaha, karyawan, dan konsumen. Teknik ini memungkinkan peneliti menggali informasi secara mendalam sekaligus fleksibel dalam menyesuaikan pertanyaan dengan kondisi lapangan. Wawancara digunakan untuk memahami strategi yang diterapkan, kendala yang dihadapi, serta persepsi konsumen terhadap kualitas produk dan pelayanan (Kvale & Brinkmann, 2018); 3) Dokumentasi digunakan untuk melengkapi data berupa catatan penjualan, data omzet, daftar menu, serta informasi lain yang relevan dengan penelitian. Teknik ini berfungsi sebagai triangulasi data untuk meningkatkan validitas hasil penelitian (Bowen, 2009; Flick, 2018). Dalam penelitian kualitatif, validitas data dijaga melalui teknik triangulasi sumber dan metode, yaitu membandingkan data hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi untuk memastikan konsistensi dan keabsahan informasi (Patton, 2015).

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis data kualitatif model interaktif Miles dan Huberman, yang meliputi tiga tahapan utama, yaitu: 1. Reduksi Data *(Data Reduction)*. Proses pemilihan, pemfokusan, dan penyederhanaan data mentah yang

diperoleh dari lapangan. Pada tahap ini, data diseleksi berdasarkan relevansi dengan fokus penelitian, yaitu strategi keunggulan bersaing; 2) Penyajian Data *(Data Display)* Data yang telah direduksi kemudian disajikan dalam bentuk narasi deskriptif, tabel, atau matriks untuk memudahkan pemahaman dan interpretasi; 3) Penarikan Kesimpulan *(Conclusion Drawing/Verification)*. Tahap akhir berupa penarikan kesimpulan berdasarkan pola, hubungan, dan temuan yang diperoleh selama proses analisis (Miles et al., 2019). Selain itu, analisis juga dilakukan dengan menggunakan pendekatan Porter's Five Forces untuk mengidentifikasi kekuatan dan tekanan kompetitif yang memengaruhi usaha. Pendekatan ini relevan karena mampu memberikan gambaran strategis mengenai posisi usaha dalam industri serta membantu merumuskan strategi yang tepat untuk meningkatkan daya saing (Porter, 1980; Dobbs, 2014). Dengan kombinasi analisis tematik dan kerangka Porter's Five Forces, penelitian ini diharapkan mampu menghasilkan pemahaman yang komprehensif mengenai strategi keunggulan bersaing dalam konteks usaha kuliner lokal.

HASIL

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kondisi persaingan usaha ayam geprek di wilayah Kubang Putiah tergolong tinggi. Hal ini ditandai dengan banyaknya usaha sejenis yang menawarkan produk dengan konsep serupa, terutama dalam hal variasi sambal dan paket menu yang relatif sama.

Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik usaha, diketahui bahwa terjadi penurunan omzet penjualan selama periode 2021-2024. Pada tahun 2021, usaha masih berada pada kondisi stabil dengan rata-rata penjualan harian berkisar Rp1.000.000 hingga Rp1.500.000. Namun pada tahun 2024, pendapatan kotor harian mengalami penurunan menjadi Rp800.000 hingga Rp1.000.000. Kondisi ini berdampak pada penurunan pendapatan bersih, bahkan pada kondisi tertentu mengalami defisit. Dari sisi ancaman pendatang baru, hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat ancaman tergolong tinggi. Hal ini disebabkan oleh kemudahan dalam memulai usaha kuliner ayam geprek, baik dari segi modal, bahan baku, maupun proses produksi. Banyaknya pelaku usaha baru yang masuk ke pasar menyebabkan tingkat persaingan semakin meningkat.

Ancaman produk pengganti juga berada pada kategori tinggi. Konsumen memiliki banyak alternatif pilihan makanan selain ayam geprek, seperti pecel lele, mie pedas, dan menu lainnya yang ditawarkan oleh usaha di sekitar lokasi. Hal ini membuat konsumen memiliki

kebebasan untuk beralih ke produk lain sesuai preferensi. Kekuatan tawar menawar pembeli menunjukkan tingkat yang relatif tinggi. Konsumen cenderung sensitif terhadap harga, kualitas rasa, serta pelayanan yang diberikan. Berdasarkan hasil wawancara dengan konsumen, daya tarik utama produk terletak pada kualitas sambal dan porsi yang cukup banyak. Namun demikian, aspek pelayanan dinilai masih kurang optimal.

Kekuatan tawar menawar pemasok berada pada tingkat sedang. Hal ini dikarenakan bahan baku utama seperti ayam dan bumbu relatif mudah diperoleh dari berbagai pemasok, sehingga tidak terlalu bergantung pada satu sumber tertentu. Persaingan antar usaha sejenis menjadi faktor dominan yang mempengaruhi kondisi usaha. Banyaknya pesaing dengan lokasi yang berdekatan serta menawarkan produk dan harga yang tidak jauh berbeda menyebabkan posisi usaha menjadi semakin tertekan. Selain itu, strategi yang telah dilakukan oleh usaha, seperti inovasi menu, penambahan variasi sambal, promosi melalui media sosial, dan pemberian diskon, belum mampu meningkatkan penjualan secara signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa strategi yang diterapkan belum optimal dalam menghadapi persaingan yang ada.

Tabel 1 Rata-Rata Pendapatan Kotor Ayam Geprekkin Tahun 2021-2024

No	Tahun	Jumlah Omset	Persentase Kenaikan/Penurunan	Target
1	2021	Rp540.000.000	0%	Rp540.000.000
2	2022	Rp536.400.000	-0,67%	Rp540.000.000
3	2023	Rp504.000.000	-6,04%	Rp540.000.000
4	2024	Rp360.000.000	-28,57%	Rp540.000.000

Berdasarkan Tabel 1 menunjukkan bahwa terjadi penurunan omzet secara bertahap dari tahun ke tahun. Penurunan paling signifikan terjadi pada tahun 2024 sebesar 28,57% dibandingkan tahun sebelumnya.

Tabel 2 Daftar Menu Ayam Geprekkin

No	Menu	Satuan	Harga
1	Ayam Geprek	1 porsi	12.000
2	Ayam Geprek + Sambal + Nasi + Es Teh	1 porsi	17.000
3	Ayam Geprek Sambal Terasi + Nasi	1 porsi	15.000
4	Ayam Geprek Sambal Bawang + Nasi	1 porsi	15.000
5	Ayam Geprek Sambal Matah + Nasi	1 porsi	15.000
6	Ayam Geprek Sambal Hijau + Nasi	1 porsi	15.000
7	Mie Padeh + Es Teh	1 porsi	15.000
8	Pecel Lele + Nasi	1 porsi	15.000

Tabel 2 menunjukkan bahwa variasi menu yang ditawarkan cukup beragam dengan harga yang relatif terjangkau dan bersaing dengan usaha lain di sekitarnya.

Meskipun secara umum konsumen menyatakan bahwa kualitas rasa produk, khususnya sambal, sudah memuaskan, terdapat temuan yang menunjukkan adanya kelemahan pada aspek pelayanan. Beberapa konsumen menyatakan bahwa pelayanan yang diberikan masih kurang optimal, sehingga berpotensi mempengaruhi kepuasan dan loyalitas pelanggan. Selain itu, meskipun strategi inovasi produk telah dilakukan melalui penambahan variasi sambal dan menu, hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi tersebut belum mampu meningkatkan omzet penjualan secara signifikan. Hal ini menunjukkan adanya ketidaksesuaian antara upaya yang dilakukan dengan hasil yang diperoleh. Data lain yang menunjukkan anomali adalah adanya kondisi pendapatan bersih yang mencapai nilai negatif (defisit) pada tahun 2024, meskipun usaha masih tetap beroperasi. Hal ini menunjukkan bahwa peningkatan biaya operasional tidak sebanding dengan pendapatan yang diperoleh.

PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diperoleh, dapat diketahui bahwa strategi keunggulan bersaing yang diterapkan oleh Ayam Geprek Geprekkin belum mampu meningkatkan omzet penjualan secara optimal. Hal ini terlihat dari terjadinya penurunan omzet yang signifikan selama periode 2021-2024. Kondisi ini menunjukkan bahwa strategi yang dijalankan belum efektif dalam menghadapi tekanan persaingan yang semakin meningkat. Jika dianalisis menggunakan pendekatan Porter's Five Forces, tingkat persaingan usaha ayam geprek di wilayah Kubang Putiah tergolong tinggi. Ancaman pendatang baru yang besar menunjukkan bahwa industri ini memiliki hambatan masuk yang rendah, sehingga banyak pelaku usaha baru dapat dengan mudah masuk ke pasar. Hal ini berdampak pada meningkatnya jumlah pesaing dan menurunnya pangsa pasar yang dimiliki oleh usaha Ayam Geprekkin.

Selain itu, ancaman produk pengganti yang tinggi menunjukkan bahwa konsumen memiliki banyak alternatif pilihan makanan. Kondisi ini menyebabkan loyalitas konsumen menjadi rendah karena konsumen dapat dengan mudah beralih ke produk lain yang dianggap lebih menarik atau lebih sesuai dengan preferensi mereka. Kekuatan tawar menawar pembeli yang tinggi juga menjadi faktor penting dalam mempengaruhi penurunan omzet. Konsumen cenderung sensitif terhadap harga, kualitas produk, dan pelayanan. Meskipun kualitas rasa,

khususnya sambal, sudah dinilai baik oleh konsumen, namun aspek pelayanan yang kurang optimal menjadi kelemahan yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian ulang.

Sementara itu, kekuatan tawar menawar pemasok berada pada tingkat sedang, sehingga tidak menjadi faktor dominan dalam mempengaruhi kinerja usaha. Namun demikian, efisiensi dalam pengelolaan biaya bahan baku tetap menjadi hal yang penting untuk diperhatikan agar dapat menjaga margin keuntungan. Persaingan antar usaha sejenis menjadi faktor utama yang mempengaruhi kondisi usaha. Banyaknya pesaing yang menawarkan produk serupa dengan harga yang tidak jauh berbeda menyebabkan usaha Ayam Geprekkin sulit untuk mempertahankan keunggulan bersaingnya. Hal ini menunjukkan bahwa diferensiasi produk yang dilakukan, seperti variasi sambal, belum cukup kuat untuk menciptakan keunggulan yang berkelanjutan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan teori Porter (1980) yang menyatakan bahwa tingkat persaingan dalam suatu industri sangat dipengaruhi oleh lima kekuatan utama, yaitu ancaman pendatang baru, ancaman produk pengganti, kekuatan tawar menawar pembeli, kekuatan tawar menawar pemasok, dan persaingan antar perusahaan sejenis. Dalam penelitian ini, kelima kekuatan tersebut terbukti mempengaruhi kondisi usaha Ayam Geprekkin, terutama pada aspek persaingan dan kekuatan pembeli. Temuan mengenai tingginya ancaman pendatang baru juga sejalan dengan penelitian Hintoro dan Wijaya (2021) yang menyatakan bahwa industri dengan hambatan masuk rendah cenderung memiliki tingkat persaingan yang tinggi. Hal ini diperkuat oleh penelitian Yosefhine et al. (2022) yang menemukan bahwa kemudahan akses dalam memulai usaha kuliner menjadi salah satu faktor utama meningkatnya jumlah pesaing.

Selain itu, temuan terkait kekuatan tawar menawar pembeli yang tinggi juga didukung oleh penelitian Laila et al. (2024) yang menunjukkan bahwa konsumen dalam industri kuliner memiliki sensitivitas tinggi terhadap harga dan kualitas pelayanan. Namun demikian, hasil penelitian ini berbeda dengan temuan Pratiwi et al. (2025) yang menyatakan bahwa inovasi produk dapat secara signifikan meningkatkan daya saing usaha. Dalam penelitian ini, inovasi berupa variasi sambal belum mampu meningkatkan omzet secara signifikan, sehingga menunjukkan bahwa inovasi produk saja tidak cukup tanpa didukung oleh strategi lain seperti peningkatan pelayanan dan pemasaran. Temuan mengenai pentingnya kualitas pelayanan sebagai faktor pembeda juga sejalan dengan teori diferensiasi Porter (1985) yang menyatakan bahwa keunggulan bersaing dapat diperoleh melalui penciptaan nilai unik yang dirasakan oleh

pelanggan, termasuk dalam hal pelayanan. Dalam konteks ini, kelemahan pada aspek pelayanan menjadi salah satu faktor yang menghambat peningkatan daya saing usaha.

Hasil penelitian ini memberikan implikasi: 1) Secara teoritis, penelitian ini memperkuat relevansi teori Porter's Five Forces dalam menganalisis strategi keunggulan bersaing pada usaha mikro, khususnya di sektor kuliner. Penelitian ini juga menunjukkan bahwa faktor eksternal memiliki peran yang signifikan dalam menentukan keberhasilan strategi bisnis; 2) Secara praktis, temuan penelitian ini memberikan masukan bagi pelaku usaha Ayam Geprek Geprekkin untuk meningkatkan strategi keunggulan bersaing. Beberapa langkah yang dapat dilakukan antara lain meningkatkan kualitas pelayanan, memperkuat strategi pemasaran, serta menciptakan diferensiasi produk yang lebih inovatif dan sulit ditiru oleh pesaing. Selain itu, pelaku usaha juga perlu lebih fokus pada pengelolaan hubungan dengan konsumen untuk meningkatkan loyalitas pelanggan. Hal ini dapat dilakukan melalui peningkatan pengalaman pelanggan *(customer experience)*, baik dari segi pelayanan maupun kualitas produk.

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang perlu diperhatikan: 1) Penelitian ini hanya dilakukan pada satu objek usaha, yaitu Ayam Geprek Geprekkin di Kubang Putiah, sehingga hasil penelitian belum dapat digeneralisasikan untuk seluruh usaha kuliner sejenis; 2) Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jumlah informan yang terbatas, sehingga hasil yang diperoleh sangat bergantung pada subjektivitas informan dan peneliti; 3) Penelitian ini hanya berfokus pada analisis strategi keunggulan bersaing menggunakan pendekatan Porter's Five Forces, sehingga belum mempertimbangkan faktor internal secara lebih mendalam seperti manajemen keuangan, sumber daya manusia, dan inovasi teknologi. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan untuk menggunakan pendekatan yang lebih luas, melibatkan lebih banyak objek penelitian, serta mengombinasikan metode kualitatif dan kuantitatif agar hasil yang diperoleh lebih komprehensif dan dapat digeneralisasikan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, dapat disimpulkan bahwa strategi keunggulan bersaing yang diterapkan oleh Ayam Geprek Geprekkin belum mampu meningkatkan omzet penjualan secara optimal. Hal ini ditunjukkan oleh adanya penurunan

omzet yang signifikan selama periode 2021-2024, dengan penurunan paling besar terjadi pada tahun 2024.

Analisis menggunakan pendekatan Porter's Five Forces menunjukkan bahwa kondisi persaingan usaha berada pada tingkat yang tinggi. Ancaman pendatang baru dan ancaman produk pengganti berada pada kategori tinggi, yang menunjukkan bahwa industri ini memiliki hambatan masuk yang rendah serta banyak alternatif produk bagi konsumen. Selain itu, kekuatan tawar menawar pembeli juga tergolong tinggi, yang mencerminkan bahwa konsumen memiliki pengaruh besar terhadap keberlangsungan usaha, terutama dalam aspek harga, kualitas produk, dan pelayanan. Di sisi lain, kekuatan tawar menawar pemasok berada pada tingkat sedang dan tidak menjadi faktor dominan dalam mempengaruhi kinerja usaha. Persaingan antar usaha sejenis menjadi faktor utama yang memberikan tekanan terhadap usaha, sehingga menyebabkan menurunnya daya saing dan omzet penjualan. Strategi yang telah dilakukan, seperti inovasi menu, penambahan variasi sambal, promosi melalui media sosial, dan pemberian diskon, belum mampu memberikan dampak signifikan terhadap peningkatan penjualan. Hal ini menunjukkan bahwa strategi yang diterapkan belum optimal dalam menciptakan keunggulan bersaing yang berkelanjutan.

Penelitian ini memberikan kontribusi: 1) Secara teoritis, penelitian ini memperkuat penerapan teori Porter's Five Forces dalam menganalisis strategi keunggulan bersaing pada usaha mikro, khususnya di sektor kuliner. Penelitian ini juga menunjukkan bahwa faktor eksternal memiliki peran yang sangat dominan dalam menentukan keberhasilan strategi bisnis pada usaha dengan tingkat persaingan tinggi; 2) Secara metodologis, penelitian ini memberikan kontribusi melalui penggunaan pendekatan kualitatif berbasis studi kasus dalam mengkaji strategi keunggulan bersaing secara mendalam dan kontekstual. Pendekatan ini memungkinkan pemahaman yang lebih komprehensif terhadap dinamika persaingan usaha yang tidak dapat dijelaskan hanya melalui pendekatan kuantitatif; 3) Secara praktis, penelitian ini memberikan gambaran nyata mengenai kondisi persaingan usaha kuliner lokal serta faktor-faktor yang mempengaruhi penurunan omzet. Temuan ini dapat menjadi dasar bagi pelaku usaha dalam merumuskan strategi yang lebih efektif, khususnya dalam meningkatkan kualitas pelayanan, memperkuat diferensiasi produk, serta meningkatkan daya tarik pasar.

Berdasarkan hasil penelitian dan keterbatasan yang ada, beberapa rekomendasi untuk penelitian selanjutnya dapat disampaikan sebagai berikut: 1) Penelitian selanjutnya disarankan untuk melibatkan lebih banyak objek usaha kuliner sejenis agar hasil penelitian dapat memiliki

tingkat generalisasi yang lebih tinggi; 2) Penelitian berikutnya dapat menggunakan pendekatan campuran *(mixed methods)* dengan mengombinasikan metode kualitatif dan kuantitatif, sehingga mampu menghasilkan analisis yang lebih komprehensif dan terukur; 3) Penelitian selanjutnya diharapkan dapat mengkaji faktor internal usaha secara lebih mendalam, seperti manajemen keuangan, kualitas sumber daya manusia, serta pemanfaatan teknologi digital dalam pemasaran; 4) Disarankan untuk melakukan penelitian longitudinal guna melihat perkembangan strategi keunggulan bersaing dan kinerja usaha dalam jangka waktu yang lebih panjang. Dengan demikian, penelitian selanjutnya diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih luas dan mendalam mengenai strategi keunggulan bersaing dalam meningkatkan kinerja usaha, khususnya pada sektor usaha mikro dan kecil di bidang kuliner.

DAFTAR PUSTAKA

Albar, M. (2024). Etika Bisnis Islam dalam Perspektif Modern. *Jurnal Ekonomi Syariah, 12*(1), 45–60.

Bowen, G. A. (2009). Document analysis as a qualitative research method. *Qualitative Research Journal, 9*(2), 27–40. https://doi.org/10.3316/QRJ0902027

Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (5th ed.). SAGE Publications. https://collegepublishing.sagepub.com/products/research-design-5-255675

Denzin, N. K., & Lincoln, Y. S. (Eds.). (2018). *The SAGE handbook of qualitative research* (5th ed.). SAGE Publications. https://us.sagepub.com/en-us/nam/the-sage-handbook-of-qualitative-research/book242504

Dobbs, M. E. (2014). Guidelines for applying Porter's five forces framework: A set of industry analysis templates. *Competitiveness Review, 24*(1), 32–45. https://doi.org/10.1108/CR-06-2013-0059

Etikan, I., Musa, S. A., & Alkassim, R. S. (2016). Comparison of convenience sampling and purposive sampling. *American Journal of Theoretical and Applied Statistics, 5*(1), 1–4. https://doi.org/10.11648/j.ajtas.20160501.11

Flick, U. (2018). *An introduction to qualitative research* (6th ed.). SAGE Publications. https://study.sagepub.com/flick6e

Hadiwijaya, H., et al. (2025). Analisis Perkembangan Usaha Mikro di Sektor Kuliner. *Jurnal Manajemen Bisnis, 15*(1), 1–12.

Hintoro, S., & Wijaya, T. (2021). Analisis Porter's Five Forces pada Industri Kuliner. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis, 14*(2), 101–110.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of marketing* (17th ed.). Pearson Education.

Kvale, S., & Brinkmann, S. (2018). *InterViews: Learning the craft of qualitative research interviewing* (3rd ed.). SAGE Publications. https://collegepublishing.sagepub.com/products/interviews-3-239402

Laila, N., et al. (2024). Perilaku Konsumen dalam Industri Kuliner. *Jurnal Bisnis dan Manajemen, 18*(2), 88–99.

Marshall, C., & Rossman, G. B. (2016). *Designing qualitative research* (6th ed.). SAGE Publications. https://study.sagepub.com/marshall6e

Martanti, D., & Suprayitno, S. (2024). Strategi Bisnis UMKM Kuliner dalam Menghadapi Persaingan. *Jurnal Manajemen, 13*(1), 55–67.

Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2019). *Qualitative data analysis: A methods sourcebook* (4th ed.). SAGE Publications. https://collegepublishing.sagepub.com/products/qualitative-data-analysis-4-246128

Palinkas, L. A., et al. (2015). Purposeful sampling for qualitative data collection and analysis in mixed method implementation research. *Administration and Policy in Mental Health and Mental Health Services Research, 42*(5), 533–544. https://doi.org/10.1007/s10488-013-0528-y

Patton, M. Q. (2015). *Qualitative research & evaluation methods* (4th ed.). SAGE Publications. https://collegepublishing.sagepub.com/products/qualitative-research-evaluation-methods-4-232962

Porter, M. E. (1980). *Competitive strategy: Techniques for analyzing industries and competitors*. Free Press.

Porter, M. E. (1985). *Competitive advantage: Creating and sustaining superior performance*. Free Press.

Prastiyas, R., et al. (2024). Pertumbuhan Industri Kuliner di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Kreatif, 9*(1), 10–22.

Pratiwi, D., et al. (2025). Inovasi Produk dan Daya Saing Usaha Kuliner. *Jurnal Manajemen Inovasi, 11*(1), 23–35.

Santoso, B. (2023). Perspektif Ekonomi Islam dalam Bisnis Modern. *Jurnal Ekonomi Syariah, 11*(2), 120–135.

Saunders, M., Lewis, P., & Thornhill, A. (2019). *Research methods for business students* (8th ed.). Pearson. https://www.pearson.com/en-gb/subject-catalog/p/research-methods-for-business-students/P200000005358/9781292208800

Sonita, E., et al. (2023). Strategi Pemasaran UMKM Kuliner. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis, 12*(3), 77–89.

Suryati, S., et al. (2022). Keunggulan Kompetitif dalam Bisnis Modern. *Jurnal Manajemen Strategis, 10*(2), 45–58.

Wheelen, T. L., Hunger, J. D., Hoffman, A. N., & Bamford, C. E. (2018). *Strategic management and business policy: Globalization, innovation, and sustainability* (15th ed.). Pearson. https://www.pearson.com/en-us/subject-catalog/p/strategic-management-and-business-policy-globalization-innovation-and-sustainability/P200000006436/9780136879862

Yin, R. K. (2018). *Case study research and applications: Design and methods* (6th ed.). SAGE Publications. https://collegepublishing.sagepub.com/products/case-study-research-and-applications-6-250150

Yosefhine, A., et al. (2022). Analisis Persaingan Industri Kuliner. *Jurnal Bisnis, 16*(1), 34–44.

Zulganef, Z., & Johan, A. (2022). Strategi dan Kinerja Organisasi. *Jurnal Manajemen Indonesia, 22*(1), 15–28.