

# Analisis Porter's Five Force Pada Pusat Ponsel dan Laptop (PPL) di Kota Palangka Raya

Newson Renady<sup>1\*</sup>, Natanael Wongkar<sup>2</sup>, Natasya Syelomita Halim<sup>3</sup>, Yosafat Dame Parlindungan<sup>4</sup>, Elvira Pebiana<sup>5</sup>

<sup>1</sup> Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Palangka Raya; [newson770@gmail.com](mailto:newson770@gmail.com)

<sup>2</sup> Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Palangka Raya; [edgarison001@gmail.com](mailto:edgarison001@gmail.com)

<sup>3</sup> Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Palangka Raya; [natasyasyelomitahalim@gmail.com](mailto:natasyasyelomitahalim@gmail.com)

<sup>4</sup> Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Palangka Raya; [yosafatdame@gmail.com](mailto:yosafatdame@gmail.com)

<sup>5</sup> Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Palangka Raya; [pebianaelvira@gmail.com](mailto:pebianaelvira@gmail.com)

\*Correspondence Author: [newson770@gmail.com](mailto:newson770@gmail.com); Tel.: +62 813-1025-2966

**Abstract:** This study examines the landscape of digital device businesses in Palangka Raya by focusing on external factors that influence business sustainability. Utilizing a strategic evaluation approach based on five competitive forces, the research identifies various pressures and opportunities faced by entrepreneurs striving to maintain their presence amid a dynamic market environment. Data were collected through in-depth interviews with key stakeholders and supplemented by document analysis related to commercial activities in this sector. The findings reveal that the emergence of new entrants poses a significant challenge, primarily due to easy market access and innovative business models. Additionally, relationships with suppliers and the ability to adapt to customer needs are crucial aspects for maintaining competitive advantage. The rise of alternative products and intense competition compel businesses to continuously improve services and foster customer loyalty. This study emphasizes the importance of developing collaboration-based strategies, leveraging information technology, and enhancing customer interaction quality as key factors for survival in an evolving industry. The results are expected to serve as practical references for business practitioners and policymakers in designing adaptive measures to strengthen their position in the growing local market.

**Keywords:** *Business Competition, Strategic analysis, Market adaptation, Business innovation, Customer loyalty*

**Abstrak:** Penelitian ini membahas lanskap usaha perangkat digital di Palangka Raya dengan menyoroti faktor-faktor eksternal yang memengaruhi kelangsungan bisnis. Melalui pendekatan evaluasi berbasis lima dimensi persaingan, studi ini mengidentifikasi berbagai tekanan dan peluang yang dihadapi pelaku usaha dalam menjaga eksistensi di tengah perubahan pasar yang dinamis. Informasi dikumpulkan dari wawancara mendalam bersama para pemangku kepentingan utama serta penelaahan dokumen terkait aktivitas komersial di sektor ini. Hasil menunjukkan bahwa kemunculan entitas baru menjadi tantangan signifikan, terutama karena kemudahan akses pasar dan inovasi model usaha. Selain itu, hubungan dengan pemasok dan kemampuan menyesuaikan diri terhadap kebutuhan pelanggan menjadi aspek krusial dalam menjaga keunggulan. Kemunculan produk alternatif serta tingginya intensitas kompetisi mendorong setiap pelaku usaha untuk terus meningkatkan layanan dan membangun loyalitas konsumen. Studi ini menegaskan pentingnya pengembangan strategi berbasis kolaborasi, pemanfaatan teknologi informasi, serta peningkatan kualitas interaksi dengan pelanggan sebagai kunci bertahan di tengah dinamika industri. Temuan diharapkan dapat menjadi referensi praktis bagi pelaku usaha dan perumus kebijakan dalam merancang langkah-langkah adaptif guna memperkuat posisi di pasar lokal yang terus berkembang.

**Kata Kunci:** *Persaingan usaha, Analisis strategis, Adaptasi pasar, Inovasi bisnis, Loyalitas pelanggan*

## 1. Pendahuluan

Industri ritel teknologi, khususnya dalam penjualan ponsel dan laptop di Kota Palangka Raya, mengalami pertumbuhan yang cukup signifikan dalam beberapa tahun terakhir. Peningkatan ini dipicu oleh tumbuhnya kebutuhan masyarakat akan perangkat digital, baik untuk hiburan, pekerjaan, maupun pendidikan. Sebagai pusat pemerintahan Provinsi Kalimantan Tengah, Palangka Raya juga mengalami kemajuan infrastruktur dan ekonomi yang berdampak pada peningkatan daya

beli masyarakat terhadap produk elektronik. Namun, pertumbuhan industri ini turut meningkatkan intensitas persaingan, baik antara toko fisik maupun platform daring. Konsumen masa kini tak lagi hanya berfokus pada harga, tetapi juga mempertimbangkan kecepatan layanan, kualitas produk, serta jaminan layanan purna jual yang dapat dipercaya (Kotler & Keller, 2016). Di samping itu, para pelaku bisnis dituntut untuk terus berinovasi dan menyesuaikan strategi agar tetap relevan dengan perkembangan teknologi yang sangat cepat. Dalam hal ini, ritel berperan penting sebagai penghubung antara produsen dan konsumen (Kotler & Keller, 2016).

Agar bisa bertahan di tengah persaingan yang semakin ketat, toko ponsel dan laptop di Palangka Raya harus mampu mengembangkan strategi yang adaptif serta inovatif. Langkah-langkah seperti peningkatan kualitas layanan pelanggan, diversifikasi produk, pemanfaatan teknologi digital dalam pemasaran, serta kerja sama dengan distributor resmi menjadi bagian penting dari strategi tersebut (Hasanah et al., 2020). Tanpa strategi yang tepat, pelaku usaha akan kesulitan menghadapi perubahan pasar yang terus bergerak dinamis. Oleh sebab itu, penyusunan strategi bisnis berbasis analisis pasar lokal sangat diperlukan demi menjaga keberlanjutan usaha sekaligus memperluas pangsa pasar (Rahman et al., 2021).

Salah satu metode yang dapat digunakan untuk menganalisis tingkat persaingan dalam industri adalah model Lima Kekuatan Porter. Model ini menyoroti lima faktor utama yang mempengaruhi persaingan, yaitu ancaman pendatang baru, ancaman produk pengganti, kekuatan tawar pemasok, kekuatan tawar pembeli, dan persaingan di antara para pelaku usaha yang sudah ada (Hermawan & Rahmawati, 2017; Fadli & Yuniarto, 2020). Kerangka analisis ini membantu perusahaan untuk memahami posisi kompetitif mereka di pasar dan menilai faktor eksternal yang dapat memengaruhi kinerja bisnis. Penelitian terbaru juga menegaskan bahwa pemetaan kekuatan persaingan sangat penting sebagai dasar dalam menyusun strategi bisnis yang efektif, khususnya di pasar negara berkembang (Setiawan et al., 2022). Selain itu, perubahan preferensi konsumen, kemajuan teknologi, dan meningkatnya daya tawar pelanggan menjadi aspek-aspek yang sangat perlu diperhatikan dalam industri teknologi (Purnomo & Hidayat, 2019).

Dengan mempertimbangkan karakteristik pasar di Palangka Raya, pendekatan Porter's Five Forces dipilih sebagai alat analisis untuk mengidentifikasi tingkat persaingan bisnis ritel ponsel dan laptop. Banyaknya pelaku usaha, baik toko fisik maupun e-commerce, serta perubahan tren produk yang berlangsung cepat, menjadi tantangan tersendiri. Melalui model ini, berbagai faktor eksternal yang mempengaruhi kelangsungan bisnis dapat dipetakan secara sistematis (Fadli & Yuniarto, 2020). Analisis tersebut diharapkan mampu memberikan gambaran menyeluruh mengenai ancaman, peluang, serta tingkat persaingan di pasar lokal, sehingga dapat dijadikan dasar dalam menyusun strategi bisnis yang adaptif, kompetitif, dan relevan dengan perkembangan pasar di Kota Palangka Raya.

## 2. Literature Review

### Model Porter's Five Forces

Model Porter Five Forces pertama kali diperkenalkan kepada publik pada tahun 1979 melalui publikasi di Harvard Business Review, dan penjelasan lebih lanjut mengenai model ini dituangkan oleh Porter dalam bukunya yang berjudul *Competitive Strategy* pada tahun 1980. Dalam karyanya, Porter (1980) menegaskan bahwa dinamika persaingan dalam suatu industri tidak hanya terbatas pada perusahaan-perusahaan yang sudah ada, melainkan juga melibatkan peran konsumen, pemasok, produk-produk pengganti, serta potensi masuknya pemain baru ke dalam industri tersebut. Porter's Five Forces merupakan alat analisis yang menilai lima kekuatan utama yang memengaruhi tingkat persaingan dalam suatu industri, beserta tahapan analisisnya sebagai berikut:

#### **Ancaman Pendatang Baru (Threat of New Entrants)**

Masuknya pemain baru ke dalam pasar berpotensi meningkatkan persaingan yang sudah ada, sehingga dapat mengancam keberlanjutan bisnis yang telah mapan. Dampak utamanya terlihat pada profitabilitas perusahaan, terutama jika pendatang baru menawarkan harga yang lebih bersaing atau membawa inovasi yang menarik. Beberapa aspek penting yang perlu diperhatikan

meliputi hambatan masuk seperti kebutuhan modal dan perizinan, akses terhadap jaringan distribusi, skala ekonomi yang dimiliki, serta loyalitas konsumen terhadap merek yang sudah eksis. Berdasarkan analisis, ketika hambatan masuk tergolong tinggi, maka risiko ancaman dari pendatang baru menjadi rendah. Sebaliknya, hambatan yang rendah akan meningkatkan potensi persaingan dari pemain baru.

#### **Kekuatan Tawar-menawar Pemasok (Bargaining Power of Suppliers)**

Pemasok yang memiliki posisi tawar kuat mampu memengaruhi harga bahan baku maupun menurunkan kualitas barang dan jasa yang diberikan, yang secara langsung berdampak pada struktur biaya dan profitabilitas perusahaan. Faktor-faktor yang perlu dianalisis antara lain jumlah pemasok yang tersedia, kemampuan pemasok melakukan integrasi ke depan, keunikan bahan baku yang disediakan, serta tingkat ketergantungan perusahaan terhadap pemasok tertentu. Analisis menunjukkan bahwa pemasok yang memiliki sedikit pesaing dan menawarkan produk yang unik cenderung memiliki kekuatan tawar yang tinggi, sehingga dapat meningkatkan beban biaya perusahaan.

#### **Kekuatan Tawar-menawar Pelanggan (Bargaining Power of Buyers)**

Pelanggan memiliki peran penting dalam menentukan harga maupun kualitas produk yang ditawarkan perusahaan. Jika konsumen memiliki banyak pilihan dan mudah beralih ke produk pesaing, mereka dapat menuntut harga yang lebih rendah atau kualitas yang lebih tinggi. Beberapa faktor yang perlu diperhatikan meliputi jumlah pembeli relatif terhadap pemasok, kemudahan pelanggan untuk berpindah ke produk lain, tingkat sensitivitas harga, serta seberapa penting pelanggan bagi pemasok. Analisis memperlihatkan bahwa apabila pelanggan memiliki banyak alternatif atau opsi yang lebih ekonomis, kekuatan tawar mereka akan meningkat dan dapat menekan margin keuntungan perusahaan.

#### **Ancaman Produk atau Jasa Pengganti (Threat of Substitutes)**

Ancaman dari produk atau layanan pengganti timbul ketika terdapat alternatif lain yang dapat menggantikan produk utama perusahaan. Semakin banyak pilihan pengganti yang tersedia, maka risiko yang dihadapi perusahaan pun semakin besar. Beberapa aspek yang harus dianalisis mencakup ketersediaan produk pengganti, harga relatif produk tersebut, tingkat inovasi pada produk pengganti, serta loyalitas pelanggan terhadap produk yang sudah ada. Jika produk pengganti menawarkan kinerja yang setara atau bahkan lebih baik dengan harga yang lebih rendah, maka ancaman ini menjadi signifikan dan dapat mengurangi daya tarik industri.

#### **Intensitas Persaingan dalam Industri (Rivalry Among Existing Competitors)**

Tingkat persaingan di antara pelaku industri sangat menentukan upaya perusahaan dalam mempertahankan pangsa pasar dan profitabilitas. Jika persaingan berlangsung sangat ketat, perusahaan harus berupaya ekstra untuk membedakan produk serta menjaga loyalitas pelanggan. Faktor-faktor yang relevan untuk dianalisis meliputi jumlah pesaing dalam industri, tingkat pertumbuhan industri, tingkat diferensiasi produk, serta hambatan keluar (exit barriers). Analisis menunjukkan bahwa persaingan yang tinggi dapat memicu terjadinya perang harga, percepatan inovasi, maupun peningkatan layanan pelanggan, yang seluruhnya berdampak pada margin keuntungan perusahaan.

Menurut Chereau dan Meschi (2018), interaksi kelima kekuatan kompetitif ini secara kolektif akan menentukan tingkat nilai, daya tarik suatu industri, serta memengaruhi strategi dan kinerja perusahaan yang beroperasi di dalamnya.

#### **Penerapan Porter's Five Forces dalam Ritel Elektronik dan Studi-Studi Terdahulu**

Penerapan Porter's Five Forces dalam industri ritel elektronik telah dibahas dalam berbagai penelitian, baik di tingkat global maupun nasional. Sharma dan Mehrotra (2020) dalam kajiannya menunjukkan bahwa kemajuan teknologi dan perubahan perilaku konsumen sangat memengaruhi persaingan di sektor ritel elektronik. Inovasi produk yang cepat serta kemudahan akses informasi memperbesar daya tawar pembeli dan meningkatkan ancaman produk substitusi, seperti peralihan dari perangkat elektronik tradisional ke produk yang lebih modern dan multifungsi. Sementara itu, di tingkat nasional, Sari dan Sunaryo (2018) meneliti strategi bersaing toko ritel elektronik di

Indonesia dan menemukan bahwa kekuatan pemasok dan pembeli sangat menentukan posisi tawar pelaku usaha. Para pemasok besar dapat memengaruhi harga dan ketersediaan produk, sedangkan konsumen menjadi semakin selektif dalam memilih produk berdasarkan harga, kualitas, dan layanan purna jual. Digitalisasi serta pertumbuhan toko daring turut mempercepat munculnya pesaing baru dan memperkuat rivalitas di antara pelaku usaha elektronik.

Berbagai penelitian tersebut memperlihatkan bahwa kekuatan tawar pemasok dan pembeli merupakan faktor utama yang membentuk pola persaingan di industri ritel elektronik. Kemajuan teknologi dan perkembangan e-commerce tidak hanya memudahkan konsumen untuk membandingkan produk, tetapi juga membuka peluang bagi pendatang baru untuk masuk ke pasar. Rivalitas di antara pelaku usaha semakin terasa dengan adanya persaingan harga, inovasi produk, serta layanan purna jual yang menjadi nilai tambah dalam menarik konsumen. Temuan-temuan ini sangat relevan dengan penelitian mengenai ritel elektronik di Palangka Raya, di mana tren digitalisasi, perubahan preferensi konsumen, dan dinamika pasar lokal juga turut memengaruhi strategi bersaing pelaku usaha. Dengan memahami kelima kekuatan Porter, penelitian ini diharapkan mampu memberikan gambaran menyeluruh terkait tantangan dan peluang yang dihadapi oleh bisnis ritel elektronik di tingkat daerah.

### 3. Metode

Pendekatan penelitian ini dirancang dengan menggunakan metode deskriptif-kualitatif yang berfokus pada analisis mendalam terhadap Pusat Ponsel dan Laptop melalui penerapan kerangka Porter's Five Forces. Data utama yang dianalisis diperoleh secara langsung dari hasil wawancara dengan pihak-pihak yang terkait dengan aktivitas di Pusat Ponsel dan Laptop. Pemilihan metode ini bertujuan untuk memperoleh pemahaman yang komprehensif mengenai faktor-faktor persaingan serta aspek internal dan eksternal yang memengaruhi perusahaan. Melalui proses analisis tersebut, penelitian ini diharapkan dapat menghasilkan rekomendasi strategi yang tidak hanya relevan dengan dinamika pasar, tetapi juga selaras dengan potensi dan kapasitas internal yang dimiliki PPL, sehingga dapat mendukung pengambilan keputusan ke depan.

### 4. Hasil dan Pembahasan

#### Hasil Penelitian

##### Gambaran Umum Pusat Ponsel dan Laptop

PPL (Pusat Ponsel & Laptop) merupakan salah satu perusahaan ritel teknologi informasi yang berdiri sejak tahun 2014 di Palangka Raya, Kalimantan Tengah. Pada awalnya, perusahaan ini dikenal dengan nama IT Center sebelum akhirnya resmi berganti nama menjadi PPL pada tahun 2017 dan berada di bawah naungan CV. Media Grup Internasional. Fokus utama PPL adalah penjualan dan layanan purna jual untuk perangkat teknologi seperti laptop, ponsel, printer, serta aksesoris komputer dari berbagai merek ternama seperti ASUS, ACER, Lenovo, HP, dan Samsung. Dengan mengutamakan kualitas produk dan pelayanan yang optimal, PPL berkomitmen untuk memenuhi kebutuhan pelanggan di wilayah Kalimantan Tengah.

**Tabel 1.** Analisis Porter's Five Forces Pada Pusat Ponsel dan Laptop

| <b>Faktor Porter's Five Forces</b> | <b>Pusat Ponsel dan Laptop</b>  | <b>Kesimpulan</b>                   |
|------------------------------------|---|-------------------------------------|
| Ancaman Pendatang Baru             | Bisnis ini relatif mudah dimasuki karena tidak memerlukan modal terlalu besar untuk memulai. Namun, sulit untuk bertahan jika tidak memiliki jaringan pemasok yang kuat, pelayanan yang baik, serta kepercayaan pelanggan. Persaingan cukup | Ancaman pendatang baru cukup tinggi |

|                             |   |   |
|-----------------------------|---|---|
|                             | ketat karena banyaknya pemain baru yang masuk, terutama yang menawarkan harga murah   |   |
| Kekuatan Pemasok            | PPL mendapatkan barang dari distributor resmi dari brand langsung. Ada ruang untuk negosiasi harga, terutama jika pembelian dilakukan dalam jumlah besar. Tantangan terbesar adalah karena permintaan pelanggan yang membludak, cukup menjadi tantangan bagi kami untuk mempersiapkan produk-produk tersebut  | Kekuatan pemasok sedang                   |
| Kekuatan Pembeli            | Pelanggan kami bervariasi, mulai dari pelajar, mahasiswa, pekerja swasta, hingga instansi pemerintah. Umumnya mereka mencari produk yang tahan lama, bergaransi, dan layanan purna jual yang baik. Sangat sering pelanggan membandingkan harga antar toko atau dengan marketplace online. Permintaan konsumen sangat mempengaruhi harga dan pelayanan | Kekuatan pembeli tinggi                   |
| Ancaman Produk Pengganti    | Pembelian laptop masih cukup tinggi, terutama untuk kebutuhan pendidikan dan pekerjaan. Namun, memang ada sedikit pergeseran pada segmen konsumen yang lebih memilih tablet untuk mobilitas. Penjualan laptop second atau refurbished cukup diminati oleh pelajar dan pengguna dengan anggaran terbatas   | Ancaman produk pengganti mulai meningkat  |
| Persaingan Antar Perusahaan | Persaingan cukup ketat karena banyaknya pemain baru yang masuk, terutama yang menawarkan harga murah. Kami fokus pada peningkatan pelayanan, memberikan garansi yang jelas, serta memperkuat hubungan dengan pelanggan tetap. Kami  | Persaingan antar perusahaan sangat tinggi |

---

mengutamakan pelayanan  
yang cepat dan ramah,  
edukasi pelanggan, serta  
garansi dan servis after sales

---

## **Pembahasan**

### **1. Ancaman Pendetang Baru**

Ancaman pendatang baru dalam industri penjualan laptop tergolong cukup tinggi. Hal ini disebabkan karena modal awal yang dibutuhkan relatif tidak besar, sehingga banyak pemain baru yang mencoba masuk ke pasar ini. Namun, untuk dapat bertahan, dibutuhkan lebih dari sekadar modal; pelaku usaha harus memiliki jaringan pemasok yang kuat, pelayanan yang baik, serta membangun kepercayaan pelanggan. Banyaknya toko baru yang menawarkan harga murah semakin memperketat persaingan, sehingga diferensiasi melalui layanan menjadi krusial. Temuan ini sejalan dengan teori Porter (2008) yang menyatakan bahwa rendahnya entry barrier akan memperbesar potensi masuknya pesaing baru, namun keunggulan bersaing tetap ditentukan oleh kemampuan mempertahankan pelanggan dan efisiensi operasional. Dalam konteks ini, toko yang tidak mampu memberikan nilai tambah cenderung sulit bertahan lama. Oleh sebab itu, strategi pelayanan dan hubungan jangka panjang dengan pelanggan menjadi modal utama menghadapi ancaman pendatang baru.

Berdasarkan hasil wawancara, langkah utama yang diambil PPL untuk menghadapi ancaman pendatang baru adalah fokus pada pelayanan yang responsif, memberikan edukasi kepada pelanggan, serta membangun kepercayaan melalui garansi dan layanan purna jual. Kelebihan strategi ini adalah mampu menciptakan loyalitas pelanggan yang sulit ditiru oleh pesaing baru, serta membangun citra positif terhadap toko. Namun, kelemahannya terletak pada kebutuhan sumber daya manusia yang andal dan konsistensi pelayanan yang tinggi, sehingga tidak semua toko mampu menjaga kualitas layanan ini secara berkelanjutan. Strategi ini juga perlu ditunjang oleh inovasi layanan agar tetap relevan dengan kebutuhan pelanggan dan perkembangan pasar (Porter, 2008).

### **2. Kekuatan Pemasok**

Kekuatan pemasok dalam bisnis ini berada pada tingkat sedang. Toko memperoleh barang dari distributor resmi atau langsung dari brand, dan terdapat ruang untuk negosiasi harga terutama jika pembelian dilakukan dalam jumlah besar. Namun, tantangan utama muncul ketika permintaan melonjak dan stok produk menjadi terbatas, sehingga pemasok memiliki posisi tawar tertentu. Situasi ini memaksa pelaku usaha untuk menjaga hubungan baik dengan pemasok agar tidak mengalami kekurangan stok yang dapat berujung pada kehilangan pelanggan. Studi Parast & Adams (2012) menyoroti pentingnya manajemen rantai pasok yang efisien dalam meningkatkan daya saing perusahaan, terutama saat menghadapi fluktuasi permintaan. Dengan demikian, kemampuan toko dalam mengelola pemasok dan stok menjadi faktor kunci dalam mempertahankan kelangsungan bisnis.

Dari wawancara, PPL menekankan pentingnya menjalin hubungan jangka panjang dengan pemasok dan melakukan pembelian dalam jumlah besar agar memperoleh harga dan prioritas stok yang lebih baik. Selain itu, mereka juga berupaya mendiversifikasi sumber pemasok untuk mengurangi risiko kekurangan barang. Kelebihan dari pendekatan ini adalah toko dapat lebih fleksibel saat terjadi lonjakan permintaan, serta memiliki posisi tawar lebih baik dalam negosiasi harga. Namun, strategi ini membutuhkan modal lebih besar dan manajemen stok yang cermat untuk menghindari kelebihan persediaan. Efektivitasnya sangat bergantung pada kemampuan toko menjaga hubungan baik dan komunikasi dengan berbagai pemasok (Parast & Adams, 2012).

### **3. Kekuatan Pembeli**

Kekuatan pembeli di pasar laptop sangat tinggi. Konsumen di segmen ini sangat beragam, mulai dari pelajar, mahasiswa, pekerja swasta hingga instansi pemerintah, dan mereka sangat aktif membandingkan harga antar toko maupun dengan marketplace online. Pembeli juga sangat memperhatikan aspek garansi, daya tahan produk, serta layanan purna jual sebagai faktor utama

dalam keputusan pembelian. Jika penjual tidak mampu memberikan nilai tambah pada pelayanan atau penawaran, konsumen dapat dengan mudah beralih ke pesaing. Karagiannopoulos et al. (2005) menyebutkan bahwa daya tawar pembeli meningkat seiring pertumbuhan informasi dan akses digital, memungkinkan konsumen untuk membuat keputusan yang lebih rasional dan kritis. Oleh karena itu, menjaga harga yang kompetitif dan memberikan layanan yang maksimal menjadi langkah penting dalam mempertahankan loyalitas konsumen.

Untuk merespons kekuatan pembeli, PPL secara aktif menawarkan paket bundling, promosi musiman, serta memberikan bonus atau hadiah langsung pada pembelian produk tertentu. Mereka juga menonjolkan keunggulan layanan purna jual dan transparansi garansi untuk meningkatkan kepercayaan pelanggan. Strategi ini efektif dalam menarik perhatian konsumen yang sensitif terhadap harga dan layanan, serta membangun preferensi terhadap toko. Namun, kelemahannya adalah potensi penurunan margin keuntungan akibat promosi berkelanjutan dan tantangan dalam menjaga kualitas pelayanan dengan peningkatan volume pelanggan. Konsistensi dalam memberikan layanan terbaik menjadi kunci agar strategi ini tetap efektif di tengah persaingan ketat (Karagiannopoulos et al., 2005).

#### **4. Ancaman Produk Pengganti**

Ancaman produk pengganti dalam industri laptop mulai meningkat, meski masih relatif rendah. Laptop masih menjadi pilihan utama untuk kebutuhan pendidikan dan pekerjaan, namun terdapat pergeseran pada segmen tertentu yang mulai memilih tablet atau smartphone karena alasan mobilitas dan kemudahan penggunaan. Selain itu, permintaan terhadap laptop second atau refurbished juga cukup tinggi, khususnya bagi konsumen dengan anggaran terbatas. Fenomena ini menegaskan pentingnya inovasi dan adaptasi produk agar tidak mudah tergeser oleh alternatif yang lebih praktis. Porter (2008) menegaskan bahwa semakin tinggi keberadaan produk pengganti, semakin kuat tekanan terhadap pelaku usaha untuk meningkatkan nilai tambah. Oleh karena itu, toko perlu terus memantau tren dan kebutuhan pasar agar tetap relevan di tengah perubahan preferensi konsumen.

Menurut hasil wawancara, PPL telah mulai menyediakan produk refurbished dengan garansi resmi dan memperluas variasi produk, termasuk perangkat pendukung seperti tablet dan aksesoris. Dengan demikian, mereka dapat tetap relevan terhadap kebutuhan pasar yang berkembang dan menjangkau segmen pelanggan yang lebih luas. Kelebihan dari strategi ini adalah memperluas pangsa pasar dan memperkuat posisi toko sebagai penyedia solusi teknologi lengkap. Namun, tantangannya adalah menjaga kualitas produk refurbished dan memastikan layanan purna jual tetap optimal agar pelanggan tidak kecewa. Inovasi dan adaptasi produk secara berkelanjutan menjadi faktor penting dalam mengatasi ancaman produk pengganti (Porter, 2008).

#### **5. Persaingan Antar Perusahaan (Rivalry)**

Tingkat persaingan antar perusahaan di pasar penjualan laptop sangat tinggi. Banyak pemain baru bermunculan dan berlomba-lomba menawarkan harga yang kompetitif, namun tidak semuanya mampu memberikan layanan purna jual yang memadai. Oleh karena itu, diferensiasi layanan seperti kecepatan servis, edukasi pelanggan, serta jaminan garansi menjadi senjata utama dalam mempertahankan dan menarik pelanggan. Persaingan harga yang ketat juga mendorong pelaku usaha untuk terus berinovasi dalam penawaran dan promosi. Porter (2008) menyatakan bahwa intensitas persaingan dalam sebuah industri akan mempengaruhi margin keuntungan serta mendorong perusahaan untuk terus meningkatkan efisiensi dan kualitas layanan. Dalam situasi ini, keunggulan kompetitif dapat diperoleh dari kombinasi antara pelayanan prima dan hubungan jangka panjang dengan pelanggan.

Strategi yang dijalankan PPL untuk menghadapi persaingan adalah menonjolkan keunggulan layanan purna jual, edukasi pelanggan secara berkala, serta pengembangan program loyalitas. Mereka juga berupaya aktif membangun komunitas pelanggan melalui event atau workshop untuk mempererat hubungan. Kelebihan strategi ini adalah memperkuat ikatan dengan pelanggan dan menciptakan diferensiasi yang sulit ditiru pesaing lain. Namun, tantangannya adalah kebutuhan investasi waktu dan sumber daya yang besar agar program berjalan konsisten dan berdampak nyata

terhadap loyalitas pelanggan. Dengan tetap berfokus pada peningkatan layanan dan inovasi, PPL dapat mempertahankan posisi kompetitif di tengah persaingan yang semakin ketat (Porter, 2008).

## 5. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh faktor-faktor dalam Porter's Five Forces terhadap daya saing Pusat Penjualan Laptop (PPL) di kota Palangka Raya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ancaman pendatang baru, kekuatan pemasok, kekuatan pembeli, ancaman produk pengganti, serta persaingan antar perusahaan secara simultan memiliki peranan penting dalam membentuk dinamika persaingan di PPL. Temuan lapangan membuktikan bahwa tingginya persaingan disebabkan oleh mudahnya akses masuk ke pasar dan tingginya daya tawar pembeli, sementara kekuatan pemasok dan ancaman produk pengganti tercatat pada tingkat sedang. Penelitian ini juga mengidentifikasi bahwa strategi peningkatan kualitas pelayanan, penguatan hubungan dengan pemasok, serta inovasi produk merupakan langkah signifikan yang telah diterapkan pelaku usaha dalam menghadapi tekanan dari kelima faktor tersebut. Namun demikian, keterbatasan sumber daya dan tantangan dalam konsistensi pelayanan masih menjadi kendala dalam mempertahankan posisi kompetitif di pasar. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa pemahaman serta pengelolaan yang efektif terhadap faktor-faktor Porter's Five Forces sangat menentukan keberhasilan dan keberlanjutan usaha PPL di kota Palangka Raya.

## Daftar Pustaka

- Chereau, P., & Meschi, P. X. (2018). *Strategic consulting: Tools and methods for successful strategy missions*. Springer.
- Fadli, R., & Yuniarto, H. (2020). Analisis lima kekuatan Porter dalam menentukan strategi bersaing pada industri ritel modern di Indonesia. *Jurnal Manajemen dan Organisasi*, 11(2), 123–134.
- Hasanah, U., Mustikawati, R., & Purwanti, Y. (2020). Strategi bersaing UMKM melalui inovasi produk dan pemasaran digital. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 15(1), 45–54.
- Hermawan, H., & Rahmawati, D. (2017). Analisis model Porter's five forces dalam menentukan strategi bisnis ritel. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Bisnis*, 5(2), 101–110.
- Karagiannopoulos, G. D., Georgopoulos, N., & Nikolopoulos, K. (2005). Fathoming Porter's five forces model in the internet era. *Info*, 7(6), 66–76. <https://doi.org/10.1108/14636690510628328>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.
- Parast, M. M., & Adams, S. G. (2012). Corporate supply chain strategy and shareholder value: A literature review and case study analysis. *International Journal of Logistics Systems and Management*, 11(3), 334–352. <https://doi.org/10.1504/IJLSM.2012.046611>
- Porter, M. E. (1980). *Competitive strategy: Techniques for analyzing industries and competitors*. Free Press.
- Porter, M. E. (2008). The five competitive forces that shape strategy. *Harvard Business Review*, 86(1), 78–93.
- Purnomo, H., & Hidayat, R. (2019). Pengaruh perkembangan teknologi dan preferensi konsumen terhadap daya saing bisnis ritel elektronik. *Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen*, 13(1), 67–76.
- Rahman, M. S., Sari, D. P., & Yusuf, M. (2021). Strategi bertahan UMKM di era digital: Studi kasus toko elektronik. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 10(2), 77–85.
- Sari, R. N., & Sunaryo, W. (2018). Analisis strategi bersaing pada toko ritel di Indonesia dengan pendekatan Porter's five forces. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 20(2), 102–115. <https://ejournal.uksw.edu/jmk/article/view/2179>
- Setiawan, A., Wibowo, A., & Santoso, B. (2022). Peran daya saing dan inovasi dalam industri ritel elektronik modern. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 19(3), 212–222.
- Sharma, A., & Mehrotra, R. (2020). Application of Porter's five forces model to retail industry: A case study of Walmart. *International Journal of Research and Analytical Reviews*, 7(1), 2320–2882. <https://www.ijar.org/papers/IJAR2001041.pdf>