

Strategic Analysis Of Tasco Minimart In Tasikmalaya City By Porter Five Forces

Analisis Strategi Pada Tasco Minimart Di Kota Tasikmalaya Dengan Porter Five Forces

Rosihan Wijaya^{1*}, Nandang², Ismail Yusuf³

Universitas Pendidikan Indonesia^{1,2,3}

rosihanwijaya@upi.edu¹

*Corresponding Author

ABSTRACT

The growing retail industry sector trend in Indonesia, including in Tasikmalaya, has resulted in an increase in the number of retail businesses which increases from year to year. This requires companies to have the right strategy, because similar competitors between companies are very large, it is easy for new entrants to enter and also the strong bargaining power of suppliers and buyers. This research aims to understand how the application of Porter's Five Forces Model can be used as a basis for formulating competitive strategies with other companies, as well as analyzing the industrial structure of TASCO MINIMART in Tasikmalaya which is related to Porter's Five Forces theory. This research was conducted at TASCO MINIMART in Tasikmalaya City. This research uses descriptive qualitative methods. By using interview and observation techniques, data can be collected. After obtaining the information, the author verified the data using a source triangulation approach. The results of this research determined that the similar competitor factor was assessed as very high, the supplier's bargaining power factor was assessed as low, the buyer's bargaining power factor was assessed as low, the threat factor to substitute products was assessed as low and the threat factor to new entrants was assessed as high.

Keywords: Retail, Minimarket, competitive strategy, Porter 5 forces, Tasikmalaya.

ABSTRAK

Tren sektor industri Ritel yang bertumbuh di Indonesia, termasuk di Tasikmalaya, membuat peningkatan pada jumlah bisnis ritel yang meningkat dari tahun ke tahun. Hal ini membuat perusahaan harus memiliki strategi yang tepat, karena pesaing sejenis antar perusahaan sangat besar, mudahnya pendatang baru masuk dan juga kuatnya daya tawar pemasok maupun pembeli. Penelitian ini memiliki tujuan untuk memahami bagaimana penerapan Model Lima Kekuatan Porter dapat digunakan sebagai dasar untuk merumuskan strategi persaingan dengan perusahaan lain, serta menganalisis struktur industri TASCO MINIMART di Tasikmalaya yang terkait dengan teori *Porter Five Forces*. Penelitian ini dilakukan pada TASCO MINIMART di Kota Tasikmalaya. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif. Dengan menggunakan teknik wawancara dan observasi, data dapat dikumpulkan. Setelah memperoleh informasi, penulis melakukan verifikasi data menggunakan pendekatan triangulasi sumber. Hasil dari penelitian ini menentukan bahwa, faktor pesaing sejenis dinilai sangat tinggi, faktor kekuatan daya tawar pemasok dinilai rendah, faktor kekuatan daya tawar pembeli dinilai rendah, faktor ancaman terhadap produk substitusi dinilai rendah dan faktor ancaman terhadap pendatang baru dinilai tinggi.

Kata Kunci : Ritel, Minimarket, Strategi Bersaing, *Porter 5 Forces*, Tasikmalaya.

1. Pendahuluan

Tren ritel global saat ini sedang berubah dan pertumbuhan bisnis ritel juga mengarah ke pengecer besar seperti supermarket, gudang diskon, dan pengecer besar lainnya. Di Indonesia, pasar ritel modern terbagi menjadi tiga jenis: *supermarket*, *hypermarket*, dan *minimarket*. Fokus penelitian ini adalah pada ritel Minimarket. Faktanya, banyak toko ritel beroperasi di industri yang sama, namun tidak semuanya sukses. Menurut Hendri Ma'ruf (2005: 84), minimarket adalah perantara pemasaran yang melakukan penjualan eceran antara produsen dan konsumen akhir. Minimarket sering kali beroperasi pada lingkungan bisnis yang sangat kompetitif. Persaingan dengan minimarket lain, supermarket, toko serba ada, dan

bahkan pengecer online dapat menjadi tantangan besar. Persaingan ini dapat mempengaruhi pendapatan dan pangsa pasar minimarket. Berdasarkan data yang diambil dari situs opendata.kotatasikmalaya.go.id, ditemukan 18 minimarket/toko modern Kecamatan Tawang pada tahun 2018 dan 41 minimarket/toko modern Kecamatan Tawang pada tahun 2021. Data diatas menunjukkan peningkatan pada jumlah sektor ritel di Kecamatan Tawang, jumlah toko modern yang meningkat tersebut mengartikan bahwa persaingan industri yang ketat pada sektor usaha retail, yang mengakibatkan permasalahan seperti perbedaan produk dan loyalitas pelanggan terhadap merek yang ada, yang dirasakan oleh salah satu minimarket populer di Tasikmalaya, yaitu TASCO MINIMART yang merupakan perusahaan retail lokal Tasikmalaya dengan slogan murah, lengkap & nyaman. Tasco memiliki arti Tasik Company. Selain itu terdapat minimarket Indomaret dan Alfamart yang menjadi minimarket pelopor dan terkenal di Indonesia. Selain itu terdapat beberapa lagi pesaing Minimarket dan toko modern bagi TASCO MINIMART di Tasikmalaya, yang menjadi ancaman untuk TASCO.

Oleh sebab itu, perusahaan dalam mengembangkan bisnis dan *survive* di *market* bergantung pada Porter *five forces*. Menurut Porter (2003), suatu perusahaan akan memiliki keunggulan kompetitif jika perusahaan tersebut memiliki keuntungan 5 faktor kompetitif, antara lain: ancaman terhadap pendatang baru, ancaman produk pengganti atau substitusi, kekuatan daya tawar pemasok, kekuatan daya tawar pembeli dan persaingan pesaing sejenis.

Tujuan penelitian ini ialah untuk menganalisis : a) strategi apa saja yang dijalankan TASCO MINIMART di Tasikmalaya saat ini, b) iklim persaingan industri ritel di kecamatan Tawang, kota Tasikmalaya dengan analisis *Porter Five Force*, dan c) strategi yang dapat dipakai oleh Tasco Minimart di Tasikmalaya.

2. Tinjauan Pustaka

Landasan Teori

1. Ritel

Berikut definisi ritel menurut beberapa ahli. Menurut Berman dan Evans (2001:3), bisnis ritel adalah kegiatan menjual barang dan layanan kepada konsumen akhir. Sedangkan Ritel Menurut Kotler and Keller (2006) adalah seperangkat alat pemasaran yang digunakan perusahaan untuk mengejar tujuan pemasarannya.

2. Minimarket

Berikut definisi minimarket menurut Hendri Ma'ruf. Menurut Hendri Ma'ruf (2005: 84), minimarket adalah perantara pemasaran yang melakukan penjualan eceran antara produsen dan konsumen akhir. Selain itu, Menurut Hendri Ma'ruf (2005: 84) Toko swalayan adalah toko yang memenuhi kebutuhan masyarakat akan warung dengan bentuk yang modern, dekat pemukiman penduduk agar dapat beroperasi lebih baik dibandingkan toko atau warung makan.

3. Persaingan Bisnis

Pengertian Persaingan bisnis menurut Marbun (2003), persaingan bisnis adalah upaya dua atau lebih perusahaan untuk memenangkan pesanan dengan menawarkan harga dan kondisi yang paling menguntungkan. Menurut Tulus TH Tambunan dkk (2004), persaingan dalam ritel dapat dilihat dari berbagai aspek, yaitu persaingan pengecer modern dan pengecer tradisional, persaingan pengecer modern, persaingan pengecer tradisional, dan persaingan antar pemasok.

4. Strategi Bisnis

Pengertian strategi bisnis menurut Mahmud & Anomsari (2011) adalah kemampuan perusahaan dalam menganalisis lingkungan eksternal dan internal perusahaannya.

Selanjutnya, menurut Wheelen & Hunger (2016), Strategi bisnis ditampilkan di unit bisnis atau tingkat produk. Dengan menggunakan strategi ini, perusahaan dapat mengukur daya saing barang dan jasanya di pasar sasaran atau industri tertentu yang dilayani oleh unit bisnis tersebut.

5. Analisis menggunakan 5 Porter Model

Teori *Porter's Five Forces* adalah sebuah metode yang diciptakan oleh Michael Porter untuk mengetahui kekuatan industri berdasarkan faktor-faktor eksternal suatu perusahaan. 5 kekuatan menurut Porter, antara lain:

1. Ancaman terhadap Pendetang Baru
2. Kekuatan Daya Tawar Pemasok
3. Kekuatan Daya Tawar Pembeli
4. Ancaman Produk *substitusi*
5. Pesaing Sejenis

Penelitian Terdahulu

Penelitian yang dilakukan oleh Felicia Fiorenita dan Agustine Dwianika pada Tahun 2021 tentang "Analisis Lima Porter dalam Meningkatkan Keberlanjutan Usaha Pelaku UKM (Studi Kasus Ud Rey Collection)" mengungkapkan bahwa Analisis Five Porters dapat dengan mudah mengidentifikasi masalah dalam operasional bisnis dan membantu dalam menentukan strategi yang efektif untuk mencapai kesinambungan bisnis.

Pada tahun 2023, Endrick Fernando Suhono dan Charitas Fibriani melakukan penelitian dengan judul "Studi Kasus CV Bio Chitosan Indonesia: Perencanaan Strategis Sistem Informasi dengan Pendekatan Metode Porter's Five Forces". Penelitian tersebut menciptakan empat rencana untuk sistem informasi atau teknologi informasi, antara lain: sistem penilaian kinerja, sistem manajemen sumber daya manusia, sistem keuangan, dan sistem aktivitas sehari-hari.

Penelitian oleh Rina Indriyani pada tahun 2023 dengan judul "Analisis Model Bisnis Online di Kota Bandung Menggunakan Porter Five's Force" menunjukkan bahwa ada tingkat *competitor* yang sangat tinggi, daya tawar pemasok dan pembeli yang rendah, dan ada tingkat ancaman produk pengganti yang cukup rendah.

3. Metode Penelitian

Objek Penelitian

Objek pada Penelitian ini adalah TASCOS MINIMART di Tasikmalaya.

Jenis Penelitian

penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif.

Informan

Pegawai dan konsumen Tasco Minimart di Tasikmalaya adalah informan pada penelitian ini.

Teknik Pengumpulan Data

Metode wawancara merupakan suatu metode pengumpulan data yang digunakan pada saat peneliti ingin melakukan survei pendahuluan untuk mengetahui permasalahan yang akan diteliti, pada saat ingin mengetahui lebih jauh permasalahan responden, atau pada saat jumlah responden sedikit (Sugiyono, 2017) .

Menurut Sangadji dan Sophia (2013: 303), Teknik observasi merupakan proses pencatatan secara sistematis pola perilaku subjek, benda, atau peristiwa tanpa adanya pertanyaan dengan individu yang diteliti.

Menurut Sugiyono (2018: 476), dokumentasi adalah kumpulan data dan informasi yang berupa buku, catatan, dokumen, gambar dan gambar tertulis, berupa laporan dan informasi yang tersedia yang dapat mendukung penelitian.

Uji Kredibilitas Data

Triangulasi Sumber: Peneliti membandingkan dan memeriksa silang tingkat kredibilitas informan yang diperoleh pada waktu yang berbeda dan dengan alat penelitian yang berbeda (Moleong, 2011).

4. Hasil Dan Pembahasan

TASCO MINIMART

TASCO MINIMART yang merupakan perusahaan retail lokal Tasikmalaya dengan slogan murah, lengkap & nyaman. TASCO memiliki arti Tasik Company. Haji Cicip Gurbuat, pemilik TASCO, mengatakan pembukaan TASCO merupakan bukti pengusaha lokal asal Tasikmalaya ingin mengembangkan perekonomian Tasikmalaya. TASCO sendiri terdiri dari 28 cabang TASCO MINIMART (*minimarket*) dan 2 TASMART (*supermarket*) di kabupaten ciawi dan manonjaya, jadi totalnya ada sebanyak 30 Retail TASCO sampai tahun 2023 di Tasikmalaya.

Implementasi Porter Five Forces

Porter five forces adalah suatu strategi perusahaan dalam menganalisis strategi bersaing. Analisis dan penilaian strategi yang dipakai oleh Tasco MINIMART di Tasikmalaya memperhatikan 5 elemen utama, antara lain:

1. Ancaman terhadap Pendetang Baru

TASCO MINIMART di Tasikmalaya memiliki 3 pesaing yaitu, Indomaret, Alfamart dan Yogya dimana 3 Minimarket tersebut merupakan Minimarket populer di Indonesia. Selain itu, terdapat banyak pendatang seperti ritel SRC, GGSP dan lainnya.

2. Kekuatan Daya Tawar Pemasok

Strategi TASCO MINIMART di Tasikmalaya terhadap kekuatan daya tawar pemasok adalah menjalin hubungan dan kerjasama yang baik, seperti pembayaran tepat waktu dan mematuhi kontrak kerjasama yang dibuat.

3. Kekuatan Daya Tawar Pembeli

Strategi TASCO MINIMART di Tasikmalaya dalam menghadapi kekuatan tawar-menawar pembeli yaitu dengan menjaga hubungan yang baik dengan pembeli melalui promosi via social media Instagram, bisa berupa *feed* maupun *live Streaming*. TASCO MINIMART di Tasikmalaya memiliki strategi-strategi khusus, seperti kunjungan ke posyandu dengan memasarkan dan menjual produk secara langsung pada tiap kunjungan tersebut. harga yang lebih murah dibanding pesaing, bahan sembako yang banyak dan beragam memberikan diskon berupa promo di setiap minggu dan juga di hari-hari perayaan besar.

4. Ancaman Produk Pengganti atau Substitusi

Ancaman produk pengganti dari produk makanan ringan dengan merek (Tasco produk UMKM Tasikmalaya) punya TASCO MINIMART di Tasikmalaya adalah produk makanan ringan yang ada pada beberapa gerai di Indomaret dan juga Alfamart.

5. Pesaing Sejenis

Dalam menghadapi pesaing sejenis, TASCO MINIMART di Tasikmalaya menggunakan strategi harga yang murah, ketersediaan barang dan pelayanan yang baik. Pelayanan TASCO MINIMART di Tasikmalaya merupakan keunggulan kompetitif jika dibandingkan dengan pesaing sejenis, seperti pengucapan salam dalam agama Islam (*assalamualaikum*) dan juga

salam dalam bahasa sunda (wilujeng sumping), selain itu parkir gratis yang membuat pembeli yang datang tidak takut untuk biaya parkir dan juga tempat administrasi yang berjumlah 3 tempat memungkinkan untuk pembeli cepat dalam membayar dan mengurangi waktu tunggu dalam antrian. Selain itu, TASCO MINIMART di Tasikmalaya juga memiliki inovasi berupa beberapa kaca yang tersusun diatas dengan tujuan untuk membuat pembeli merasa nyaman dan terlihat rapi.

Struktur Industri Ritel Pada TASCO MINIMART di Tasikmalaya Berdasarkan *Porter Five Forces Model*

Michael E. Porter menyatakan bahwa, kesuksesan suatu industri dipengaruhi oleh 5 kekuatan bersaing. Antara lain :

1. Ancaman terhadap Pendetang Baru

a. Ancaman pendatang baru yang potensial

Pada dasarnya ancaman calon pendatang baru bersifat “tinggi” karena dalam beberapa tahun kebelakang bisa dilihat meningkatnya angka pertumbuhan Ritel di kecamatan Tawang, Kota Tasikmalaya.

b. Modal Investasi

Kebutuhan modal yang menghabiskan dana tidak sedikit atau besar akan menghambat bertumbuhnya pendatang baru. Hal ini bisa kita lihat dari pembelian tanah dan pembuatan bangunan untuk tempat berjualan.

c. Akses ke Pasar

Mudahnya akses ke pasar untuk konsumen yang ada di seluruh Tasikmalaya, karena terdiri dari 28 cabang TASCO MINIMART yang ada di beberapa kecamatan Tasikmalaya.

d. Aturan pemerintah

Pemerintah telah memberikan peraturan yang jelas terkait perusahaan ritel di negara Indonesia, salah satunya adalah peraturan Menteri Perdagangan nomor 23 tahun 2021 tentang pedoman pembangunan, desain, dan pengelolaan pusat perbelanjaan dan supermarket. Jadi bisa dikatakan bahwa aturan tidak terlalu mengganggu.

2. Kekuatan Daya Tawar Pemasok

a. Kekuatan Pemasok

Daya tawar pemasok terhadap TASCO MINIMART di Tasikmalaya rendah, karena ketergantungan yang standar TASCO MINIMART terhadap beberapa pemasok mereka.

b. *Switching Cost* ke *Supplier*

Produk yang bisa dibeli dimana saja yang mengakibatkan rendahnya daya tawar oleh pemasok terhadap TASCO MINIMART di Tasikmalaya.

c. Jumlah *Supplier*

TASCO MINIMART di Tasikmalaya memiliki banyak *supplier* oleh karena itu hal ini menyebabkan semakin kecil daya tawar pemasok yang membuat keuntungan bagi TASCO MINIMART di Tasikmalaya.

d. Hubungan dengan *Supplier*

TASCO MINIMART di Tasikmalaya berusaha menjalin hubungan yang baik dengan seluruh pemasok yang bekerjasama dengan mereka. Hal ini dilakukan mengingat tingginya ketergantungan TASCO MINIMART di Tasikmalaya terhadap para pemasok.

3. Kekuatan Daya Tawar Pembeli

Daya tawar pembeli terhadap TASCO MINIMART di Tasikmalaya rendah, karena harga sudah tertera pada etalase produk, sehingga pembeli tidak dapat mengendalikan harga. Selain itu, harga produk pada TASCO MINIMART di Tasikmalaya relatif lebih murah jika dibandingkan dengan ritel Indomaret dan Alfamart.

Analisis kekuatan konsumen:

a. Jumlah Pembeli

TASCO MINIMART di Tasikmalaya memilih jumlah pembeli yang banyak terkhusus pembeli tertarget yaitu warga yang ada di daerah Tasikmalaya.

b. *Switching Cost* Pembeli

pembeli cenderung memiliki loyalitas terhadap harga yang ada pada TASCO MINIMART di Tasikmalaya karena penawaran harga yang murah, karena slogan Tasco sendiri yaitu murah, lengkap dan nyaman.

c. Ketersediaan Produk

TASCO MINIMART di Tasikmalaya sendiri menyediakan banyak dan berbagai macamnya produk kebutuhan sehari-hari khususnya produk sembako.

d. Volume *order*

Konsumen membeli produk pada TASCO MINIMART di Tasikmalaya dengan volume sedang sampai besar khususnya pada *weekend* dan awal bulan, karena pada hari tersebut merupakan hari pembeli istirahat dan hari dimana awal gajianya para pekerja.

4. Ancaman Produk pengganti atau Substitusi

a. *Switching* Produk

Terdapat produk substitusi dari produk-produk makanan ringan dengan merek perusahaan masing-masing yang ada pada beberapa ritel, seperti di Indomaret dan Alfamart yang bervariasi namun relatif lebih mahal jika dibandingkan dengan makanan ringan dengan merek (Tasco produk UMKM Tasikmalaya) punya TASCO MINIMART di Tasikmalaya.

b. Harga

Untuk harga yang ditawarkan oleh produk TASCO MINIMART di Tasikmalaya berupa makan ringan (Tasco produk UMKM) juga relatif murah, jika dibandingkan dengan produk substitusi makanan ringan yang ada di Indomaret maupun Alfamart, selain itu terdapat produk sembako yang ada di TASCO MINIMART dilihat dari data *feedback* yang ada pada beberapa media seperti Instagram dan ulasan Google Maps mengatakan jika harganya terjangkau jika dibandingkan ritel lain seperti Indomaret dan Alfamart.

c. Kualitas

Kualitas produk TASCO MINIMART di Tasikmalaya berupa makan ringan (Tasco produk UMKM) sendiri jika dibandingkan dengan Ritel lain cukup baik dan bisa bersaing .

5. Pesaing Sejenis

Berdasarkan data yang diambil dari situs opendata.kotatasikmalaya.go.id, ditemukan minimarket/toko modern Kecamatan Tawang pada tahun 2018 dan 41 minimarket/toko modern kecamatan tawang pada tahun 2021, hal ini menandakan kompetitifnya persaingan perusahaan ritel di Tasikmalaya, khususnya di Kecamatan Tawang, Kota Tasikmalaya dapat dikatakan bersifat "tinggi".

Analisis persaingan perusahaan sejenis:

a. Jumlah Pesaing Sejenis

TASCO MINIMART di Tasikmalaya memiliki 2 pesaing besar, yakni Indomaret dan Alfamart. Keduanya merupakan kompetitor yang sudah populer di seluruh daerah di Indonesia yang termasuk kedalam 41 minimarket/toko modern yang ada di Kecamatan Tawang pada tahun 2021.

b. *Diferensial*

Untuk diferensiasi TASCO MINIMART di Tasikmalaya mengutamakan 3 hal, yakni harga yang murah dibanding dengan kompetitor lain, ketersediaan dan kelengkapan barang-barang untuk dibeli dan juga pelayanan yang baik kepada pembeli. Hal ini tidak terlepas dari motto TASCO MINIMART di Tasikmalaya sendiri, yaitu "murah, lengkap dan nyaman".

Pelayanan yang diberikan oleh TASC0 MINIMART di Tasikmalaya merupakan keunggulan kompetitif yang dimiliki oleh TASC0 MINIMART di Tasikmalaya dibanding ritel lain, seperti pengucapan salam dalam agama Islam (assalamualaikum) dan juga salam dalam bahasa sunda (wilujeng sumping), parkir gratis yang membuat pembeli yang datang tidak takut untuk biaya parkir, tempat duduk didepan toko dan juga mainan anak berupa mobil mainan, serta administrasi yang berjumlah 3 tempat yang memungkinkan untuk pembeli cepat dalam membayar dan mengurangi waktu tunggu dalam antrian. TASC0 MINIMART di Tasikmalaya juga memiliki inovasi berupa beberapa kaca yang tersusun diatas dengan tujuan untuk membuat pembeli merasa nyaman dan terlihat rapi.

c. Hambatan keluar Industri

Industri ritel memiliki hambatan keluar yang cukup tinggi, karena pertumbuhan sektor-sektor industri pendukung industri ritel di Indonesia yang besar.

5. Penutup

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan pada TASC0 MINIMART di Tasikmalaya: , diambil beberapa kesimpulan, antara lain:

1. Hasil Riset *Porter Five Forces* pada TASC0 MINIMART di Tasikmalaya

Faktor ancaman pendatang baru dinilai tinggi, karena beberapa tahun kebelakang bisa dilihat meningkatnya angka pertumbuhan ritel di kecamatan Tawang, selain itu peraturan pemerintah tentang ritel yang jelas, modal yang dibutuhkan untuk membuat kelontong juga tidak besar dan sebanding dengan keuntungan yang didapat.

Faktor kekuatan daya tawar pemasok dinilai rendah, karena konsentrasi pemasok rendah, kemampuan pemasok melakukan integrasi ke arah depan tinggi, dan ketergantungan pemasok dengan industri rendah.

Faktor kekuatan daya tawar pembeli dinilai rendah, karena pembeli memiliki *switching cost* rendah terhadap TASC0 MINIMART di Tasikmalaya yang mengutamakan harga dan informasi yang didapat pembeli tidak dapat membuat pembeli dapat mengontrol harga yang ditawarkan TASC0 MINIMART di Tasikmalaya. selain itu, TASC0 juga mengutamakan kelengkapan produk kebutuhan sehari-hari dan produk sembako.

Faktor ancaman terhadap produk substitusi tinggi, karena banyaknya produk substitusi yang bervariasi pada perusahaan Indomaret dan Alfamart.

Faktor persaingan di dalam industri dinilai tinggi, karena meningkatnya pertumbuhan industri, banyaknya jumlah pesaing, perbedaan harga produk antar perusahaan, dan hambatan keluar tinggi.

2. TASC0 MINIMART di Tasikmalaya memiliki slogan murah, lengkap & nyaman. Hal ini sesuai dengan bukti bahwa harga TASC0 MINIMART di Tasikmalaya relatif murah dan bersaing dengan ritel lain, kelengkapan produk terutama pada bahan sembako, kenyamanan pada saat pembeli berbelanja dengan pelayanan pegawai yang ramah, parkir gratis, disediakannya kaca, disediakannya kasir sebanyak 3 buah, tempat duduk tunggu dan juga mainan anak.

Berikut beberapa saran dari peneliti untuk TASC0 MINIMART di Tasikmalaya, antara lain: Perusahaan dapat menetapkan harga pasar yang murah dan kompetitif. Penetapan harga didasarkan pada perubahan harga bahan baku namun tidak mengorbankan kualitas, selalu memperhatikan kebutuhan pelanggan tanpa merugikan TASC0 MINIMART di Tasikmalaya.

Daftar Pustaka

- Mulyana, Asep Endri. (2021). Analisis Minimarket Pajajaran Sindangkasih dengan Menggunakan Porter's Five Forces dan Strategy Generic Porter. *Jurnal Adbis*, 5(2), 1-9.
- Candra, S. (2013). Aplikasi Model Lima Kekuatan Porter pada Restoran Drupadi. *Binus Business Review*, 4(1), 398-404.

- Ferdinand, D. Y. Y., & Tresyanto, C. A. (2020). Marketing strategy using porters five force model approach: A case study at the culinary center in Sidoarjo Regency. *International Journal of Business and Management Invention (IJBMI)*, 9(11), 44-48.
- Fiorenita, F., & Dwianika, A. (2021). "Penerapan Five Porter Analysis Pada Efektifitas Kelangsungan Usaha Pelaku Ukm (Studi Kasus Ud Rey Collection)". *Jsma (Jurnal Sains Manajemen Dan Akuntansi)*, 13(1). <https://doi.org/10.37151/jsma.v13i1.56>.
- Firdaus Gultom, M. R., dan Lumbanraja, P. (2022). Analisis Strategi Pada Umkm Sepatu Kotama dengan Porter's Five Forces. *Journal Business Administration: Entrepreneurship and Creative Industry. Talenta Publisher*, 1(1), 1-10. <https://talenta.usu.ac.id/jba/article/view/9040>.
- Hintoro,S., & Fritz Wijaya,A. (2021). Analisis Strategi Bersaing Pada Biznet Branch Salatiga Menggunakan Porter's Five Forces. *Jemsi: Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 2(6), 729-738. <https://doi.org/10.31933/jemsi.v2i6.613>.
- Indarti, D., Ety, D., & Susanti, D. (2021). Analisis Porter Five Force Dalam Upaya Meningkatkan Strategi Bersaing. *Jurnal Revolusi Indonesia*, 1(6).
- Indrayani, Rina. (2023). Analisis Model Bisnis Online di Kota Bandung Menggunakan Porter Five's Forces. *Prosiding FRIMA*. (6), 697-702. <https://prosidingfrima.digitechuniversity.ac.id/index.php/prosidingfrima/article/download/502/475/>
- Mulyana, Asep Endri., Gumilar, A., & Hadiani, Dian. (2022). Analisis Toserba Yola Rancah dengan Menggunakan Model Porter's Five Forces. *Jurnal Adbis*, 7(1), 18-25.
- Prasasti, A. K. (2020). Analisis Keunggulan Bersaing Berdasarkan Metode Five Forces Porter Pada Hotel Pelangi Malang. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 8(1), 1-11.
- Refiasari, Dinora., Tristiyanto., & Hijriani, Astria. (2019). Analisis Lims Kekuatan Porter pada Marketplace Pakan Ternak dan Produk Hasil Ternak (Studi Kasus: Epakan). *Jurnal fmipa Unila*, 5, 1-9. <https://jurnal.fmipa.unila.ac.id/snsmap/article/view/2456>.
- Saputra, Yayan., Rosihan, R. I., Spalanzani, Widya., Kumalasari, Ratih., dan Riyanti, Hany. (2022). Analisis Perilaku Konsumen dalam Memutuskan Minimarket Sebagai Tempat Berbelanja". *Jurnal Rekavasi*, 10(1), 45-55.
- Shenda Aprilia, C. (2022). Analisis Porter's five forces pada PT Multidaya Lokasakti Mandiri. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 6(1), 4565-6571.
- Suhono, E. F., & Fibriani, C. (2023). Perencanaan Strategis Sistem Informasi Menggunakan Metode Porter's Five Forces (Studi Kasus: CV. Bio Chitosan Indonesia). *Jutisi: Jurnal Ilmiah Teknik Informatika dan Sistem Informasi*, 12(2).
- Tohari, N. (2023). Analisis Persaingan UMKM Coffe Shop Kabupaten Jember dengan Analisis Five Poerters Pasca Pandemi Covid-19. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 3(4), 4530-4546. <https://doi.org/10.31004/innovative.v3i4.4074>
- Utami, N. S. (2018). Analisa kinerja sektor ritel Indonesia. *Ecopreneur*, 1(1), 43-48.
- Wengkau, R., Chalil, C., % Maskuri, M. (2015). Strategi Bersaing Rumah Makan Heni Putri Kaili. *Jurnal Ilmu Manajemen Universitas Tadulako (JIMUT)*, 1(2), 109-126. <https://www.jimutuntad.com/index.php/jimut/article/view/14/14>.
- Yolanda, Grace. (2019). "Analisis Strategi Bersaing UD. Duta Keramik di Jember". *Agora*, 7(1).
- Yosef, A., Firmani, N., Cicilia, V., & Defitra, F. (2023). Perbandingan strategi Competitive Analysis antara PT Gudang Garam dan HM Sampoerna Menggunakan Metode Analisis Porter's Five Forces. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Kewirausahaan (JUMANAGE)*, 2(2), 217-228.
- Yosephine, G., Melodya, J., Zagita, C., & Wicaksono, S. R. (2022). Perbandingan Strategi Competitive Analysis antara Indomaret dan Alfamart Menggunakan Metode Analisis Porter's Five Forces. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Kewirausahaan (JUMANAGE)*, 1(2), 77-85.
- Data.tasikmalaya.go.id. (2021). "Data Minimarket Toko Modern Kecamatan Tawang Tahun 2021". <https://data.tasikmalayakota.go.id/kecamatan-tawang/data-minimarket-toko-modern-kecamatan-tawang-tahun-2021/#metadaf50f-3a3e>.
- Data.tasikmalaya.go.id. (2018). "Data Minimarket Toko Modern Kecamatan Tawang Tahun 2018". <https://data.tasikmalayakota.go.id/kecamatan-tawang/data-toko-modern-dan-minimarket-di-kecamatan-tawang-tahun-2018/>.