

Meningkatkan Kinerja UKM Melalui Pendekatan Lima Kekuatan Porter

(Enhancing SME Performance through Porter's Five Forces Approach)

Dina Lusianti^{*}, Mutamimah Mutamimah², Mustika Widowati³, Lela Zumala Rofiqoh⁴,
Mohammad Sapta Heriyawan⁵

Universitas Muria Kudus, Kudus, Indonesia¹

Universitas Islam Sultan Agung, Semarang, Indonesia^{2,4}

Politeknik Negeri Semarang, Semarang, Indonesia³

Politeknik Ilmu Pelayaran Semarang, Semarang, Indonesia⁵

dina.lusianti@umk.ac.id^{1*}, mutamimah@unissula.ac.id², mustika.widowati@polines.ac.id³,

lelazumalarofiqoh@unissula.ac.id⁴, hmsapta@pip-semarang.ac.id⁵



Riwayat Artikel

Diterima pada 03 Mei 2026

Revisi 1 pada 04 Mei 2026

Revisi 2 pada 09 Mei 2026

Revisi 3 pada 19 Mei 2026

Disetujui pada 21 Mei 2026

Abstract

Purpose: This community service program aims to enhance SMEs' understanding and practical capacity in identifying, analyzing, and strengthening their strategic market positioning through Porter's Five Forces framework. It enables business owners to assess competitive pressures from industry rivalry, new entrants, substitute products, and buyer bargaining power in developing sustainable business strategies.

Methodology: The program was conducted through training, mentoring, and interactive discussions involving SME participants. The approach began with stakeholder mapping, followed by classification of business actors into competitors and partners, and finally the application of Porter's Five Forces analysis

Results: The results indicate that Small and Medium-Sized Enterprises (SMEs) were able to identify key stakeholders, distinguish between competitors and strategic partners, and understand their competitive position in the market. Participants showed improved strategic awareness in managing competition and collaboration.

Conclusions: Porter's Five Forces offers a practical, structured, and effective strategic framework that enables Small and Medium-Sized Enterprises (SMEs) to assess competitive dynamics, evaluate external market pressures, identify strategic opportunities and threats, and make more informed business decisions, ultimately improving overall business performance.

Limitations: The program was limited to a small number of participants and short implementation duration.

Contributions: This community service activity contributes to the development of Small and Medium-Sized Enterprises (SMEs) by systematically understand competitive market forces, improve strategic decision-making, strengthen market positioning, and enhance overall business performance to support sustainable business growth in an increasingly competitive environment.

Keywords: *Community Service, Competitive Strategy, Porter Five Forces, SME Performance, Stakeholder Mapping*

How to Cite: Lusianti, D., Mutamimah, M., Widowati, M., Rofiqoh, L. Z., Heriyawan, M. S. (2026). Meningkatkan Kinerja UKM Melalui Pendekatan Lima Kekuatan Porter. *Yumary: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(4) 173-184.

1. Pendahuluan

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan pilar penting dalam pembangunan ekonomi daerah karena memiliki peran yang besar dalam menciptakan lapangan kerja, meningkatkan kesejahteraan masyarakat, serta memperkuat struktur ekonomi lokal. UMKM juga menjadi sektor strategis yang terus didorong melalui berbagai program pembinaan, pelatihan, pendampingan, dan fasilitasi usaha di Provinsi Jawa Tengah. Hal ini tercermin dari peningkatan jumlah UMKM binaan yang terus bertambah dari 180.579 unit pada 2022, menjadi 187.746 unit pada 2023, meningkat menjadi 193.200 unit pada 2024, dan mencapai 197.539 unit pada 2025. Peningkatan ini menunjukkan bahwa secara kuantitatif ekosistem pengembangan UMKM di Jawa Tengah berkembang secara positif melalui dukungan kelembagaan yang semakin luas.

Pertumbuhan jumlah UMKM tersebut tidak selalu diikuti oleh peningkatan kinerja usaha yang stabil. Data omzet menunjukkan fluktuasi yang signifikan, yaitu sebesar Rp1.757.738.000 pada 2021, meningkat menjadi Rp2.028.622.583 pada 2022, melonjak tajam menjadi Rp5.001.280.140 pada 2023, tetapi kemudian turun drastis menjadi Rp976.343.000 pada 2024, sebelum kembali meningkat menjadi Rp3.523.648.640 pada 2025. Fluktuasi ini menunjukkan bahwa peningkatan jumlah UMKM binaan belum sepenuhnya sejalan dengan keberlanjutan performa bisnis. Dengan kata lain, semakin banyak UMKM yang dibina, tetapi tidak seluruhnya memiliki daya tahan dan daya saing yang konsisten dalam menghadapi dinamika pasar (Novalia et al., 2024). Kondisi tersebut mencerminkan adanya paradoks bisnis, yaitu pertumbuhan kuantitas UMKM tidak otomatis menghasilkan peningkatan kualitas kinerja usaha. Fenomena ini menandakan bahwa tantangan utama UMKM tidak hanya terletak pada jumlah pelaku usaha, tetapi pada kemampuan mereka dalam memahami lingkungan bisnis secara strategis, mengelola hubungan dengan aktor-aktor penting, serta merespons tekanan persaingan industry (Afrijal et al., 2025).

Data kebutuhan pembinaan UMKM Jawa Tengah semakin memperjelas kondisi tersebut. Bidang yang paling banyak dibutuhkan adalah pemasaran, diikuti oleh manajemen keuangan dan manajemen usaha. Tingginya kebutuhan pada aspek pemasaran menunjukkan bahwa banyak UMKM masih kesulitan dalam memahami pasar, menarik pelanggan, membangun branding, dan mempertahankan posisi bersaing (Lusianti, Fahira, & Asri, 2026). Meningkatnya kebutuhan pada manajemen keuangan menunjukkan masih lemahnya kemampuan pelaku UMKM dalam mengelola arus kas, efisiensi modal, dan stabilitas keuangan usaha (Rafii, Himayani, Iyos, & Utama, 2025). Dominasi kebutuhan pada tiga aspek tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar UMKM masih berfokus pada persoalan operasional dasar, bukan pada strategi bisnis jangka panjang. Merujuk pada fenomena yang terjadi, Penguatan performa UMKM di Jawa Tengah tidak lagi cukup hanya melalui pembinaan kuantitatif, tetapi membutuhkan integrasi pemetaan stakeholder dan analisis *Porter's Five Forces* agar UMKM mampu meningkatkan daya saing, stabilitas kinerja, dan keberlanjutan usaha (Anas, Herniwanti, & Ningrum, 2025; Mugo, 2020).

Keberlanjutan usaha dapat dipahami secara lebih mendalam melalui kerangka Lima Kekuatan Porter (*Porter's Five Forces*), yang menekankan pentingnya analisis terhadap tekanan persaingan eksternal sebagai dasar dalam membangun posisi strategis perusahaan di dalam struktur industry (Omsa, Abdullah, & Jamali, 2017; Safitri, Nurlistiani, & Kurniawan, 2025). Kerangka ini berfokus pada lima dimensi utama, yaitu rivalitas antar pelaku industri, kekuatan tawar pemasok, kekuatan tawar pembeli, ancaman produk atau jasa substitusi, serta hambatan atau ancaman masuknya pendatang baru ke pasar. Melalui pemahaman terhadap kelima kekuatan tersebut, perusahaan, termasuk UMKM, dapat mengidentifikasi tingkat tekanan kompetitif yang memengaruhi keberlangsungan usaha serta merumuskan strategi yang lebih tepat untuk mempertahankan dan meningkatkan daya saingnya di tengah dinamika pasar yang terus berubah (Yozcu & Adams, 2026). Keberlanjutan usaha tidak hanya bergantung pada kemampuan internal perusahaan, tetapi juga pada sejauh mana pelaku usaha mampu membaca, mengantisipasi, dan merespons kekuatan eksternal yang membentuk lingkungan persaingan bisnis (Kgakatsi, Galeboe, Molelekwa, & Thango, 2024).

Sebagai alat analisis strategis yang komprehensif, Lima Kekuatan Porter memberikan pendekatan sistematis bagi UMKM untuk memahami lanskap persaingan secara lebih luas dan terstruktur (Juliana

[& Nyoman, 2019](#)). Kerangka ini memungkinkan pelaku UMKM mengevaluasi secara mendalam ancaman dari pendatang baru yang berpotensi merebut pangsa pasar, risiko dari hadirnya produk substitusi yang dapat mengurangi permintaan, posisi tawar pemasok dalam menentukan biaya input, kekuatan pelanggan dalam memengaruhi harga dan kualitas, serta tingkat intensitas persaingan di antara pelaku usaha sejenis. Dengan memahami faktor-faktor tersebut, UMKM dapat menyusun strategi bisnis yang lebih adaptif, kompetitif, dan berorientasi jangka panjang, seperti diferensiasi produk, efisiensi operasional, inovasi layanan, penguatan hubungan dengan pelanggan, hingga pengembangan keunggulan bersaing yang berkelanjutan ([Vedy, Vedy, & Rahayu, 2025](#)).

Dalam praktiknya masih banyak UMKM yang belum memiliki kesadaran strategis maupun kapasitas manajerial yang memadai untuk menerapkan kerangka Lima Kekuatan Porter secara sistematis dalam pengelolaan usaha mereka ([Syathiri dkk, 2026](#)). Sebagian besar pelaku UMKM cenderung berfokus pada aktivitas operasional harian dan pencapaian jangka pendek tanpa melakukan analisis mendalam terhadap lingkungan persaingan eksternal yang sebenarnya sangat menentukan keberlangsungan usaha mereka ([Ayuningtias dkk, 2025](#)). Keterbatasan pemahaman ini menyebabkan banyak UMKM kehilangan peluang strategis untuk mengantisipasi ancaman pasar, memperkuat posisi bersaing, memanfaatkan peluang pertumbuhan, serta meningkatkan ketahanan usaha dalam menghadapi perubahan lingkungan bisnis. Peningkatan literasi strategis melalui pendampingan, pelatihan, dan program pengabdian kepada masyarakat menjadi sangat penting agar UMKM mampu mengadopsi kerangka analisis yang lebih terstruktur, sehingga tidak hanya bertahan, tetapi juga berkembang secara berkelanjutan dalam ekosistem bisnis yang semakin kompetitif.

Berdasarkan kondisi yang terjadi, program pengabdian kepada masyarakat ini dirancang melalui pendekatan yang terstruktur dan progresif, dimulai dari memetakan aktor-aktor bisnis yang relevan, dilanjutkan dengan klasifikasi aktor ke dalam kategori pesaing dan mitra melalui perspektif kooperatif, serta diakhiri dengan penerapan Lima Kekuatan Porter untuk menganalisis lingkungan persaingan secara komprehensif. Integrasi ketiga pendekatan ini diharapkan mampu meningkatkan kesadaran strategis UKM, memperkuat manajemen pengetahuan, mendorong orientasi pasar, dan pada akhirnya meningkatkan kinerja serta daya saing UMKM secara berkelanjutan dalam lingkungan bisnis yang semakin dinamis dan kompetitif ([Chandio & Rizwan, 2021](#); [Dewi, Huseini, & Atmoko, 2025](#)).

2. Metodologi

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini menggunakan pendekatan deskriptif partisipatif yang dipadukan dengan metode pelatihan, workshop, dan pendampingan strategis secara terintegrasi guna meningkatkan kapasitas strategis pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah. Pendekatan deskriptif partisipatif dipilih karena sejalan dengan tujuan utama program, yaitu tidak hanya menggambarkan kondisi aktual UMKM peserta, tetapi juga melibatkan mereka secara aktif dalam setiap tahapan kegiatan sebagai subjek utama proses pembelajaran, penguatan kapasitas, dan transformasi strategi usaha ([Ong, Ismail, & Yeap, 2018](#)). Melalui pendekatan ini, peserta tidak hanya menerima materi secara teoritis, tetapi juga berpartisipasi langsung dalam proses identifikasi masalah usaha, analisis lingkungan persaingan, pemetaan posisi bisnis, serta penyusunan strategi pengembangan usaha yang lebih adaptif dan berkelanjutan. Kombinasi antara pelatihan, workshop, dan pendampingan strategis dirancang untuk memastikan bahwa intervensi edukatif yang diberikan bersifat terstruktur, aplikatif, terukur, dan relevan dengan kebutuhan riil UMKM di lapangan.

Program pengabdian ini dilaksanakan pada UMKM binaan di wilayah Jawa Tengah dengan fokus pada penguatan pemahaman strategis berbasis *Porter's Five Forces* dalam rangka meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha. Seluruh rangkaian kegiatan dilakukan secara tatap muka agar interaksi antara tim pengabdian dan peserta dapat berlangsung lebih intensif, partisipatif, dan kontekstual sesuai karakteristik usaha masing-masing peserta. Pelaksanaan program mencakup sesi pelatihan terstruktur untuk memberikan pemahaman konseptual mengenai analisis persaingan usaha, diskusi kelompok untuk menggali tantangan dan peluang bisnis yang dihadapi peserta, simulasi pemetaan bisnis untuk membantu UMKM mengidentifikasi posisi strategis mereka dalam industri, serta evaluasi sebelum dan sesudah program guna mengukur perubahan tingkat pemahaman dan kesiapan strategis peserta secara

objektif. Pendekatan tatap muka ini juga memungkinkan adanya proses konsultasi langsung, umpan balik berkelanjutan, dan penyesuaian strategi berdasarkan kondisi spesifik masing-masing UMKM.

Program dilaksanakan selama enam bulan, yaitu sejak Oktober 2025 hingga April 2026, sehingga memberikan waktu yang cukup untuk proses edukasi, implementasi, monitoring, dan evaluasi secara berkelanjutan. Sebanyak 20 UMKM terpilih menjadi peserta dalam program ini berdasarkan pertimbangan kebutuhan pengembangan usaha, potensi pertumbuhan, serta kesiapan mengikuti seluruh rangkaian kegiatan. Dari keseluruhan peserta, UMKM Keripik Pisang Barokah ditetapkan sebagai *pilot project* atau model utama pendampingan intensif yang dijadikan contoh implementasi strategi secara lebih mendalam. Penetapan *pilot project* ini bertujuan untuk menghasilkan model praktik terbaik (*best practice*) yang dapat menjadi referensi pembelajaran bagi UMKM peserta lainnya, khususnya dalam menerapkan hasil analisis strategis ke dalam perbaikan produk, pemasaran, branding, dan penguatan posisi pasar. Dengan durasi pelaksanaan yang memadai dan metode intervensi yang komprehensif, program ini diharapkan mampu menghasilkan perubahan nyata pada peningkatan kapasitas strategis, penguatan daya saing, serta keberlanjutan usaha UMKM peserta secara lebih luas.

Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) bagi UMKM binaan Dinas Provinsi Jawa Tengah ini dilakukan dengan mengidentifikasi usaha berdasarkan perspektif Porter untuk meningkatkan kinerja usaha dilakukan melalui pendekatan pelatihan dan pendampingan yang aplikatif. Kegiatan diawali dengan observasi awal (*need assessment*) untuk mengetahui kondisi usaha, permasalahan utama, serta posisi UMKM dalam persaingan pasar. Pada tahap ini, tim pengabdian melakukan survei, wawancara, dan observasi langsung guna memetakan kebutuhan peserta. Pelaku UMKM diberikan pelatihan mengenai perspektif Porter yang disederhanakan, seperti mengenali pesaing, memahami kebutuhan pelanggan, menilai kekuatan pemasok, serta mengidentifikasi ancaman produk pengganti. Materi disampaikan secara praktis melalui workshop, diskusi, dan studi kasus agar mudah dipahami dan relevan dengan kondisi usaha peserta.

Tahap berikutnya adalah pendampingan identifikasi usaha, di mana UMKM dibimbing untuk menganalisis usahanya masing-masing menggunakan alat sederhana seperti Porter UMKM Canvas. Melalui proses ini, peserta dapat memahami posisi usahanya, menemukan keunggulan kompetitif, serta menentukan strategi yang tepat, baik melalui efisiensi biaya, diferensiasi produk, maupun fokus pasar. Hasil identifikasi kemudian diterapkan dalam bentuk implementasi strategi, seperti perbaikan produk, penguatan branding, pemasaran digital, atau peningkatan layanan. Tim pengabdian mendampingi proses ini agar perubahan dapat berjalan efektif. Tahap akhir adalah monitoring dan evaluasi untuk mengukur perubahan kinerja usaha, baik dari peningkatan omzet, jumlah pelanggan, maupun kemampuan manajerial pelaku UMKM. Dengan metode ini, pengabdian tidak hanya memberikan pemahaman teoritis, tetapi juga menghasilkan perubahan nyata melalui peningkatan daya saing dan kinerja UMKM secara berkelanjutan.

Keberhasilan program pengabdian kepada masyarakat ini diukur secara komprehensif melalui evaluasi terhadap efektivitas peningkatan pemahaman strategis peserta, khususnya dalam memahami, menganalisis, dan menerapkan perspektif *Porter's Five Forces* dalam pengembangan usaha. Pengukuran tersebut dilakukan dengan membandingkan tingkat pemahaman peserta sebelum dan sesudah pelaksanaan intervensi melalui pre-test dan post-test, sehingga perubahan kapasitas pengetahuan dapat diidentifikasi secara lebih terukur. Peningkatan ini dihitung berdasarkan selisih skor sebelum dan sesudah program, yang kemudian dianalisis menggunakan rumus persentase peningkatan untuk memastikan bahwa proses evaluasi dilakukan secara objektif, sistematis, dan dapat direplikasi pada program pengabdian serupa di masa mendatang. Penggunaan pendekatan kuantitatif sederhana ini sangat relevan dalam konteks pengabdian kepada masyarakat karena mampu memberikan bukti empiris yang jelas mengenai keberhasilan program dalam meningkatkan kapasitas peserta, sekaligus menjadi dasar evaluasi terhadap efektivitas metode pendampingan yang diterapkan. Adapun rumus persentase peningkatan sebagai berikut:

$$\text{Improvement Rate} = (\text{Post-Test Score} - \text{Pre-Test Score}) / \text{Pre-Test Score} \times 100 \quad (1)$$



Gambar 1. Alur pendampingan peningkatan kinerja UMKM berbasis model lima kekuatan persaingan

Dapat dilihat pada Gambar 1 alur pendampingan peningkatan kinerja UMKM berbasis model lima kekuatan persaingan dimana program pengabdian pendampingan UMKM berbasis perspektif Porter tidak hanya diukur dari peningkatan pengetahuan teoritis peserta, tetapi juga dari perubahan yang lebih luas pada aspek strategi usaha dan kinerja bisnis secara nyata. Evaluasi dilakukan dengan membandingkan kondisi UMKM peserta sebelum dan sesudah program melalui berbagai indikator

yang mencerminkan transformasi strategis, seperti meningkatnya pemahaman pelaku usaha terhadap intensitas persaingan industri, perilaku pelanggan, kekuatan pemasok, ancaman produk substitusi, serta peluang dan tantangan pasar yang dihadapi. Keberhasilan juga ditunjukkan melalui kemampuan peserta dalam menyusun strategi usaha yang lebih terarah, terstruktur, dan sesuai dengan kondisi persaingan bisnis yang sebenarnya. Implementasi nyata dari hasil pendampingan, seperti perbaikan kualitas produk, inovasi layanan, penguatan identitas merek (*branding*), optimalisasi pemasaran digital maupun konvensional, serta peningkatan efisiensi operasional menjadi indikator penting bahwa program tidak berhenti pada peningkatan wawasan semata, tetapi juga menghasilkan perubahan praktis dalam pengelolaan usaha.

Pada tahap yang lebih lanjut, keberhasilan utama program tercermin pada peningkatan kinerja usaha peserta, seperti kenaikan omzet penjualan, bertambahnya jumlah pelanggan, meningkatnya loyalitas konsumen, meluasnya jangkauan pasar, terciptanya peluang kemitraan baru, serta meningkatnya daya saing UMKM dalam menghadapi tekanan pasar. Program ini dinilai berhasil apabila mampu mendorong pelaku UMKM untuk tidak hanya memahami lingkungan bisnis secara lebih strategis, tetapi juga mampu mengambil keputusan yang lebih tepat, adaptif, dan berorientasi jangka panjang. Dengan demikian, pengabdian ini berkontribusi dalam membentuk UMKM yang lebih kompetitif, inovatif, tangguh, dan berkelanjutan, sehingga mampu bertahan dan berkembang di tengah dinamika persaingan bisnis yang semakin kompleks.

3. Hasil dan Pembahasan

UMKM dapat didefinisikan sebagai sekelompok usaha yang menawarkan produk atau jasa yang merupakan substitusi dekat satu sama lain. Substitusi dekat adalah produk atau jasa yang memenuhi kebutuhan dasar konsumen yang sama. Penting untuk menganalisis kekuatan-kekuatan persaingan dalam lingkungan suatu industri guna mengidentifikasi peluang dan ancaman yang dihadapi Perusahaan ([Martinez-Contreras, Hernandez-Mora, Vargas-Leguizamon, & Borja-Barrera, 2022](#)). Kekuatan persaingan yang beroperasi dalam suatu industri tidak pernah sama antara satu industri dengan industri lainnya. Alat yang paling kuat dan paling luas digunakan untuk mendiagnosis secara sistematis kekuatan-kekuatan persaingan utama dalam suatu pasar serta menilai kekuatan dan pentingnya masing-masing adalah model lima kekuatan persaingan.

Model *Porter's Five Forces* (P5F) yang dikemukakan oleh Porter menyatakan bahwa profitabilitas industri dibentuk oleh lima kekuatan eksternal yakni ancaman pendatang baru, daya tawar pembeli, daya tawar pemasok, ancaman produk atau layanan pengganti, dan persaingan di antara pesaing yang ada ([Baxter, 2019](#)). Konseptualisasi ini tetap menjadi titik acuan mendasar yang dikutip di berbagai ([Akçagün, Ceviz, & Yılmaz, 2023](#)). Beberapa ulasan dan studi regional secara eksplisit mengutip kerangka kerja Porter sebagai dasar untuk analisis suatu usaha, dengan mengakui bahwa model tersebut paling mudah dipahami sebagai alat untuk menilai struktur usaha terlenih uaha mikro, kecil dan menengah ([Burra & Ushadevi, 2022](#)). Dalam kerangka UMKM, lembar kerja Porter digunakan untuk menjelaskan dinamika persaingan dan untuk membenarkan pertimbangan strategis seperti diferensiasi, penentuan posisi biaya, dan keputusan masuk pasar dalam lingkungan sumber daya yang terbatas ([Margahana, 2020](#)).

UMKM dapat menggunakan P5F untuk memetakan tekanan eksternal dan mengidentifikasi respons strategis. UMKM mencatat relevansi kelima kekuatan tersebut untuk memahami persaingan, masuk pasar, dan hubungan pemasok/pembeli ke dalam strategi yang dapat ditindaklanjuti ([Christianto & Setiawan, 2024](#)). Dalam pemasaran dan transformasi digital UMKM, P5F dapat dikombinasikan dengan analisis internal (VRIO, BMC, SWOT) untuk mengembangkan strategi praktis yang menyelaraskan tekanan eksternal dengan kemampuan internal, yang menggambarkan pendekatan terintegrasi untuk pengembangan strategi UMKM di bawah lensa Porter ([Indriyani, 2023](#)). Penggunaan P5F bersamaan dengan kerangka kerja lain (PESTEL, RBV, Business Model Canvas) dapat digunakan untuk mengatasi dinamika lingkungan makro dan kendala sumber daya yang dihadapi oleh UMKM, sehingga meningkatkan pemindaian eksternal dengan analisis dinamis atau multidimensi. Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini telah dilaksanakan secara sistematis dan sesuai dengan metodologi yang telah direncanakan. Tahap awal dimulai dengan observasi dan *need assessment* melalui survei,

wawancara, serta identifikasi kondisi usaha untuk memahami permasalahan utama yang dihadapi UMKM sasaran. Kegiatan ini berhasil memberikan gambaran awal mengenai posisi usaha, tantangan persaingan, serta kebutuhan pengembangan yang relevan sebagaimana Tabel 1.

Tabel 1. Hasil observasi dan need assessment UMKM

No	Aspek Observasi	Kondisi Awal UMKM	Permasalahan Utama	Kebutuhan Pendampingan
1	Profil Usaha	Usaha keripik pisang rumahan, beroperasi 3 tahun, penjualan lokal	Skala usaha masih kecil, pasar terbatas	Pengembangan pasar dan strategi pertumbuhan
2	Produk	Hanya 1 varian rasa, kemasan sederhana	Produk kurang kompetitif dan mudah ditiru	Inovasi produk dan redesign kemasan
3	Pemasaran	Penjualan melalui warung sekitar dan titip jual	Promosi terbatas, belum memanfaatkan digital marketing	Pelatihan pemasaran digital dan branding
4	Persaingan	Banyak pesaing dengan produk serupa	Tidak memiliki diferensiasi usaha yang kuat	Analisis pesaing dan strategi diferensiasi
5	Pelanggan	Pelanggan dominan warga sekitar	Loyalitas pelanggan rendah, pasar belum meluas	Strategi customer engagement dan segmentasi pasar
6	Supplier	Bergantung pada satu pemasok bahan baku	Harga bahan baku tidak stabil	Diversifikasi pemasok dan efisiensi biaya
7	Manajemen Usaha	Pencatatan keuangan sederhana/manual	Sulit mengukur laba-rugi secara akurat	Pelatihan manajemen keuangan sederhana
8	Kinerja Usaha	Omzet rata-rata Rp3.000.000/bulan	Penjualan stagnan	Strategi peningkatan omzet dan daya saing

Program dilanjutkan dengan pelatihan perspektif Porter yang disampaikan melalui *workshop*, diskusi interaktif, dan studi kasus sederhana agar peserta mampu memahami lingkungan usahanya, termasuk aspek pesaing, pelanggan, *supplier*, ancaman pendatang baru, dan produk pengganti. Tahap ini berjalan sesuai rencana dengan keterlibatan aktif peserta dalam memahami strategi daya saing usaha. Adapun dokumentasi nampak pada Gambar 2.



Gambar 2. Pemberian materi mengenai model porter

Pada tahap pendampingan identifikasi, peserta dibimbing menggunakan Porter UMKM Canvas untuk menganalisis kondisi usaha masing-masing dan menentukan posisi kompetitifnya. Kegiatan ini memungkinkan pelaku UMKM menyusun strategi yang lebih terarah berdasarkan hasil identifikasi internal dan eksternal usaha. Setelah itu, strategi yang telah disusun diimplementasikan melalui berbagai perbaikan, seperti inovasi produk, penguatan branding, penyesuaian harga, serta perluasan pemasaran digital. Tahap akhir berupa monitoring dan evaluasi juga terlaksana sesuai metode, melalui pendampingan berkala untuk menilai perkembangan usaha, mengukur perubahan kinerja, serta

melakukan refleksi terhadap strategi yang diterapkan. Berdasarkan seluruh tahapan tersebut, dapat disimpulkan bahwa program pengabdian telah berjalan sesuai alur metodologi mulai dari observasi, pelatihan, pendampingan, implementasi, hingga evaluasi. Keterlaksanaan setiap tahap menunjukkan bahwa kegiatan tidak hanya terlaksana secara administratif, tetapi juga berhasil mendukung UMKM dalam meningkatkan pemahaman strategis, memperkuat daya saing, dan mendorong peningkatan kinerja usaha secara lebih terencana.

Hasil kegiatan pengabdian menunjukkan bahwa penerapan *Porter's Five Forces Framework* pada Tabel 2 secara sistematis mampu meningkatkan pemahaman strategis pelaku UMKM dalam mengidentifikasi lingkungan bisnis internal maupun eksternal. Analisis dilakukan melalui perbandingan skor *pre-test* dan *post-test* terhadap empat indikator utama, yaitu pemahaman mengenai stakeholder, kemampuan identifikasi pesaing dan mitra, pemahaman tekanan persaingan industri, serta kesiapan strategi bisnis. Secara umum, seluruh indikator menunjukkan peningkatan setelah pelatihan dan pendampingan. Temuan ini menunjukkan bahwa pelatihan berbasis teori strategis mampu meningkatkan kapasitas kognitif pelaku UMKM dalam memahami posisi bisnis mereka secara lebih komprehensif. Keberhasilan organisasi sangat dipengaruhi oleh kemampuan memahami dan mengelola aktor-aktor yang berkepentingan.

Tabel 2. Peningkatan pemahaman strategis UKM sebelum dan setelah program pengabdian masyarakat

Indikator	Pre-Test (%)	Post-Test (%)	Improvement (%)
Stakeholder Identification	45	82	37
Competitor and Partner Classification	40	79	39
Porter's Five Forces Understanding	32	76	44
Strategic Business Awareness	48	85	37

Tabel 2 menunjukkan bahwa peningkatan terbesar terjadi pada pemahaman *Porter's Five Forces* sebesar 44%, yang mengindikasikan bahwa sebelum pelatihan sebagian besar peserta belum memiliki kerangka analitis yang memadai untuk mengevaluasi ancaman kompetitif secara sistematis. Setelah diberikan pelatihan, peserta mulai mampu memahami bahwa persaingan bisnis tidak hanya berasal dari rival langsung, tetapi juga dari kekuatan tawar pemasok, pelanggan, produk substitusi, dan ancaman pendatang baru. Hasil ini menegaskan bahwa profitabilitas perusahaan sangat dipengaruhi oleh struktur industri dan kekuatan persaingan yang lebih luas.

Peningkatan sebesar 39% pada klasifikasi pesaing dan mitra menunjukkan perubahan paradigma penting dari pola pikir kompetitif tradisional menuju pendekatan *coopetition*. Sebelum kegiatan, mayoritas peserta hanya menganggap pelaku usaha sejenis sebagai ancaman, namun setelah pelatihan mereka mulai memahami bahwa pesaing tertentu dapat berfungsi sebagai mitra strategis dalam promosi, distribusi, maupun efisiensi bahan baku. Temuan ini memperkuat daya tahan UMKM dalam menghadapi tekanan ekonomi. Dengan demikian, pengabdian ini tidak hanya meningkatkan wawasan teoritis tetapi juga memperluas orientasi strategis peserta menuju kolaborasi berbasis nilai tambah. Selain peningkatan pada aspek kompetitif, pemahaman *stakeholder* meningkat sebesar 37%, menunjukkan bahwa peserta mulai memahami pentingnya pemetaan stakeholder internal dan eksternal secara lebih luas. Peserta mampu mengidentifikasi pelanggan, pemasok, pemerintah, komunitas lokal, serta *platform* digital sebagai bagian dari ekosistem bisnis yang memengaruhi performa usaha. Adapun Tabel 3 menjelaskan hasil pendampingan selama enam bulan dari aspek pemahaman usaha, strategi bisnis, produk dan layanan, pemasaran, penjualan, dan daya saing yang terwujud dalam peningkatan kinerja UMKM.

Kinerja UMKM merupakan hal yang esensial untuk mengukur keberhasilan perusahaan dalam mencapai tujuannya ([Akbar, Hussain, Shahzad, Mohelska, & Hassan, 2022](#)). Kinerja menjadi pertimbangan utama dalam pengambilan keputusan investasi ([Endri dkk, 2020](#)). Baik faktor keuangan maupun non-keuangan memengaruhi kinerja perusahaan. Perusahaan menggunakan berbagai indikator kinerja, termasuk penjualan, pengembalian pasar, pertumbuhan investasi, dan *Return On Investment* (ROI), untuk mengevaluasi kinerja keuangannya. Kinerja non-keuangan dapat dinilai melalui inovasi

teknologi, kepuasan pelanggan dan karyawan, nilai produk yang dirasakan, serta pengurangan waktu produksi. Persaingan yang semakin ketat dan kemajuan teknologi mendorong perusahaan untuk menjadi lebih kreatif dan inovatif dengan mencari peluang-peluang baru guna mencapai bisnis yang sukses dan berkelanjutan ([Hailuddin et al., 2022](#)). Kekuatan pembeli yang kuat, ancaman substitusi yang tinggi, dan persaingan yang ketat dapat mengikis margin UMKM, sementara hambatan masuk, kekuatan pemasok, dan keberadaan substitusi bervariasi dapat memengaruhi kinerja UMKM ([Rabi & Paul, 2022](#)). UMKM harus memposisikan diri secara kompetitif (kepemimpinan biaya, diferensiasi, atau fokus) dan mengantisipasi dinamika yang memengaruhi harga, inovasi, dan pangsa pasar dalam suatu industri ([Adebisi & Bakare, 2019](#)).

Keberhasilan UMKM sebagai hasil dari sinergi antara struktur industri dan regional eksternal, kehadiran dan efisiensi industri terkait dan pendukung (klaster), dan strategi internal yang memungkinkan terjadinya inovasi secara mikro, penyebaran sumber daya yang efektif, dan adaptasi di bawah tekanan industri. Ketika elemen-elemen ini selaras, maka akan terwujud ekosistem klaster yang kuat, kondisi permintaan yang canggih, kondisi faktor yang menguntungkan, dan UMKM yang memiliki kemampuan strategis ([Nasser, 2022](#)). Hasil program pengabdian kepada UMKM berbasis perspektif Porter dapat ditunjukkan secara nyata melalui perubahan kuantitatif pada kinerja usaha. Contoh nyata pada UMKM “Keripik Pisang Barokah”, sebelum pendampingan usaha hanya memiliki satu varian produk dengan penjualan rata-rata 150 pcs per bulan dan omzet sekitar Rp3.000.000. Pelanggan tetap yang dimiliki hanya sekitar 25 orang per bulan, pemasaran masih terbatas pada warung sekitar, serta biaya bahan baku relatif tinggi karena hanya bergantung pada satu pemasok utama. Dalam kondisi tersebut, UMKM menghadapi persaingan tinggi, produk mudah tergantikan, dan daya tawar pelanggan cukup besar karena pilihan produk serupa banyak tersedia.

Melalui program pendampingan, pelaku usaha dibimbing menggunakan perspektif Porter untuk mengidentifikasi posisi usahanya, memahami pesaing, ancaman produk substitusi, kekuatan pelanggan, serta efisiensi rantai pasok. Hasilnya, UMKM menerapkan strategi diferensiasi dengan menambah varian rasa dari satu menjadi lima produk, memperbaiki desain kemasan, memperluas pemasaran melalui WhatsApp Business dan Instagram, serta mencari alternatif pemasok untuk menekan biaya produksi. Dalam waktu tiga bulan, perubahan yang terjadi cukup signifikan. Penjualan meningkat dari 150 pcs menjadi 260 pcs per bulan atau naik sekitar 73 persen. Omzet bulanan bertambah dari Rp3.000.000 menjadi Rp5.400.000 atau meningkat 80 persen. Jumlah pelanggan tetap naik dari 25 menjadi 60 orang per bulan atau bertambah 140 persen. Biaya bahan baku turun sekitar 15 persen karena UMKM tidak lagi bergantung pada satu pemasok. Pada sisi daya saing, produk yang sebelumnya hanya memiliki satu rasa berkembang menjadi lima varian, sehingga lebih mampu bersaing dengan produk sejenis maupun produk substitusi.

Data tersebut menunjukkan bahwa penerapan perspektif Porter dalam pengabdian tidak hanya membantu UMKM memahami struktur persaingan, tetapi juga menghasilkan peningkatan kinerja yang terukur. Keberhasilan program terlihat dari naiknya omzet, bertambahnya pelanggan, meningkatnya penjualan, efisiensi biaya, serta penguatan posisi kompetitif usaha di pasar. UMKM naik kelas secara lebih terarah dan berkelanjutan. Hasil pengabdian ini juga menunjukkan bahwa keterbatasan utama UMKM bukan hanya pada sumber daya finansial, tetapi juga pada keterbatasan literasi strategis. Ketika peserta diberikan kerangka analitis yang terstruktur, mereka mampu memahami lingkungan bisnis secara lebih luas, menyusun strategi yang lebih adaptif, dan meningkatkan kesiapan kompetitifnya. Dengan demikian, pengabdian ini membuktikan bahwa pendekatan edukatif berbasis teori dapat menjadi instrumen efektif dalam meningkatkan performa UMKM, terutama dalam konteks pasar yang semakin kompleks dan dinamis. *Porter's Five Forces* memberikan kontribusi praktis terhadap pengembangan model pemberdayaan UMKM yang lebih holistik, terukur, dan berkelanjutan.

Tabel 3. Hasil pendampingan *Porter's Five Forces*

Perspektif Porter	Kondisi Awal UMKM (Sebelum Program)	Strategi Pendampingan	Hasil (Sesudah Program)
Persaingan Sesama Pesaing	Penjualan rata-rata 150 pcs/bulan, kalah dari pesaing dengan kemasan modern	Redesign kemasan, analisis harga pesaing, promosi digital	Penjualan naik menjadi 260 pcs/bulan (+73%)
Ancaman Pendatang Baru	Produk mudah ditiru, hanya 1 varian rasa	Diferensiasi produk (4 varian rasa baru)	Varian produk bertambah dari 1 menjadi 5 (+400%)
Kekuatan Tawar Pelanggan	Pelanggan tetap hanya 25 orang/bulan	Program loyalitas dan peningkatan layanan	Pelanggan tetap naik menjadi 60 orang/bulan (+140%)
Kekuatan Tawar Pemasok	Hanya 1 pemasok utama, biaya bahan baku Rp8.000/kg	Diversifikasi pemasok	Biaya bahan baku turun menjadi Rp6.800/kg (efisiensi 15%)
Ancaman Produk Pengganti	Konsumen beralih ke snack modern, omzet Rp3.000.000/bulan	Inovasi produk dan branding khas lokal	Omzet naik menjadi Rp5.400.000/bulan (+80%)

4. Kesimpulan

4.1 Kesimpulan

Program pengabdian ini berhasil meningkatkan kapasitas strategis UMKM melalui penerapan *Porter's Five Forces Framework*. Peserta menunjukkan peningkatan pemahaman terhadap *stakeholder*, persaingan industri, dan penyusunan strategi bisnis yang lebih sistematis. Program ini membantu UMKM mengembangkan orientasi strategis yang lebih adaptif serta meningkatkan daya saing usaha dalam menghadapi lingkungan bisnis yang dinamis.

4.2 Limitasi

Kegiatan ini memiliki beberapa keterbatasan. Pertama, peserta hanya berasal dari kelompok UMKM tertentu di Jawa Tengah sehingga hasilnya belum dapat digeneralisasi secara luas. Kedua, evaluasi masih berfokus pada peningkatan kapasitas strategis jangka pendek dan belum mengukur dampak terhadap kinerja bisnis jangka panjang. Ketiga, perbedaan tingkat literasi bisnis dan kesiapan teknologi peserta memengaruhi efektivitas implementasi materi pelatihan.

4.3 Saran dan Studi Lanjutan

Program serupa perlu diperluas pada berbagai sektor dan wilayah UMKM untuk meningkatkan validitas eksternal. Penelitian selanjutnya disarankan menggunakan pendekatan longitudinal guna mengukur dampak jangka panjang terhadap kinerja usaha. Selain itu, integrasi variabel seperti adopsi digital, kompetensi kewirausahaan, literasi keuangan, dan kemampuan inovasi dapat dilakukan untuk memperkaya pemahaman mengenai keberhasilan strategi bisnis UMKM.

Ucapan Terimakasih

Penulis menyampaikan apresiasi dan terima kasih kepada seluruh pelaku UMKM binaan yang telah berpartisipasi aktif dalam kegiatan pengabdian ini. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada institusi pendukung, fasilitator, serta seluruh pihak yang telah memberikan dukungan akademik, teknis, dan operasional selama proses pelaksanaan program. Dukungan tersebut, baik finansial maupun nonfinansial, sangat berkontribusi terhadap keberhasilan kegiatan dalam meningkatkan literasi strategis dan kapasitas bisnis peserta.

Referensi

Adebisi, S. A., & Bakare, N. A. (2019). Survival strategies and sustainability of small and medium enterprises in a volatile environment. *Management Dynamics in the Knowledge Economy*, 7(4), 553-569. doi:<https://doi.org/10.25019/mdke/7.4.07>

- Afrijal, Kuala, S., Nadia, Hanina, R. R., Helmi, & Kamaly, N. (2025). Collaborative governance: Strategies for addressing challenges and opportunities in MSME development. *Indonesian Journal of Public Administration Review*, 3(1), 1-17. doi:<https://doi.org/10.47134/par.v3i1.5039>
- Akbar, A., Hussain, A., Shahzad, A., Mohelska, H., & Hassan, R. (2022). Environmental and technological factor diffusion with innovation and firm performance: Empirical evidence from manufacturing SMEs. *Frontiers in Environmental Science*, 10, 960095. doi:<https://doi.org/10.3389/fenvs.2022.960095>
- Akçagün, E., Ceviz, N., & Yılmaz, A. (2023). Competitive analysis of the Turkish composite industry by using the five forces model: A case study. *Journal of Structural Engineering & Applied Mechanics (Online)*, 6(3), 236–248. doi:<https://doi.org/10.31462/jseam.2023.03236248>
- Anas, S. N., Herniwanti, H., & Ningrum, H. (2025). Penggunaan Metode Flaschcard Interaktif untuk edukasi kesehatan gigi pada anak di MIN-Lingga. *Yumary: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 5(4), 831-841. doi:<https://doi.org/10.35912/yumary.v5i4.3822>
- Ayuningtias, J., Marimin, M., Buono, A., & Suroso, A. I. (2025). An Integrated DEA–porter decision support framework for enhancing supply chain competitiveness in the Muslim fashion industry: Evidence from Indonesia. *Logistics*, 9(3), 129. doi:<https://doi.org/10.3390/logistics9030129>
- Baxter, G. (2019). A strategic analysis of Cargolux airlines international position in the global air cargo supply chain using Porter's five forces model. *Infrastructures*, 4(1), 6. doi:<https://doi.org/10.3390/infrastructures4010006>
- Burra, N. J., & Ushadevi, K. (2022). Porter's five forces analysis of Zanzibar's seaweed industry. *Asian Journal of Agricultural Extension, Economics & Sociology*, 40(11), 185-196. doi:<https://doi.org/10.9734/AJAEES/2022/v40i111700>
- Chandio, K. M., & Rizwan, M. (2021). Strengthening the performance of SMEs through knowledge management, market orientation and competitive environment. *Journal of Management and Research*, 8(1), 50-68. doi:<https://doi.org/10.29145/jmr/81/080103>
- Christianto, S., & Setiawan, T. (2024). The influence of entrepreneurial orientation on social and economic benefits with shared value creation as Moderization in Sumedang MSMEs. *International Journal of Economics, Business and Management Research*, 8(01), 39-47. doi:<https://doi.org/10.51505/ijebmr.2024.8103>
- Dewi, H., Huseini, M., & Atmoko, A. W. (2025). Strategic competitiveness framework for Indonesian TIC companies: Integrating porter's five forces and dynamic capabilities in the global market. *Qubahan Academic Journal*, 5(3), 580-594. doi:<https://doi.org/10.48161/qaj.v5n3a1982>
- Dinas Koperasi dan UMKM. (2026). *Data UMKM Binaan*. PeRSADA. https://satudata.dinkop-umkm.jatengprov.go.id/diakses_pada_8_April_2026
- Endri, E., Sari, A. K., Budiasih, Y., Yuliantini, T., & Kasmir, K. (2020). Determinants of profit growth in food and beverage companies in Indonesia. *The Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 7(12), 739–748. doi:<https://doi.org/10.13106/jafeb.2020.vol7.no12.739>
- Hailuddin, H., Suryatni, M., Yuliadi, I., Canon, S., Syaparuddin, S., & Endri, E. (2022). Beach area development strategy as the prime tourism area in Indonesia. *Journal of Environmental Management & Tourism*, 13(2), 414-426. doi:[https://doi.org/10.14505/jemt.v13.2\(58\).11](https://doi.org/10.14505/jemt.v13.2(58).11)
- Indriyani, M. R. (2023). Business coaching to develop hi kuliner production processes through business model innovation. *International Journal of Social Service and Research*, 3(6), 1364-1369. doi:<https://doi.org/10.46799/ijssr.v3i6.422>
- Juliana, J. P. E., & Nyoman, Y. N. (2019). Factors influencing competitiveness of small and medium industry of Bali: Porter's five forces analysis. *Russian Journal of Agricultural and Socio-Economic Sciences*, 89(5), 45-54.
- Kgakatsi, M., Galeboe, O. P., Molelekwa, K. K., & Thango, B. A. (2024). The impact of big data on SME performance: A systematic review. *Businesses*, 4(4), 632-695. doi:<https://doi.org/10.3390/businesses4040038>
- Lusianti, D., Fahira, K., & Asri, V. (2026). Penerapan teknologi tepat guna pada bisnis sosial sebagai upaya pencegahan stunting di Desa Dersalam Kudus. *Yumary: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 6(3), 129-139. doi:<https://doi.org/10.35912/yumary.v6i3.5767>

- Margahana, H. (2020). The effect of Corporate Social Responsibility (CSR) on increasing the competitiveness of Small And Medium Enterprises (SMEs) in Oku Timur, Indonesia. *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAR)*, 4(3), 1-9. doi:<https://doi.org/10.29040/ijebar.v4i03.1157>
- Martinez-Contreras, R. M., Hernandez-Mora, N. C., Vargas-Leguizamon, Y. R., & Borja-Barrera, S. M. (2022). PESTEL analysis and the porter's five forces: An integrated model of strategic sectors *Handbook of Research on Organizational Sustainability in Turbulent Economies* (pp. 292-314): IGI Global Scientific Publishing.
- Mugo, P. (2020). Porter's five forces influence on competitive advantage in telecommunication industry in Kenya. *European Journal of Business and Strategic Management*, 5(2), 30-49.
- Nasser, A. T. (2022). Competitiveness of micro, small and medium entrepreneurs during economic disruption. *JPAIR Multidisciplinary Research Journal*, 49(1), 1-1. doi:<https://doi.org/10.7719/jpair.v49i1.641>
- Novalia, N., Kurniawan, M., Sudiyanto, T., Mursalin, M., Suhada, S., & Puspita, S. (2024). Penguatan UMKM simpang sender melalui pelatihan manajerial bagi para pelaku usaha. *Yumary: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 5(2), 243-253. doi:<https://doi.org/10.35912/yumary.v5i2.3093>
- Omsa, S., Abdullah, I. H., & Jamali, H. (2017). Five competitive forces model and the implementation of Porter's generic strategies to gain firm performances. *Science Journal of Business and Management*, 5(1), 9-16. doi:<https://doi.org/10.31227/osf.io/9hbwt>
- Ong, J. W., Ismail, H., & Yeap, P. F. (2018). Competitive advantage and firm performance: the moderating effect of industry forces. *International Journal of Business Performance Management*, 19(4), 385-407. doi:<https://doi.org/10.1504/ijbpm.2018.095069>
- Rabi, H. Y., & Paul, S. N. a. (2022). Influence of porter's five forces strategy on the competitiveness of small and medium enterprises in Garissa County, Kenya. *The Strategic Journal of Business and Change Management*, 9(1), 934-941. doi:<https://doi.org/10.61426/sjbcv9i1.2234>
- Rafii, M. N., Himayani, R., Iyos, R. N., & Utama, W. T. (2025). Literature review: Faktor risiko yang berhubungan dengan kejadian miopia. *Jurnal Studi Multidisiplin Ilmu*, 2(2), 65-69. doi:<https://doi.org/10.35912/jasmi.v2i2.4262>
- Safitri, E., Nurlistiani, R., & Kurniawan, H. (2025). Pengembangan keterampilan associate data scientist melalui pelatihan dengan RapidMiner. *Yumary: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 5(4), 677-686. doi:<https://doi.org/10.35912/yumary.v5i4.3664>
- Syathiri, A., Widyanata, F., Kumalasari, F., Putri, Y. H., & Wahyudi, H. (2026). Optimalisasi pemberdayaan ekonomi pesantren melalui pengembangan keterampilan kreatif. *Yumary: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 6(3), 305-316. doi:<https://doi.org/10.35912/yumary.v6i3.4720>
- Vedy, N. K., Vedy, H. S., & Rahayu, S. (2025). Entrepreneurial orientation, marketing capability, and adaptive capability: Drivers of business performance. *International Journal of Financial, Accounting, and Management*, 6(4), 573-584. doi:<https://doi.org/10.35912/ijfam.v6i4.2091>
- Yozcu, Ö. K., & Adamiş, E. (2026). Porter's Five Forces Model. *Theories and Models in Tourism and Hospitality Research*, 54, 367-373. doi:<https://doi.org/10.1079/9781800625822.0054>