



**STRATEGI BERSAING PRODUK UKM LUNPIA DENGAN  
MENGUNAKAN ANALISIS FIVE FORCES PORTER DAN  
SWOT  
(Kasus pada UKM Lunpia Kings Semarang)**

**Skripsi**

Disusun untuk memenuhi persyaratan menyelesaikan  
Pendidikan Strata I  
Departemen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Diponegoro

**Penyusun**

Nama : Annisa Novceria Rahma

NIM : 14020211130053

**DEPARTEMEN ADMINISTRASI BISNIS  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS DIPONEGORO  
SEMARANG  
2018**

## **SURAT PERNYATAAN KEASLIAN**

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Annisa Novceria Rahma  
NIM : 14020211130053  
Jurusan : Administrasi Bisnis  
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Dengan ini menyatakan bahwa Skripsi yang saya susun dengan judul:

**Strategi Bersaing Produk UKM Lunpia dengan Menggunakan Analisis Five  
Forces Porter dan SWOT  
(Kasus pada UKM Lunpia Kings Semarang)**

Adalah benar-benar hasil karya saya sendiri dan bukan merupakan plagiat dari skripsi atau karya ilmiah orang lain. Apabila kemudian hari pernyataan saya tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademis yang berlaku (dicabut predikat kelulusan dan gelar sarjananya).

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, untuk dapat dipergunakan bilamana diperlukan.

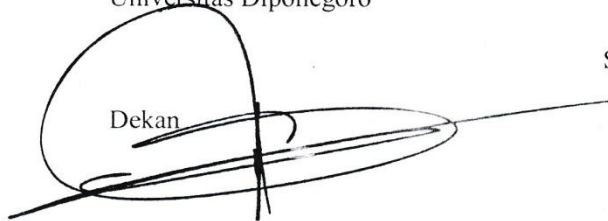
Semarang, Maret 2018  
Pembuat pernyataan,

Annisa Novceria Rahma  
NIM. 14020211130053

## HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Strategi Bersaing Produk UKM Lunpia dengan  
Menggunakan Analisis Five Forces Porter dan SWOT  
(Kasus pada UKM Lunpia Kings Semarang)  
Nama Penyusun : Annisa Novceria Rahma  
Departemen : Administrasi Bisnis

Dinyatakan sah sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan Strata I  
pada Departemen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Diponegoro

  
Dekan

Dr. Sunarto, M.Si.  
NIP. 19660727 199203 1 001

Semarang, Maret 2018

  
Wakil Dekan I

Dr. Hedi Pudjo Santosa, M.Si  
NIP. 19610510 198902 1 002

Dosen Pembimbing :

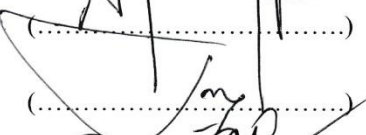
1. Dr. Ari Pradhanawati, MS

Dosen Penguji Skripsi :

1. Agung Budiarmo, S.Sos, MM

2. Dr. Drs. Ngatno, MM

3. Dr. Ari Pradhanawati, MS

  
(.....)  
  
(.....)  
  
(.....)  
  
(.....)

## **MOTTO DAN PERSEMBAHAN**

*The most effective way to do it, is to do it.*

*Do good, and good will come to you. Karena yang bersungguh-sungguh belum tentu berhasil, bagaimana dengan yang tidak bersungguh-sungguh.*

*Skripsi ini saya persembahkan untuk :*

*Allah SWT yang telah memberikan nikmat sehat sehingga laporan ini dapat selesai.*

*Ayah, Mama, Kak Rayk, Rhys, Rafif, dan seluruh anggota keluarga yang tidak pernah berhenti memberikan doa, semangat, bantuan, dukungan dalam proses pengerjaan skripsi ini, serta pelajaran kehidupan.*

*Teman-teman Jakarta Yunita, Desi, Ghassani, Sari, Maya, Pritta, Putra, Irma atas doa, bantuan, dan semangat yang diberikan selama kuliah dan proses pengerjaan skripsi.*

*Teman-teman Semarang Rozi, Febry, Vitom, Claresta, Rian, Doni atas semangat, dukungan, dan kebersamaan yang diberikan.*

*Teman-teman sepermainan di Semarang yang tidak bisa disebutkan satu-satu atas doa dan dukungannya selama perkuliahan dan selama pengerjaan skripsi.*

*Keluarga besar Administrasi Bisnis 2011 dan seluruh teman-teman yang tidak bisa disebutkan satu persatu.*

**STRATEGI BERSAING PRODUK UKM LUNPIA DENGAN  
MENGUNAKAN ANALISIS FIVE FORCES PORTER DAN SWOT  
(Kasus pada UKM Lunpia Kings Semarang)**

**Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk menentukan strategi usaha bisnis UKM Lunpia Kings berdasarkan posisi bersaing dan jenis usaha dengan menggunakan Analisis Five Forces Porter dan Analisis SWOT.

Jenis penelitian yang dipakai dalam penelitian ini adalah deskriptif analitis. Penentuan informan dalam penelitian ini sendiri menggunakan teknik *purposive sampling*. Teknik analisis yang digunakan adalah menelaah seluruh data dari berbagai sumber; reduksi data; dan analisis SWOT.

Berdasarkan hasil pengujian yang dilakukan dapat disimpulkan bahwa berdasarkan metode *five forces Porter* maka strategi bisnis yang dapat dikembangkan oleh UKM Lunpia Kings adalah strategi biaya rendah, dimana strategi ini digunakan untuk menekan biaya produksi sehingga dapat mengurangi harga jual. Berdasarkan metode SWOT, strategi pengembangan bisnis UKM Lunpia Kings adalah strategi penetrasi pasar, dimana UKM akan melakukan penetrasi pasar pada masyarakat ekonomi menengah.

Kata Kunci: Strategi Bersaing, *Five Forces Porter*, Swot

**COMPETITIVE STRATEGIES OF LUNPIA SME'S PRODUCTS USING  
FIVE FORCES PORTER AND SWOT  
(CASE STUDY ON SME LUNPIA KINGS, SEMARANG)**

**Abstract**

This study aims to determine the business strategy of SME (Small Medium Enterprise) Lunpia Kings business based on competitive position and business type by using Five Forces Porter Analysis and SWOT Analysis.

The type of research used in this study is descriptive analytical. Determination of informants in this study using purposive sampling technique. The analytical technique used is to examine all data from various sources; data reduction; and SWOT analysis.

Based on the results of tests conducted it can be concluded that based on the Five Forces Porter method business strategy that can be developed by SME Lunpia Kings is a cost leadership strategy, where SME Lunpia Kings are expected to reduce the production costs so as to reduce the selling prices. Based on the SWOT method, business development strategy SME Lunpia Kings is a market penetration strategy, whereby SME will penetrate the market to the middle economic community.

Keywords: Competing Strategies, Five Forces Porter, SWOT

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat ALLAH SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Strategi Bersaing Produk UKM Lempia Dengan Menggunakan Analisis Five Forces Porter Dan SWOT (Kasus pada UKM Lempia Kings Semarang)”** sebagai syarat kelulusan program Sarjana (S1) Jurusan Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro Semarang.

Penelitian ini tidak akan terselesaikan tanpa bantuan, bimbingan dan motivasi dari berbagai pihak, maka dari itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih kepada:

- Dr. Sunarto, M. Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro yang telah memberi kesempatan kepada penulis untuk menyusun skripsi ini.
- Bulan Prabawani, S. Sos, M.M, Ph.D. selaku Ketua Departemen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro yang telah memberi kesempatan kepada penulis untuk menyusun skripsi ini.
- Dr. Drs. Ngatno, M.M selaku dosen wali sekaligus dosen penguji atas segala bantuan dan memberi masukan dalam kegiatan perkuliahan dan penyusunan skripsi ini.
- Dr. Ari Pradhanawati, MS selaku dosen pembimbing atas segala bimbingan, arahan, saran dan waktu yang telah diberikan selama penulisan skripsi ini.
- Agung Budiarmo, S.Sos, MM selaku dosen penguji atas waktu dan masukan yang diberikan dalam penyusunan skripsi ini.

- Pak Eddy selaku pemilik usaha Lunpia Kings Semarang atas waktu dan telah memberikan kesempatan untuk melakukan penelitian sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
- Segenap keluarga, Ayah, Mama, Kak Rayk, Kak Diya, Rhys, Rafif atas kasih sayang, dukungan dan doa yang telah diberikan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
- Seluruh dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, khususnya dosen Jurusan Administrasi Bisnis Undip yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat selama proses perkuliahan.
- Keluarga besar Administrasi Bisnis Undip 2011 beserta para sahabat atas dukungan, semangat, dan doa yang telah kalian berikan.
- Teman-teman dan semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, yang telah banyak membantu dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran konstruktif sangat penulis harapkan guna tercapainya hasil yang bermanfaat bagi banyak pihak. Semoga skripsi ini memberikan manfaat yang nyata bagi kemajuan bersama.

Semarang, Maret 2018

Penyusun,

Annisa Novceria Rahma

NIM. 14020211130053



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN.....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang Masalah .....	1
1.2. Perumusan Masalah.....	8
1.3. Tujuan Penelitian .....	9
1.4. Kegunaan Penelitian .....	9
1.5. Kerangka Pemikiran Teoritis .....	10
1.5.1. Strategi Perusahaan .....	10
1.5.1.1 Definisi Strategi .....	10
1.5.2. Strategi Bersaing .....	11
1.5.2.1 Definisi Strategi Bersaing .....	11
1.5.2.2 Definisi Keunggulan Bersaing .....	11
1.5.3. Analisis Five Forces Porter Sebagai Perumusan Strategi Bersaing .....	13
1.5.3.1 Persaingan Antar Perusahaan Saingan .....	13
1.5.3.2 Potensi Masuknya Pesaing Baru .....	19
1.5.3.3 Potensi Pengembangan Produk-Produk Pengganti .....	23
1.5.3.4 Daya Tawar Pemasok .....	24
1.5.3.5 Daya Tawar Konsumen .....	25
1.5.4. Analisis SWOT sebagai perumusan strategi bersaing .....	28

1.5.5. Analisis Strategi Bersaing .....	33
1.5.5.1 Strategi Generik Porter .....	33
1.5.5.2 Strategi Biaya Rendah .....	34
1.5.5.3 Strategi Pembedaan Produk .....	34
1.5.5.4 Strategi Fokus .....	35
1.6. Penelitian Terdahulu .....	35
1.7. Operasionalisasi Konsep .....	37
1.7.1. Definisi Operasional .....	37
1.7.2. Definisi Konsep .....	41
1.8. Metode Penelitian .....	43
1.8.1. Desain Penelitian .....	43
1.8.2. Situs Penelitian .....	44
1.8.3. Subjek Penelitian .....	44
1.8.4. Key Informan .....	44
1.8.5. Jenis Data .....	45
1.8.6. Sumber Data .....	45
1.8.7. Teknik Pengumpulan Data .....	46
1.8.8. Analisis dan Interpretasi Data .....	46
1.8.9. Kualitas Data .....	50
<b>BAB II GAMBARAN UMUM UKM LUNPIA KINGS SEMARANG ....</b>	<b>53</b>
2.1. Gambaran Umum Kota Semarang .....	53
2.2. Sejarah Lumpia di Semarang .....	54
2.2.1 Logo UKM Lumpia Kings Semarang .....	57
2.2.2 Visi UKM Lumpia Kings Semarang .....	58
2.2.3 Misi UKM Lumpia Kings Semarang .....	59
2.3. Profil UKM Lumpia Kings Semarang .....	60
2.4. Produk UKM Lumpia Kings Semarang .....	61
2.5. Proses Pembuatan Lumpia .....	66
2.6. Toko UKM Lumpia Kings Semarang .....	68

### **BAB III ANALISIS STRATEGI USAHA BISNIS UKM LUNPIA**

<b>KINGS</b> .....	72
3.1. Gambaran Kondisi Internal Usaha .....	72
3.1.1. Kondisi Manajemen Usaha .....	72
3.1.2. Kondisi Sistem Pemasaran.....	78
3.1.3. Kondisi Faktor Keuangan .....	81
3.1.4. Kondisi Sistem Produksi .....	82
3.1.5. Kondisi Sistem Informasi .....	84
3.2. Gambaran Kondisi Eksternal Usaha.....	85
3.2.1. Kondisi Kekuatan Ekonomi .....	86
3.2.2. Kondisi Sosial, Budaya dan Lingkungan .....	87
3.2.3. Kondisi Kekuatan Kompetitif .....	88
3.3. Analisis <i>Five forces Porter</i> .....	91
3.3.1. Analisis Kondisi Persaingan Antar Usaha Saingan.....	91
3.3.2. Analisis Kondisi Potensi Masuknya Pesaing Baru.....	93
3.3.3. Analisis Kondisi Potensi Pengembangan Produk-Produk Pengganti .....	93
3.3.4. Analisis Kondisi Daya Tawar Pemasok .....	94
3.3.5. Analisis Kondisi Daya Tawar Konsumen .....	94
3.3.6. Analisis Strategi Bisnis UKM Lunpia Kings Berdasarkan <i>Five     Forces Porter</i> .....	95
3.4. Analisis SWOT Strategi Pengembangan Usaha UKM Lunpia Kings .....	96
3.4.1. Kekuatan dan Kelemahan Internal dalam Pengembangan Usaha UKM Lunpia Kings .....	97
3.4.1.1 Kekuatan Internal dalam Pengembangan Usaha UKM Lunpia Kings .....	97
3.4.1.2 Kelemahan Internal dalam Pengembangan Usaha UKM Lunpia Kings .....	98
3.4.2. Analisis Peluang dan Ancaman Eksternal dalam Pengembangan Usaha UKM Lunpia Kings .....	100

3.4.2.1 Peluang Eksternal UKM Lunpia Kings dalam Pengembangan Usaha .....	100
3.4.2.2 Ancaman Eksternal UKM Lunpia Kings dalam Pengembangan Usaha .....	102
3.4.3. Strategi Pengembangan Usaha UKM Lunpia Kings .....	103
<b>BAB IV PENUTUP .....</b>	<b>113</b>
4.1. Kesimpulan .....	113
4.2. Saran .....	113

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN**

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Grafik Jumlah UKM Kota Semarang .....	2
Gambar 1.2	Diagram Analisis SWOT .....	30
Gambar 1.3	Diagram Analisis Strategi Bersaing .....	33
Gambar 2.1.	Peta Kota Semarang .....	54
Gambar 2.2	Logo UKM Lumpia Kings Semarang .....	58
Gambar 2.3	Lumpia Goreng .....	62
Gambar 2.4	Lumpia Basah .....	63
Gambar 2.5	Lumpia Vacuum .....	64
Gambar 2.6	Lumpia Premium .....	65
Gambar 2.7	Snack Kings.....	66
Gambar 2.8	Cabang Pertama Lumpia Kings .....	69
Gambar 2.9	Cabang Kedua Lumpia Kings .....	71

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Tabel Key Informan .....	44
Tabel 1.2	Model Matriks Analisis SWOT .....	49
Tabel 2.1.	Produk UKM Lunpia Kings Semarang .....	61
Tabel 3.1.	Matriks Analisis SWOT .....	104