

**PERANCANGAN STRATEGI PEMASARAN  
*PRODUCT SNACK* “KOONEXT” UNTUK  
MEMAKSIMALKAN KEUNTUNGAN DENGAN  
METODE ANALISIS *FIFE FORCE* DAN ANALISIS  
SWOT**



**SKRIPSI**

**diajukan untuk memenuhi salah satu syarat  
memperoleh gelar sarjana teknik**

**OLEH:**

**RIZKI FAFKHUR ROKHMAN  
NIM:201769030055**

**PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI  
FAKULTAS TEKNIK  
PROGRAM STUDI S1 TEKNIK INDUSTRI  
2021**

## PERNYATAAN PENULIS

JUDUL : PERANCANGAN STRATEGI PEMASARAN *PRODUC SNACK* “KONEXT” UNTUK MEMAKSIMALKAN KEUNTUNGAN DENGAN METODE ANALISIS *FIFE FORCE* DAN ANALISIS SWOT

NAMA : RIZKI FATKHUR ROKHMAN

NIM : 2017.690.300.55

“Saya menyatakan dan bertanggung jawab dengan sebenar-benarnya bahwa skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri kecuali cuplikan dan ringkasan yang masing-masing yang telah saya jelaskan sumbernya. Jika waktu selanjutnya ada pihak lain yang mengklaim skripsi ini sebagai karyanya yang disertai dengan bukti – bukti yang cukup maka saya bersedia untuk dibatalkan gelar Sarjana Teknik saya beserta segala hak dan kewajiban yang melekat pada gelar tersebut”.

Pasuruan, 23 Agustus 2021



**RIZKI FATKUR ROKHMAN**

Penulis

## PERSETUJUAN SKRIPSI

(Lembar ACC)

JUDUL : PERANCANGAN STRATEGI PEMASARAN  
*PRODUCT SNACK* “KOONEXT” UNTUK  
MEMAKSIMALKAN KEUNTUNGAN DENGAN  
METODE ANALISIS *FIFE FORCE* DAN  
ANALISIS SWOT

NAMA : RIZKI FATKHUR ROKHMAN

NIM : 2017.690.300.55

Skripsi ini telah diperiksa dan disetujui  
Pasuruan, Agustus 2021

Pembimbing,

Ayik Pusakaningwati, ST.,MM  
NIP.Y 0690501040

Kepala Program Studi  
Teknik Industri,

Achmad M/sbah, ST.,MT  
NIP.Y 0691101066

## PENGESAHAN SKRIPSI

JUDUL : PERANCANGAN STRATEGI PEMASARAN  
*PRODUCT SNACK* "KONEXT" UNTUK  
MEMAKSIMALKAN KEUNTUNGAN DENGAN  
METODE ANALISIS *FIFE FORCE* DAN  
ANALISIS SWOT

NAMA : RIZKI FATKHUR ROKHMAN

NIM : 2017.690.300.55

Skripsi ini telah diujikan dan dipertahankan di depan Dewan Penguji  
pada Sidang Skripsi tanggal 26 Agustus 2021. Menurut pandangan  
kami, Skripsi ini memadai dari segi kualitas untuk tujuan  
penganugerahan gelar Sarjana Teknik (S.T)  
Pasuruan, Agustus 2021

Pembimbing

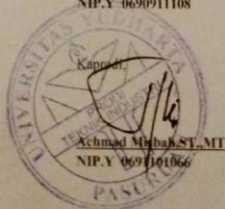
Avik Pusakaningwati,ST.,MM  
NIP.Y 0690501040

Penguji Utama

Nurianto,ST.,MT  
NIP.Y 0690911108

Pengugi Anggota

Muhammad Hermansyah,ST.,MT  
NIP.Y 0690401036



## ABSTRAK

Di era globalisasi, berbagai jenis usaha dituntut untuk lebih maju dan dapat bertahan dalam menjalankan jenis usahanya. Indonesia sebagai negara berkembang, lebih menitikberatkan pembangunan dan pertumbuhan ekonomi ke arah yang lebih baik. Proses ini berpengaruh langsung kepada berbagai bentuk usaha di Indonesia. Seiring dengan berjalannya waktu, di Indonesia terbentuk berbagai macam jenis usaha, baik usaha berskala kecil maupun usaha berskala besar. Salah satu jenis usaha di Indonesia adalah Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Sektor Usaha yang tergabung dalam skala Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) ini mempunyai peranan yang sangat esensial bagi kondisi perekonomian negara Indonesia

KOONEXT adalah salah satu merek produk UMKM yang bergerak di bidang usaha makanan ringan camilan pedas. KOONEXT merupakan merek yang baru beredar di daerah Pasuruan jika dibandingkan dengan merek camilan pedas lainnya yang sudah beredar di pasaran. Karena keberadaannya yang masih baru beredar di daerah Pasuruan, untuk saat ini KOONEXT mempunyai beberapa masalah dalam pemasaran produknya. Diantaranya adalah penjualan produknya masih minim saat didarkan di daerah Pasuruan sehingga keuntungan yang dihasilkan juga minim. Karena produk yang masih baru sehingga produk masih kurang bisa bersaing dengan kompetitornya untuk menarik minat konsumen.

Untuk mengatasi masalah tersebut penulis melakukan analisis untuk membuat strategi pemasaran yang mungkin bisa digunakan KOONEXT untuk mengatasi masalah tersebut. Metode yang di gunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis *fife force* dan analisis SWOT. Dalam tahapan metode analisis *fife force*, dalam analisis *fife force* penulis mendapatkan hasil untuk beberapa ancaman yaitu ancaman dari para pesaing

dan ancaman dari loyalitas konsumen. Selain itu perusahaan juga berpeluang untuk membuat produk baru dengan bahan baku yang sama dengan penambahan varian rasa.

Untuk tahap selanjutnya adalah dengan mealkukan analisis SWOT. Pada tahap ini penulis melakukan analisis EFAS untuk menganalisis faktor eksternal, dan analisis IFAS untuk analisis faktor internal. Hasil analisis EFAS dan IFAS menunjukkan bahwa perusahaan berada di sel 2. Sementara untuk menganalisis alternatif strategi yang bisa di gunakan penulis menggunakan matriks SWOT, pada matriks SWOT penulis memperoleh hasil 3 strategi SO, 3 strategi WO, 2 strategi ST, dan 2 strategi WT.

,  
Kata kunci : Makanan ringan, Analisis five force, Analisis SWOT, analisis IFAS, analisis EFAS, alternatif strategi

## **Abstrack**

In the era of globalization, various types of businesses are required to be more advanced and be able to survive in carrying out their types of business. Indonesia as a developing country, focuses more on development and economic growth in a better direction. This process directly affects various forms of business in Indonesia. Over time, various types of businesses have been formed in Indonesia, both small-scale and large-scale businesses. One type of business in Indonesia is Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs). The Business Sector which is incorporated in the Micro, Small and Medium Enterprises (MSME) scale has a very essential role for the economic condition of the Indonesian state

KOONEXT is one of the MSME product brands engaged in the spicy snack snack business. KOONEXT is a brand that has just been circulating in the Pasuruan area when compared to other spicy snack brands that are already circulating in the market. Due to its new presence in the Pasuruan area, currently KOONEXT has several problems in marketing its products. One of them is that the sales of their products are still minimal when they are distributed in the Pasuruan area so that the profits generated are also minimal. Because the product is still new, the product is still less able to compete with its competitors to attract consumer interest.

To overcome this problem, the author conducts an analysis to create a marketing strategy that may be used by KOONEXT to overcome this problem. The method used in this study is the method of fife force analysis and SWOT analysis. In the stage of the fife force analysis method, in the fife force analysis the authors get results for several threats, namely threats from competitors and threats from consumer loyalty. In addition, the company also has the opportunity to create new products with the same raw materials with the addition of flavor variants.

The next step is to do a SWOT analysis. At this stage the authors perform EFAS analysis to analyze external factors, and IFAS analysis to analyze internal factors. The results of the EFAS and IFAS analysis show that the company is in cell 2. Meanwhile, to analyze the alternative strategies that can be used, the writer uses the SWOT matrix, in the SWOT matrix the authors get the results of 3 SO strategies, 3 WO strategies, 2 ST strategies, and 2 WT strategies.

,  
Keywords : Snacks, Fife force analysis, SWOT analysis, IFAS analysis, EFAS analysis, alternative strategies



## **KATA PENGANTAR**

Puji syukur kehadirat Allah SWT,yang telah memberi kesehatan sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi dengan judul **PERANCANGAN STRATEGI PEMASARAN *PRODUCT SNACK* “KOONEXT” UNTUK MEMAKSIMALKAN KEUNTUNGAN DENGAN METODE ANALISIS *FIFE FORCE* DAN ANALISIS SWOT**Tujuan penelitian ini adalah sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana teknik (ST) jurusan teknik industri.

Penulis menyadari bahwa laporan tugas akhir ini idak akan terwujud tanpa adanya bantuan dan dorongan dari berbagai pihak Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada yang terhormat :

1. Bapak Dr.Syaifullah,MHI.,MT. selaku Rektor Universitas Yudharta Pasuruan.
2. Bapak Misbach Munir,ST.,MT. selaku Dekan Fakultas Teknik Universitas Yudharta Pasuruan.

3. Bapak Achmad Misbah,ST.,MT. selaku Ketua Jurusan Teknik Industri Fakultas Teknik Universitas Yudharta Pasuruan.
4. Ibu Ayik Pusakaningwati,ST.,MM selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktu untuk membimbing,mengarahkan,memberi semangat dan dorongan kepada penulis dalam penyusunan tugas akhir skripsi hingga selesai.
5. Seluruh dosen pengajar Teknik Industri yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat bagi penulis.
6. Keluarga tercinta yang telah begitu tulus memberikan semangat, dorongan, dan do'a yang bermanfaat bagi penulis.
7. Teruntuk kekasih tercinta Novita Vivi Anggraini yang selalu menemani dan memberikan semangat serta do'a untuk terselesaikanya tugas akhir ini.
8. Teman-teman mahasiswa angkatan 2017 yang telah banyak memberikan ilmu yang bermanfaat bagi penulis.

9. Semua pihak yang telah membantu terselesaikannya tugas akhir skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.
10. Semoga segala bantuan yang telah diberikan kepada penulis mendapat balasan yang setimpal dari Allah SWT. Penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam penyusunan tugas akhir skripsi ini baik dalam teknik penyajian materi maupun pembahasan. Saran dan kritik yang sifatnya membangun sangat penulis harapkan. Semoga karya tulis ini bermanfaat dan dapat memberikan sumbangan yang berarti bagi pihak yang membutuhkan.

Pasuruan, Agustus 2021

Penulis

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL</b> .....	i
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	ii
<b>HALAMAN PERNYATAAN</b> .....	iii
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	iv
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	v
<b>ABSTRAK</b> .....	vi
<b>ABSTRACT</b> .....	vii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	x
<b>DAFTAR ISI</b> .....	xiii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xvi
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xvii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Batasan Masalah.....	8
1.4 Tujuan Penelitian.....	8
1.5 Manfaat Penelitian.....	8

<b>BAB II LANDASAN TEORI.....</b>	<b>9</b>
2.1 Tinjauan pustaka.....	9
2.2 Gap riset.....	13
2.3 Snack.....	14
2.4 Analisis <i>fife force</i> .....	15
2.4.1 Persaingan antar perusahaan saingan.....	15
2.4.2 Potensi masuknya pesaing baru.....	16
2.4.3 Potensi pengembang produk pengganti.....	17
2.4.4 Daya tawar pemasok.....	18
2.4.5 Daya tawar konsumen.....	19
2.5 Analisis SWOT.....	20
2.5.1 Analisis EFAS.....	21
2.5.2 Analisis IFAS.....	24
2.5.3 Matriks IE.....	26
2.5.4 Matriks SWOT.....	27
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	
3.1 Kerangka Konsep Pemikiran.....	29
3.2 Pengantar kerangka konsep.....	30
3.3 Subyek penelitian.....	30
3.4 Metode penelitian.....	30

<b>BAB IV PEMBAHASAN</b> .....	37
4.1 Profil perusahaan.....	37
4.2 Analisis <i>fife force</i> .....	38
Ancaman kompetitor.....	38
Analisis kekuatan pemasok.....	40
Analisis kekuatan pembeli.....	42
Ancaman pendatang baru.....	44
Ancaman produk pengganti.....	47
Rekapitulasi analisis <i>fife force</i> .....	49
4.3 Analisis SWOT.....	53
Analisis faktor eksternal.....	53
Analisis EFAS.....	56
Analisis faktor internal.....	58
Analisis IFAS.....	61
Matriks IE.....	70
Matriks SWOT.....	72
<b>BAB V PENUTUP</b> .....	79
Kesimpulan.....	79
Saran.....	80
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	81

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Hasil penjualan 1 tahun terakhir.....	5
Tabel 2.1 Gap riset.....	13
Tabel 4.1 Hasil penjualan.....	37
Tabel 4.2.1 Harga yang ditawarkan pesaing.....	39
Tabel 4.2.2 Toko pemasok bahan baku.....	41
Tabel 4.2.3 Modal awal.....	45
Tabel 4.2.4 Modal per bulan.....	45
Tabel 4.2.5 Ketersediaan produk substitusi.....	48
Tabel 4.3.1 Perhitungan EFAS.....	57
Tabel 4.3.2 Perhitungan IFAS.....	62
Tabel 4.3.3 Matriks SWOT.....	72

## **DAFTAR GAMBAR**

Gambar 3.1 Kerangka konsep.....	29
Gambar 3.2 Diagram alir penelitian.....	33
Gambar 4.3.1 Matriks IE.....	71



