

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang

UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) merupakan sebuah bentuk usaha yang dikelola oleh perorangan atau kelompok badan usaha. UMKM memiliki peran yang sangat besar bagi perekonomian negara, dengan keberadaan UMKM dapat mengurangi beban tanggung jawab pemerintah dalam menyediakan lapangan kerja bagi masyarakatnya. Dengan adanya UMKM dapat menekan angka pengangguran di Indonesia sehingga dapat mengatasi kemiskinan.<sup>1</sup> Berdasarkan data Kementrian Koperasi dan UMKM, tercatat bahwa jumlah UMKM pada tahun 2023 mencapai sekitar 66 juta unit usaha, dengan demikian dapat berkontribusi terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) mencapai 61% atau sekitar Rp 9.580 triliun. Selain itu, UMKM juga menerima 97% pekerja dari total tenaga kerja di Indonesia.<sup>2</sup>

Berdasarkan sumber dari web RadarMadura.id jumlah UMKM yang terdata di kantor Dinas Koperasi Usaha Kecil Menengah dan Tenaga Kerja (Diskop UKM dan Naker) Pamekasan, pada tahun 2024 terdata sebanyak 49.185 UMKM.<sup>3</sup> Dari jumlah UMKM yang terdata di

---

<sup>1</sup> Sri Wahyuningsih, "Peranan UKM Dalam Perekonomian Indonesia," *Mediagro* 5, no. 1 (2009): 5.

<sup>2</sup> Syurie Ariandani Hamurwati, "Perkembangan UMKM Di Indonesia," *Radio Republik Indonesia*.

<sup>3</sup> Fatmasari Margareta, "Puluhan Ribu UMKM Di Pamekasan Belum Kantongi Izin Usaha," *Radarmadura*. (diakses 24 Mei 2025)

Diskop UKM dan Naker Pamekasan tersebut salah satunya adalah UMKM Keripik Petampe Izza Putri Pamekasan. Produk ini disebut keripik petampe karena diambil dari kalimat berbahasa madura “petampe” yang artinya berlipat-lipat yang kemudian menjadi ciri khas tersendiri sehingga di sebut dengan “keripik petampe”. Keripik ini merupakan olahan berbahan dasar tepung terigu dengan tambahan bahan-bahan lainnya yang disajikan dengan beberapa varian rasa.

Usaha Dagang (UD) Keripik Petampe Tabbet Izza Putri merupakan industri makanan ringan yang beralamatkan di Kabupaten Pamekasan Madura. Usaha ini didirikan oleh bapak Kamsin bersama istrinya dan telah berproduksi selama kurang lebih 10 tahun. Namun, saat ini persaingan semakin kuat, dikarenakan banyaknya bermunculan pesaing baru yang menawarkan produk serupa. Pada tahun ke-5 usaha keripik petampe ini sempat mengalami penurunan produksi disebabkan munculnya pesaing baru dengan produk serupa yang sebagian besar owner dari bisnis pesaing tersebut merupakan mantan karyawan dari usaha Keripik Petampe Tabbet Izza Putri sendiri, menghadapi situasi seperti itulah pak kamsin mencari ide agar tetap bisa bertahan. Karena itulah peneliti tertarik untuk menganalisis strategi yang digunakan oleh bapak kamsin agar nantinya penelitian ini dapat bermanfaat bagi UMKM lain yang mungkin juga mengalami kendala serupa.

Melihat persaingan industri di era saat ini yang semakin ketat, perusahaan perlu memiliki strategi pemasaran yang efektif. Hasil

Penelitian yang dilakukan oleh Raudhatu Syifa Filzatullah mengatakan bahwa strategi pemasaran merupakan langkah untuk mengarahkan kegiatan pemasaran sebuah perusahaan agar tujuan bisnis dapat tercapai. Kemampuan untuk merancang dan melaksanakan strategi pemasaran yang tepat adalah kunci keberhasilan sebuah perusahaan dalam menghadapi persaingan pasar.<sup>4</sup>

Sebagai salah satu industri yang memiliki banyak pesaing, UD Keripik Petampe Tabbet Izza Putri melakukan pemasaran produknya di berbagai tempat seperti di pasar, toko kelontong, toko pusat oleh-oleh khas Pamekasan, warung kecil, dan pedagang keliling. Konsumen keripik petampe ini tidak hanya berasal dari daerah lokal, tapi juga berasal dari luar daerah Pamekasan, sehingga saat ini UD Keripik Petampe Tabbet Iza Putri telah memiliki beberapa agen dan reseller di luar daerah.

Berdasarkan jumlah produksinya, UD Keripik Petampe Tabbet Izza Putri dapat dikategorikan sebagai unit usaha berskala kecil, dengan angka penjualan paling sedikit setiap bulannya sebanyak 5000 pcs, dengan pendapatan kurang lebih 25 juta perbulan. Owner menjelaskan bahwa jumlah yang disebutkan tadi merupakan jumlah minimal penjualan perbulannya, karena proses produksi tiap bulannya dipengaruhi oleh tingginya permintaan para konsumen pada waktu

---

<sup>4</sup> Raudhotu Syifa Filzatullah and Hendra Riofita, "Pentingnya Strategi Pemasaran Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis," *Jurnal pendidikan tambusai* 8 (2024): 43134-43138.

tertentu misalnya pada waktu mendekati lebaran permintaan konsumen lebih meningkat dari biasanya. Namun melihat daya persaingan yang semakin hari semakin meningkat, perlu adanya pengembangan strategi untuk kedepannya agar tetap dapat mempertahankan pemasaran yang berlanjut.

Keberlangsungan sebuah usaha sangat dipengaruhi oleh kemampuan dalam memperluas pangsa pasar. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Anis Khoirunnisa mengatakan bahwa sebuah unit usaha harus memiliki strategi yang kompetitif untuk mengetahui manfaat apa yang di dapat oleh target pasar yang tidak di miliki oleh pesaing pasar lain.<sup>5</sup> Untuk dapat memahami lingkungan yang kompetitif dan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi persaingan, salah satu analisis yang dapat digunakan adalah analisis lima kekuatan porter, yang dapat membantu perusahaan dalam memahami lingkungan kompetitif yang baik.

Model lima kekuatan porter atau juga dikenal dengan sebutan *porter's five forces model* merupakan hasil dari pemikiran seorang professor Harvard Bussines School yang bernama Michael E. Porter, dan dikembangkan pada tahun 1979.<sup>6</sup> Model ini merupakan sebuah metode yang digunakan untuk mengetahui dan mempertimbangkan kualitas

---

<sup>5</sup> Anis Khoirunnisa, "Analisis Penerapan Strategi Generik Porter Dalam Meningkatkan Daya Saing Perusahaan (Studi Kasus Bisnis Kuliner Sehat 'Naturicha Healthy Food and Drink')," *Jurnal Manajemen Pendidikan dan Ilmu Sosial* 1, no. 1 (2020).

<sup>6</sup> Ketut Witara ST., MM., *Buku Ajar Manajemen Strategis*, 1st ed. (Sukabumi: CV Jejak, 2023).

persaingan industri, model ini bisa dijadikan panduan oleh perusahaan dalam menciptakan keunggulan yang kompetitif.

Menurut Pemikiran Michael E Porter, dalam suatu industri terdapat lima hal yang dapat menentukan tingkat persaingan dan daya tarik pasar yang mengacu pada profitabilitas industri secara keseluruhan. Menurut analisis ini, struktur industri dan strategi perusahaan didasarkan pada lima faktor kekuatan yang digunakan untuk mengukur intensitas persaingan, daya Tarik, dan profitabilitas suatu industri. Lima faktor kekuatan yang dimaksud Michael E Porter adalah: persaingan antar perusahaan, ancaman pesaing baru dalam industri, ancaman produk pengganti, kekuatan tawar menawar pembeli, kekuatan tawar menawar pemasok.<sup>7</sup> Analisis ini bertujuan untuk memahami posisi produk dalam pasar dalam menentukan strategi terbaik untuk meningkatkan keunggulan kompetitifnya.

Seiring dengan berkembangnya bisnis modern yang menyasar konsumen Muslim, penerapan konsep pemasaran Islam menjadi semakin penting karena meningkatnya perhatian terhadap nilai-nilai syariah. Oleh karena itu, selain menggunakan pendekatan bisnis konvensional, nilai-nilai Islam juga perlu dipertimbangkan dalam mengevaluasi dan merumuskan strategi bisnis agar selaras dengan prinsip syariah. Dari hasil penelitian yang dilakukan oleh Salehuddin mengatakan bahwa

---

<sup>7</sup> Ferey Herman, *Kewirausahaan : Kecil Trengginas Pantang Tergilas* (Yogyakarta: Deepublish Digital, 2023).

nilai-nilai Islam penting dalam mengevaluasi strategi bisnis saat ini karena memberikan landasan etika, keadilan, dan keberlanjutan, sehingga strategi bisnis tidak hanya berorientasi pada keuntungan semata, tetapi juga pada tanggung jawab sosial dan keberkahan usaha.<sup>8</sup> Dalam konteks ini, strategi Keripik Petampe Tabbet Izza Putri harus selaras dengan nilai-nilai pemasaran Islam, seperti memastikan kehalalan produk, menjunjung tinggi kejujuran dalam promosi, dan menjaga keseimbangan antara keuntungan dan manfaat sosial.

Pada penelitian terdahulu, terdapat beberapa penelitian yang menganalisis *porter's five forces model* untuk mengevaluasi keadaan suatu perusahaan atau UMKM. Penelitian ini memberikan pemahaman terkait kondisi internal dan eksternal sebuah bisnis. Sedangkan pada penelitian ini, peneliti ingin menganalisis tentang kolaborasi antara model lima kekuatan porter dengan perspektif pemasaran Islam untuk memahami bagaimana perusahaan dapat mengembangkan strategi pemasaran yang efektif dan berkelanjutan dalam era pemasaran saat ini yang semakin kompleks dan kompetitif. Sehingga tidak hanya meningkatkan keuntungan ekonomi saja, tetapi juga nilai-nilai spiritual dan sosial.

Urgensi penelitian ini muncul seiring meningkatnya persaingan produk UMKM saat ini, sedangkan Produk Keripik Petampe Tabbet Izza

---

<sup>8</sup> Salehuddin, "Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Lingkungan Organisasi Bisnis Pada Era Globalisasi," *Jurnal Ekonomi Akuntansi dan Organisasi* 03, no. 02 (2025): 168–174.

Putri merupakan produk lokal khas Pamekasan yang perlu dijaga keberlangsungannya. Dengan menggunakan analisis Lima Kekuatan Porter dan perspektif pemasaran Islam, penelitian ini bertujuan mengidentifikasi strategi produk UD Keripik Petampe Tabbet Izza Putri dalam menghadapi persaingan. Penelitian ini penting dilakukan mengingat masih terbatasnya kajian yang mengaitkan analisis Lima Kekuatan Porter dengan perspektif pemasaran Islam pada konteks UMKM lokal.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai strategi yang dapat dilakukan dalam menghadapi persaingan dengan judul “Strategi Produk Keripik Petampe Tabbet Izza Putri Dalam Menghadapi Persaingan: Analisis Lima Kekuatan Porter Dan Perspektif Pemasaran Islam”.

## B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka dapat diidentifikasi beberapa masalah sebagai berikut:

1. Meningkatnya UMKM baru yang menghasilkan produk serupa sehingga menyebabkan daya saing semakin ketat.
2. Kurangnya evaluasi strategi pemasaran produk Keripik Petampe Tabbet Izza Putri dalam menghadapi persaingan saat ini.
3. Perlunya melakukan Analisis lima kekuatan porter pada strategi persaingan UD. Kripik Petampe Tabbet Izza Putri untuk mengetahui faktor-faktor yang dapat mempengaruhi daya saing.

4. Perlunya penerapan nilai-nilai pemasaran Islam pada pemasaran produk Keripik Petampe Tabbet Izza Putri dalam menghadapi persaingan untuk meningkatkan keunggulan kompetitif.

#### C. Pembatasan Masalah

Penelitian ini berfokus pada analisis strategi bisnis dalam menghadapi daya persaingan yang terus meningkat. Untuk memastikan ruang lingkup penelitian tetap fokus dan mendalam, peneliti membatasi permasalahannya hanya pada strategi persaingan dengan menggunakan kerangka lima kekuatan porter dan perspektif pemasaran Islam sebagai alat analisis untuk mengevaluasi strategi persaingan bisnis. Pembatasan ini dilakukan agar penelitian dapat menghasilkan analisis yang relevan dan mendalam sesuai dengan tujuan penelitian.

#### D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka yang menjadi rumusan masalah dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi produk UD. Keripik Petampe Tabbet Izza Putri dalam menghadapi persaingan berdasarkan analisis Lima Kekuatan Porter?
2. Bagaimana penerapan nilai-nilai pemasaran Islam pada produk Kripik Petampe Tabbet Izza Putri dalam menghadapi persaingan untuk meningkatkan keunggulan kompetitif ?

#### E. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

## 1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah disebutkan di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Untuk mengetahui strategi bersaing yang dilakukan oleh UMKM Keripik Petampe Izza Putri
- b. Untuk mengetahui bagaimana penerapan nilai-nilai islam dalam strategi bersaing yang dilakukan oleh UMKM Keripik Petampe Tabbet Izza Putri
- c. Untuk mengetahui bagaimana mengimplementasikan analisis lima kekuatan porter dengan perspektif pemasaran Islam untuk mengembangkan strategi yang lebih komprehensif

## 2. Manfaat Penelitian

### a. Manfaat Teoritis

Penelitian ini dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu manajemen strategis khususnya dalam penerapan strategi persaingan dengan analisis lima kekuatan porter dalam perspektif pemasaran Islam. Penelitian ini juga dapat menambah wawasan ilmu ekonomi di bidang manajemen khususnya pada strategi bersaing.

### b. Manfaat Praktis

#### 1) Bagi Pemilik Usaha

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan masukan berupa pemahaman, saran, dan solusi bagi pemilik usaha

mengenai strategi persaingan yang tengah dihadapi oleh UMKM tersebut.

2) Bagi Pembaca

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi tambahan bagi pembaca yang berminat dalam permasalahan tentang strategi persaingan yang dapat digunakan oleh UMKM.

3) Bagi Pemerintah Setempat

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan atau solusi untuk mengembangkan kebijakan strategi bersaing UMKM dan pemerintah selalu dapat memberikan dukungan untuk kelangsungan UMKM di setiap daerah, hususnya pada industri keripik petampe di Pamekasan.

4) Bagi peneliti

Peneliti berharap dengan adanya penelitian ini, semoga dapat memperluas pengalaman dan ilmu yang didapat dalam penelitian ini.

## F. Kajian Pustaka

Berdasarkan beberapa referensi yang penulis baca, terdapat beberapa referensi yang berkaitan dengan pembahasan di dalam penelitian ini yang mengkaji tentang analisis strategi lima kekuatan porter dalam menghadapi persaingan. Namun terdapat beberapa perbedaan antar penelitian yang terdahulu dengan penelitian yang penulis lakukan saat ini. Beberapa referensi tersebut antara lain:

1. Penelitian yang dilakukan oleh Siska Yulianti dan dua rekannya, dengan judul “Analisis Lima Kekuatan Porter Terhadap Keunggulan Bersaing Pada PT Ajinomoto Sales Indonesia Kantor Cabang Bangka” pada tahun 2018 dengan metode penelitian kualitatif.<sup>9</sup> Poin penting pada penelitian ini yaitu sumber utama pemasukan PT Ajinomoto berasal pada penjualan produk dan pengeluaran terbesar yang menjadi beban PT Ajinomoto terletak pada biaya produksinya. Namun, PT Ajinomoto dapat diprediksikan memiliki potensi pasar yang besar dan akan terus mengalami peningkatan, sehingga sangat perlu untuk mengkaji faktor-faktor persaingan yang dapat berpengaruh.

Dari hasil analisis lima kekuatan porter dapat diketahui bahwa faktor yang dapat menjadi ancaman tertinggi pada PT Ajinomoto adalah ancaman produk pengganti dan persaingan antar Perusahaan dalam industri yang sama, sedangkan faktor pendatang baru dan daya tawar pemasok bahan baku memberikan ancaman di Tingkat rendah, dan faktor tawar pembeli dapat berpengaruh dengan Tingkat sedang tergantung pada harga dan kualitas yang ditawarkan oleh PT Ajinomoto.

Persamaan pada penelitian ini yaitu menggunakan metode pengumpulan data dengan survei di lapangan dan wawancara dan

---

<sup>9</sup> Siska Yulita, Stefanus Prima Nugroho, and Nelly Astuti, “Analisis Lima Kekuatan Porter Terhadap Keunggulan Bersaing Pada PT Ajinomoto Sales Indonesia Kantor Cabang Bangka,” *Jurnal Ilmiah Progresif Manajemen Bisnis* 5, no. 2 (2018).

menganalisis sebuah persaingan bisnis dengan menggunakan strategi Porter. Perbedaan yang terletak pada penelitian ini dengan penelitian peneliti yaitu terletak pada fokus penelitian. Pada penelitian ini fokus penelitiannya yaitu keunggulan bersaing pada PT Ajinomoto cabang Bangka, sedangkan fokus penelitian peneliti yaitu analisis *Five Forces Porter* dan perspektif Islam pada persaingan bisnis UD. Keripik Petampe Izza Tabbet Putri Pamekasan.

2. Penelitian yang dilakukan oleh Anis Khoirunnisa, dengan judul penelitian “Analisis Penerapan Strategi Generik Porter Dalam Meningkatkan Daya Saing Perusahaan (Studi Kasus Bisnis Kuliner Sehat Naturicha *Healthy Food and Drink*)” pada tahun 2020 dengan metode penelitian kualitatif.<sup>10</sup> Berdasarkan hasil analisis lima kekuatan porter pada produk Naturicha dapat disimpulkan bahwa faktor pendatang baru dan ancaman produk pengganti berada pada tingkat yang cenderung tinggi, hal ini disebabkan karena modal yang terhitung murah dan mudah sehingga hal itu juga menjadi alasan tingginya daya tawar pemasok karena terdapat banyak pesaing yang mencari bahan utama. Sedangkan tingkat daya tawar pembeli berada pada tingkat sedang karena produk Naturicha ini masih terbilang produk baru bagi konsumen, pada faktor persaingan dengan Perusahaan sejenis bisa dibilang tinggi dengan alasan modal yang

---

<sup>10</sup> Khoirunnisa, “Analisis Penerapan Strategi Generik Porter Dalam Meningkatkan Daya Saing Perusahaan (Studi Kasus Bisnis Kuliner Sehat ‘Naturicha Healthy Food and Drink’).” *Jurnal Manajemen Pendidikan dan Ilmu Sosial*, Vol. 1, No.1, (2020)

terbilang murah sehingga perlu adanya manajemen baru dalam meningkatkan kualitas. Strategi selanjutnya yang diterapkan oleh Naturicha adalah dengan menciptakan inovasi baru walaupun tetap menggunakan alat dan bahan yang sama dengan sebelumnya tapi dengan kualitas yang lebih baik dan dengan strategi *cost leadership* (harga yang lebih murah).

Persamaan pada penelitian ini yaitu menggunakan metode pengumpulan data dengan survei di lapangan dan wawancara dan menganalisis sebuah persaingan bisnis dengan menggunakan strategi Porter. Perbedaan yang terletak pada penelitian ini dengan penelitian peneliti yaitu terletak pada fokus penelitian. Pada penelitian ini fokus penelitiannya yaitu strategi generikporter dalam meningkatkan daya saing pada produk Naturicha, sedangkan fokus penelitian peneliti yaitu analisis lima kekuatan porter dan perspektif Islam pada persaingan bisnis UD. Keripik Petampe Tabbet Izza Putri Pamekasan.

3. Penelitian yang dilakukan oleh Septian Hintoro dan Agustina Fritz Wijaya, dengan judul penelitian “Analisis Strategi Bersaing Pada Biznet Branch *Internet Service Provider* Salatiga Menggunakan *Porter’s Five Forces*” pada tahun 2021 dengan metode penelitian kualitatif dan kuantitatif.<sup>11</sup>

---

<sup>11</sup> Septian Hintoro and Agustina Fritz Wijaya, “Analisis Strategi Bersaing Pada Biznet Branch Salatiga Menggunakan Porter’S Five Forces,” *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi* 2, no. 6 (2021).

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa persaingan industri ISP tergolong cukup tinggi, pada ancaman pendatang baru cukup rendah karena disebabkan oleh banyaknya hambatan bagi pendatang untuk masuk ke dalam industri, seperti besarnya infrastruktur yang diperlukan, daya tawar pemasok cukup rendah karena penggunaan bahan baku untuk mendukung pelayanan internet tidak hanya tergantung pada pemasok tertentu saja, daya tawar pembeli cukup tinggi karena pelanggan mengutamakan perusahaan yang menyediakan kualitas internet yang baik dengan harga murah, ancaman produk pengganti berada di tingkatan sedang karena Biznet juga terus melakukan inovasi untuk menarik pelanggan melalui variasi jasa yang beragam, tidak terbatas pada layanan internet saja, persaingan dengan kompetitor sejenis cukup tinggi bisa terlihat dari perusahaan yang telah hadir pada industri ini sangat kompetitif dalam menentukan harga dan perluasan jangkauan untuk memenangkan pasar. Faktor persaingan dikategorikan tinggi karena perbedaan harga dan kualitas internet, jangkauan area layanan internet, keberagaman jenis layanan internet disediakan.

Persamaan pada penelitian ini yaitu menggunakan metode pengumpulan data dengan survei di lapangan dan wawancara dan menganalisis sebuah persaingan bisnis dengan menggunakan strategi Porter. Namun selain menggunakan metode penelitian kualitatif penelitian ini juga menggunakan penelitian metode kuantitatif untuk

menemukan angka sebagai bahan dalam analisis. Perbedaan lainnya juga terletak pada fokus penelitian. Pada penelitian ini fokus penelitiannya yaitu analisis strategi bersaing pada Biznet Branch Salatiga, sedangkan fokus penelitian peneliti yaitu analisis *Five Forces Porter* dan perspektif Islam pada persaingan bisnis UD. Keripik Petampe Tabbet Izza Putri Pamekasan.

4. Penelitian yang dilakukan oleh Yoesti Silvana Arianti dan Yos Wahyu Harinta, dengan judul “Analisis Lima Kekuatan Porter pada Pengembangan Agribisnis Kedelai (Studi Kasus: Di Desa Suci Kecamatan Pracimantoro Kabupaten Wonogiri)” pada tahun 2022 dengan metode penelitian deskriptif analitis kualitatif.<sup>12</sup> Berdasarkan hasil penelitian tentang lima kekuatan Porter, saat ini pengembangan agribisnis kedelai di Desa Suci, Kecamatan Pracimantoro, Kabupaten Wonogiri memiliki ancaman pendatang baru yang sedang, ancaman produk pengganti yang rendah, kekuatan tawar menawar pembeli yang tinggi, kekuatan tawar-menawar pemasok yang sedang, dan persaingan dalam industri yang tinggi.

Persamaan pada penelitian ini yaitu menggunakan metode pengumpulan data dengan survei di lapangan dan wawancara dan menganalisis sebuah persaingan bisnis dengan menggunakan strategi Porter. Perbedaan yang terletak pada penelitian ini dengan penelitian

---

<sup>12</sup> Yoesti Silvana Arianti and Yos Wahyu Harinta, “Analisis Lima Kekuatan Porter Pada Pengembangan Agribisnis Kedelai (Studi Kasus: Di Kecamatan Pracimantoro Kabupaten Wonogiri),” *AGRISAINTEFIKA: Jurnal Ilmu-Ilmu Pertanian* 6, no. 2 (2022).

peneliti yaitu terletak pada fokus penelitian. Pada penelitian ini fokus penelitiannya pada analisis lima kekuatan porter pada pengembangan agribisnis kedelai di desa Suci, kabupaten Wonogiri. sedangkan fokus penelitian peneliti yaitu analisis lima kekuatan porter dan perspektif Islam pada persaingan bisnis UD. Keripik Petampe Tabbet Izza Putri Pamekasan.

5. Penelitian yang dilakukan oleh Risa Aisyah, dengan judul “Analisis Lima Kekuatan Porter Dan Swot Untuk Perancangan Strategi Pemasaran Jasa Fotografi” pada tahun 2023 dengan metode penelitian kualitatif.<sup>13</sup> Hasil dari penelitian ini yaitu pada Strategi pemasaran layanan Hoobs Studio ditinjau dalam fase *Porter's Five Forces* dan diimplementasikan secara tepat dan sistematis. Dan analisis SWOT dapat disimpulkan bahwa faktor kelemahan pada tabel IFAS lebih besar dari faktor kekuatan dan faktor peluang lebih besar dari sudut pandang tabel EFAS adalah sebagai faktor ancaman.

Persamaan pada penelitian ini yaitu menggunakan metode pengumpulan data dengan survei di lapangan dan wawancara dan menganalisis sebuah persaingan bisnis dengan menggunakan strategi Porter. Namun selain menggunakan analisis *five porter*, penelitian ini juga menggunakan analisis SWOT. Perbedaan lainnya juga terletak pada objek penelitian, penelitian ini memiliki objek pada jasa

---

<sup>13</sup> Risa Aisyah, “Analisis Lima Kekuatan Porter Dan Swot Untuk Perancangan Strategi Pemasaran Jasa Fotografi,” *Jurnal Kalibrasi* 20, no. 1 (2023).

fotografi, sedangkan fokus penelitian peneliti yaitu analisis lima kekuatan porter dan perspektif Islam pada persaingan bisnis UD. Keripik Petampe Tabbet Izza Putri Pamekasan.

#### G. Sistematika Pembahasan

Tujuan dari sistematika pembahasan adalah memberikan gambaran umum dari penelitian yang dilakukan, agar dapat mengetahui adanya kesinambungan antara bab satu dengan bab selanjutnya. Peneliti membagi pembahasan menjadi lima bab, berikut sistematika pembahasan penelitian yang telah tersusun sebagai berikut:

#### **BAB I PENDAHULUAN**

Pada bab ini peneliti memaparkan landasan awal atau alasan dalam melakukan penelitian ini. Dalam bab ini berisi Latar Belakang, Identifikasi Masalah, Pembatasan Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan dan Kegunaan Penelitian, Kajian Pustaka, dan Sistematika Pembahasan.

#### **BAB II LANDASAN TEORI**

Pada bab ini peneliti menjabarkan kajian teori yang telah ada sebelumnya. Dalam bab ini berisi landasan teori mengenai Strategi Produk, Strategi Persaingan, Analisis Lima Kekuatan Porter, dan Persaingan dalam Perspektif Pemasaran Islam.

#### **BAB III METODE PENELITIAN**

Pada bab ini peneliti menjabarkan metode penelitian yang akan digunakan pada saat penelitian. Dalam bab ini berisi Jenis Penelitian,

Lokasi Penelitian, Metode Penelitian, Sumber Data Penelitian, Teknik Pengumpulan Data, Teknik Analisis Data, dan Teknik Keabsahan Data.

#### **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

Pada bab ini membahas hasil penelitian yang dilakukan dan berbagai sumber data yang telah diperoleh pada saat penelitian. Selanjutnya hasil tersebut diuraikan dalam bentuk tulisan deskriptif mengenai Strategi Produk Keripik Petampe Tabbet Izza Putri dalam Menghadapi persaingan : Analisis Lima Kekuatan Porter dan Perspektif Pemasaran Islam.

#### **BAB V PENUTUP**

Pada bab terakhir ini peneliti menarik kesimpulan serta memberikan saran dari hasil penelitian mengenai Strategi Produk Keripik Petampe Tabbet Izza Putri dalam Menghadapi persaingan : Analisis Lima Kekuatan Porter dan Perspektif Pemasaran Islam.