



**ALTERNATIF PEMILIHAN STRATEGI PEMASARAN ROKOK A MILD
DENGAN METODE *BOSTON CONSULTING GROUP* (BCG)
DI KOTA JEMBER**

*Alternative Selection of A Mild Cigarette Marketing Strategy With Boston
Consulting Group (BCG) In The City Jember*

SKRIPSI

Oleh :

FEBRI NARDY SYAHPUTRA
NIM. 070810291033

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS JEMBER**

2014



**ALTERNATIF PEMILIHAN STRATEGI PEMASARAN ROKOK A MILD
DENGAN METODE *BOSTON CONSULTING GROUP* (BCG)
DI KOTA JEMBER**

*Alternative Selection of A Mild Cigarette Marketing Strategy With Boston
Consulting Group (BCG) In The City Jember*

SKRIPSI

diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat
untuk menyelesaikan Program Studi Manajemen (S1)
dan mencapai gelar Sarjana Ekonomi

Oleh

FEBRI NARDY SYAHPUTRA
NIM. 070810291033

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS JEMBER**

2014

TANDA PERSETUJUAN

Judul Skripsi : ALTERNATIF PEMILIHAN STRATEGI PEMASARAN
ROKOK A-MILD DENGAN METODE BOSTON
CONSULTING GROUP (BCG) DI KOTA JEMBER

Nama Mahasiswa : Febri Nardy Syahputra

NIM : 070810291033

Jurusan : Manajemen

Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Disetujui Tanggal : 11 Desember 2013

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II

Dr. Bambang Irawan, SE, M.Si
NIP. 19610317 198802 1 001

H.N. Ari Subagio, SE, M.Si
NIP. 19731109 200003 1 001

Mengetahui,
Ketua Jurusan Manajemen

Dr. Handriyono, M. Si.
NIP.1966208021990021001

PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk:

1. Alm Ibunda Cut Ros Zailisnar dan Alm Ayahanda Junaidy tercinta, yang senantiasa mendoakan dan memberikan kasih sayangnya selama ini;
2. Kakak tersayang Alm Andi Pratama Lisnardy, adik tercinta Alm Novaldy Putra, serta seluruh keluarga besar Bagas Kumoro yang telah memberi semangat dan motivasi;
3. Guru-guruku sejak taman kanak-kanak sampai dengan perguruan tinggi, yang telah membimbing dan memberikan ilmu yang tak ternilai harganya;
4. Almamater Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

MOTTO

“Jangan lihat masa lampau dengan penyesalan, jangan pula lihat masa depan dengan ketakutan, tapi lihatlah sekitar anda dengan penuh kesadaran.”

(James Thurber)

“Manusia tidak merancang untuk gagal, mereka gagal untuk merancang.”

(William J. Siegel)

“Kesopanan adalah pengaman yang baik bagi keburukan lainnya.”

(Cherterfield)

SURAT PERNYATAAN

Nama : Febri Nardy Syahputra
NIM : 070810291033
Jurusan : Manajemen
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Judul : Alternatif Pemilihan Strategi Pemasaran Rokok A-Mild Dengan Metode *Boston Consulting Group (BCG)* di Kota Jember

Menyatakan dengan sesungguhnya dan sebenar-benarnya bahwa Skripsi yang saya buat adalah benar-benar hasil karya sendiri, kecuali apabila dalam pengutipan substansi disebutkan sumbernya, dan belum pernah diajukan pada institusi manapun, serta bukan karya jiplakan milik orang lain. Saya bertanggung jawab atas keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, tanpa adanya paksaan dan tekanan dari pihak manapun serta bersedia mendapat sanksi akademik jika ternyata dikemudian hari pernyataan yang saya buat ini tidak benar.

Jember, 07 Januari 2014

Yang menyatakan,



Febri Nardy Syahputra

NIM : 070810291033

HALAMAN PEMBIMBINGAN SKRIPSI

SKRIPSI

ALTERNATIF PEMILIHAN STRATEGI PEMASARAN DENGAN METODE
BOSTON CONSULTING GROUP (BCG) PADA ROKOK A-MILD
DI KOTA JEMBER

Oleh

FEBRI NARDY SYAHPUTRA
NIM 070810291033

Pembimbing

Dosen Pembimbing I : Dr. Bambang Irawan, SE, M.Si

Dosen Pembimbing II : H.N. Ari Subagio, SE, M.Si

JUDUL SKRIPSI

ALTERNATIF PEMILIHAN STRATEGI PEMASARAN DENGAN METODE
BOSTON CONSULTING GROUP (BCG) PADA ROKOK A-MILD
DI KOTA JEMBER

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama Mahasiswa : **Febri Nardy Syahputra**

NIM : **070810291033**

Jurusan : **Manajemen**

telah dipertahankan di depan panitia penguji pada tanggal:

07 Januari 2014

dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan guna memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

SUSUNAN TIM PENGUJI

Ketua : **Prof. Dr. H. R. Andi Sularso, MSM** : (.....)

NIP. 19600413 198603 1 002

Sekretaris : **Dr. Deasy Wulandari, SE, M.Si** : (.....)

NIP. 19730908 200003 2 003

Anggota : **Dr. Bambang Irawan, SE, M.Si** : (.....)

NIP. 19610317 198802 1 001

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi

Universitas Jember

Pas Foto

4x6

Sesuai
ijazah

Dr. Moehammad. Fathorrazi, S.E., M.Si.

NIP. 19630614 199002 1 001

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut untuk mengetahui hasil prediksi pasar dilihat dari tingkat pertumbuhan pasar, pangsa pasar dan pangsa pasar relatif perusahaan. peta masing-masing produk dan menentukan alternatif strategi pemilihan pemasaran masa mendatang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Pangsa pasar A Mild masih lebih rendah dari Jarum Mild. Tetapi pangsa pasarnya lebih tinggi dari GG Mild. Samporna A Mild berada pada posisi Question Mark dimana divisi dalam kuadran IV memiliki posisi pangsa pasar relatif yang rendah, tetapi mereka bersaing dalam industri yang bertumbuh pesat. Posisi Rokok A Mild saat ini merupakan alternatif pemilihan posisi terbaik yang dapat menghasilkan pendapatan tetap yang tinggi sehingga perusahaan tidak perlu melakukan investasi yang mahal untuk mempertahankan posisi.

Kata kunci: prediksi pasar, tingkat pertumbuhan pasar, pangsa pasar dan pangsa pasar relatif

Abstract

The purpose of this study was to determine the results of the following market predictions views of the market growth rate, market share and relative market share of the company. map of each product and determine the selection of alternative marketing strategies future. The results showed that the A's market share is still lower than the Mild Mild needle. But its market share is higher than the GG Mild. Mild Samporna A Question Mark in a position where the division in the fourth quadrant has the market share position relative low, but they compete in the growing industries pesat. Posisi A Mild Cigarettes is currently the best position alternatif election can produce a high fixed income so the company do not need to make investments that are expensive to maintain position.

Keywords: *market predictions views , market growth rate, market share and relative market share*

PRAKATA

Puji syukur Alhamdulillah penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT, karena atas segala rahmat, hidayah, dan karunia-Nya yang telah diberikan kepada penulis sehingga mampu menyelesaikan Skripsi yang berjudul “Alternatif Pemilihan Strategi Pemasaran Rokok A-Mild Dengan Metode *Boston Consulting Group* (BCG) di Kota Jember. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan program studi Strata Satu (S1) pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

Penulis sangat menyadari bahwa dalam penulisan ini masih sangat banyak kekurangan yang disebabkan karena keterbatasan daripada kemampuan penulis, tetapi berkat pertolongan Allah SWT serta dorongan semangat dari semua pihak, akhirnya penulisan Skripsi ini mampu terselesaikan. Dalam penyusunan Skripsi ini tidak lepas dari berbagai bantuan berbagai pihak, oleh karena itu penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Dr. Moehammad Fathorrazi, S.E, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Jember.
2. Dr. Handriyono, M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember.
3. Dr. Bambang Irawan, SE, M.Si dan H.N Ari Subagio, M.Si, selaku dosen pembimbing yang telah sabar dan banyak memberikan dorongan semangat, bimbingan pengarahan, serta saran sehingga Skripsi ini mampu terselesaikan.
4. Seluruh dosen dan karyawan program studi S-1 Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember.
5. Alm Ibunda Cut Ros Zailisnar dan Alm Ayahanda Junaidy tercinta, yang senantiasa mendoakan dan memberikan kasih sayangnya selama ini.
6. Kakak tersayang Alm Andi Pratama Lisnardy, adikku Alm Novaldy Putra, serta seluruh keluarga besar Bagas Kumoro yang telah memberi semangat dan motivasi.
7. Seluruh keluarga besar Bagas Kumoro yang selalu memberi dukungan dalam segala hal.

8. Ari Septia Ferani yang telah menemani, menyemangati, mendoakan dengan penuh kasih sayang dalam hal apapun.
9. Keluarga Besar UKM SPORTS Fakultas Ekonomi, khususnya M.Jalbil Masholih, Ardiansyah Nur Islam, Muhammad Zaki, yongki Aditya, Gian Geumala, Zainuddin, renald, Johan Prasetya terima kasih telah menorehkan warna warninya dan memberikan kenang-kenangan indah sampai saat ini.
10. Teman-teman SAF6, khususnya Bagus Pambudi, Nidzom Fikri, Arzakin, Hamzah, Lala Royibi, Eko Mardianto, yang selalu memberi canda dan tawa selama ini.
11. Fotocopy @bm terutama Agus Mardyanto yang telah mensupport penuh skripsi saya selama ini.
12. Team futsal Kampus Biru.
13. Seluruh teman-teman manajemen konsentrasi pemasaran angkatan 2007
14. Seluruh teman-teman Program Studi S-1 Manajemen angkatan 2007.
15. Seluruh karyawan PT. HM SAMPOERNA jember. Terima kasih untuk kesediaan menjadi objek dalam penelitian Skripsi saya serta kerjasama dan dukungan yang diberikan.
16. Semua orang disekitarku yang secara langsung maupun tidak langsung membuatku tegar dalam menjalani hidup, dan menjadi alasan untuk bisa tetap semangat dan selalu ceria.

Semoga Allah SWT selalu memberikan Hidayah dan Rahmat kepada semua pihak yang telah membantu dengan ikhlas sehingga skripsi ini dapat terselesaikan. Penulis sadar akan keterbatasan dan kekurangan penulisan skripsi ini, oleh karena itu segala saran dan kritik yang bersifat membangun akan sangat penulis harapkan. Semoga Skripsi ini dapat bermanfaat dan memberikan tambahan pengetahuan bagi yang membacanya.

Jember, 07 Januari 2014

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iii
HALAMAN MOTO	iv
HALAMAN PERNYATAAN.....	v
HALAMAN PEMBIMBINGAN.....	vi
HALAMAN PENGESAHAN.....	vii
ABSTRAK	viii
ABSTRACK.....	ix
PRAKATA	x
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
1. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Perumusan Masalah	5
1.3. Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian.....	6
1.3.1. Tujuan Penelitian	6
1.3.2. Manfaat Penelitian	6
2. TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1. Tinjauan Penelitian Terdahulu	7
2.2. Landasan Teori	9
2.2.1. Pengertian Startegi dan Manajemen Strategi	7
2.2.2. Strategi Pemasaran	10
2.2.3. Pangsa Pasar.....	17
2.2.4. Segmen Pasar	18
2.2.5. <i>Boston Consulting Group</i>	19

2.3. Kerangka Konseptual	21
3. METODE PENELITIAN	23
3.1. Rancangan Penelitian	23
3.2. Jenis Data dan Sumber Data Penelitian	23
3.3. Metode Pengumpulan Data.....	23
3.4. Identifikasi Variabel	24
3.5. Definisi Operasional.....	24
3.6. Metode Analisis Data.....	26
3.7. Kerangka Pemecahan Masalah	28
4. HASIL DAN PEMBAHASAN	30
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	30
4.1.1 Sejarah PT. HM Sampoerna Tbk.	30
4.1.2 Sejarah Sampoerna A Mild	32
4.2 Hasil Analisis Data	33
4.2.1. Perhitungan Pasar Rokok Sampoerna A Mild	33
4.2.2. Pemetaan Produk Rokok PT. Sampoerna, Tbk. Jember Dengan Matrik BCG	37
4.2.3. Alternatif Strategi Pemasaran	38
4.3 Keterbatasan Penelitian	41
5 KESIMPULAN DAN SARAN	42
5.1 Kesimpulan.....	42
5.2 Saran – Saran	42
DAFTAR PUSTAKA	43
LAMPIRAN	45
Lampiran I	45
Lampiran II	46

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Ringkasan Penelitian Terdahulu dan Sekarang.....	8
Tabel 4.1 Tingkat Pertumbuhan Permintaan Terhadap Rokok A Mild	35
Tabel 4.2 Tingkat Pertumbuhan Permintaan Terhadap Rokok Pesaing	36
Tabel 4.3 Tingkat Pertumbuhan Permintaan Terhadap Rokok A Mild	37
Tabel 4.4 Tingkat Pertumbuhan Permintaan Terhadap Rokok A Mild	38
Tabel 4.5 Alternatif Strategi <i>Question Mark</i>	40

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	22
Gambar 3.2 Kerangka Pemecahan Masalah.....	29
Gambar 4.1 Hasil Pemetaan BCG	39

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Tingkat Pertumbuhan Permintaan Terhadap Rokok A Mild	46
Tingkat Pertumbuhan Permintaan Terhadap Rokok Pesaing	46
Lampiran 2 Pertumbuhan Permintaan Terhadap Rokok A Mild	47
Pertumbuhan Permintaan Terhadap Rokok A Mild	47