



**PERUMUSAN STRATEGI PEMASARAN BATIK TULIS  
SUMBERSARI BERDASARKAN ANALISIS  
BOSTON CONSULTING GROUP (BCG)  
PADA UD DIASRI MAESAN BONDOWOSO**

**SKRIPSI**

Diajukan sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada  
Fakultas Ekonomi Universitas Jember

oleh :

**Khoirul Anam**

**NIM. 010810291613**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PEMASARAN  
FAKULTAS EKONOMI**

**2008**

## JUDUL SKRIPSI

### **PERUMUSAN STRATEGI PEMASARAN BATIK TULIS SUMBERSARI BERDASARKAN ANALISIS BOSTON CONSULTING GROUP (BCG) PADA UD DIASRI MAESAN BONDOWOSO**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh :

Nama : Khoirul Anam  
NIM : 010810291613  
Jurusan : Manajemen

**Telah dipertahankan di depan Panitia Penguji pada tanggal :**

**6 Februari 2008**

Dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan guna memperoleh gelar Sarjana dalam Ilmu Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

#### Susunan Panitia Penguji

Ketua : Drs. H. Amiri : .....  
NIP. 130 890 063

Sekretaris : Drs. Sjamsuri, MM : .....  
NIP. 130 287 119

Anggota : Dra. Diah Yulisertiarini, M.Si : .....  
NIP. 131 624 474

Mengetahui,  
Universitas Jember  
Fakultas Ekonomi  
Dekan

Dr. H. Sarwedi, MM  
NIP. 131 276 658

## TANDA PERSETUJUAN

Judul Skripsi : Perumusan Strategi Pemasaran Batik tulis Sumpasari  
Berdasarkan Analisis Boston Consulting Group (BCG)  
Pada UD. Diasri Maesan Bondowoso

Nama Mahasiswa : Khirul Anam  
NIM : 010810291613  
Jurusan : Manajemen  
Program Studi : Manajemen Non Reguler  
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran  
Disetujui Tanggal :

Pembimbing I

Pembimbing II

Dra. Diah Yulisetiari, M.Si.  
NIP. 131624474

Sri Wahyu Lelly H., SE, M.Si.  
NIP. 132282696

Mengetahui :  
Ketua Program Studi  
Manajemen NR,

Dr. Hari Sukarno, MM  
NIP. 131759761

**DEPARTEMEN PENDIDIKAN NASIONAL  
UNIVERSITAS JEMBER - FAKULTAS EKONOMI**

**SURAT PERNYATAAN**

Nama Mahasiswa : Khoirul Anam  
NIM : 010810291613  
Jurusan : Manajemen  
Judul Skripsi : Perumusan Strategi Pemasaran Batik tulis Sumpsi  
Berdasarkan Analisis Boston Consulting Group (BCG)  
Pada UD. Diasri Maesan Bondowoso

Menyatakan bahwa skripsi yang telah saya buat merupakan hasil karya sendiri.  
Apabila ternyata dikemudian hari skripsi ini merupakan hasil plagiat atau  
penjiplakan, maka saya bersedia bertanggungjawab dan sekaligus menerima  
sanksi berdasarkan aturan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jember,  
Yang menyatakan

Khoirul Anam  
NIM 010810291613

## **PERSEMBAHAN**

Kupersembahkan karyaku kepada Allah SWT dan Nabi Muhammad SAW sebagai keyakinan dan panutan dalam kehidupanku

1. Ayah dan Bunda Tercinta
2. Kakak dan Kekasihku tercinta
3. Almamater yang selalu kujunjung tinggi
4. Soudara dan teman-temanku tersayang.



## MOTTO

Terlalu banyak orang ketika membuat kekeliruan terus saja maju dengan keras kepala dan akhirnya mengulangi kesalahan yang sama.

Saya percaya pada motto 'cobalah lagi'. Namun saya membacanya begini, 'cobalah, lalu berhenti dan berpikirlah lalu coba lagi'



---

William Dean Singleton (John C Maxwell, Falling Forward, 2001), halaman 102

## ABSTRAKSI

Penelitian ini mempunyai tujuan ingin memetakan dan mengelompokkan posisi tiap jenis produk dalam matrik *Boston consulting Group* serta menentukan strategi pemasaran masing-masing produk sesuai dengan analisis *Boston Consulting Group*.

Analisis data yang digunakan untuk menjawab permasalahan dalam penelitian ini yaitu masing-masing produk dicari dengan membandingkan volume penjualan batik tulis UD. Diasri Maesan Bondowoso dengan volume penjualan perusahaan pesaing pokok. Pemetaan tersebut dilakukan untuk dapat mengetahui posisi masing-masing produk dalam matrik Boston Consulting Group.

Kesimpulan dari penelitian menggunakan analisis *Boston Consulting Group* (BCG) yang telah dilakukan pada tiga jenis produk batik tulis sumbersari UD. Diasri Maesan Bondowoso antara lain Produk Batik Tulis untuk tahun 2007 diketahui Tingkat permintaan pasar sebanyak 331.2 unit. Tingkat Pertumbuhan Produk dalam Prosentas sebesar 0.78 %. Pangsa pasar relatif sebesar 1.16 X bila dibandingkan dengan pasar pada umumnya. Pangsa pasar yang diraih sebesar 64.46 %. Dengan demikian dalam Matrik *Boston Consulting Group* (BCG) produk batik tulis berada pada posisi *Cash Cow* yaitu produk yang berada pada pasar yang tingkat pertumbuhan produknya rendah dan pangsa pasar relatifnya tinggi, strategi yang dilakukan ialah memperhatikan harga jual produk. Produk Lukisan Batik untuk tahun 2007 diketahui Tingkat permintaan pasar sebanyak 227.5 unit. Tingkat Pertumbuhan Produk dalam Prosentas sebesar 10.6 %. Pangsa pasar relative sebesar 0.97 X bila dibandingkan dengan pasar pada umumnya. Pangsa pasar yang diraih sebesar 53.78 %. Dengan demikian dalam Matrik *Boston Consulting Group* (BCG) produk Lukisan batik berada pada posisi *Question Mark* yaitu memiliki pertumbuhan sangat tinggi, pangsa pasar relatif rendah, strategi yang dilakukan ialah meningkatkan promosi agar produk lukisan batik mampu tumbuh pada pasar yang relatif tinggi. Produk Selendang Sutra untuk tahun 2007 diketahui Tingkat permintaan pasar sebanyak 356.5 unit. Tingkat Pertumbuhan Produk dalam Prosentas sebesar 15.67 %. Pangsa pasar relative sebesar 1.34 X

bila dibandingkan dengan pasar pada umumnya. Pangsa pasar yang diraih sebesar 57.43 %. Dengan demikian dalam Matrik *Boston Consulting Group* (BCG) produk Selendang Sutra berada pada posisi *Star* Produk yaitu memiliki pertumbuhan sangat tinggi, pangsa pasar tinggi, strategi yang dilakukan ialah memperhatikan saluran distribusi.





## KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb.

Puji syukur kehadirat Allah SWT atas segala limpahan rahmat, karunia dan hidayahnya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul Perumusan Strategi Pemasaran Batik tulis Summersari Berdasarkan Analisis Boston Consulting Group (BCG) Pada UD. Diasri Maesan Bondowoso

Skripsi ini disusun guna memenuhi persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana (S-1) Ekonomi Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

Dalam kesempatan ini penulis menyampaikan trima kasih kepada semua pihak baik langsung maupun tidak langsung atas petunjuk, bimbingan dan kerjasamanya dalam penulisan skripsi ini terutama :

1. Bapak Prof. Dr. Sarwedi, MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Jember.
  2. Bapak Dr. Hari Sukarno, MM selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember.
  3. Ibu Dra. Diah Yulisetiarni, M.Si. selaku Dosen Pembimbing I yang selalu meluangkan waktu dan pikiran dalam membimbing penulisan skripsi ini.
  4. Ibu Sri Wahyuni Lelly H., SE, M.Si selaku Dosen Pembimbing I yang selalu meluangkan waktu dan pikiran dalam membimbing penulisan skripsi ini.
  5. Bapak dan Ibu Dosen pengajar yang telah membimbing dan mendidik selama kuliah di Fakultas Ekonomi UNEJ beserta staff dan karyawan Fakultas Ekonomi UNEJ yang telah membantu kelancaran proses Adminitrasi selama menjalani perkuliahan.
  6. teman-temanku angkatan 2001 manajemen Non Reguler dan kesemuanya yang banyak memberikan kenangan dan dukungan.
  7. teman-temanku trimakasih banyak kalian telah memberikan semangat
- Akhir kata penulis berharap agar maksud dan tujuan penulisan ini dapat bermanfaat kepada pembaca dan pihak yang membutuhkan

## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	ii
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	iii
<b>HALAMAN PERNYATAAN</b> .....	iv
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b> .....	v
<b>HALAMAN MOTTO</b> .....	vi
<b>ABSTRAKSI</b> .....	vii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	ix
<b>DAFTAR ISI</b> .....	xi
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xiii
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xiv
<b>BAB 1. PENDAHULUAN</b> .....	1
<b>1.1 Latar Belakang</b> .....	1
<b>1.2 Pokok Permasalahan</b> .....	3
<b>1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian</b> .....	4
1.3.1 Tujuan Penelitian .....	4
1.3.2 Kegunaan Penelitian .....	4
<b>BAB II. TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	5
<b>2.1 Landasan Teori</b> .....	5
2.1.1 Konsep Pemasaran .....	5
2.1.2 Pengertian Strategi .....	5
2.1.3 Strategi Pemasaran .....	7
<b>2.2 Perencanaan Strategi Usaha</b> .....	10
<b>2.3 Dasar Teori Siklus Hidup Industri</b> .....	11
<b>2.4 Pengertian Matrik <i>Boston Consulting Group (BCG)</i></b> .....	13
<b>2.5 Dasar Teori Matrik <i>Boston Consulting Group (BCG)</i></b> .....	15
<b>2.6 Tinjauan Penelitian Terdahulu</b> .....	22

<b>BAB III. METODE PENELITIAN .....</b>	<b>24</b>
<b>3.1 Metode Penelitian .....</b>	<b>24</b>
3.1.1 Rancangan Penelitian .....	24
3.1.2 Jenis Penelitian dan Sifat Penelitian .....	24
3.1.3 Populasi dan Sampel .....	24
3.1.4 Metode Pengumpulan Data .....	26
<b>3.2 Identifikasi dan Oprasional Variabel.....</b>	<b>27</b>
<b>3.3 Metode Analisis Data .....</b>	<b>27</b>
<b>3.4 Kerangka Berpikir .....</b>	<b>31</b>
<b>BAB IV. PEMBAHASAN .....</b>	<b>33</b>
<b>4.1 Gambaran Umum UD. Diasri Batik Tulis Sumber Sari         Maesan Bondowoso.....</b>	<b>33</b>
<b>4.2 Struktur Struktur Organisasi Batik Tulis Sumpersari         UD. Diasri Maesan Bondowoso .....</b>	<b>35</b>
4.2.1 Personalia Perusahaan .....	37
<b>4.3 Pemasaran .....</b>	<b>37</b>
<b>4.3.1 Pengenalan Produk .....</b>	<b>37</b>
4.3.1 Daerah Pemasaran .....	38
4.3.2 Promosi .....	38
<b>4.4 Analisis Data dan Pembahasan.....</b>	<b>38</b>
4.4.1 Hasil Analisis <i>Matrik Boston Consulting Group (BCG)</i> .....	39
4.4.2 Pembahasan.....	43
<b>BAB V. SIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>48</b>
5.1 Simpulan .....	48
5.2 Saran.....	49
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>50</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>52</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel		Halaman
2.1	<b>Implikasi Strategi Matrik BCG .....</b>	20
4.1	<b>Jumlah Karyawan UD. Diasri Maesan Bondowoso .....</b>	37
4.2	<b>Perkembangan Produk UD. Diasri Maesan Bondowoso .....</b>	38
4.3	<b>Posisi Persaingan Batik Tulis Diasri Maesan Bondowoso .....</b>	42



## DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
<b>2.1 Siklus Hidup Industri</b> .....	12
<b>2.2 Matrik Boston Consulting Group</b> .....	17
<b>4.2 Matrik Boston Consulting Group (BCG)</b> .....	43



## DAFTAR LAMPIRAN

### Lampiran

1. **Data Penjualan Produk Batik tulis UD. Diasri Maesan Bondowoso dan Perusahaan Pesaing (Dalam Satuan Unit)..... 52**
2. **Data Penjualan Produk Lukisan Batik UD. Diasri Maesan Bondowoso dan Perusahaan Pesaing (Dalam Satuan Unit) ..... 53**
3. **Data Penjualan Produk Selendang Sutra UD. Diasri Maesan Bondowoso dan Perusahaan Pesaing (Dalam Satuan Unit) ..... 54**
4. **Perhitungan Trend Permintaan Batik Tulis..... 55**
5. **Perhitungan Trend Penjualan Batik tulis Pada UD. Diasri Maesan Bondowoso..... 56**
6. **Perhitungan Trend Penjualan Batik Tulis Pada UD. Purnama Sumber Pakem Jember ..... 57**
7. **Perhitungan Trend Permintaan Lukisan Batik..... 58**
8. **Perhitungan Trend Penjualan Lukisan Batik Pada UD. Diasri Maesan Bondowoso ..... 59**
9. **Perhitungan Trend Penjualan Batik tulis Pada UD. Purnama Sumber Pakem Jember ..... 60**
10. **Perhitungan Trend Permintaan Selendang Sutra..... 61**
11. **Perhitungan Trend Penjualan Selendang Sutra Pada UD. Diasri Maesan Bondowoso ..... 62**
12. **Perhitungan Trend Penjualan Selendang Sutra Pada UD. Purnama Sumber Pakem Jember ..... 63**
13. **Pedoman Wawancara ..... 64**
14. **Kuesioner Penelitian ..... 65**
15. **Daftar Kuesioner .. ..... 66**
16. **Daftar Pertanyaan . ..... 67**