



**ANALISA PENENTUAN STRATEGI PEMASARAN SEPEDA MOTOR
HONDA DENGAN PENDEKATAN BOSTON CONSULTING GROUP
PADA UD. GARUDA MOTOR DI BANYUWANGI**

SKRIPSI

**Diajukan Guna Memenuhi Salah Satu Syarat Untuk
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Fakultas Ekonomi Universitas Jember**

Oleh :

WENDRA JATMIKA

030810291086

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS JEMBER**

2008

Persembahan

Kupanjatkan puja dan puji syukurku kepada Allah SWT dan hanyalah kepada-NYA manusia meminta perlindungan dan pertolongan Skripsi ini kupersembahkan kepada Ibunda tercinta Endang Triningsih Ayahanda Kemat Subani Almamaterku yang kubanggakan Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

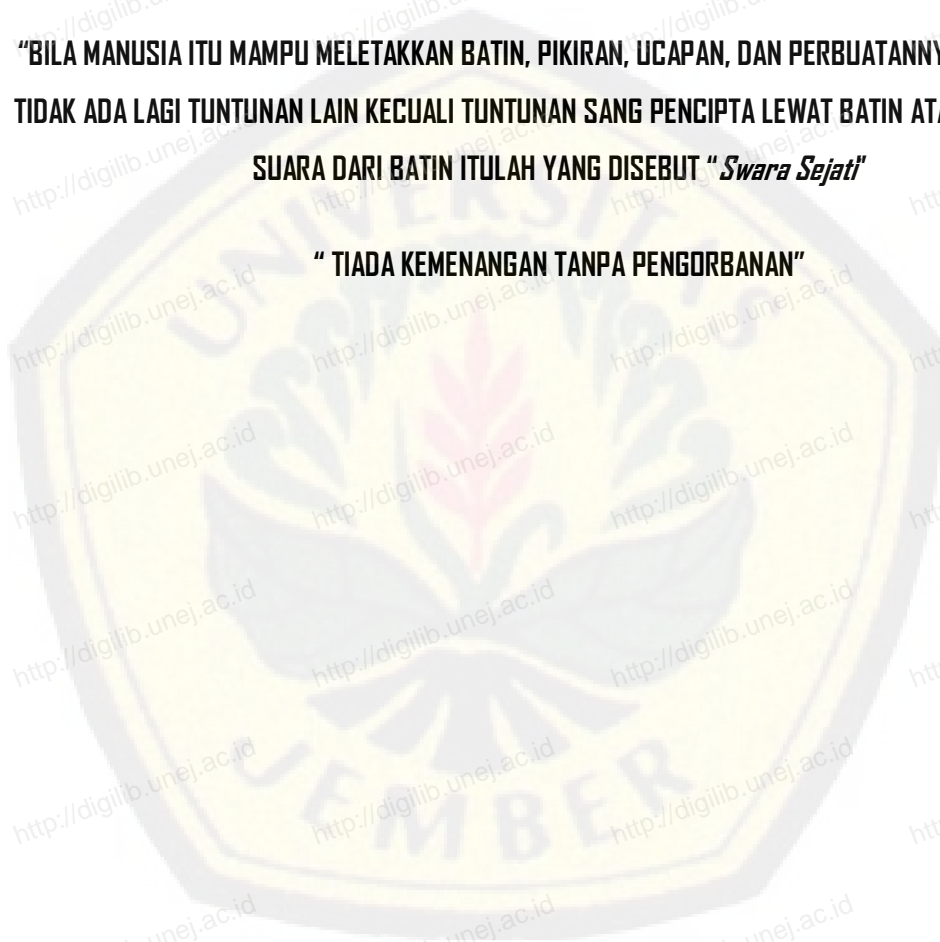


MOTTO

“ PADA HAKEKATNYA BILA MANUSIA MAMPU MENYELARASKAN DAN MENYAMAKAN ANTARA BATIN, PIKIRAN, UCAPAN, DAN PERBUATANNYA MANUSIA TERSEBUT TELAH MENCAPAI ALAM MAKRFAT YANG DAPAT DIARTIKAN “ *Jumbuhing kawulo gusti*”

“BILA MANUSIA ITU MAMPU MELETAKKAN BATIN, PIKIRAN, UCAPAN, DAN PERBUATANNYA SAMA, MAKA TIDAK ADA LAGI TUNTUNAN LAIN KEKUALI TUNTUNAN SANG PENCIPTA LEWAT BATIN ATAU NURANNYA. SUARA DARI BATIN ITULAH YANG DISEBUT “ *Swara Sejati*”

“ TIADA KEMENANGAN TANPA PENGORBANAN”



ANALISA PENENTUAN STRATEGI PEMASARAN SEPEDA MOTOR HONDA DENGAN PENDEKATAN BOSTON CONSULTING GROUP PADA UD.

GARUDA MOTOR DI BANYUWANGI

Wendra Jatmika

Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember

ABSTRAKSI

Penelitian dengan Judul “ANALISA PENENTUAN STRATEGI PEMASARAN SEPEDA MOTOR HONDA DENGAN PENDEKATAN BOSTON CONSULTING GROUP PADA UD. GARUDA MOTOR DI BANYUWANGI ” ini bertujuan

- Untuk mengetahui Pemetaan tiap jenis produk menggunakan matrik BCG

Matriks BCG ini digunakan untuk menggambarkan dengan jelas posisi dari tiap-tiap produk yang dihasilkan oleh perusahaan. Dalam operasionalnya matrik ini memiliki dua sumbu yaitu sumbu vertikal dan sumbu horisontal. Sumbu vertikal menggambarkan Tingkat Pertumbuhan Pasar (Market Growth Rate) yang merupakan proksi daya tarik industri. Sedangkan sumbu horisontal menggambarkan besarnya pangsa pasar relatif (Relative Marker Share) yang dimiliki oleh masing-masing unit usaha strategi.

Kesimpulan yang dapat diperoleh dalam penelitian ini adalah untuk menentukan strategi yang tepat dalam memasarkan produk sepeda motor Honda pada UD. Garuda Motor dikarenakan dalam masa sekarang bertambah banyaknya persaingan.

Saran bagi perusahaan adalah tetap mempertahankan sesuatu yang sudah dicapai dan membiarkan unit yang sudah menghasilkan kas untuk tetap beroperasi meskipun pasar tidak tumbuh, karena unit usaha masih mampu menghasilkan aliran kas masuk meskipun kecil.



DAFTAR ISI

Halaman Sampul	i
Halaman Judul.....	ii
Halaman Surat Pernyataan	iii
Halaman Persetujuan.....	iv
Halaman Persembahan	vi
Halaman Motto.....	vii
ABSTRAKSI	viii
Kata Pengantar	ix
Daftar isi	x
Daftar Tabel	xii
Daftar Gambar.....	xiii
Daftar Lampiran	xiv
Bab 1 PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan Penelitian	3
1.4 Manfaat Penelitian	3
Bab 2 TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Landasan Teori.....	4
2.1.1 Pengertian Pemasaran	4
2.1.2 Pengertian Manajemen Pemasaran	5
2.1.3 Strategi Pemasaran dan Persaingan.....	6
2.1.4 Dasar Teori Siklus Hidup Industri	8
2.1.5 Teori Matrik BCG	11
2.2 Penelitian Sebelumnya.....	24
2.3 Kerangka Konseptual	26
Bab 3 METODE PENELITIAN	
3.1 Rancangan Penelitian.....	28
3.2 Jenis dan Sumber Data.....	28

3.3 Metode Analisis Data.....	29
3.4 Kerangka Pemecahan Masalah	32
Bab 4 HASIL DAN PEMBAHASAN	
4.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	34
4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan	34
4.1.2 Lokasi Perusahaan.....	34
4.1.3 Tujuan dan Fungsi Perusahaan.....	35
4.1.4 Struktur Organisasi Perusahaan	37
4.1.5 Hari dan Jam Kerja Karyawan	42
4.1.6 Perlengkapan Perusahaan.....	42
4.2 Hasil Penelitian	43
4.2.1 Data Penjualan Perusahaan	43
4.2.2 Lingkungan Persaingan Perusahaan.....	44
4.2.3 Analisis Posisi Perusahaan Dalam persaingan.....	47
4.3 Pembahasan.....	52
Bab 5 SIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Simpulan	54
5.2 Saran.....	55
DAFTAR PUSTAKA.....	56
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1	Rekapitulasi Jumlah Karyawan Berdasarkan Jabatan pada Dealer UD. Garuda Motor Banyuwangi	41
Tabel 4.2	Hari dan Jam Kerja Karyawan	42
Tabel 4.3	Data Volume Penjualan Sepeda Motor Honda Pada Lima Tahun Terakhir (2002-2006).....	43
Tabel 4.4	Data Volume Penjualan Sepeda Motor Yamaha pada Lima Tahun Terakhir (2002-2006).....	44
Tabel 4.5	Data Permintaan Industri Sepeda Motor Honda Supra Fit dengan Yamaha Vega Lima Tahun Terakhir.....	45
Tabel 4.6	Data Permintaan Industri Sepeda Motor Honda Supra X dengan Yamaha Jupiter Lima Tahun Terakhir	46
Tabel 4.7	Data Permintaan Industri Sepeda Motor Honda Tiger dengan Yamaha Scorpio Lima Tahun Terakhir.....	47
Tabel 4.8	Posisi Penjualan Motor Honda Supra Fit, Supra X dan Honda Tiger	51

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Siklus Hidup Industri	8
Gambar 2.2 Matrik BCG.....	13
Gambar 2.3 Alur Matrik BCG yang Berhasil	16
Gambar 2.4 Alur Matrik BCG yang Gagal.....	19
Gambar 2.5 Kerangka Konseptual.....	27
Gambar 3.1 Matrik BCG.....	31
Gambar 3.2 Kerangka Pemecahan Masalah	32
Gambar 4.1 Struktur Organisasi.....	38
Gambar 4.2 Posisi Produk dalam Matrik BCG.....	51
Gambar 4.3 Aliran Arus Kas dan Aliran Produk Honda	53

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Perhitungan Trend Permintaan Industri Produk Sepeda Motor Honda Supra Fit Dan Yamaha Vega Lima Tahun Terakhir Di Banyuwangi
- Lampiran 2 : Perhitungan Trend Penjualan Produk Sepeda Motor Honda Supra Fit pada UD. Garuda Motor
- Lampiran 3 : Perhitungan Trend Penjualan Produk Sepeda Motor Yamaha Vega pada Dealer Amin Motor
- Lampiran 4 : Perhitungan Trend Permintaan Industri Produk Sepeda Motor Honda Supra X Dan Yamaha Jupiter Lima Tahun Terakhir Di Banyuwangi
- Lampiran 5 : Perhitungan Trend Penjualan Produk Sepeda Motor Honda Supra X pada UD. Garuda Motor
- Lampiran 6 : Perhitungan Trend Penjualan Produk Sepeda Motor Yamaha Jupiter pada Dealer Amin Motor
- Lampiran 7 : Perhitungan Trend Permintaan Industri Produk Sepeda Motor Honda Tiger Dan Yamaha Scorpio Lima Tahun Terakhir Di Banyuwangi
- Lampiran 8 : Perhitungan Trend Penjualan Produk Sepeda Motor Honda Tiger pada UD. Garuda Motor
- Lampiran 9 : Perhitungan Trend Penjualan Produk Sepeda Motor Yamaha Scorpio pada Dealer Amin Motor
- Lampiran 10 : Data Persaingan Volume Penjualan Sepeda Motor Honda Dengan Sepeda Motor Yamaha Tipe Bebek Dan Lelaki Pada Lima Tahun Terakhir (2002-2006) Antara UD. Garuda Motor Dengan Dealer Amin Motor.

