

**PENENTUAN STRATEGI PEMASARAN BERBASIS Matrik *Boston*
Consulting Group PADA PERUSAHAAN BERAS CV. KAMAL LESTARI
DI GAMBIRAN KALISAT JEMBER**

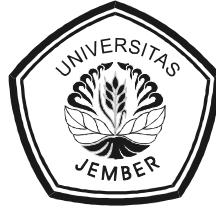
SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Guna Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi
Universitas Jember**

Oleh :

**FATMAWATI
030810201053**

**UNIVERSITAS JEMBER
FAKULTAS EKONOMI
2007**



**PENENTUAN STRATEGI PEMASARAN BERBASIS MATRIK *BOSTON*
CONSULTING GROUP PADA PERUSAHAAN BERAS CV. KAMAL
LESTARI GAMBIRAN KALISAT JEMBER**

SKRIPSI

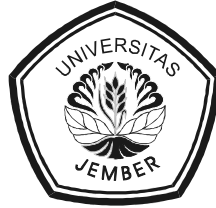
**Diajukan Guna Memenuhi Salah Satu Syarat Untuk
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Fakultas Ekonomi Universitas Jember**

Oleh :

**FATMAWATI
030810201053**

**UNIVERSITAS JEMBER
FAKULTAS EKONOMI**

2007



**PENENTUAN STRATEGI PEMASARAN BERBASIS MATRIK *BOSTON*
CONSULTING GROUP PADA PERUSAHAAN BERAS CV. KAMAL
LESTARI GAMBIRAN KALISAT JEMBER**

SKRIPSI

Oleh :

**FATMAWATI
030810201053**

**UNIVERSITAS JEMBER
FAKULTAS EKONOMI
2007**

DEPARTEMEN PENDIDIKAN NASIONAL
UNIVERSITAS JEMBER – FAKULTAS EKONOMI

SURAT PERNYATAAN

Nama : Fatmawati
NIM : 030810201053
Jurusan : MANAJEMEN
Konsentrasi : M. Pemasaran
Judul Skripsi : PENENTUAN STRATEGI PEMASARAN BERBASIS
Matrik Boston Consulting Group (BCG)
pada Perusahaan Beras CV. Kamal
Lestari di Gambiran-Kalisat -Jember

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

Demikian, pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya

Jember, 16 Juli 2007

Yang menyatakan,



Fatmawati
Fatmawati
NIM.030810201053

TANDA PERSETUJUAN

Judul Skripsi : **PENENTUAN STRATEGI PEMASARAN BERBASIS
Matrik *Boston Consulting Group* pada
PERUSAHAAN BERAS CV. KAMAL LESTARI
GAMBIRAN KALISAT JEMBER**

Nama Mahasiswa : Fatmawati

NIM : 030810201031.

Jurusan : S-1 Manajemen.

Konsentrasi : Manajemen Pemasaran.

Pembimbing I,

Pembimbing II,

Drs. Bambang Irawan M.Si
NIP. 131 759 835

Choirul Shaleh SE., M.Si
NIP. 132 240 148

Ketua Jurusan

Dra. Diah Yulisetiari, M.Si
NIP. 131 624 474

Disetujui : Mei 2007

PERSEMBAHAN

Dengan kerendahan hati yang tak terhingga, kuucapkan rasa syukurku kepada

Allah SWT, yang kepada-Nya tergantung segala sesuatu.

Skripsi ini kupersembahkan kepada :

Ibunda tercinta Hj.Sugia

Ayahanda tersayang H. Kamil Gunawan dan

Abangku tersayang Gunawan

Almamaterku yang kubanggakan Fakultas Ekonomi

Universitas Jember

MOTTO

”Hanya Engkaulah (Allah) yang kami sembah, dan hanya kepada Engkau kami memohon pertolongan” (QS. Al Fatihah : 5)

”Sesungguhnya Allah tidak akan mengubah nasib suatu kaum, sebelum kaum itu merubah nasib mereka sendiri” (QS. Ar Rad : 11)

”Janganlah memikirkan masalahnya, tapi pikirkanlah jalan keluar dan pemecahan dari masalah itu” (Pribadi)

*Perumusan Strategi Pemasaran Berbasis Matriks Boston Consulting Group
Pada CV. Kamal Lestari Gambiran Kalisat Jember*

Fatmawati

Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Jember

ABSTRAKSI

Penelitian tentang Penentuan Strategi Pemasaran Berbasis *Matriks Boston Consulting Group* Pada CV. Kamaml Lestari Gambiran Kalisat Jember ini bertujuan untuk mengetahui tingkat pertumbuhan pasar, pangsa pasar relative, pangsa pasar, dan untuk memetakan produk dalam matriks *Boston Consulting Group* (BCG) dan menentukan alternative strategi perusahaan beras CV. Kamal Lestari pada tahun 2007.

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah berupa data penjualan jenis beras CV. Kamal Lestari dan data permintaan industri beras di Jember dari tahun 2002 sampai dengan tahun 2006. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif. Sedangkan metode analisis menggunakan Matriks Boston Consulting Group yang bertujuan untuk memetakan setiap jenis merk beras yang dimiliki oleh CV. Kamal Lestari. Sehingga dengan mengetahui posisi tiap merk perusahaan dapat menentukan strategi yang sesuai untuk kemajuan perusahaan. Dalam operasionalnya matrik ini memiliki dua sumbu dan terdiri dari empat sel. Kedua sumbu tersebut adalah sumbu vertical dan sumbu horizontal. Sumbu vertical menggambarkan Tingkat Pertumbuhan Pasar (*Market Growth Rate*) yang merupakan proksi daya tarik industri. Sedangkan sumbu horizontal menggambarkan besarnya pangsa pasar relative (*Relative Market Share*) yang dimiliki oleh masing-masing usaha unit usaha strategi. Empat sel tersebut adalah sel bersimbol tanda Tanya (?), simbol bintang (*Star*), symbol rupiah (*Cash cow*), anjing (*dog*).

Hasil penelitia ini menunjukkan bahwa analisis yang telah dilakukan dengan menggunakan Matriks *Boston Consulting Group* (BCG) pada CV. Kamal Lestari dapat disimpulkan posisi pemetaan merk Cobra, Dua Kelinci, dan Banteng sama-sama berada dalam posisi "*Cash Cow*". Sehingga strategi yang dianjurkan untuk produk beras merk Cobra, Dua Kelinci dan Banteng yang berada pada posisi *Cash Cow* adalah memanen dan mempertahankan unit usaha yang ada.

KATA PENGANTAR

Bismillahirrohmanirrohim

Segala puji syukur Alhamdulillah kehadirat Allah SWT atas segala limpahan rahmat, hidayah dan karunia NYA sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.. Sholawat serta salam semoga tetap tercurah kepada Rosullulah Muhammad SAW.

Dalam penulisan hingga terselesainya skripsi ini, penulis telah banyak mendapatkan bantuan tenaga dan pikiran yang tak ternilai, untuk itu penulis pada kesempatan ini menyampaikan ungkapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bpk. Prof. Dr. H. Sarwedi, MM selaku dekan Fakultas Ekonomi Universitas Jember
2. Dra. Diah Yuli Setiarini M,Si selaku ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember
3. Drs. Bambang Irawan, M.Si selaku dosen pembimbing I yang telah meluangkan waktu untuk memberi masukan agar skripsi ini lebih sempurna
4. Choirul Saleh, SE, M.Si selaku dosen pembimbing II yang telah meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan dan petunjuk dengan cermat dan teliti pada penyusunan skripsi ini
5. Bapak dan Ibu dosen yang telah memberikan bekal ilmu selama menempuh masa studi di Fakultas Ekonomi Universitas Jember
6. Bpk. H.Kamil Gunawan, selaku pimpinan CV. Kamal Lestari beserta staff atas kerja samanya memberikan data dan kesempatan kami untuk mengadakan penelitian
7. Kedua orang tuaku tercinta, Bpk. H. Kamil Gunawan dan Ibunda Hj. Sugia, telah memberikan restu dan doa serta motivasi yang tak terhingga selama penulis melaksanakan studi hingga selesainya skripsi ini

8. Abangku tercinta Mas Gunawan yang selalu memotivasi aku untuk menjadi seorang perempuan dan adik yang mandiri
 9. Adikku M. Rizki Setiawan yang dengan segala kenakalan dan kelucuannya selalu membuatku tertawa
 10. My Dear Dannis yang selalu setia menemaniku, memotivasiku dan selalu ada untukku, semoga tidak pernah letih mencintaiku
 11. Keluarga di Lumajang Bpk.H. Effendy, Mama Wiwik, mas Dendy Aswar P, adik Ramadhan KH terima kasih atas semua doanya.
 12. Mas Dewanto dan Bang Hendro yang telah menjadi teman curhatku ,terima kasih sudah banyak mengajarku banyak hal tentang hidup
 13. Sahabat-sahabatku masa SMA, Susi, Yati, Dara, Dodiet, Dae, Nita, Yida kalian adalah sahabatku yang selalu menjadi teman berbagi
 14. Enam sekawan, Sofi, Emy, Feby, Dadang, dan Zhevy dengan kekompakan dan kebersamaan kita membuat hidupku berwarna
 15. Zhevy dan Nia yang selalu membantuku dalam penyusunan skripsi ini dan selalu mengatakan “Jangan Menyerah”
 16. Grandy, Boyok, Diny, Dan Lita”Cayo Semangat” kudoakan cepat lulus
 17. Iid dan Sisca yang sudah menjadi sarjana semoga cepat dapat kerja
 18. Teman-temanku sepejuangan, MGT-03, dimana selama hamper empat tahun kita bersama dan penulis banyak belajar tentang berbagai hal dari rekan-rekan semuanya
 19. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan disini yang telah membantu dalam penulisan skripsi ini
- Akhir kata penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi seluruh pembaca.

Jember, Juli 2007

Penulis,

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMBUNG.....	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN SURAT PERNYATAAN.....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
HALAMAN MOTTO.....	vii
HALAMAN ABSTRAKSI.....	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
I. PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
II. TINJAUAN PUSTAKA.....	6
2.1 Landasan Teori.....	6
2.1.1 Pengertian Pemasaran.....	6
2.1.2 Pengertian Manajemen Pemasaran.....	7
2.1.3 Persaingan dan Strategi Pemasaran.....	8
2.1.4 Dasar Teori Siklus Kehidupan Industri.....	9
2.1.5 Matrik <i>Boston Consulting Group</i>	11
2.2 Kajian Empiris.....	20
2.3 Kerangka Konseptual.....	21
III. METODE PENELITIAN.....	22
3.1 Rancangan Penelitian.....	22
3.2 Jenis dan Sumber Data.....	22
3.3 Batasan Masalah.....	23
3.4 Definisi Operasional Variabel.....	23
3.5 Metode Analisis Data.....	24
3.6 Kerangka Pemecahan Masalah.....	28
IV. HASIL DAN PEMBAHASAN.....	29
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	29
4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan.....	29
4.1.2 Lokasi Perusahaan.....	29
4.1.3 Struktur Organisasi Perusahaan.....	31
4.1.4 Sumber Daya Manusia.....	34
4.1.5 Produksi.....	35
4.1.6 Pemasaran.....	38
4.1.7 Lingkungan Industri Perusahaan.....	39
4.2 Analisis Data.....	40

4.2.1 Mengukur Tingkat Pertumbuhan Pasar Produk Pada Th 2007....	40
4.2.2 Mengukur Pangsa Pasar Relatif Tiap Merk Pada Th 2007.....	41
4.2.3 Mengukur Pangsa Pasar Tiap Merk Pada Th 2007	43
4.2.4 Pemetaan Pada Matrik BCG	44
4.3 Alternatif Strategi	51
V. SIMPULAN DAN SARAN	57
5.1 Simpulan.....	57
5.2 Saran.....	59
DAFTAR PUSTAKA.....	61
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

1.1 Penjualan Beras Tahun 2002 – 2006.....	2
2.1 Tabel Perbedaan Hasil Penelitian Sebelumnya	20
4.1 Tabel Kualitas I, II, dan III Beras Merk Cobra, Dua Kelinci, Banteng	36
4.2 Penjualan Jenis Beras CV. Kamal Lestari Tahun 2002 – 2007	39
4.3 Posisi Persaingan Beras CV. Kamal Lestari Jember.....	45
4.4 Posisi Produk Tiap Merk Dalam 5 Tahun Terakhir	46

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
2.1 siklus kehidupan industri.....	10
2.2 matrik <i>Boston Consulting Group</i>	14
2.3 kerangka konseptual	21
3.1 icon matrik <i>Boston Consulting Group</i>	26
3.2 kerangka pemecahan masalah	28
4.1 struktur organisasi.....	32
4.5 jalur distribusi pemasaran beras CV. Kamal lestari.....	38
4.6 posisi produk CV. Kamal lestari dalam <i>BCG</i>	47

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
1. Tingkat pertumbuhan pasar, pangsa pasar relatif, pangsa pasar masing-masing merk pada Perusahaan Tahun 2002.....	63
2. Tingkat pertumbuhan pasar, pangsa pasar relatif, pangsa pasar masing-masing merk pada Perusahaan Tahun 2003.....	65
3. Tingkat pertumbuhan pasar, pangsa pasar relatif, pangsa pasar masing-masing merk pada Perusahaan Tahun 2004.....	67
4. Tingkat pertumbuhan pasar, pangsa pasar relatif, pangsa pasar masing-masing merk pada Perusahaan tahun 2005.....	69
5. Tingkat pertumbuhan pasar, pangsa pasar relatif, pangsa pasar masing-masing merk pada Perusahaan Tahun 2006.....	71
6. Perhitungan Penjualan industri Beras tahun 2007.....	73
7. Perhitungan penjualan Beras Cobra tahun 2007.....	74
8. Perhitungan Penjualan pesaing pokok (Dua anak) tahun 2007.....	75
9. Perhitungan Penjualan beras Dua Kelinci tahun 2007.....	76
10. Perhitungan penjualan Beras Pesaing (Macan) tahun 2007.....	77
11. Perhitungan Penjualan Beras Banteng tahun 2007.....	78
12. Perhitungan Penjualan Beras pesaing (Nikisae) tahun 2007.....	79
13. Gambar Kemasan Beras Merk Cobra.....	80
14. Gambar Kemasan Beras Merk Dua Kelinci.....	81
15. Gambar Kemasan Beras Merk Cobra.....	82