



**ANALISIS STRATEGIC POSITION AND ACTION
EVALUATION (SPACE) MATRIK DAN PREDIKSI PANGSA
PASAR SEBAGAI DASAR DALAM PENETAPAN STRATEGI
PEMASARAN PADA PT. BINTANG MULYA JEMBER**

26 Februari 2008

dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan
memperoleh gelar Sarjana dalam Ilmu Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi
Universitas Jember

SKRIPSI

Ketua : Drs. Adi Prasodja MP
NIP. 131691914
Sekretaris : Siti Aliyah, SE, M.Si.
NIP. 132240147
Anggota : Drs. H. Marjanto MM
NIP. 136324100

Oleh :
MUHAMAD REZA ARDIYANTO
NIM : 020810291062

Mengabdi,
Universitas Jember
Fakultas Ekonomi

Drs. H. Suryadi, MM
NIP. 131 276 458

**UNIVERSITAS JEMBER
FAKULTAS EKONOMI
2008**

JUDUL SKRIPSI

ANALISIS STRATEGIC POSITION AND AVTION EVLUATION (SPACE)
MATRIK DAN PREDIKSI PANGSA PASAR SEBAGAI DASAR
DALAM PENETAPAN STRATEGI PEMASARAN
PADA PT. BINTANG MULYA JEMBER

Yang dipersiapkan dan disusun oleh :

Nama Mahasiswa : Moh. Reza A.
NIM : 020810291062
Jurusan : Manajemen

telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal :

26 Pebruari 2008

dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan
memperoleh gelar Sarjana dalam Ilmu Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi
Universitas Jember

Susunan Tim Penguji

Ketua : Drs. Adi Prasodjo, MP
NIP. 131691014
Sekretaris : Siti Aliyati, SE, M.Si
NIP. 132240147
Anggota : Drs. H. Marjanto, MM
NIP. 130324100



Mengetahui;
Universitas Jember
Fakultas Ekonomi
Dekan,

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

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

SURAT PERNYATAAN

Nama : Moh. Reza A.
NIM : 020810291062
Jurusan : MANAJEMEN
Konsentrasi : M. Pemasaran
Judul Skripsi : ANALISIS STRATEGIC POSITION AND
AVTION EVLUATION (SPACE) MATRIK DAN
PREDIKSI PANGSA PASAR SEBAGAI DASAR
DALAM PENETAPAN STRATEGI PEMASARAN
PADA PT. BINTANG MULYA 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, 26 Pebruari 2008
Yang menyatakan,



Moh. Reza A.
NIM. 020810291062

TANDA PERSETUJUAN

Judul Skripsi : Analisis *Strategic Position and Avtion Evaluation*
(SPACE) Matrik dan Prediksi Pangsa Pasar Sebagai
Dasar dalam Penetapan Strategi Pemasaran Pada PT.
Bintang Mulya Jember

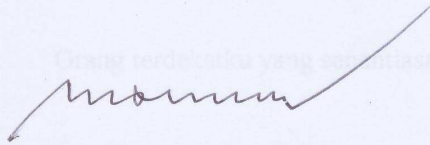
Nama Mahasiswa : Muhamad Reza Ardiyanto

NIM : 020810291062

Jurusan : Manajemen

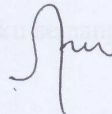
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Pembimbing I



Drs. H. Maryanto, MM
NIP. 130 324 100

Pembimbing II



Siti Aliyati, SE, M.Si
NIP. 131 240 147

Koordinator
Program Studi Manajemen



Dr. Hari Sukarno, MM
NIP. 131 759 761

Disetujui Tanggal: _____

PERSEMBAHAN

Allah SWT, Dzat Maha Agung yang hidup dan matiku ada dalam genggamannya....Terima kasih atas segala sesuatu yang telah Engkau anugerahkan untukku

Nabi Muhammad SAW, junjungan dan panutan semua umat manusia

Orang Tuaku Tercinta , terima kasih atas kasih sayang, cinta, do'a, serta dukungan moral maupun material selama ini,,,apapun yang kulakukan takkan mampu membalas semua itu.... tapi,,,akhirnya satu kewajiban ananda telah selesai

Saudaraku yang memberikan dukungan padaku

Orang terdekatku yang senantiasa memberikan aku semangat

Almamaterku tercinta

MOTTO

“Menjadi jujur adalah penting, tapi yang terpenting adalah bertindak benar”

(Winston Churchill)

“I’m not the first but I hope we are not the last

I was late to start but early to finish....”

(Penulis)

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan syukur atas kehadiran Allah SWT serta hidayahNya, yang telah dilimpahkan kepada penulis sehingga dapat terselesaikannya penulisan skripsi ini.

Penyusunan skripsi ini dimaksudkan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program Studi S-1 (Manajemen) Non Reguler Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

Penulis menyadari dalam penulisan ini masih banyak kekurangan yang disebabkan oleh keterbatasan kemampuan penulis. Tetapi berkat pertolongan Allah SWT serta dorongan dan bimbingan semua pihak, akhirnya penulisan skripsi ini dapat terselesaikan.

Selain itu, dalam penulisan skripsi ini banyak pihak yang telah membantu secara langsung atau tidak langsung. Sebagai ungkapan bahagia, maka pada kesempatan ini penulis mengungkapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Prof. Dr. H. Sarwedi, MM, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Jember.
2. Dr. Hari Sukarno, MM, selaku Ketua jurusan Manajemen Program S1 Non reguler Fakultas Ekonomi Universitas Jember.
3. Drs. H. Maryanto, MM selaku dosen pembimbing I yang telah banyak memberikan bimbingan, pengarahan dan saran sehingga penulisan skripsi ini dapat terselesaikan.
4. Siti Aliyati, SE, MSi selaku dosen pembimbing II yang telah banyak memberikan bimbingan, pengarahan dan saran sehingga penulisan skripsi ini dapat terselesaikan.
5. Seluruh Dosen dan Karyawan Fakultas Ekonomi Universitas Jember
6. Pimpinan dan staf karyawan PT. Bintang Mulya Jember.
7. Semua orang yang telah membantu penulisan skripsi ini.
8. Teman-temanku angkatan 2002
9. Seluruh pihak yang membantu semangat dan dorongan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

Dengan segala kemampuan dan pengetahuan serta pengalaman yang penulis miliki, maka disadari sepenuhnya skripsi ini masih terdapat kekurangan. Oleh karena itu, saran dan kritik sangat diharapkan.

Akhirnya, semoga skripsi ini memberikan manfaat dan guna bagi pembaca pada umumnya dan mahasiswa Fakultas Ekonomi pada khususnya.

Jember, 11 Februari 2008

Penulis

ABSTRAKSI

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui hasil prediksi pasar dilihat dari tingkat pertumbuhan pasar, pangsa pasar dan pangsa pasar relatif perusahaan serta untuk menentukan alternatif strategi pemasaran yang akan datang.

Jenis penelitian yang digunakan disini adalah penelitian empiris runtut waktu/historis yang merupakan penelitian yang didasarkan pada fakta serta data yang didapat dari perusahaan. Sifat penelitian yang digunakan adalah penelitian komparatif, yaitu dengan tidak melakukan percobaan (eksperimen) pada objek penelitian, akan tetapi hanya memetakan produk dalam pasar persaingan industrinya menurut matrik SPACE. Jenis data yang digunakan didalam penelitian ini, yaitu data sekunder yang yang diperoleh secara tidak langsung dari sumbernya tetapi melalui sumber lain yang mempunyai kaitan langsung dengan masalah yang diteliti atau dengan kata lain data yang diperoleh dari pihak kedua. Metode analisis data menggunakan trend kuadratik, *market share*, tingkat pertumbuhan pasar dan *market share relatif* dan matrik SPACE.

Hasil analisis data menunjukkan bahwa hasil prediksi pasar menunjukkan bahwa tingkat pertumbuhan pasar pada tahun 2007 untuk produk mie sohun Bintang Piring mengalami penurunan sebesar 46%, mie sohun cap Golok sebesar 64,5% sedangkan mie sohun cap Burung mengalami tingkat pertumbuhan sebesar 17,5%. PT. Bintang Mulya Jember mempunyai *Market Share* sebesar 27,9% untuk mie sohun Bintang Piring, 0,2% untuk Cap Golok dan 2,4% untuk mie sohun cap Burung. Pangsa pasar relatif PT. Bintang Mulya Jember dibandingkan dengan PT. Lingkaran Mas Jember sebesar 1,001x untuk mie sohun Bintang Piring, 0,19x untuk mie sohun Cap Golok dan 0,15x. Jika dibandingkan dengan PT. Jago Superior Jember sebesar 0,6x untuk mie sohun Bintang Piring, 0,19x untuk mie sohun Cap Golok dan 0,17x untuk Mie Sohun Cap Burung. Berdasarkan hasil matrik SPACE menunjukkan bahwa posisi PT. Bintang Mulya Jember berada pada kuadran Kompetitif yang mengindikasikan strategi-strategi keunggulan kompetitif (*competitive advantage strategies*) yang meliputi integrasi ke belakang, ke depan atau horizontal, penetrasi pasar, pengembangan pasar, pengembangan produk dan *joint venture*.

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa PT. Bintang Mulya Jember strategi yang tepat adalah startegi Growth.

ABSTRACT

This research of aims are to know the result of prediksi market seen from storey; level of market growth, compartment of market and market compartment relative company and also to determine the alternative of marketing strateg.

Research type used here is empirical research [of] runtut time/historical representing research which is relied on by a fact and also data got from company. Nature of research used by comparability research, that is with do not conduct the attempt (experiment) of research object, however only map the product in its industry emulation market according to matrik SPACE. Data type used in this research, that is data sekunder which obtained indirectly from its source but passing other;dissimilar source having direct bearing with the accurate problem or equally data obtained from party kedua. Metode analyse the data use the trend kuadratik, market share, mount the growth of market and market share relative and matrik SPACE.

Result of data analysis indicate that the result of prediksi market indicate that the storey;level of market growth in the year 2007 for the product of noodles of sohun of Bintang Piring experience of the degradation of equal to 46%, noodles sohun Cap Golok of equal to 64,5% while noodles sohun Cap Burung experience of the growth storey;level of equal to 17,5%. PT. Bintang Mulya Jember have the Market Share of equal to 27,9% for the noodles of sohun of Bintang Piring, 0,2% to Cap Golok and 2,4% for the noodles of sohun Cap Burung. Market Compartment relative PT. Bintang Mulya Jember compared by PT. Lingkaran Mas Jember of equal to 1,001x for the noodles of sohun of Bintang Piring, 0,19x for the noodles of sohun Cap Golok and 0,15x. In Comparison With PT. Jago Superior Jember of equal to 0,6x for the noodles of sohun of Bintang Piring, 0,19x for the noodles of sohun Cap Golok and 0,17x for the Noodles Of Sohun Cap Burung. Pursuant to result of matrik SPACE indicate that the position PT. Bintang Mulya Jember be at the kuadran Kompetitif which indication of strategy of excellence kompetitif (competitive advantage strategies) covering integration [of] rear, forwards or horizontal, penetrating of market, market development, product development and joint venture

Pursuant to inferential research result that PT. Bintang Mulya Jember strategy is startegi Growth.

DAFTAR ISI

	Halaman
Halaman Pernyataan	i
Halaman Persetujuan	ii
Halaman Pengesahan	iii
Halaman Persembahan	iv
Halaman Motto	v
Abstraksi	vi
<i>Abstract</i>	vii
Kata Pengantar	viii
Daftar Isi	x
Daftar Gambar	xii
Daftar Tabel	xiii
Daftar Lampiran	xiv
BAB 1. PENDAHULUAN.....	1
Latar Belakang Masalah	2
Pokok Permasalahan.....	3
Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	3
1.3.1 Tujuan Penelitian.....	3
1.3.2 Manfaat Penelitian.....	3
BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA.....	5
2.1.Kajian Teoritis.....	5
2.1.1 Pengertian Strategi dan Manajemen Strategi.....	5
2.1.2 Strategi Pemasaran	6
2.1.3 Pangsa Pasar.....	13
2.1.4 Segmen Pasar.....	14
2.2.Kajian Empiris.....	18
2.3.Kerangka Konseptual	20
BAB 3. METODE PENELITIAN.....	22
3.1 Rancangan Penelitian.....	22
3.2 Sifat Penelitian.....	22
3.3 Identifikasi Variabel.....	22

3.4 Metode Pengumpulan Data	22
3.5 Jenis Data dan Sumber Data Penelitian.....	23
3.6 Definisi Operasional Variabel.....	23
3.7 Metode Analisis Data.....	23
3.8 Kerangka Pemecahan Masalah	28
BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN.....	30
4.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	30
4.1.1 Sejarah Singkat PT. Bintang Mulya Jember.....	30
4.1.2 Lokasi Perusahaan	30
4.1.3 Struktur Organisasi.....	30
4.1.4 Personalia.....	33
4.1.5 Aspek Pemasaran	34
4.1.6 Volume	Penjualan 34
.....	35
4.2 Analisis Data	35
4.2.1 Prediksi Pasar PT. Bintang Mulya Jember.....	42
4.2.2 Hasil Analisis SPACE MATRIK.....	48
4.3 Pembahasan	48
4.3.1 Prediksi Pasar PT. Bintang Mulya Jember.....	
4.3.2 Hasil Analisis Strategi Dengan SPACE MATRIK dan Penentuan Strategi Pemasaran.....	49 51
BAB 5. SIMPULAN DAN SARAN.....	51
5.1 Simpulan	51
5.2 Saran.....	

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
2.1 Kerangka Konseptual	21
3.1 Grafik Matrik SPACE	27
3.2 Kerangka Pemecahan Masalah	28
4.1 Struktur Organisasi PT. Bintang Mulya Jember	31
4.2 SPACE Matrik	48

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
2.1 Pembagian Kelompok Pangsa Pasar	8
3.1 Matrik SPACE	26
4.1 Data Penjualan PT. Bintang Mulya Jember untuk Produk Mie Sohun Bintang Piring, Mie Sohun Cap Golok dan Mie Sohun Cap Burung	34
4.2 Trend Penjualan Mie Sohun Bintang Piring Tahun 2002-2006	35
4.3 Trend Penjualan Mie Sohun Bintang Piring Tahun 2002-2006	36
4.4 Trend Penjualan Mie Sohun Cap Burung Tahun 2002-2006	36
4.5 Matrik SPACE PT. Bintang Mulya Jember	47

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran

- 1 Data Penjualan Mie Sohun Bintang Piring PT. Bintang Mulya Jember dan Perusahaan Pesaing Tahun 2001 – 2005 (dalam satuan bal)
- 2 Data Penjualan Mie Sohun Cap Golok PT. Bintang Mulya Jember dan Perusahaan Pesaing Tahun 2001 – 2005 (dalam satuan bal)
- 3 Data Penjualan Mie Sohun Cap Burung PT. Bintang Mulya Jember dan Perusahaan Pesaing Tahun 2001 – 2005 (dalam satuan ikat)
- 4 Perhitungan Trend Penjualan Mie Sohun Bintang Piring PT. Bintang Mulya Jember
- 5 Perhitungan Trend Penjualan Mie Sohun Bintang Piring PT. Lingkaran Mas Jember
- 6 Perhitungan Trend Penjualan Mie Sohun Bintang Piring PT. Jago Superior Jember
- 7 Perhitungan Trend Penjualan Mie Sohun Cap Golok PT. Bintang Mulya Jember
- 8 Perhitungan Trend Penjualan Mie Sohun Cap Golok PT. Lingkaran Mas Jember
- 9 Perhitungan Trend Penjualan Mie Sohun Cap Golok PT. Jago Superior Jember
- 10 Perhitungan Trend Penjualan Mie Sohun Cap Burung PT. Bintang Mulya Jember
- 11 Perhitungan Trend Penjualan Mie Sohun Cap Burung PT. Lingkaran Mas Jember
- 12 Perhitungan Trend Penjualan Mie Sohun Cap Burung PT. Jago Superior Jember
- 13 Perhitungan ROI PT. Bintang Mulya Jember
- 14 Perhitungan Trend ROI PT. Bintang Mulya Jember
- 15 Perhitungan *Current Ratio* PT. Bintang Mulya Jember
- 16 Perhitungan Trend Rasio Likuiditas PT. Bintang Mulya Jember
- 17 Perhitungan DEBT PT. Bintang Mulya Jember
- 18 Perhitungan Trend DEBT PT. Bintang Mulya Jember