



**PENENTUAN STRATEGI PEMASARAN BERBASIS
Matrik *Boston Consulting Group* (BCG)
PADA HOTEL PANORAMA JEMBER**

SKRIPSI

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

Oleh

Rini Rahmawati
NIM 030810201109

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS JEMBER
2007**

PERSEMBAHAN

Untuk keluargaku yang kucintai,
Orang-orang yang kusayangi,
Dan
Almamater yang kubanggakan

MOTTO

**Karena sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan. Maka apabila kamu telah selesai (dari sesuatu urusan), kerjakanlah dengan sungguh-sungguh (urusan yang lain). Dan hanya kepada Tuhan-mulah hendaknya kamu berharap.
(Q.S. Al-Insyirah:5-8)**

**Awali hari dengan doa dan senyum. Usaha tanpa doa adalah kesombongan dan doa tanpa usaha adalah kebohongan.
(Qu)**

ABSTRAKSI

Rini Rahmawati, NIM: 030810201109, mahasiswa jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember, dengan judul skripsi “Penentuan Strategi Pemasaran Berbasis Matrik *Boston Consulting Group* (BCG) Pada Hotel Panorama Jember”. Penelitian ini dilakukan sebagai studi empiris atau runtut waktu yang didasarkan pada fakta atau pengalaman untuk mengetahui posisi kelas kamar Hotel Panorama Jember terhadap kelas kamar serupa dari pesaingnya.

Objek dari penelitian ini adalah Hotel Panorama Jember dengan para pesaing pokoknya yaitu Hotel Sulawesi dan Hotel Kebon Agung. Periode pengambilan data mulai dari tahun 2002 sampai dengan 2006. Penelitian ini menggunakan analisis trend sekuler non linier dengan metode kuadratik, yaitu metode yang digunakan untuk meramalkan trend yang terjadi pada tahun berikutnya, dilanjutkan dengan Matrik *Boston Consulting Group* (BCG) yang digunakan untuk menentukan posisi kelas kamar (*Question Mark, Star, Cash Cow* dan *dog*).

Hasil yang diperoleh dari penelitian ini yaitu tingkat pertumbuhan pasar Hotel Panorama Jember yang mencerminkan tinggi rendahnya peluang bisnis yang tersedia pada tahun 2007 adalah sebesar -35% untuk *standart room*; -35% untuk *deluxe room* dan -36% untuk *executive room*. Pangsa pasar relatif yang menggambarkan perbandingan antara besarnya volume tingkat hunian Hotel Panorama Jember dengan pesaing utamanya yaitu Hotel Sulawesi adalah sebesar 0,37x untuk *standart room*; 1,36x untuk *deluxe room* dan 0,59x untuk *executive room*. *Market Share* Hotel Panorama Jember yang menggambarkan perbandingan persentase peningkatan jumlah tingkat hunian kamar yang menunjukkan kekuatan Hotel Panorama Jember dalam merebut pasar pada tahun 2007 adalah sebesar 17,5% untuk *standart room*; 26% untuk *deluxe room* dan 19,5% untuk *executive room*.

Posisi persaingan antara Hotel Panorama Jember dengan kedua pesaing utamanya untuk *standart room* dan *executive room* berada pada posisi *dog*, dimana bisnis yang ada pada posisi ini memiliki pangsa pasar dan pertumbuhan pasar yang rendah. Sedangkan untuk *deluxe room* berada pada posisi *cash cow*, dimana pada posisi ini pangsa pasar cukup tinggi dan pertumbuhan pasar yang rendah. Strategi yang dianjurkan adalah strategi stabilitas untuk *standart room* dan strategi kombinasi untuk *deluxe room* dan *executive room*.

KATA PENGANTAR

Puji syukur dipanjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala limpahan rahmat, taufik dan hidayah-Nya sehingga penyusunan skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.

Selama dalam penyusunan skripsi ini penulis telah banyak mendapatkan bantuan baik secara moril maupun materiil yang tak ternilai harganya dari semua pihak. Maka dari itu selayaknya penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. H. Sarwedi, MM, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Jember,
2. Ibu Diah Yulisetiarni, M.Si, selaku Ketua Jurusan Manajemen,
3. Bapak Bambang Irawan, M.Si selaku Dosen Pembimbing I, yang telah banyak memberikan saran serta bimbingan dalam penyusunan skripsi ini. Atas kesabaran dan semua bantuan-bantuannya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik,
4. Bapak Drs. Sunardi, MM selaku Dosen Pembimbing II sekaligus Dosen Wali, yang telah banyak memberikan saran serta bimbingan dalam penyusunan skripsi ini. Atas kesabaran dan semua bantuan-bantuannya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik,
5. Bapak dan Ibu Dosen beserta Staf Karyawan Fakultas Ekonomi Universitas Jember atas segala bimbingannya selama penulis menjalani masa studi di Fakultas Ekonomi Universitas Jember,
6. Ayahanda dan Ibunda tercinta yang telah banyak membantu dengan doa dan materi,
7. Bapak Hartono Hadi Erwanto selaku Resident Manager Hotel Panorama Jember yang telah membantu memberikan data – data yang berguna bagi penulis selama penyusunan skripsi ini.
8. Serta semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang turut serta membantu dan memberikan semangat dalam penulisan skripsi ini.

Saya menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangannya, untuk itu diharapkan masukan dari semua pihak demi

kesempurnaan skripsi ini. Saya berharap penulisan skripsi ini akan bermanfaat bagi pihak – pihak yang membutuhkan.

Jember, Mei 2007

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
Halaman Judul	i
Halaman Pernyataan	ii
Halaman Pengesahan	iii
Halaman Persetujuan	iv
Halaman Persembahan	v
Halaman Motto	vi
Halaman Abstraksi	vii
Kata Pengantar	viii
Daftar Isi	x
Daftar Tabel	xii
Daftar Gambar	xiii
Daftar Lampiran	xiv
BAB 1. PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	3
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian	4
1.3.1 Tujuan Penelitian	4
1.3.2 Manfaat Penelitian	4
1.4 Batasan Masalah	5
BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Kajian Teoritis	6
2.1.1 Pengertian Pemasaran	6
2.1.2 Pengertian Manajemen Pemasaran	7
2.1.3 Strategi Pemasaran dan Persaingan	7
2.1.4 Bauran Pemasaran Jasa	9
2.1.5 Pengertian Jasa	10
2.1.6 Karakteristik Jasa	10
2.1.7 Pengertian Hotel	11

2.1.8 Penggolongan Hotel.....	12
2.1.9 Dasar Teori Siklus Kehidupan Industri.....	15
2.1.10 Dasar Teori Matrik <i>Boston Consulting</i> <i>Group</i> (BCG).....	17
2.2 Kajian Empiris	24
2.2.1 Persamaan dan Perbedaan	26
2.3 Kerangka Konseptual	27
BAB 3. METODE PENELITIAN	
3.1 Rancangan Penelitian	30
3.2 Metode Pengumpulan Data	30
3.3 Jenis Data dan Sumber Data Penelitian	31
3.4 Definisi Operasional Variabel	31
3.5 Metode Analisis	32
3.6 Kerangka Pemecahan Masalah	35
BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN	
4.1 Gambaran Umum Perusahaan	37
4.1.1 Sejarah Singkat Berdirinya Perusahaan	37
4.1.2 Motto Perusahaan	39
4.1.3 Misi dan Visi Perusahaan.....	39
4.1.4 Struktur Organisasi Perusahaan.....	40
4.1.5 Jumlah Tenaga Kerja	47
4.1.6 Jam Kerja.....	47
4.1.7 Sistem Pengupahan	48
4.1.8 Fasilitas-fasilitas Hotel Panorama Jember	48
4.1.9 Tingkat Hunian Kamar.....	52
4.2 Analisis Data	53
4.2.1 Hasil Analisis Matrik <i>Boston Consulting</i> <i>Group</i> (BCG).....	53
4.2.2 Matrik <i>Boston Consulting Group</i> (BCG).....	67
4.3 Pembahasan	70

BAB 5. SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan 74

5.2 Saran 75

**DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN-LAMPIRAN
SURAT KETERANGAN**