



**PENENTUAN ALTERNATIF STRATEGI PEMASARAN BERBASIS
Matrik *Boston Consulting Group* (BCG) PADA
PERUSAHAAN BERAS UD. SUKORENO MAKMUR
KALISAT JEMBER**

SKRIPSI

Oleh

**INDI TRIYOGA
Nim. 040810201302**

**UNIVERSITAS JEMBER
FAKULTAS EKONOMI
2008**



**PENENTUAN ALTERNATIF STRATEGI PEMASARAN BERBASIS
Matrik *Boston Consulting Group* (BCG) PADA
PERUSAHAAN BERAS (PB) SUKORENO MAKMUR
KALISAT JEMBER**

SKRIPSI

**Diajukan guna melengkapi Tugas Akhir dan sebagai salah satu syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Fakultas Ekonomi
Universitas Jember**

Oleh

**INDI TRIYOGA
Nim. 040810201302**

**UNIVERSITAS JEMBER
FAKULTAS EKONOMI
2008**

JUDUL SKRIPSI
PENENTUAN ALTERNATIF STRATEGI PEMASARAN BERBASIS
MATRIK *BOSTON CONSULTING GROUP* (BCG) PADA
PERUSAHAAN BERAS UD. SUKORENO MAKMUR
KALISAT JEMBER

Yang dipersiapkan dan disusun oleh :

Nama : Indi Triyoga
NIM : 040810201302
Jurusan : Manajemen

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal :

27 Oktober 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. H. Suwardi, MM. :
NIP. 131 129 286

Sekretaris : Sri Wahyu Lely SE., MSi. :
NIP. 132 258 069

Anggota : Drs. Hadi Wahyono, MM. :
NIP. 131 120 331

Mengetahui,
Universitas Jember
Fakultas Ekonomi
Dekan

Dr. H. Moch. Saleh, M.Sc.
NIP. 131 417 212

DEPARTEMEN PENDIDIKAN NASIONAL
UNIVERSITAS JEMBER – FAKULTAS EKONOMI

SURAT PERNYATAAN

Nama : Indi Triyoga
NIM : 040810201302
Jurusan : Manajemen
Konsentrasi : Pemasaran
Judul Skripsi : PENENTUAN ALTERNATIF STRATEGI PEMASARAN
BERBASIS Matrik *BOSTON CONSULTING GROUP* (BCG)
PADA PERUSAHAAN BERAS (PB) SUKORENO MAKMUR
KALISAT JEMBER.

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

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jember, 28 Oktober 2008

Yang menyatakan,

Indi Triyoga
NIM. 040810201302

motto

*“ Sesungguhnya shalatku, ibadahku, hidupku, matiku hanya untuk Allah Tuhan
semesta Alam “*

(Terjemahan QS. Al An'am : 162)

*“ Hanya Engkaualah (Allah) yang kami sembah, dan hanya kepada Engkau kami
memohon pertolongan “*

(Terjemahan QS. Al Fatihah : 5)

“ Sebaik-baik manusia yaitu yang panjang umurnya dan paling baik amalnya “
(Al-Hadist)

*“ Jangan menganggap remeh sesuatu yang kecil,
sesuatu yang besar ada karena awal dari sesuatu yang kecil “*

(Penulis)

PERSEMBAHAN

Kupersembahkan karya ini Kepada :

Allah SWT.

Segala Puji hanya untukMU Tuhan Seluruh Alam

Rasulullah Muhammad SAW.

Shalawat serta salam kami sampaikan

Bapak dan Ibu

Terimakasih atas kasih sayang dan restunya

Kakak-kakakku

Terimakasih atas dukungan dan bantuannya

Guru-guruku

Terimakasih atas ilmu dan bimbingannya

Almamater tercinta

UNIVERSITAS JEMBER

KATA PENGANTAR

Syukur alhamdulillah penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Penentuan Alternatif Strategi Pemasaran Berbasis Matriks *Boston Consulting Group* (BCG) Pada Perusahaan Beras (PB) Sukoreno Makmur Kalisat Jember”. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan pendidikan strata satu (S1) pada Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Jember.

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak, oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang tiada terhingga kepada :

1. Dr. H. Moh. Saleh, M.Sc., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Jember;
2. Drs. Hadi Wahyono, MM. selaku Dosen Pembimbing I yang telah meluangkan waktu dan pikiran serta perhatiannya guna memberikan bimbingan dan pengarahan demi terselesaikannya penulisan skripsi ini;
3. Drs. Bambang Irawan, M.Si. selaku Dosen Pembimbing II yang telah meluangkan waktu dan pikiran serta perhatiannya guna memberikan bimbingan dan pengarahan demi terselesaikannya penulisan skripsi ini;
4. Purnamie Titisari, SE. M.Si. selaku Dosen Pembimbing Akademik;
5. Dra. Diah Yulisetiari, selaku ketua jurusan manajemen;
6. Agus Priyono, selaku sekretaris jurusan manajemen;
7. Seluruh staf pengajar dan karyawan di lingkungan Fakultas Ekonomi Universitas Jember yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan dan membantu penulis hingga terselesaikannya penulisan skripsi ini;
8. Bapak H. Roni selaku Pimpinan PB. Sukoreno Makmur Kalisat Jember yang telah meluangkan waktu dan pikiran serta perhatiannya guna memberikan bimbingan dan pengarahan demi terselesaikannya penulisan skripsi ini;

9. Mama dan Papaku *Tercinta*, yang telah memberikan bantuan doa baik materiil maupun spiritual, Terima Kasih Banyak..., Ku tetep akan menjadi karya terbaik kalian, Ku juga akan berusaha untuk terus membuat kalian bangga,.
10. Mas Andre, ” Kesuon sam..! ” Gw janji ga akan buat kalian kecewa. Mba’ Sandra yang ga lupa juga ma aku, terima kasih ya mba’, Ibra juga tetep akan aku jaga.
11. Mas Indra, ” Kesuon pisan sam..! ” selama ku jadi adik jika ku banyak nyebelannya, maaapin yahh.. Mba’ Titin yang selalu kerja, makasih juga yang uda mba’ kasih ke aku, ku janji juga akan selalu buat kalian senang.
12. Anak-anak SRT (*Stress Racing Team*), Prio-X, Mboet (Alfian), Hafid (D’Massive), Yocga (Drago), Kadjie_Rocks, Q2 (The Rock), Andri (Tessy), Hendra (Sayuti), Prima, juga buat anak baru Ino (Bokir) be carefull with us, Thanx with you guys, yang ud bisa ngebuat diriku berubah, berubah ku jadi tambah banyak temen, ngerubah ku bisa tambah seneng, gw bangga ma kalian semua,.
13. Temen-temenku, Desy yang ud ngebantu aku terima kasih, Riza yang terus aja bilang ” Semangat..! ” thanx ya Riz, Mba’ Lia anak ’03 makasih ya mba’, Ica, Pi2T, Gami, Dilla, Dewie, Lina, Rahma, Riska ma semua temenku yang cewek yang juga banyak ngedukungku, Terima Kasih Teman..
14. Anak-anak kosn Jawa II/E 15 cak prio, hendriks, ugiks, alpian mboet, Tobil ” Kesuon Cak ”, Tempat kalian jadi rumah kedua bagiku.
15. Anak-anak kos belakang Apotik Abiath, Dirman, Budi, Yogi dkk, terima kasih ya, tempat yang ud kalian sediain buatku ga akan pernah kulupakan.
16. Teman-teman seangkatan dan seperjuangan “ Manajemen 2004 ”

Penulis juga menerima segala kritik dan saran dari semua pihak demi kesempurnaan skripsi ini. Akhirnya penulis berharap, semoga tulisan ini dapat bermanfaat.

Jember, September 2008

Penulis,

DAFTAR ISI

| | Halaman |
|--|----------------|
| HALAMAN SAMPUL | i |
| HALAMAN JUDUL | ii |
| HALAMAN SURAT PERNYATAAN | iii |
| HALAMAN PERSETUJUAN | iv |
| HALAMAN PERSEMBAHAN | v |
| HALAMAN MOTTO | vi |
| ABSTRAKSI | vii |
| KATA PENGANTAR | viii |
| DAFTAR ISI | ix |
| DAFTAR TABEL | xi |
| DAFTAR GAMBAR | xii |
| DAFTAR LAMPIRAN | xiii |
| BAB I. PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1 Latar Belakang Masalah..... | 1 |
| 1.2 Perumusan Masalah | 4 |
| 1.3 Tujuan Penelitian | 4 |
| 1.4 Manfaat Penelitian | 5 |
| BAB II. TINJAUAN PUSTAKA | 6 |
| 2.1 Landasan Teori..... | 6 |
| 2.1.1 Manajemen..... | 6 |
| 2.1.2 Manajemen Strategik | 7 |
| 2.1.3 Siklus Hidup Produk | 16 |
| 2.1.4 Matrik <i>Boston Consulting Group</i> (BCG)..... | 19 |
| 2.2 Kajian Empiris | 27 |
| 2.3 Kerangka Konseptual | 28 |

| | |
|---|-----------|
| BAB III. METODE PENELITIAN | 30 |
| 3.1 Rancangan Penelitian | 30 |
| 3.2 Jenis dan Sumber Data | 30 |
| 3.3 Batasan Masalah..... | 31 |
| 3.4 Definisi Operasional Variabel..... | 32 |
| 3.5 Metode Analisis Data..... | 33 |
| 3.6 Kerangka Pemecahan Masalah | 38 |
| BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN | 40 |
| 4.1 Gambaran Umum Perusahaan..... | 40 |
| 4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan | 40 |
| 4.1.2 Lokasi Perusahaan..... | 41 |
| 4.1.3 Visi dan Misi Perusahaan..... | 43 |
| 4.1.4 Struktur Organisasi | 45 |
| 4.1.5 Sumber Daya Manusia | 48 |
| 4.1.6 Produksi Perusahaan | 50 |
| 4.1.7 Pemasaran | 54 |
| 4.1.8 Lingkungan Industri Perusahaan..... | 56 |
| 4.2 Analisis Data | 57 |
| 4.2.1 Mengukur Tingkat Pertumbuhan Pasar Tahun 2008 | 57 |
| 4.2.2 Mengukur Pangsa Pasar Relatif Tiap Merk Th 2008.... | 58 |
| 4.2.3 Mengukur Pangsa Pasar Tiap Merk Tahun 2008..... | 59 |
| 4.2.4 Pemetaan Pada Matrik BCG | 61 |
| 4.3 Alternatif Strategi..... | 69 |
| BAB V. SIMPULAN DAN SARAN..... | 72 |
| 5.1 Simpulan | 72 |
| 5.2 Saran..... | 75 |
| DAFTAR PUSTAKA | 76 |
| LAMPIRAN | |

ABSTRAKSI

PENENTUAN ALTERNATIF STRATEGI PEMASARAN BERBASIS MATRIK *BOSTON CONSULTING GROUP* (BCG) PADA PERUSAHAAN BERAS (PB) SUKORENO MAKMUR KALISAT JEMBER. Disusun oleh Indi Triyoga, 04 – 1302, Jurusan Manajemen Program S1 Reguler Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

Penelitian ini membahas tentang Penentuan Strategi Pemasaran Berdasarkan Matriks *Boston Consulting Group* Pada PB. Sukoreno Makmur Kalisat Jember yang bertujuan untuk menganalisis tingkat pertumbuhan pasar, pangsa pasar relatif, pangsa pasar dan untuk memetakan produk dalam matriks *Boston Consulting Group* dan menentukan alternatif strategi yang tepat bagi PB. Sukoreno Makmur Kalisat Jember pada tahun 2008.

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah berupa data penjualan jenis beras PB. Sukoreno Makmur Kalisat jember dan data permintaan industri beras di Kabupaten Jember dari tahun 2003 sampai dengan tahun 2007. penelitian ini merupakan penelitian deskriptif. Sedangkan metode analisisnya menggunakan Matriks *Boston Consulting Group* yang bertujuan untuk memetakan setiap jenis merk beras yang dimiliki oleh PB. Sukoreno Makmur Kalisat Jember. Sehingga dengan mengetahui posisi tiap merk, perusahaan dapat menentukan strategi yang sesuai untuk kemajuan perusahaan. Dalam operasionalnya matriks ini memiliki dua sumbu dan terdiri dari empat sel. Kedua sumbu tersebut adalah sumbu vertikal dan sumbu horisontal. Sumbu vertikal menggambarkan Tingkat Pertumbuhan Pasar yang merupakan proksi daya tarik industri. Sedangkan sumbu horisontal menggambarkan besarnya Pangsa Pasar Relatif yang dimiliki oleh masing-masing unit usaha strategi. Empat sel tersebut adalah sel bersimbol Tanda Tanya (*Question*), simbol Bintang (*Star*), simbol Rupiah (*Cash Cow*), dan simbol Anjing (*Dog*).

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa analisis yang telah dilakukan dengan menggunakan matriks *Boston Consulting Group* pada PB. Sukoreno Makmur Kalisat Jember dapat disimpulkan posisi merk Lonceng dan Nikienak berada pada posisi Sapi Peras (*Cash Cow*) sehingga strategi yang dianjurkan untuk unit usaha tersebut adalah memanen dan mempertahankannya, sedangkan pada merk Jagung berada pada posisi Anjing (*Dog*) yang mengalami penurunan laba, akan tetapi perusahaan tidak akan mengurangi unit usaha tersebut melainkan tetap mempertahankannya sampai laba yang diperoleh stabil kembali. Dana yang lebih akan digunakan untuk menutupi kekurangan unit usaha yang mengalami penurunan laba.

DAFTAR TABEL

| | | |
|-----------|--|----|
| Tabel 1 | Data Penjualan Industri Beras Tahun 2003 - 2007 | 2 |
| Tabel 2 | Kajian Empiris | 27 |
| Tabel 4.1 | Penjualan Jenis Beras PB. Sukoreno Makmur Kalisat Jember | 56 |
| Tabel 4.2 | Posisi Pertumbuhan Produk PB. Sukoreno Makmur Tahun 2008.. | 61 |
| Tabel 4.3 | Posisi Produk Tiap Merk Dalam 5 Tahun Terakhir | 63 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|--|----|
| Gambar 2.1 Siklus Hidup Produk | 18 |
| Gambar 2.2 Matriks <i>Boston Consulting Group</i> | 21 |
| Gambar 2.3 Kerangka Konseptual | 29 |
| Gambar 3.1 Matriks <i>Boston Consulting Group</i> | 35 |
| Gambar 3.2 Kerangka Pemecahan Masalah..... | 38 |
| Gambar 4.1 Struktur Organisasi PB. Sukoreno Makmur Kalisat Jember..... | 46 |
| Gambar 4.2 Proses Produksi PB. Sukoreno Makmur Kalisat Jember | 52 |
| Gambar 4.3 Jalur Distribusi Pemasaran Beras PB. Sukoreno Makmur | 55 |
| Gambar 4.4 Posisi Produk dalam Matriks BCG Tahun 2008 | 62 |
| Gambar 4.5 Posisi Produk merk Lonceng, Jagung dan Nikienak Th 2003 ... | 64 |
| Gambar 4.6 Posisi Produk merk Lonceng, Jagung dan Nikienak Th 2004 ... | 65 |
| Gambar 4.7 Posisi Produk merk Lonceng, Jagung dan Nikienak Th 2005 ... | 66 |
| Gambar 4.8 Posisi Produk merk Lonceng, Jagung dan Nikienak Th 2006 ... | 67 |
| Gambar 4.9 Posisi Produk merk Lonceng, Jagung dan Nikienak Th 2007 ... | 68 |

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Tingkat Pertumbuhan Pasar, Pangsa Pasar Relatif, dan Pangsa Pasar masing-masing merk pada Perusahaan Tahun 2003.
- Lampiran 2 : Tingkat Pertumbuhan Pasar, Pangsa Pasar Relatif, dan Pangsa Pasar masing-masing merk pada Perusahaan Tahun 2004.
- Lampiran 3 : Tingkat Pertumbuhan Pasar, Pangsa Pasar Relatif, dan Pangsa Pasar masing-masing merk pada Perusahaan Tahun 2005.
- Lampiran 4 : Tingkat Pertumbuhan Pasar, Pangsa Pasar Relatif, dan Pangsa Pasar masing-masing merk pada Perusahaan Tahun 2006.
- Lampiran 5 : Tingkat Pertumbuhan Pasar, Pangsa Pasar Relatif, dan Pangsa Pasar masing-masing merk pada Perusahaan Tahun 2007.
- Lampiran 6 : Perhitungan Penjualan Industri Beras Tahun 2008
- Lampiran 7 : Perhitungan Penjualan Beras Lonceng Tahun 2008
- Lampiran 8 : Perhitungan Penjualan Beras Mahkota (Pesaing) Tahun 2008
- Lampiran 9 : Perhitungan Penjualan Beras Jagung Tahun 2008
- Lampiran 10: Perhitungan Penjualan Beras Anggur (Pesaing) Tahun 2008
- Lampiran 11: Perhitungan Penjualan Beras Nikienak Tahun 2008
- Lampiran 12: Perhitungan Penjualan Beras SJ (Pesaing) Tahun 2008
- Lampiran 13: Surat Keterangan Penelitian dari PB. Sukoreno Makmur
- Lampiran 14: Surat Keterangan Penelitian dari Bakesbang
- Lampiran 15: Surat Keterangan Penelitian dari Lembaga Penelitian
- Lampiran 16: Kemasan Produk cap Lonceng
- Lampiran 17: Kemasan Produk cap Jagung
- Lampiran 18: Kemasan Produk cap Nikienak