



**PERUMUSAN STRATEGI PEMASARAN BATIK TULIS
SUMBERSARI BERDASARKAN ANALISIS
BOSTON CONSULTING GROUP (BCG)
PADA UD DIASRI MAESAN BONDOWOSO**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada
Fakultas Ekonomi Universitas Jember

oleh :

Khoirul Anam

NIM. 010810291613

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PEMASARAN
FAKULTAS EKONOMI
2008**

JUDUL SKRIPSI

**PERUMUSAN STRATEGI PEMASARAN BATIK TULIS SUMBERSARI
BERDASARKAN ANALISIS BOSTON CONSULTING GROUP (BCG)
PADA UD DIASRI MAESAN BONDOWOSO**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh :

Nama : Khoirul Anam
NIM : 010810291613
Jurusan : Manajemen

Telah dipertahankan di depan Panitia Penguji pada tanggal :

6 Februari 2008

Dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan guna memperoleh gelar Sarjana dalam Ilmu Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

Susunan Panitia Penguji

Ketua : Drs. H. Amiri :
NIP. 130 890 063

Sekretaris : Drs. Sjamsuri, MM :
NIP. 130 287 119

Anggota : Dra. Diah Yulisertiarini, M.Si :
NIP. 131 624 474

Mengetahui,
Universitas Jember
Fakultas Ekonomi
Dekan

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

TANDA PERSETUJUAN

Judul Skripsi : Perumusan Strategi Pemasaran Batik tulis Sumbersari
Berdasarkan Analisis Boston Consulting Group (BCG)
Pada UD. Diasri Maesan Bondowoso

Nama Mahasiswa : Khirul Anam

NIM : 010810291613

Jurusan : Manajemen

Program Studi : Manajemen Non Reguler

Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Disetujui Tanggal :

Pembimbing I

Pembimbing II

Dra. Diah Yulisetiari, M.Si.
NIP. 131624474

Sri Wahyu Lelly H., SE, M.Si.
NIP. 132282696

Mengetahui :
Ketua Program Studi
Manajemen NR,

Dr. Hari Sukarno, MM
NIP. 131759761

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

SURAT PERNYATAAN

Nama Mahasiswa : Khoirul Anam
NIM : 010810291613
Jurusan : Manajemen
Judul Skripsi : Perumusan Strategi Pemasaran Batik tulis Sumpsi
Berdasarkan Analisis Boston Consulting Group (BCG)
Pada UD. Diasri Maesan Bondowoso

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

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jember,
Yang menyatakan

Khoirul Anam
NIM 010810291613

PERSEMBAHAN

Kupersembahkan karyaku kepada Allah SWT dan Nabi Muhammad SAW sebagai keyakinan dan panutan dalam kehidupanku

1. Ayah dan Bunda Tercinta
2. Kakak dan Kekasihku tercinta
3. Almamater yang selalu kujunjung tinggi
4. Soudara dan teman-temanku tersayang.

MOTTO

Terlalu banyak orang ketika membuat kekeliruan terus saja maju dengan keras kepala dan akhirnya mengulangi kesalahan yang sama.

Saya percaya pada motto 'cobalah lagi'. Namun saya membacanya begini, 'cobalah, lalu berhenti dan berpikirlah lalu coba lagi'

William Dean Singleton (John C Maxwell, Falling Forward, 2001), halaman 102

ABSTRAKSI

Penelitian ini mempunyai tujuan ingin memetakan dan mengelompokkan posisi tiap jenis produk dalam matrik *Boston consulting Group* serta menentukan strategi pemasaran masing-masing produk sesuai dengan analisis *Boston Consulting Group*.

Analisis data yang digunakan untuk menjawab permasalahan dalam penelitian ini yaitu masing-masing produk dicari dengan membandingkan volume penjualan batik tulis UD. Diasri Maesan Bondowoso dengan volume penjualan perusahaan pesaing pokok. Pemetaan tersebut dilakukan untuk dapat mengetahui posisi masing-masing produk dalam matrik Boston Consulting Group.

Kesimpulan dari penelitian menggunakan analisis *Boston Consulting Group* (BCG) yang telah dilakukan pada tiga jenis produk batik tulis sumbersari UD. Diasri Maesan Bondowoso antara lain Produk Batik Tulis untuk tahun 2007 diketahui Tingkat permintaan pasar sebanyak 331.2 unit. Tingkat Pertumbuhan Produk dalam Prosentas sebesar 0.78 %. Pangsa pasar relatif sebesar 1.16 X bila dibandingkan dengan pasar pada umumnya. Pangsa pasar yang diraih sebesar 64.46 %. Dengan demikian dalam Matrik *Boston Consulting Group* (BCG) produk batik tulis berada pada posisi *Cash Cow* yaitu produk yang berada pada pasar yang tingkat pertumbuhan produknya rendah dan pangsa pasar relatifnya tinggi, strategi yang dilakukan ialah memperhatikan harga jual produk. Produk Lukisan Batik untuk tahun 2007 diketahui Tingkat permintaan pasar sebanyak 227.5 unit. Tingkat Pertumbuhan Produk dalam Prosentas sebesar 10.6 %. Pangsa pasar relative sebesar 0.97 X bila dibandingkan dengan pasar pada umumnya. Pangsa pasar yang diraih sebesar 53.78 %. Dengan demikian dalam Matrik *Boston Consulting Group* (BCG) produk Lukisan batik berada pada posisi *Question Mark* yaitu memiliki pertumbuhan sangat tinggi, pangsa pasar relatif rendah, strategi yang dilakukan ialah meningkatkan promosi agar produk lukisan batik mampu tumbuh pada pasar yang relatif tinggi. Produk Selendang Sutra untuk tahun 2007 diketahui Tingkat permintaan pasar sebanyak 356.5 unit. Tingkat Pertumbuhan Produk dalam Prosentas sebesar 15.67 %. Pangsa pasar relative sebesar 1.34 X

bila dibandingkan dengan pasar pada umumnya. Pangsa pasar yang diraih sebesar 57.43 %. Dengan demikian dalam Matrik *Boston Consulting Group* (BCG) produk Selendang Sutra berada pada posisi *Star* Produk yaitu memiliki pertumbuhan sangat tinggi, pangsa pasar tinggi, strategi yang dilakukan ialah memperhatikan saluran distribusi.

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb.

Puji syukur kehadirat Allah SWT atas segala limpahan rahmat, karunia dan hidayahnya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul Perumusan Strategi Pemasaran Batik tulis Sumpasari Berdasarkan Analisis Boston Consulting Group (BCG) Pada UD. Diasri Maesan Bondowoso

Skripsi ini disusun guna memenuhi persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana (S-1) Ekonomi Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

Dalam kesempatan ini penulis menyampaikan trima kasih kepada semua pihak baik langsung maupun tidak langsung atas petunjuk, bimbingan dan kerjasamanya dalam penulisan skripsi ini terutama :

1. Bapak Prof. Dr. Sarwedi, MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Jember.
 2. Bapak Dr. Hari Sukarno, MM selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember.
 3. Ibu Dra. Diah Yulisetiarni, M.Si. selaku Dosen Pembimbing I yang selalu meluangkan waktu dan pikiran dalam membimbing penulisan skripsi ini.
 4. Ibu Sri Wahyuni Lelly H., SE, M.Si selaku Dosen Pembimbing I yang selalu meluangkan waktu dan pikiran dalam membimbing penulisan skripsi ini.
 5. Bapak dan Ibu Dosen pengajar yang telah membimbing dan mendidik selama kuliah di Fakultas Ekonomi UNEJ beserta staff dan karyawan Fakultas Ekonomi UNEJ yang telah membantu kelancaran proses Adminitrasi selama menjalani perkuliahan.
 6. teman-temanku angkatan 2001 manajemen Non Reguler dan kesemuanya yang banyak memberikan kenangan dan dukungan.
 7. teman-temanku trimakasih banyak kalian telah memberikan semangat
- Akhir kata penulis berharap agar maksud dan tujuan penulisan ini dapat bermanfaat kepada pembaca dan pihak yang membutuhkan

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
HALAMAN MOTTO	vi
ABSTRAKSI	vii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB 1. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Pokok Permasalahan	3
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian	4
1.3.1 Tujuan Penelitian	4
1.3.2 Kegunaan Penelitian.....	4
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	5
2.1 Landasan Teori	5
2.1.1 Konsep Pemasaran	5
2.1.2 Pengertian Strategi	5
2.1.3 Strategi Pemasaran	7
2.2 Perencanaan Strategi Usaha	10
2.3 Dasar Teori Siklus Hidup Industri	11
2.4 Pengertian Matrik <i>Boston Consulting Group (BCG)</i>	13
2.5 Dasar Teori MAtrik <i>Boston Consulting Group (BCG)</i>	15
2.6 Tinjauan Penelitian Terdahulu	22

BAB III. METODE PENELITIAN	24
3.1 Metode Penelitian	24
3.1.1 Rancangan Penelitian	24
3.1.2 Jenis Penelitian dan Sifat Penelitian	24
3.1.3 Populasi dan Sampel	24
3.1.4 Metode Pengumpulan Data	26
3.2 Identifikasi dan Oprasional Variabel.....	27
3.3 Metode Analisis Data	27
3.4 Kerangka Berpikir	31
BAB IV. PEMBAHASAN	33
4.1 Gambaran Umum UD. Diasri Batik Tulis Sumber Sari	
Maesan Bondowoso.....	33
4.2 Struktur Struktur Organisasi Batik Tulis Sumpersari	
UD. Diasri Maesan Bondowoso	35
4.2.1 Personalia Perusahaan	37
4.3 Pemasaran	37
4.3.1 Pengenalan Produk	37
4.3.1 Daerah Pemasaran	38
4.3.2 Promosi	38
4.4 Analisis Data dan Pembahasan.....	38
4.4.1 Hasil Analisis <i>Matrik Boston Consulting Group (BCG)</i>	39
4.4.2 Pembahasan.....	43
BAB V. SIMPULAN DAN SARAN.....	48
5.1 Simpulan	48
5.2 Saran.....	49
DAFTAR PUSTAKA	50
LAMPIRAN	52

DAFTAR TABEL

Tabel		Halaman
2.1	Implikasi Strategi Matrik BCG	20
4.1	Jumlah Karyawan UD. Diasri Maesan Bondowoso	37
4.2	Perkembangan Produk UD. Diasri Maesan Bondowoso	38
4.3	Posisi Persaingan Batik Tulis Diasri Maesan Bondowoso	42

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
2.1 Siklus Hidup Industri	12
2.2 Matrik Boston Consulting Group	17
4.2 Matrik Boston Consulting Group (BCG).....	43

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran

1. Data Penjualan Produk Batik tulis UD. Diasri Maesan Bondowoso dan Perusahaan Pesaing (Dalam Satuan Unit).....	52
2. Data Penjualan Produk Lukisan Batik UD. Diasri Maesan Bondowoso dan Perusahaan Pesaing (Dalam Satuan Unit)	53
3. Data Penjualan Produk Selendang Sutra UD. Diasri Maesan Bondowoso dan Perusahaan Pesaing (Dalam Satuan Unit)	54
4. Perhitungan Trend Permintaan Batik Tulis.....	55
5. Perhitungan Trend Penjualan Batik tulis Pada UD. Diasri Maesan Bondowoso.....	56
6. Perhitungan Trend Penjualan Batik Tulis Pada UD. Purnama Sumber Pakem Jember	57
7. Perhitungan Trend Permintaan Lukisan Batik.....	58
8. Perhitungan Trend Penjualan Lukisan Batik Pada UD. Diasri Maesan Bondowoso	59
9. Perhitungan Trend Penjualan Batik tulis Pada UD. Purnama Sumber Pakem Jember	60
10. Perhitungan Trend Permintaan Selendang Sutra.....	61
11. Perhitungan Trend Penjualan Selendang Sutra Pada UD. Diasri Maesan Bondowoso	62
12. Perhitungan Trend Penjualan Selendang Sutra Pada UD. Purnama Sumber Pakem Jember	63
13. Pedoman Wawancara	64
14. Kuesioner Penelitian	65
15. Daftar Kuesioner ..	66
16. Daftar Pertanyaan .	67