



**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN SEPEDA MOTOR HONDA MELALUI
PENDEKATAN *BOSTON CONSULTING GROUP*
PADA PT. MPM MOTOR DI JEMBER**

SKRIPSI

Oleh :

**Gilang Dwi A. W
NIM. 070810291027**

**UNIVERSITAS JEMBER
FAKULTAS EKONOMI
2013**



**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN SEPEDA MOTOR HONDA MELALUI
PENDEKATAN BOSTON CONSULTING GROUP PADA PT. MPM MOTOR
DI JEMBER**

SKRIPSI

**diajukan sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana (S1)
Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Jember**

Oleh

**GILANG DWI A.W
NIM 070810291027**

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS JEMBER
2013**

LEMBAR PERSETUJUAN

JUDUL SKRIPSI : ANALISIS STRATEGI PEMASARAN SEPEDA
MOTOR HONDA MELALUI PENDEKATAN *BOSTON
CONSULTING GROUP* PADA PT. MPM MOTOR DI
JEMBER.

NAMA : GILANG DWI A. W.

NIM : 070810291027

JURUSAN : MANAJEMEN

KONSENTRASI : MANAJEMEN PEMASARAN

Pembimbing I

Pembimbing II

Drs.H.Abdul Halim, M.Si
NIP.19501221 197801 1001

Dra. Lilik Farida, M. Si
NIP. 19631128 198902 2001

Mengetahui
Ketua Jurusan Manajemen

Prof . Dr. Hj. Isti Fadah, M.Si
NIP. 19661020 199002 2 001

PERSEMBAHAN

Atas Rahmat dan Karunia Allah SWT, dengan rasa syukur dan rendah hati karya tulis ini kupersembahkan kepada:

1. Kedua Orang Tuaku, Bapak Ahon Sumariyadi dan Ibu Drs. Sri Wahyuni tersayang, terima kasih untuk doa yang selalu ada disetiap helaan nafas, untuk cinta dan kasih sayang yang tidak akan bisa digantikan oleh apapun.
2. Ayah mertua Rofi'i Dan Ibu mertua Rofi'ah yang selalu memberikan kasih sayang dan doa, Terima Kasih.
3. Istriku Yani Fadilla, SE. terima kasih atas bantuan dan pengorbanannya dalam menemani setiap langkahku, semoga langgeng seumur hidup.
4. Kakakku dr. Fitri Yudha Maya Sari yang selalu memberikan kasih sayang, doa, motivasi untuk terus berusaha tanpa mengenal putus asa, Terima kasih.
5. Teman-teman serta sahabatku angkatan 2007 Gendut, Darma, Handy, Muni dan yang tak bisa kusebutkan namanya. Terima kasih atas kebersamaannya.
6. Almamater tercinta Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

MOTTO

Jika seseorang melangkah dengan mantab kearah yang diinginkannya dan berusaha keras untuk hidup seperti apa yang ia bayangkan, ia akan memperoleh sukses yang tidak terpikirkan olehnya.

(Dale Carnagil)

“ Jika kesempatan bisa dipilih-pilih orang, ia tidak akan memilih orang yang dapat melihatnya tetapi yang dapat menagkapnya”.

(Bung Karno)

“ Setiap orang punya jatah gagal, habiskan jatah gagalmu ketika kamu masih muda”.

(Gilank Dwi A. W.)

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Gilang Dwi A W.

NIM : 070810291027

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya ilmiah yang berjudul “Analisi Strategi Pemasaran Sepeda Motor Honda Melalui Pendekatan Boston Consulting Group Pada PT. Mpm Motor Di Jember” adalah benar – benar merupakan hasil karya sendiri. Apabila dikemudian 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, tanpa ada tekanan dan paksaan dari pihak mana pun.

Jember, 04 Juni 2013

Yang Menyatakan

Gilang Dwi A W.
NIM. 070810291027

SKRIPSI

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN SEPEDA MOTOR HONDA MELALUI
PENDEKATAN *BOSTON CONSULTING GROUP* PADA
PT. MPM MOTOR DI JEMBER.**

Oleh

Gilang Dwi A W.
NIM 070810291027

Pembimbing

Dosen Pembimbing Utama : Drs.H.Abdul Halim, M.Si
Dosen Pembimbing Anggota : Dra. Lilik Farida, M. Si

PENGESAHAN

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN SEPEDA MOTOR HONDA MELALUI
PENDEKATAN *BOSTON CONSULTING GROUP*
PADA PT. MPM MOTOR DI JEMBER**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : Gilang Dwi A W.
NIM : 070810291027
Jurusan : Manajemen
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Telah dipertahankan di depan tim penguji pada tanggal:

11 Febuari 2013

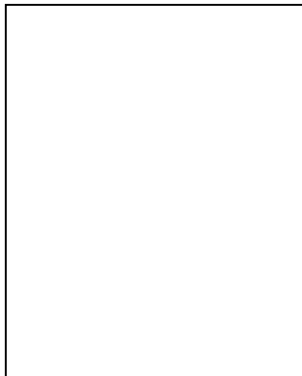
dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

Susunan Panitia Penguji

Ketua : **Dr. Imam Suroso, SE, M.Si**
NIP. 19591013 198802 1 001

Sekretaris : **Dra. Lilik Farida, M. Si**
NIP. 19631128 198902 2001

Anggota : **Drs.H.Abdul Halim, M.Si**
NIP.19501221 197801 1001



Mengetahui/Menyetujui
Universitas Jember
Fakultas Ekonomi
Dekan

Dr. Moehammad. Fathurozi M.Si
NIP. 19630614199002 1 001

RINGKASAN

Analisis Strategi Pemasaran Sepeda Motor Honda Melalui Pendekatan *Boston Consulting Group* Pada PT. Mpm Motor Di Jember; Gilang Dwi A W. 070810291027; 2013:75 Halaman; Jurusan Ekonomi Universitas Jember.

Tujuan yang ingin diperoleh dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi pemasaran yang tepat untuk diterapkan pada sepeda motor Honda melalui pendekatan *Boston Consulting Group* pada PT. MPM Motor Jember. Objek yang diteliti adalah penjualan sepeda motor tipe bebek dan scootermatic yang ada di PT. MPM Motor Jember. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder.. Data primer meliputi data penjualan sepeda motor tipe bebek dan scootermatic, wilayah pemasaran, saluran distribusi, kebijakan usaha, kegiatan promosi, gambaran umum struktur organisasi perusahaan, visi dan misi perusahaan, aspek personalia, aspek finansial, aspek sumber daya manusia dan aspek operasional. Sedangkan data skunder yang dihasilkan adalah meliputi, data penjualan dan pangsa pasar sepeda motor Honda dan Yamaha di Wilayah Indonesia dan juga data permintaan industri sepeda motor Honda dan Yamaha tipe bebek dan scootermatic. Kedua data tersebut digunakan untuk menentukan tingkat pertumbuhan pasar, pangsa pasar relatif, market share, pemetaan posisi produk dan penempatan strategi yang tepat untuk sepeda motor Honda tipe bebek dan scootermatic. Hasil analisis menunjukkan bahwa produk sepeda motor Honda tipe bebek dan scootermatic berada pada posisi Star yang berarti sebagai pemimpin pasar sedang bertumbuh pesat, dan alternatif strategi pemasaran yang digunakan adalah pertahankan. Dalam hal ini menunjukkan bahwa PT. MPM Motor harus terus mampu mempertahankan pangsa pasar / dominasi pasar dan aliran kas masuk yang meliputi, standart harga bersaing, pengembangan produk dan kualitas produk.

SUMMARY

Analysis Of Marketing Strategy Honda Motorcycle Through The Boston Consulting Group Approach In. Mpm Motor In Jember; Gilang Dwi A W., 080810291160; 2013: 75 Pages; Department of Economics, University of Jember.

Objectives to be obtained in this study is to determine the appropriate marketing strategies to be applied to Honda motorcycles Boston Consulting Group approach on PT. MPM Motor Jember. Object under study is duck type motorcycle sales and scootermatic in PT. MPM Motor Jember. The data used in this study is primary data and secondary data .. Primary data includes sales data and the duck type motorcycle scootermatic, marketing territories, distribution channels, business policy, promotional activities, an overview of the company's organizational structure, vision and mission, personnel aspects, financial aspects, aspects of human resources and operational aspects. While secondary data generated is covering, sales data and market Honda and Yamaha motorcycles in Indonesia Region data and industry demand Honda and Yamaha motorcycles and scootermatic duck type. Both of these data are used to determine the rate of market growth, relative market share, market share, product positioning and placement mapping strategies appropriate to the type of Honda motorcycles and scootermatic duck. The analysis showed that the type of Honda motorcycle products and scootermatic ducks are in a position as a leader Star which means the market is growing rapidly, and alternative marketing strategies used are maintained. In this case indicates that the PT. MPM Motor must continue to maintain market share / market dominance and cash inflows which include, standard competitive pricing, product development and product quality.

PRAKATA

Dengan mengucapkan puji syukur kehadiran Allah SWT atas berkah dan rahmatNya, karena tanpaNya tidak ada suatu hajat pun yang dapat terlaksana, akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Skripsi yang penulis ajukan ini merupakan salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

Penulis menyadari bahwa tanpa adanya bantuan dari berbagai pihak, penulisan skripsi ini tidak akan berjalan sebagaimana mestinya, akhirnya dengan segala kerendahan hati tidak lupa penulis menyampaikan rasa terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Moehammad Fathurozi M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Jember;
2. Bapak Drs.H.Abdul Halim, M.Si selaku Dosen Pembimbing Utama yang dengan penuh kesungguhan, perhatian dan kesabaran dalam memberikan semangat, bimbingan, dan saran hingga dapat terselesainya penyusunan skripsi ini;
3. Ibu Dra. Lilik Farida, M. Si selaku pembimbing II yang dengan segenap perhatian dan kesabarannya telah memberikan semangat, bimbingan, dan saran hingga dapat terselesainya penyusunan skripsi ini;
4. Ibu Prof. Dr. Hj. Isti Fadah, SE, M.Si, selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember;
5. Bapak Bachtiar sebagai sebagai Kepala Cabang yang telah memberikan waktu luang untuk saya melakukan penelitian di Perusahaan PT. MPM Motor Jember;
6. Karyawan/pegawai PT. MPM Motor Jember yang telah memberikan waktunya untuk membantu saya dalam melakukan observasi serta interview.
7. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Jember yang telah memberikan ilmu sampai akhirnya saya dapat menyelesaikan studi ini;
8. Seluruh Karyawan dan Staf Fakultas Ekonomi Universitas Jember yang memberikan waktunya demi kelancaran penelitian ini;

9. Kedua Orang Tuaku, Bapak Ahon Sumariyadi dan Ibu Drs. Sri Wahyuni tersayang, terima kasih untuk doa yang selalu ada disetiap helaan nafas, untuk cinta dan kasih sayang yang tidak akan bisa digantikan oleh apapun;
10. Ayah mertua Rofi'i Dan Ibu mertua Rofi'ah yang selalu memberikan kasih sayang dan doa, Terima Kasih;
11. Istriku Yani Fadilla, SE. terima kasih atas bantuan dan pengorbanannya dalam menemani setiap langkahku, semoga langgeng seumur hidup;
12. Kakakku dr. Fitri Yudha Maya Sari yang selalu memberikan kasih sayang, doa, motivasi untuk terus berusaha tanpa mengenal putus asa Terima kasih;
13. Teman –teman serta sahabatku angkatan tahun 2007 (Gendut, Darma, Handy, Muni) dan yang tak bisa saya sebutkan namanya, Terima kasih atas kebersamaannya.

Semoga Allah SWT selalu memberikan Hidayah dan Rahmat kepada semua pihak yang telah membantu dengan ikhlas sehingga skripsi ini dapat terselesaikan. Penulis sadar akan keterbatasan dan kurang sempurnanya penulisan skripsi ini, oleh karena itu segala saran dan kritik yang bersifat membangun akan sangat penulis harapkan. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan memberikan tambahan pengetahuan bagi yang membacanya.

Jember, 04 Febuari 2013

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN SAMPUL.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	iv
HALAMAN MOTO.....	v
HALAMAN PERNYATAAN.....	vi
HALAMAN PEMBIMBINGAN.....	vii
HALAMAN PENGESAHAN	viii
RINGKASAN.....	ix
<i>SUMMARY</i>	x
PRAKATA.....	xi
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
1. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah	7
1.3. Tujuan dan Manfaat Penelitian	8
1.3.1. Tujuan Penelitian.....	8
1.3.2. Manfaat Penelitian.....	8
2. TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1. Landasan Teori	9
2.1.1 Pemasaran	9
2.1.2 Manajemen Pemasaran	10
2.1.3 Strategi pemasaran dan persaingan	11

2.1.4	Dasar Siklus Hidup Industri	13
2.1.5	Teori Matrik Bosto Consulting Group.....	15
2.2.	Hasil Penelitian Terdahulu	29
2.3.	Kerangka Konseptual	34
3.	METODE PENELITIAN	36
3.1.	Rancangan Penelitian	36
3.2.	Jenis Dan Sumber Data	37
3.3.	Identifikasi Operasional Variabel	38
3.4.	Definisi Operasional Variabel	38
3.5	Metode Analisis Data	33
3.6	Batasan Masalah	41
3.7	Kerangka Pemecahan Masalah.....	42
4.	HASIL DAN PEMBAHASAN	39
4.1	Hasil Gambaran Umum Objek Penelitian	44
4.1.1	Sejarah Singkat PT. Supralita Mandiri Jember.....	44
4.1.2	Visi dan Misi PT. MPM Motor Jember.....	46
4.1.3	Struktur Organisasi	47
4.1.4	Aspek Personalia	52
4.1.5	Aspek Sumber Daya Manusia	54
4.1.6	Aspek Operasional.....	55
4.1.7	Apek Financial.....	56
4.2	Pemasaran	57
4.2.1.	Wilayah Pemasaran	57
4.2.2.	Kebijakan Promosi	57
4.2.3.	Kegiatan Usaha	58
4.2.4.	Saluran Distribusi	58
4.2.5.	Data Penjualan Perusahaan.....	59
4.2.6.	Lingkungan Industri Perusahaan	59

4.3 Hasil Analisis Data	61
4.3.1. Tingkat Permintaan Penjualan Industri Bebek	61
4.3.2. Tingkat Permintaan Penjualan Industri Scootermatic	63
4.3.3. Pemetaan Matrik BCG	66
4.3.4. Analisis Strategi Persaingan Dan Pemasaran	68
4.4 Pembahasan	69
5. KESIMPULAN DAN SARAN	73
4.3.1 Kesimpulan	73
4.3.2 Saran	74

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1: Penjualan Nasional Sepeda Motor Anggota AISI Tahun 2008 -2012.....	3
Tabel 1.2: Pangsa Pasar Nasional Sepeda Motor Anggota AISI Tahun 2008 – 2012	4
Tabel 1.3: Penjualan Dan Pangsa Pasar Sepeda Motor Honda Pada PT. MPM Motor Jember Tahun 2008 – 2012.....	5
Tabel 1.4: Penjualan Dan Pangsa Pasar Sepeda Motor Yamaha Pada PT. Central Yamaha Jember Tahun 2008 – 2012.....	5
Tabel 2.1: Ringkasan Penelitian Terdahulu.....	33
Tabel 4.1: Jumlah Tenaga Kerja PT. MPM Motor Jember	52
Tabel 4.2: Jam Kerja Karyawan PT. MPM Motor Jember	57
Tabel 4.3: Volume penjualan sepeda motor Honda tipe bebek dan scootermatic Tahun 2008 - 2012 pada PT. MPM Motor Jember	59
Tabel 4.4: permintaan/penjualan industri Sepeda Motor Tipe Bebek.....	60
Tabel 4.5: permintaan/penjualan industri Sepeda Motor Tipe Scootermatic.....	60
Tabel 4.6: Posisi Persaingan Dan Strategi Persaingan PT. MPM Motor Jember.....	67

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1: Siklus Hidup Industri.....	13
Gambar 2.2: Matrik BCG (<i>Boston Consulting Group</i>).....	18
Gambar 2.3: Alur matrik BCG (<i>Boston Consulting Group</i>).....	21
Gambar 2.4: Alur matrik BCG (Boston Consulting Group).....	24
Gambar 2.5: Kerangka Konseptual.....	35
Gambar 3.1: Matrik BCG (<i>Boston Consulting Group</i>).....	40
Gambar 3.2: Kerangka Pemecahan Masalah.....	42
Gambar 4.1: Struktur Organisasi PT. MPM Motor Jember.....	47
Gambar 4.2: Matrik <i>Boston Consulting Group</i> Pada PT. MPM Motor Jember	67

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Volume Tingkat Permintaan/Penjualan Industri Sepeda Motor Tipe Bebek
- Lampiran 2 Volume Permintaan/Penjualan Perusahaan Sepeda Motor Honda Tipe Bebek
- Lampiran 3 Volume Permintaan/Penjualan Perusahaan Sepeda Motor Yamaha Tipe Bebek
- Lampiran 4 Volume Permintaan/Penjualan Perusahaan Sepeda Motor Suzuki Tipe Bebek
- Lampiran 5 Volume Tingkat Permintaan/Penjualan Industri Sepeda Motor Tipe Scootermatic
- Lampiran 6 Volume Permintaan/Penjualan Perusahaan Sepeda Motor Honda Tipe Scootermatic
- Lampiran 7 Volume Permintaan/Penjualan Perusahaan Sepeda Motor Yamaha Tipe Scootermatic
- Lampiran 8 Volume Permintaan/Penjualan Perusahaan Sepeda Motor Suzuki Tipe Scootermatic