



**PENENTUAN STRATEGI PEMASARAN
MIE SOHUN DENGAN PENDEKATAN
BOSTON CONSULTING GROUP (BCG)
PADA PT. BINTANG MULYA AJUNG
JEMBER.**

SKRIPSI

Oleh :
ADI RIYANTO
NIM : 040810291120

**UNIVERSITAS JEMBER
FAKULTAS EKONOMI
2007**

DAFTAR PUSTAKA

- Adisaputro, Gunawan, 1998, *Anggaran Perusahaan I*, Edisi Ketiga, BPFE, Yogyakarta
- Dajan, Anto, 1994, *Pengantar Metode Statistik I*, Edisi Ketiga, LP3ES, Jakarta
- Gluech dan Jaunch, 1995, *Strategic Management*, Volume Satu, Terjemahan, Edisi Kesatu, Lembaga Penerbit Universitas Indonesia, Jakarta
- Heri, Pratiwa, 2001, *Penentuan Strategi Pemasaran pada Hotel Kebon Agung Jember*, Skripsi, FE, Universitas Jember
- Hidayat, 2000, *Analisis Matrik Boston Consulting Group (BCG) Pada Perusahaan Roti SAID'S di Jember*, Skripsi, FE, Universitas Jember
- Hitt, Michael, Ireland, Daniel dan Hoskinson, Robert, 1997, *Strategic Management Competitive and Globalization Concept*, Edisi Pertama, Salemba Empat, Jakarta
- Khaidir, 2004, *Perumusan Strategi Pemasaran Produk Perbankan Berdasarkan Analisis Matrik Boston Consulting Group (BCG) Pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero)*, Skripsi, FE, Universitas Jember
- Kusdaryanto, 2000, *Analisis Boston Consulting Group (BCG) sebagai dasar perumusan strategi pemasaran pada perusahaan konveksi Natalia di Jember*, Skripsi, FE, Universitas Jember
- Kotler, Phillip, 1997, *Manajemen Pemasaran*, Jilid I, Terjemahan, PT. Prenhallindo, Jakarta.
- Kotler, Philip, 1998, *Manajemen Pemasaran, Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Pengendalian*, Volume Satu, Terjemahan, Edisi Ketujuh, Lembaga Penerbit Universitas Indonesia, Jakarta
- Kotler, Philip Dan Gary Armstrong. 1995. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jakarta: Prenhallindo
- Rangkuti, Freddy, 1999, *Riset Pemasaran*, Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Swastha, Basu, 1998, *Manajemen Pemasaran Modern*, Liberty Offset, Yogyakarta
- Suwarsono, 2000, *Strategi Pemasaran*, Edisi Kedua, BPFE UGM, Yogyakarta
- Winardi, 1998, *Pengantar Manajemen*, Edisi Pertama, BPFE UGM, Yogyakarta

ABSTRAKSI

Penelitian ini mempunyai tujuan untuk mengetahui tingkat pertumbuhan pasar, pangsa pasar relatif dari produk perusahaan, mengelompokkan dan memetakan beberapa produk dalam Matrik *Boston Consulting Group* (BCG)..

Jenis penelitian yang digunakan disini adalah penelitian empiris runtut waktu/historis yang merupakan penelitian yang didasarkan pada fakta serta data yang didapat dari perusahaan. 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. Analisis data yang digunakan yaitu analisis trend kuadratik, *market share*, dan matrik BCG.

Hasil penelitian ini adalah 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 analisis data maka dapat disimpulkan bahwa PT. Bintang Mulya Jember dibandingkan dengan PT. Lingkaran Mas berada pada posisi *Cash Cow* untuk produk mie sohun Bintang Piring, posisi *dogs* untuk cap Golok dan *Question Marks* untuk mie sohun cap Burung. PT. Bintang Mulya Jember dibandingkan dengan PT. Jago Superioe berada pada posisi *dogs* untuk produk mie sohun Bintang Piring, posisi *dogs* untuk cap Golok dan *Question Marks* untuk mie sohun cap Burung.

DAFTAR ISI

	Halaman
Halaman Pernyataan	i
Halaman Persetujuan	ii
Halaman Pengesahan	iii
Halaman Persembahan	iv
Halaman Motto	v
Abstraksi	vi
.....	vii
<i>Abstract</i>	viii
.....	x
Kata Pengantar	xii
.....	xiii
Daftar Isi	xiv
Daftar Gambar	1
Daftar Tabel	1
Daftar Lampiran	3
I. PENDAHULUAN.....	3
1.1 Latar Belakang Masalah	4
1.2 Perumusan Permasalahan.....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Kegunaan Penelitian.....	5
II. TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1.Kajian Teoritis.....	10
2.1.1 Strategi Pemasaran	22
2.1.2 Dasar Teori Siklus Hidup Industri	22
2.1.3 Pengertian Matrik <i>Boston Consulting Group</i> (BCG)	24
2.2.Kajian Empiris.....	24
2.3.Kerangka Konseptual	24

III. METODE PENELITIAN.....		24
3.1 Rancangan Penelitian.....		24
3.2 Sifat	Penelitian	25
.....		25
3.3 Identifikasi	Variabel	25
.....		28
3.4 Metode Pengumpulan Data		32
3.5 Jenis Data dan Sumber Data Penelitian		32
3.6 Definisi Operasional		32
3.7 Metode Analisis Data		32
3.8 Kerangka Pemecahan Masalah		32
IV. HASIL DAN PEMBAHASAN.....		33
4.1 Gambaran Umum Perusahaan.....		34
4.1.1 Sejarah Singkat PT. Bintang Mulya Jember.....		35
4.1.2 Lokasi Perusahaan		36
4.1.3 Struktur Organisasi		36
4.1.4 Personalia		45
.....		49
4.1.5 Aspek	Pemasaran	52
.....		52
4.1.6 Volume Penjualan		53
4.2 Analisis Data		
4.2.1 Hasil Analisis Matrik <i>Boston Consulting Group</i> (BCG)		
4.2.2 Matrik <i>Boston Consulting Group</i> (BCG)		
4.3 Pembahasan		
V. SIMPULAN DAN SARAN.....		
5.1 Kesimpulan		
5.2 Saran.....		
DAFTAR PUSTAKA		
LAMPIRAN		

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Kesimpulan berdasarkan analisis matrik *Boston Consulting Group* (BCG) yang telah dilakukan dalam penelitian pada produk PT. Bintang Mulya Jember, dapat disimpulkan hal-hal sebagai berikut.

- a. 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%.
- b. 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.
- c. PT. Bintang Mulya Jember dibandingkan dengan PT. Lingkaran Mas berada pada posisi *Cash Cow* untuk produk mie sohun Bintang Piring, posisi *dogs* untuk cap Golok dan *Question Marks* untuk mie sohun cap Burung. PT. Bintang Mulya Jember dibandingkan dengan PT. Jago Superior berada pada posisi *dogs* untuk produk mie sohun Bintang Piring, posisi *dogs* untuk cap Golok dan *Question Marks* untuk mie sohun cap Burung.
- d. Strategi yang cocok untuk diterapkan pada produk mie sohun Bintang Piring adalah memanen (*Harvest*) tujuannya adalah pemasukan yang jangka pendek secara besar-besaran. Kemudian dilakukan penekanan pada inovasi proses yang menolong dalam mempertahankan efisiensi biaya dan kualitas barang. Kebijakan yang dikeluarkan perusahaan adalah masalah harga (*Price*) yang dapat bersaing dengan perusahaan lainnya. Strategi yang dilakukan pada produk mie sohun cap Burung (*Divest*) tujuannya adalah melikuidasi unit bisnis tersebut namun karena produk mie sohun Bintang Piring merupakan salah satu produk unggulan dari PT. Bintang Mulya Jember maka tidak perlu dilakukan divesproduk mie sohun cap Burung karena diperkirakan pada masa yang akan datang masih bisa bersaing dan memberikan laba dari pada produk

lain yang mempunyai omset penjualan lebih kecil. Pada posisi ini, produk sudah mengalami kemunduran berarti perusahaan dapat menentukan strategi untuk mengurangi jumlah produksi atau melakukan inovasi produk baru supaya dapat lebih bersaing dengan perusahaan lainnya.

- e. Strategi yang cocok untuk diterapkan pada produk produk mie sohun cap Golok adalah strategi panen (*harvest*) yaitu membiarkan unit usaha tetap beroperasi meski pasar tidak tumbuh karena unit usaha ini masih menghasilkan aliran kas masuk meskipun kecil. Sedangkan strategi yang cocok untuk diterapkan pada produk produk mie sohun cap Burung adalah strategi kembangkan (*build*) yaitu mengembangkan pangsa pasar karena pangsa pasar yang dimiliki masih lebih rendah dibandingkan pangsa pasar pesaing utama. Selain itu, pada posisi ini produk dilakukan promosi agar konsumen lebih mengenal produk mie sohun cap Golok PT. Bintang Mulya Jember.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan tersebut untuk mendapatkan strategi yang sesuai, maka disarankan PT. Bintang Mulya Jember menerapkan Strategi Kombinasi. Strategi Kombinasi yang dimaksud adalah strategi penciutan untuk produk yang berada pada posisi *dog* yaitu produk produk mie sohun cap Golok dan produk yang berada posisi *Question Mark* untuk produk mie sohun cap Burung. Hal ini dimaksudkan agar posisi produk mampu bertahan di posisinya sekarang dan tetap menghasilkan arus uang bagi perusahaan secara terus menerus. Sedangkan untuk produk mie sohun Bintang Piring tetap dipertahankan meskipun berada pada posisi *dog*, karena masih mempunyai potensi memberikan keuntungan bagi perusahaan.

Penelitian selanjutnya yang masih berkaitan dengan strategi pemasaran di bidang produksi mie sohun disarankan agar penelitian juga lebih mempertimbangkan faktor-faktor lain yang terus berkembang.

ABSTRACT

This research have a purpose to know the storey;level of market growth, market compartment relative from company product, grouping and mapping some product in Matrik Boston Consulting Group (BCG)..

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. Data type used in this research, that is data sekunder which obtained indirectly from its source but through/ passing other;dissimilar source having direct bearing with the accurate problem or equally data obtained from second party. Analyse the data used by that is analyse the trend kuadratik, market share, and matrik BCG.

Result of this research is 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 to 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 [f 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 analyse the inferential data hence that PT.Bintang Mulya Jember compared to PT. Lingkaran Mas be at the position of Cash Chow for the product of noodles of sohun of Bintang Piring, position dogs to cap Golok and Question Marks for the noodles of sohun stamp the Bird. PT. Star of Mulya Jember compared to [by] PT. Jago Superior be at the position dogs for the product of noodles of sohun of Bintang Piring, position dogs to cap Golok and Question Marks for the noodles of sohun cap Burung.

ABSTRAKSI

Penelitian ini mempunyai tujuan untuk mengetahui tingkat pertumbuhan pasar, pangsa pasar relatif dari produk perusahaan, mengelompokkan dan memetakan beberapa produk dalam Matrik *Boston Consulting Group* (BCG)..

Jenis penelitian yang digunakan disini adalah penelitian empiris runtut waktu/historis yang merupakan penelitian yang didasarkan pada fakta serta data yang didapat dari perusahaan. 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. Analisis data yang digunakan yaitu analisis trend kuadratik, *market share*, dan matrik BCG.

Hasil penelitian ini adalah tingkat pertumbuhan pasar pada tahun 2007 untuk produk mie sohon Bintang Piring mengalami penurunan sebesar 46%, mie sohon cap Golok sebesar 64,5% sedangkan mie sohon cap Burung mengalami tingkat pertumbuhan sebesar 17,5%. PT. Bintang Mulya Jember mempunyai *Market Share* sebesar 27,9% untuk mie sohon Bintang Piring, 0,2% untuk Cap Golok dan 2,4% untuk mie sohon cap Burung. Pangsa pasar relatif PT. Bintang Mulya Jember dibandingkan dengan PT. Lingkaran Mas Jember sebesar 1,001x untuk mie sohon Bintang Piring, 0,19x untuk mie sohon Cap Golok dan 0,15x. Jika dibandingkan dengan PT. Jago Superior Jember sebesar 0,6x untuk mie sohon Bintang Piring, 0,19x untuk mie sohon Cap Golok dan 0,17x untuk Mie Sohon Cap Burung.

Berdasarkan hasil analisis data maka dapat disimpulkan bahwa PT. Bintang Mulya Jember dibandingkan dengan PT. Lingkaran Mas berada pada posisi *Cash Cow* untuk produk mie sohon Bintang Piring, posisi *dogs* untuk cap Golok dan *Question Marks* untuk mie sohon cap Burung. PT. Bintang Mulya Jember dibandingkan dengan PT. Jago Superioe berada pada posisi *dogs* untuk produk mie sohon Bintang Piring, posisi *dogs* untuk cap Golok dan *Question Marks* untuk mie sohon cap Burung.

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
I. PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Perumusan Permasalahan.....	3
1.3 Tujuan Penelitian.....	3
1.4 Kegunaan Penelitian.....	4
II. TINJAUAN PUSTAKA.....	5
2.1. Kajian Teoritis.....	5
2.1.1 Strategi Pemasaran	5
2.1.2 Dasar Teori Siklus Hidup Industri	9
2.1.3 Pengertian Matrik <i>Boston Consulting Group</i> (BCG)	10
2.2. Kajian Empiris.....	22
2.3. Kerangka Konseptual	22
III. METODE PENELITIAN.....	24
3.1 Rancangan Penelitian.....	24
3.2 Sifat Penelitian	24
3.3 Identifikasi Variabel	24
3.4 Metode Pengumpulan Data	24

3.5 Jenis Data dan Sumber Data Penelitian	25
3.6 Definisi Operasional	25
3.7 Metode Analisis Data	25
3.8 Kerangka Pemecahan Masalah	28
IV. HASIL DAN PEMBAHASAN.....	32
4.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	32
4.1.1 Sejarah Singkat PT. Bintang Mulya Jember.....	32
4.1.2 Lokasi Perusahaan	32
4.1.3 Struktur Organisasi	32
4.1.4 Personalia	33
4.1.5 Aspek Pemasaran	34
4.1.6 Volume Penjualan	35
4.2 Analisis Data	36
4.2.1 Hasil Analisis Matrik <i>Boston Consulting Group</i> (BCG)	36
4.2.2 Matrik <i>Boston Consulting Group</i> (BCG)	45
4.3 Pembahasan	49
V. SIMPULAN DAN SARAN.....	52
5.1 Kesimpulan	52
5.2 Saran.....	53
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	