



**PENENTUAN STRATEGI PEMASARAN
DENGAN METODE *BOSTON CONSULTING
GROUP* (BCG) PADA LEMBAGA
PENDIDIKAN KOMPUTER (LPK) STAR
JAJAG - BANYUWANGI**

SKRIPSI

Oleh :

ANINDYA KAWINDRA

NIM : 020810291030

**UNIVERSITAS JEMBER
FAKULTAS EKONOMI
2007**

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 kuadrat, *market share*, dan matrik BCG.

Hasil penelitian ini adalah tingkat pertumbuhan pasar untuk program *Microsof Office* sebesar 1,87%, desain grafis sebesar -12,3% sedangkan komputer akuntansi sebesar -1,4%. PT. LPK STAR Banyuwangi mempunyai *Market Share* sebesar 41,6% untuk *Microsof Office*, 38,8% untuk desain grafis dan 29,7% untuk komputer akuntansi. Pangsa pasar relatif PT. LPK STAR Banyuwangi dibandingkan dengan PT. LPK Kharisma Banyuwangi sebesar 1,12x untuk *Microsof Office*, 1,30x untuk desain grafis dan 0,61x untuk komputer akuntansi. Jika dibandingkan dengan PT. LPK Mandiri Banyuwangi sebesar 1,94x untuk *Microsof Office*, 1,20x untuk desain grafis dan 1,33x untuk komputer akuntansi.

PT. LPK STAR Banyuwangi dibandingkan dengan PT. LPK Kharisma Banyuwangi berada pada posisi *Cash Cow* untuk program *Microsof Office*, posisi *Cash Cow* untuk desain grafis dan *dog* untuk komputer akuntansi. PT. LPK STAR Banyuwangi dibandingkan dengan PT. LPK Mandiri Banyuwangi berada pada posisi *Cash Cow* untuk program *Microsof Office*, desain grafis dan komputer akuntansi.

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.....	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Kegunaan Penelitian.....	5
II. TINJAUAN PUSTAKA.....	6
2.1. Kajian Teoritis.....	6
2.1.1 Strategi Pemasaran	6
2.1.2 Dasar Teori Siklus Hidup Industri	9
2.1.3 Pengertian Matrik <i>Boston Consulting Group</i> (BCG)	11
2.2. Kajian Empiris.....	23
2.3. Kerangka Konseptual	23
III. METODE PENELITIAN.....	25
3.1 Rancangan Penelitian.....	25
3.2 Sifat Penelitian	25
3.3 Identifikasi Variabel	25
3.4 Metode Pengumpulan Data	25

3.5 Jenis Data dan Sumber Data Penelitian	26
3.6 Definisi Operasional	26
3.7 Metode Analisis Data	26
3.8 Kerangka Pemecahan Masalah	29
IV. HASIL DAN PEMBAHASAN.....	32
4.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	32
4.1.1 Sejarah Singkat PT. LPK STAR Banyuwangi.....	32
4.1.2 Lokasi Perusahaan	32
4.1.3 Struktur Organisasi	32
4.1.4 Personalia	34
4.1.5 Aspek Pemasaran	35
4.1.6 Volume Penjualan	36
4.2 Analisis Data	36
4.2.1 Hasil Analisis Matrik <i>Boston Consulting Group</i> (BCG)	37
4.2.2 Matrik <i>Boston Consulting Group</i> (BCG)	46
4.3 Pembahasan	50
V. SIMPULAN DAN SARAN.....	53
5.1 Kesimpulan	53
5.2 Saran.....	53
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	