

ABSTRAK

Penelitian ini merupakan studi kasus pada UD. Nuansa Alam Jember tahun 2020. Bertujuan untuk mengetahui pengelompokan dan pemetaan masing- masing Produk dan matrik *Boston Consulting Group* (BCG) guna mengetahui strategi bersaing yang efektif bagi UD. Nuansa Alam Jember. Matrik BCG dilakukan berdasarkan laporan penjualan UD. Nuansa Alam tahun 2015-2019 yang dibandingkan dengan Laporan Penjualan pesaingnya IMDA Handycraft , untuk mengetahui tingkat pertumbuhan pasar dan pangsa pasar. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan pendekatan diskriptif.

Hasil penelitian dari analisis matrik BCG diketahui tingkat pertumbuhan pasar UD. Nuansa Alam sebesar 1,7% dan pangsa pasarnya 1,4.sehingga berada pada kuandran *cash cow* (sapi perah), strategi pemasaran yang digunakan adalah dengan memelihara pangsa pasar yang sudah dikuasai dengan meningkatkan bahan baku pembuatan aksesoris, agar kualitas dari produknya tetap diminati, dan meningkatkan promosi produk melalui promosi langsung atau online. Promosi online bisa membukak lapak lapak penjualan onlien dalam meningkatkan laba.

Kata kunci : Tingkat pertumbuhan pasar, pangsa pasar dan matrik BCG (*Boston Consulting Group*)

ABSTRACT

This research is a case study at UD. Nuansa Alam Jember in 2020. Aimed to know the grouping and mapping of each product and the Boston Consulting Group (BCG) matrix in order to find out an effective competitive strategy for UD. Natural Shades of Jember. The BCG matrix is based on the sales report of UD. Nuansa Alam 2015-2019 which is compared to the Sales Report of its competitor IMDA Handycraft, to determine the level of market growth and market share. The research method used is a quantitative method with a descriptive approach.

The results of the research from the BCG matrix analysis show the growth rate of the UD market. Nuansa Alam is 1.7% and its market share is 1.4. So that it is in the cash cow (dairy cow) quadrant, the marketing strategy used is to maintain the already controlled market share by increasing the raw materials for making accessories, so that the quality of its products is still in demand. , and increase product promotion through direct or online promotions. Online promotion can open online sales stalls in increasing profits.

Keywords: Market growth rate, market share and BCG matrix (Boston Consulting Group)

