

STRATEGI PEMASARAN BERBASIS METODE *BOSTON CONSULTING GROUP (BCG)* DALAM MENGHADAPI PERSAINGAN PADA RUMAH MAKAN SUNDARI JEMBER

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi satu syarat memperoleh gelar Sarjana Manajemen



Oleh :

NUR HENI

15.1041.1248

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER
2019**

PENGESAHAN

Skripsi berjudul: *Strategi Pemasaran Berbasis Metode Boston Consulting Group (Bcg) Dalam Menghadapi Persaingan Pada Rumah Makan Sundari Jember*. Telah di uji dan disahkan oleh Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember Pada:

Hari : Senin
Tanggal : 13 Mei 2019
Tempat : Universitas Muhammadiyah jember

Tim Penguji

Feti Fatimah, SE, MM
NPK: 07 09 622

Anggota 1

Anggota 2

Budi Santoso, SE, MM, M.ak
NPK: 10 03 711

Jekti Rahayu, SE, M.Si
NPK: 15 09 646

Mengesahkan

Dekan

Ketua Program Studi

Dr. Arik Susbiyani, SE, M.Si
NPK: 01 09 289

Haris Hermawan SE,MM
NPK: 15 03 643

KATA PENGANTAR

Puji syukur kami panjatkan ke hadirat Allah SWT, berkat rahmat dan karunia-Nya akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **Strategi Pemasaran Berbasis Metode *Boston Consulting Group (BCG)* Dalam Menghadapi Persaingan Pada Rumah Makan Sundari Jember**. Dapat diselesaikan dengan baik.

Tujuan penulisan skripsi ini adalah untuk memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Manajemen, Universitas Muhammadiyah Jember. Penulis menyadari bahwa penelitian ini masih jauh dari kata sempurna, semua itu tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman. Ada langsung pihak yang memberikan dukungan, bantuan moril dan material baik secara langsung maupun tidak langsung dalam penyelesaian skripsi ini.

Sehubungan dengan itu penulis menyampaikan penghargaan dan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Rektor Universitas Muhammadiyah Jember Dr. Ir. Muhammad HAZMI, DESS.
2. Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember Dr. Arik Susbiyani, SE, M.Si
3. Budi Santoso. SE, MM, M.ak selaku dosen pembimbing yang telah berkenan memberikan bimbingan dan masukan serta dukungan yang sangat berharga bagi penulis.
4. Jekti Rahayu SE, M.Si selaku dosen pendamping yang telah berkenan memberikan bimbingan dan masukan serta dukungan yang sangat berharga bagi penulis.
5. Feti Fatimah SE, MM selaku dosen penguji yang telah membantu memberikan bimbingan dan masukan serta dukungan yang sangat berharga bagi penulis.
6. Seluruh karyawan dan staf Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember yang telah banyak membantu penulis selama bergabung bersama akademika universitas muhammadiyah Jember.
7. Sujud dan terima kasih yang dalam penulis persembahkan kepada Al-marhum Bunda dan Al-marhum Asyahanda tercita, atas dorongan yang kuat, kebijaksanaan dan do'a.
8. Kakak ku Hariyono yang selalu membantu dengan do'a dan yang sangat saya sayangi.

9. Teman-teman Eko Wahyudi, Etik, Geby, Andani, Luluk yang selalu membantuku memberikan dukungan serta motivasi.
10. Serta kepada semua pihak yang namanya tidak dapat disebut satu persatu, penulis mengucapkan banyak terima kasih atas semua bantuan yang diberikan, semoga Allah SWT melimpahkan berkah dan rahmat-Nya bagi semua Bapak, Ibu, dan saudara-saudara sekalian.

Jember, April 2019

Penulis



DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN PENULIS	ii
PERSETUJUAN SKRIPSI	iii
PENGESAHAN SKRIPSI	iv
PERSEMBAHAN	v
MOTTO	vi
ABSTRACT	vii
ABSTRAK	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB 1 PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Kegunaan Penelitian	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Definisi Pemasaran	8
2.2 Definisi Strategi	8
2.2.1. Pengertian Strategi	9
2.2.2. Tahapan Alternatif Pemilihan Strategi	10
2.3 Dasar Teori Siklus Hidup Industri	11
2.4 Analisis BCG	13
2.5 Pengertian Persaingan	17
2.6 Rumah makan	20
2.6.1 Definisi rumah makan	20
2.6.2 Jenis-jenis Rumah Makan	22
2.7 Penelitian Terdahulu	23
2.8 Kerangka Pemikiran	25
BAB 111 METODE PENELITIAN	
3.1 Jenis Penelitian dan Pendekatan	27
3.2 Definisi Operasional Variabel	27
3.3 Sumber Data	28
3.4 Teknik Pengumpulan Data	28
3.5 Lokasi dan Waktu Penelitian	28
3.6 Metode Analisis Data	28

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Perusahaan	32
4.1.1 Sejarah Si ngkat Perusahaan	32
4.1.2 Visi Dan Misi	32
4.1.3 Struktur Organisasi Perusahaan	33
4.1.4 Personalia	34
4.1.5 Sistem Pemasaran	35
4.1.6 Jumlah Penjualan Produksi	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)	43
4.3 Pembahasan	45

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan	46
5.2 Saran	46

DAFTAR PUSTAKA	48
-----------------------------	----

LAMPIRAN	52
-----------------------	----



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 : Jumlah rumah makan dikota jember tahun 2013-2017	1
Tabel 1.2 : Volume penjualan pada rumah makan sundari tahun 2014-2018..	5
Tabel 2.3 : Penelitian terdahulu	24
Tabel 4.1 : Data jumlah penjualan rumah maka sundari (dalam satuan unit) ..	35
Tabel 4.2 : Trend jumlah penjualan menu lalapan ayam tahun 2014-2018	36
Tabel 4.3 : Trend jumlah penjualan menu lalapan wader tahun 2014-2018	36
Tabel 4.4 : Trend jumlah penjualan menu lalapan lele tahun 2014-2018	37
Tabel 4.5 : Posisi persaingan rumah makan sundari dengan rumah makan bu farha tahun 2014-2018	42



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 : Siklus Hidup Industri	12
Gambar 2.2 : Matrik Boston Consulting Group (BCG)	15
Gambar 2.3 : Kerangka Pemikiran	25
Gambar 3.1 : Matrik Boston Consulting Group (BCG)	30
Gambar 4.1 : Struktur Organisasi	33
Gambar 4.2 : Matrik Boston Consulting Group (BCG) Rumah Makan Sundari Dengan Rumah Makan Simpang Empat Bu Farha	43



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Data Volume Penjualan Pada Rumah Makan Sundari Tahun 2014-2018	53
Lampiran 2: Data Volume Penjualan Pada Rumah Makan Simpang Empat Bu Farha Tahun 2014-2018	54
Lampiran 3: Data Volume Penjualan Menu Lalapan Ayam Pada Rumah Makan Sundari Dan Tahun 2014-2018	55
Lampiran 4: Perhitungan Trend Penjualan Lalapan Ayam Pada Rumah Makan Sundari Tahun 2014-2018	56
Lampiran 5: Perhitungan Trend Penjualan Lalapan Ayam Pada Rumah Makan Simpang Empat Bu Farha Tahun 2014-2018	57
Lampiran 6: Perhitungan Trend Penjualan Lalapan Wader Pada Rumah Makan Sundari Tahun 2014-2018	58
Lampiran 7: Perhitungan Trend Penjualan Lalapan Wader Pada Rumah Makan Simpang Empat Bu Farha Tahun 2014-2018	59
Lampiran 8: Perhitungan Trend Penjualan Lalapan Lele Pada Rumah Makan Sundari Tahun 2014-2018	60
Lampiran 9: Perhitungan Trend Penjualan Lalapan Lele Pada Rumah Makan Simpang Empat Bu Farha Tahun 2014-2018	61

DAFTAR PUSTAKA

- A.W, Marsum. 2005. Restoran dan Segala Permasalahannya, Edisi IV. Yogyakarta.
- AA. Yogi Prasanjaya.2007. Statistik: Dalam Kajian Deskriptif Inferensi dan Non. Parametik. Jakarta.
- Arikunto, Suharsimi, Prosedur Penelitian : Suatu Pendektan Praktik, Edisi. Revisi VI , Jakarta: PT Rineka Cipta, 2006.
- Bannet (1988). Fundamental of cutaneos surgery, St. Louis, C.V.Mosby
- Dajan,1986:229. Pengantar Metode Statistik II. Penerbit LP3ES, Jakarta. Chris Maning, 1993.
- David, Fred., 2006. Strategic Management Manajemen Strategis. Edisi Kesepuluh, Buku Satu. Jakarta: Salemba Empat.
- Dirgantoro (2000). Manajemen Pemasaran. Jakarta: PT Ikrar Mandiri Abadi. Kurnia Agung.
- Fandi tjiptono. 2006. Manajemen Jasa. Edisi Pertama. Yogyakarta:
- Grand , Robert M. (2008). Manajemen Strategik. Mediator.
- Hamel dan Prahalat.Metode Peneliti, Edisi 1. Yogyakarta: Pustaka Pelajar. Management. New Delhi: Tata McGraw Hill 1995
- Hitt 1997. Manajemen Strategis, Konsep Daya Saing dan Globalisasi, Buku I, Penerbit Salemba Empat, Jakarta.
- Husein Umar. (2001) Metode Penelitian dan Pemasaran Aplikasi dalam Pemasaran. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Umum.
- Husnan , Suad. 1992 : Teori dan Penerapan(Keputusan Jangka Panjang). Edisis Kedua. BPFE UGM. Yogyakarta.
- Kahle (1990), Marketing Manajemen. New York: Macmillan.
- Kotler Philip, 2005. Manajemen Pemasaran. Jilid 1 dan 2. Jakarta : PT Indeks. Kelompok Gramedia.
- Kotler, Philip & Gary Armstrong. Alih Bahasa. 2010. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jilid 1. Jakarta : Penerbit Prenhalindo
- Kotler, Philip (2000). Prinsip – Prinsip Pemasaran Manajemen, Jakarta : Prenhalindo.
- Kotler, Philip, 1995. Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Pengendalian. Penerbit Slemba Empat.

- Kotler, Philip. 2001. *Manajemen Pemasaran : Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Kontrol*. Jakarta : PT Prehalindo.
- Lexi. J. Moleong, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Bandung: Remaja Rosda Karya , 2007).
- Lupiyoadi, Rambat & A. Hamdani. 2009. *Manajemen pemasaran Jasa Edisi 2*. Jakarta: Salemba Empat.
- Madura , J, 2007, (Alih Bahasa : Erly Suandi), *Evolusi Teori Daya Saing*, Salemba Empat
- Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen*, S Basu, TH Handoko, Edisis Pertama. Cetakan Ketiga. Yogyakarta: BPFE 2000.
- Margareta , J. 2014. *Understanding Michael Porter: Panduan paling penting kompetisi dan strategi*. Jakarta: Penerbit Andi.
- Marshall, Alfred. *Principle of economic*, 8th ed.(London: Macmilian and Co., Ltd.
- Mulyadi, D., Muslihat, A., Priyanto, A., 2012., *Analisis Strategi Pemasaran Jasa Lembaga Pembiayaan Non Bank Pada PT Oto Multiartha Karawang*. *Jurnal Manajemen Vol.09 No.2*. Karawang: PT Oto Multiartha.
- Nugraha, Angipta Soma., 2011. *Strategi Pemasaran Keripik Tempe Pada Industri Rumah Tangga Di Kecamatan Baturetno Kabupaten Wonogiri*. Skripsi. Surakarta: Universitas Sebelas Maret.
- Pearce dan Robinson 1997. *Manajemen Strategik: Formulasi Implementasi Strategik*. Jakarta:
- Philip Kotler. 2004. *Manajemen Pemasaran: Analisis Erencanaan, Implementasi*.
- Porter (2007). *Manajemen Pemasaran, Jilid 2,*. Jakarta. Penerbit: PT Indeks. Arikunto, S. 2010.
- Porter, Michael, E, 2008 *Strategi Bersaing (competitiv strategy)*
- Rangkuti, Freddy.2005. *Analisis Swot & Qspm Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama.
- Saputno, Adi. 2000. *Anggaran Perusahaan BFPI*. Yogyakarta.
- Sarjono, B. 2013. *Pengelolaan Strategi dalam Persaingan Bisnis*. *Jurnal Manajemen Strategi*. Vol.9, No. 1, Hal : 58-61.
- Sinaga, Florida. 2003. *Skripsi : Analisis Dan Formulasi Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Universitas
- Sugiyono. 2008. *Metodologi penelitian kuantitatif dan R & D*. Bandung:Alfabeta.

- Suryana,2003. Kewirausahaan Pedoman Prkatis: Kilat Dan Proses Menuju Sukses. Buku Satu Jakarta:
- Suwarsono 2007 Manajemen Strategik Konsep danKasus Edisi 4. Yogyakarta: UPP AMP YKPN.
- Syamhudin & Damiyanti:2011. Metode Penelitian Pendidikan Bahasa. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Tjiptono F. 2011. Strategi Pemasaran Jilid 2. Yogyakarta: Andi Offset.
- Vanco Chritian, Tujuan Operasi Bisnin Rumah Makan. Jakarta: PT Gramedia Pustaka. Umum 2012, hlm. 17.
- Widjaja Indrayana. 2006. Desain Interior Restoran Arma di ubud Bali. Jakarta : pss

INTERNET

- <http://www.slideshare.net/mobile/Ariezka/makalah-strategi-bersaing>
- <https://jemberkab.bps.go.id>
- <https://www.dosenpendidikan.com/restoran-pengertian-tujuan-jenis-produk/>
- <https://www.slideshare.net/mobile/yudie82/analisis-bcg-boston-consulting-group>

JURNAL

- Eka Deswita, Juli 2012, Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volumen Penjualan dengan menggunakan metode BCG Pada PT Sanjungan Consultant di bandar lampung *Jurnal. Manajemen. Fakultas Ekonomi dan Bisnis.*
- M. Taufik Anas, Maret 2015, Strategi Pemasaran Dengan Metode Matrik *Boston Consulting Group (BCG)* Studi Pada Koperasi Intako Kediri *Jurnal_12492. Fakultas Ekonomi.* Vol 7. No 15.
- Mohammad Adib Sidqi, April 2012, Strategi Pemasaran Dengan Menggunakan Metode *Boston Consulting Group (BCG)* Dalam Menghadapi Persaingan UD. Tumpang Sari Motor Jember, *Jur. Manajemen. Fakultas Ekonomi.*Vol.4.No 9.
- Puspita Rini, Juni 2012, Analisis Strategi Pemasaran Pada PT Zebra Agrindo Jember,*Jurnal. Manajemen. Fakultas Ekonomi dan Bisnis.*