


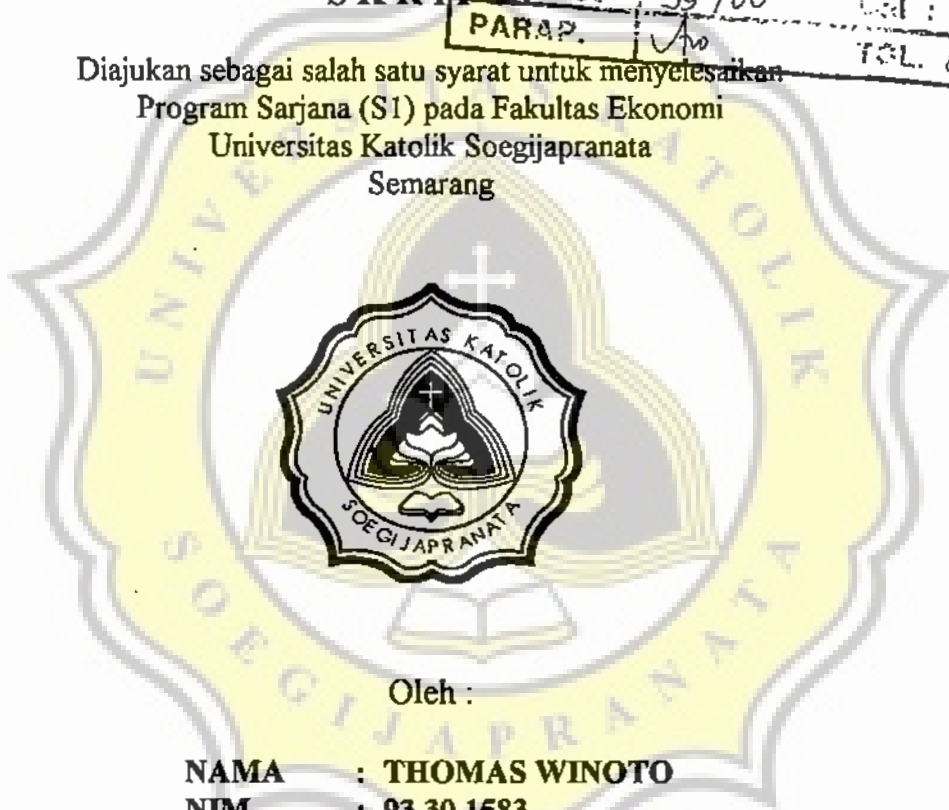
**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PADA AGEN TUNGGAL
PT. SINAR GEMALA SAKTI DI KOTAMADYA**

SEMARANG

		
PERPUSTAKAAN		
No. INV.	718 / E / C.1	
Jb. Angg.	99 / 00	Vol :
PARAP.	<i>Jo</i>	TGL. 00 / 11 / 99

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan
Program Sarjana (S1) pada Fakultas Ekonomi
Universitas Katolik Soegijapranata
Semarang



Oleh :

**NAMA : THOMAS WINOTO
NIM : 93.30.1583
NIRM : 93.6.111.02016.50114
JURUSAN : MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA
SEMARANG**

1999

HALAMAN MOTTO



Segala perkara dapat kutanggung di dalam

Dia yang memberi kekuatan kepadaku.

(Filipi 4 : 13)

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS KATOLIK SOEGLJAPRANATA

SEMARANG

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Thomas Winoto
Nim : 93.30.1583
Nirm : 93.6.111.02016.50114
FAKULTAS : Ekonomi
JURUSAN : Manajemen
JUDUL SKRIPSI : Analisis Strategi Pemasaran pada agen tunggal PT Sinar
Gemala Sakti di Kotamadya Semarang.

Disetujui :

Pada :

Pembimbing Utama



(Dra. Retno Yustini W. MSI)

HALAMAN PENGESAHAN

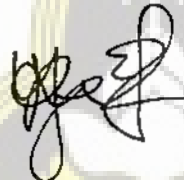
Skripsi ini diterima dan disahkan oleh Panitia Penguji dalam sidang :

Hari :

Tanggal :

Yang bertandatangan di bawah ini Panitia Penguji

Penguji Utama



(Vincent Didiek WA. PhD)

Mengetahui

Fakultas Ekonomi

Universitas Katolik Soegijapranata

Dekan



(Komala Inggarwati, SE, MM)

ABSTRAK

Industri sepeda motor merupakan salah satu bagian dari persaingan yang saat ini sedang terjadi dalam dunia bisnis. Sepeda motor merupakan salah satu sarana transportasi yang sangat penting seiring dengan menurunnya perekonomian masyarakat, hal ini menyebabkan sepeda motor makin diminati oleh masyarakat sebagai salah satu sarana transportasi khususnya dalam masyarakat kelas menengah.

PT Sinar Gemala Sakti merupakan salah satu perusahaan penyalur sepeda motor merek Kawasaki di Semarang, adapun produk-produknya antara lain Kawasaki Kaze, Kaze R, dan Kawasaki Ninja.

Persaingan oleh suatu perusahaan mempunyai pengaruh yang besar terhadap para pesaingnya dan dapat mendorong perlakuan atau usaha pesaing untuk mengantisipasi. Dalam hal ini yang perlu diperhatikan adalah peranan dan besarnya perusahaan di dalam perindustriannya. Strategi pemasaran yang dijalankan sesuai dengan kedudukan sebagai pemimpin pasar, penentang, pengikut atau penggarap relung di pasar.

Di negara yang sedang berkembang atau di negara berkembang sepeda motor banyak diminati oleh masyarakat. Hal ini terlihat dengan semakin maraknya berbagai merk sepeda motor yang beredar dipasaran, dapat dikatakan bahwa produk sepeda motor merupakan produk yang mempunyai prospek yang baik.

Kebijakan bauran pemasaran yang ditetapkan oleh PT Sinar Gemala Sakti adalah Kebijakan produk, kebijakan harga, Kebijakan saluran Pemilihan saluran distribusi yang tepat akan menunjang kegiatan pemasaran perusahaan. Saluran distribusi yang digunakan oleh PT Sinar Gemala Sakti adalah saluran distribusi langsung dan saluran distribusi tidak langsung. Kebijakan promosi, promosi merupakan salah satu unsur yang penting untuk meningkatkan penjualan perusahaan. Kegiatan promosi pada umumnya ditujukan untuk memberi tahu konsumen supaya konsumen tahu akan produk yang ditawarkan dan supaya konsumen tertarik untuk membeli dan memilikinya. Kegiatan promosi yang dilakukan oleh PT Sinar Gemala Sakti dalam menyalurkan produknya yaitu dengan mengadakan pameran, iklan melalui radio, surat kabar, televisi, reklame, serta melalui pelayanan service gratis selama masa garansi.

Perusahaan senantiasa menginginkan pangsa pasar yang dikuasainya memuaskan dan sesuai dengan yang diharapkan oleh perusahaan. Salah satu alat yang digunakan untuk mengetahui pangsa pasar perusahaan yaitu dengan matrik pertumbuhan bagian pasar yang dikembangkan oleh Boston Consulting Group. Matrik pertumbuhan bagian pasar ini untuk mengetahui posisi pangsa pasar perusahaan diantara empat kuadran yang terdiri dari Tanda Tanya, Bintang, Sapi Perah, Pupuk Bawang. Untuk mempelajari permasalahan yang hendak dikaji, maka dikemukakan perumusan masalah sebagai berikut :

Bagaimana posisi pangsa pasar sepeda motor Kawasaki pada PT Sinar Gemala Sakti dan bagaimana strategi pemasaran yang tepat bagi PT Sinar Gemala Sakti.

Selanjutnya dalam tinjauan pustaka dikemukakan teori-teori yang relevan dan mendukung penelitian ini yaitu tentang strategi bersaing.

Data yang dianalisis adalah data penjualan sepeda motor Kawasaki. Untuk menganalisis posisi pangsa pasarnya dilakukan dengan matrik pertumbuhan bagian pasar dari Boston Consulting Group. Sedangkan untuk menganalisis strategi pemasaran perusahaan digunakan analisis SWOT.

Berdasarkan hasil analisis sepeda motor Kawasaki melalui matrik pertumbuhan bagian pasar menurut Boston Consulting Group (BCG) adalah pangsa pasar PT Sinar Gemala Sakti untuk produk Kawasaki berada pada posisi pupuk bawang karena pertumbuhan penjualan $-91,2\%$ (dibawah 0%) dan pangsa pasar relatifnya $0,03$ (dibawah $0,5$). Suatu produk pada posisi pupuk bawang berarti bahwa produk tersebut mempunyai pertumbuhan lambat dan bagian pasar yang rendah. Laba yang didapatpun tidak memadai, produk membutuhkan uang untuk dapat bertahan. Strategi alternatif yang dapat diterapkan oleh perusahaan adalah strategi panen, dimana sasarannya adalah meningkatkan arus pemasukan uang tunai dalam jangka pendek dari unit bisnis strategis (UBS) tanpa mengindahkan pengaruh jangka panjang. Strategi yang dapat diterapkan oleh PT Sinar Gemala Sakti untuk dapat bersaing dengan perusahaan yang telah berkembang terlebih dahulu dengan menggunakan strategi pengikut pasar (Market Follower) dengan mengikuti dari jarak jauh, maksudnya perusahaan mengikuti beberapa perbedaan / diferensiasi, namun tetap mengikuti pemimpin pasar dalam bauran pasar, produk, harga, dan distribusi. penetapan strategi generik untuk dapat berhasil dalam persaingan dengan perusahaan lain dalam suatu industri yang sama, maka PT Sinar Gemala Sakti sebaiknya menggunakan strategi diferensiasi, dimana perusahaan memusatkan usahanya untuk menciptakan ciri produk yang khas serta program pemasaran yang sesuai dengan kondisi perusahaan sehingga diharapkan akan dapat bersaing di dalam industri dan dapat meningkatkan penjualannya.

Berdasarkan analisis SWOT perusahaan sebaiknya menggunakan strategi SO agar dapat bersaing dengan pesaingnya yaitu dengan meningkatkan kekuatan yang dimiliki oleh perusahaan dengan memanfaatkan peluang yang masih terbuka di pasar. Dengan demikian diharapkan penjualan sepeda motor Kawasaki akan dapat meningkat dan dapat bersaing dengan merek-merek yang sudah ada.

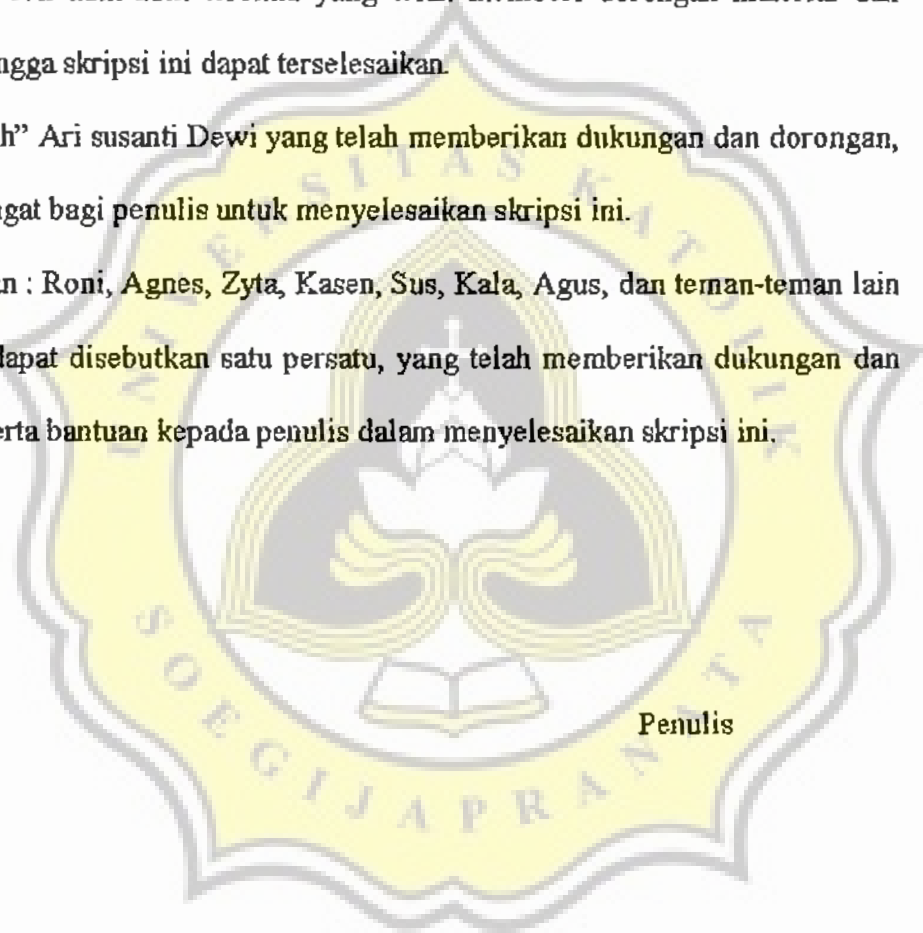
KATA PENGANTAR

Penulis mengucapkan Puji Syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan rahmat-NYA selama menyelesaikan skripsi ini. Banyak tantangan dan hambatan yang penulis hadapi selama penyusunan skripsi ini. Berkat dukungan dan bimbingan, serta pertolongan berbagai pihak akhirnya penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini.

Melalui kesempatan ini, dengan segala kerendahan hati dan tulus ikhlas, penulis mengucapkan terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada:

1. Ibu Dra. Retno Yustini W, MSi selaku Dosen Pembimbing Utama yang senantiasa membimbing, mengarahkan, dan memberi dukungan hingga terselesaikannya skripsi ini.
2. Ibu Dra. Untari, MSIE selaku Dosen Pembimbing Pendamping yang dengan sabar, teliti, dan penuh perhatian mendampingi penulis menyelesaikan skripsi ini.
3. Ibu Komala Inggarwati, SE, MM selaku Dekan selama penulis mengikuti studi di Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Soegijapranata.
4. Bapak Lianto Prasetyo selaku Marketing Manager pada PT Sinar Gemala Sakti Semarang yang telah memberikan ijin kepada penulis untuk melakukan penelitian.
5. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Soegijapranata Semarang yang telah membimbing penulis selama kuliah.
6. Seluruh karyawan dan staf yang telah bekerjasama dengan penulis selama pengambilan data.

7. Seluruh Staff dan Karyawan Tata Usaha Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Soegijapranata Semarang yang telah membantu dalam pengurusan surat ijin penelitian.
8. Papa, Mama dan adik-adik tercinta yang telah memberi dorongan material dan spiritual sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
9. Yang “terkasih” Ari susanti Dewi yang telah memberikan dukungan dan dorongan, serta semangat bagi penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
10. Teman-teman : Roni, Agnes, Zyta, Kasen, Sus, Kala, Agus, dan teman-teman lain yang tidak dapat disebutkan satu persatu, yang telah memberikan dukungan dan dorongan, serta bantuan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.



DAFTAR ISI

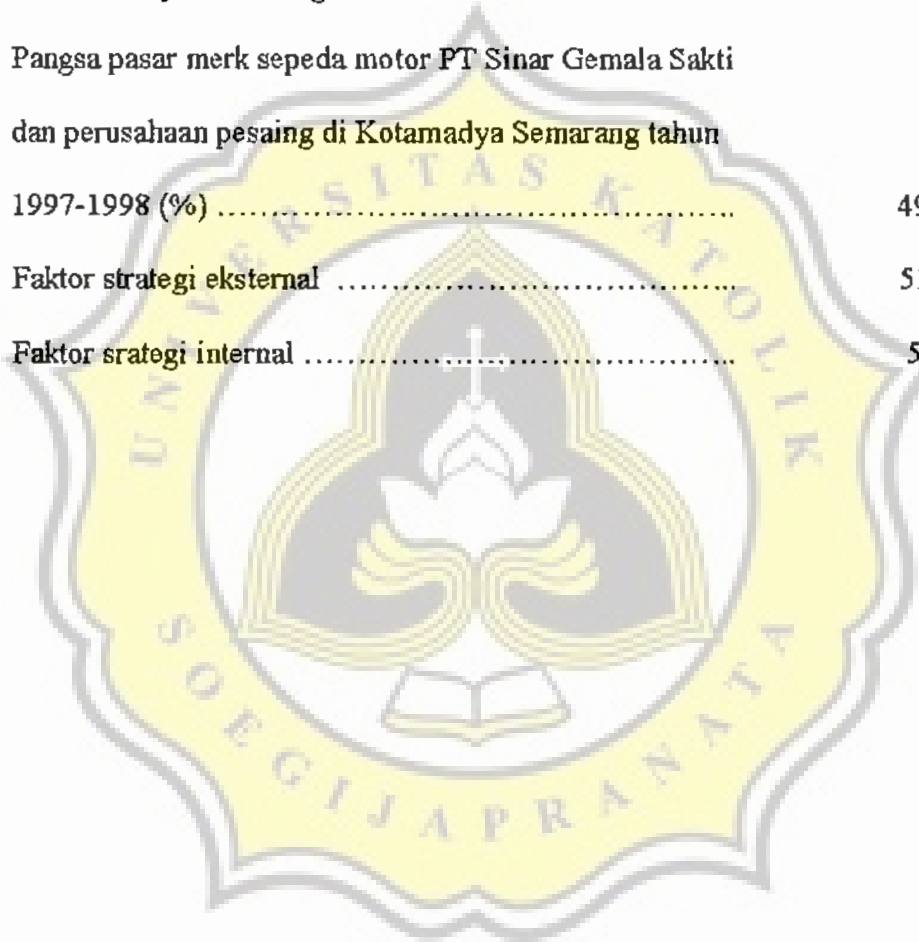
	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN MOTTO	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
ABSTRAKSI	v
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Penelitian	1
1.2. Perumusan Masalah	3
1.3. Tujuan Penelitian	3
1.4. Kegunaan Penelitian	4
1.5. Sistematika Skripsi	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Tinjauan Pustaka	6
2.1.1. Pemasaran dan Konsep Pemasaran	6
2.2. Bauran Pemasaran	8

2.3. Strategi Bersaing	18
2.4. Pengertian Posisi Pangsa Pasar dan Konsep Matrik Pertumbuhan Bagian Pasar dari Boston Consulting Group	22
2.5. Strategi Pemasaran pada Analisis SWOT	26
2.6. Kerangka Pikir	28
2.7. Definisi Operasional	28
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
3.1. Pemilihan Lokasi	30
3.2. Jenis Data dan Metode Pengumpulan Data	30
3.3. Tehnik Analisis Data	31
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	
4.1. Gambaran Umum Perusahaan	39
4.1.1. Sejarah Perusahaan	39
4.1.2. Struktur Organisasi	40
4.2. Analisis SWOT Sepeda Motor Kawasaki PT sinar Gemala Sakti	50
4.3. Analisis Posisi Pangsa Pasar Sepeda Motor Kawasaki PT Sinar Gemala Sakti	55
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1. Kesimpulan	58
5.2. Saran	58
DAFTAR PUSTAKA	60



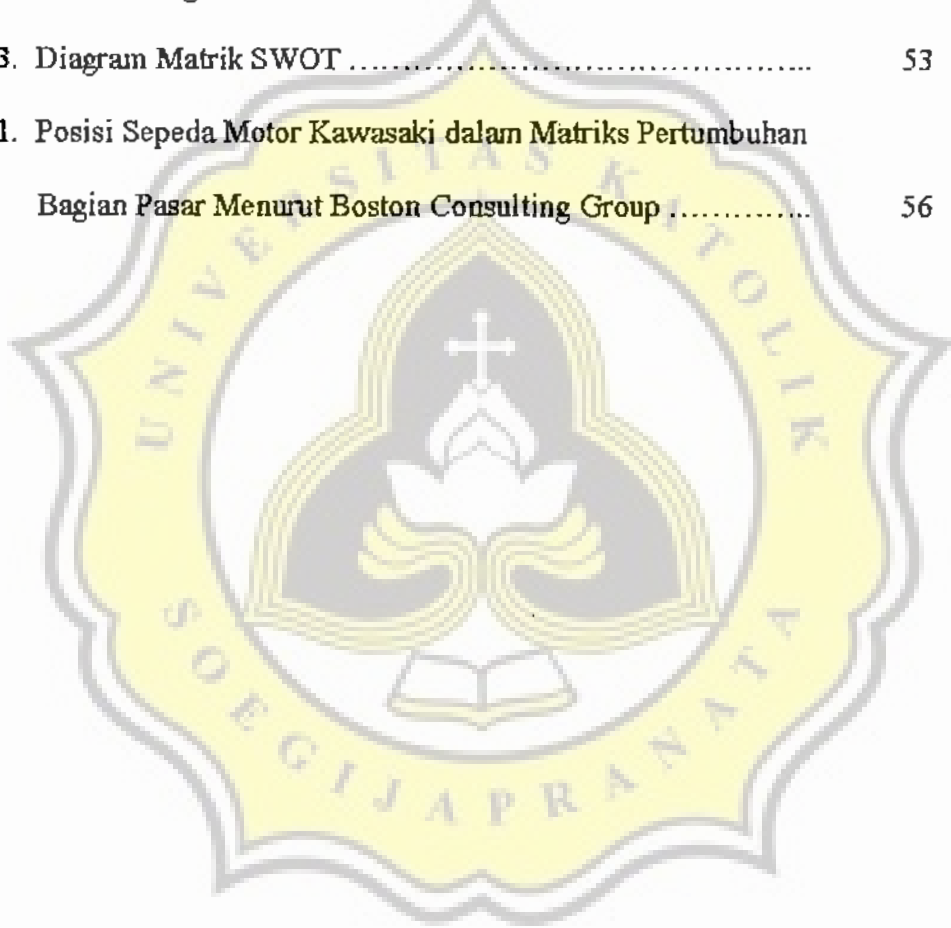
DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 4.2.2. Jumlah penjualan sepeda motor masing-masing merk di Kotamadya Semarang tahun 1997-1998	48
Tabel 4.2.3. Pangsa pasar merk sepeda motor PT Sinar Gemala Sakti dan perusahaan pesaing di Kotamadya Semarang tahun 1997-1998 (%)	49
Tabel 4.3.1. Faktor strategi eksternal	51
Tabel 4.3.2. Faktor srategi internal	52



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1. Kerangka Pikir	28
Gambar 4.2.1. Struktur Organisasi PT Sinar Gemala Sakti	41
Gambar 4.3.3. Diagram Matrik SWOT	53
Gambar 4.4.1. Posisi Sepeda Motor Kawasaki dalam Matriks Pertumbuhan Bagian Pasar Menurut Boston Consulting Group	56



DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran A : Data yang digunakan dan hasil analisis posisi pangsa pasar sepeda motor Kawasaki	61
Lampiran B : Angket faktor strategi internal dan eksternal.....	63

