

058.8
Pra.
a
98.

ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PADA CV. IDA LESTARI SEMARANG

SKRIPSI

Diajukan guna melengkapi syarat untuk
menempuh ujian akhir Program S1
Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen



PERPUSTAKAAN

No. INV.	0258 / E / C1.
Th. Angg.	Cat : COM98
PARAP.	WAWAM. TGL. 4-5-1998.

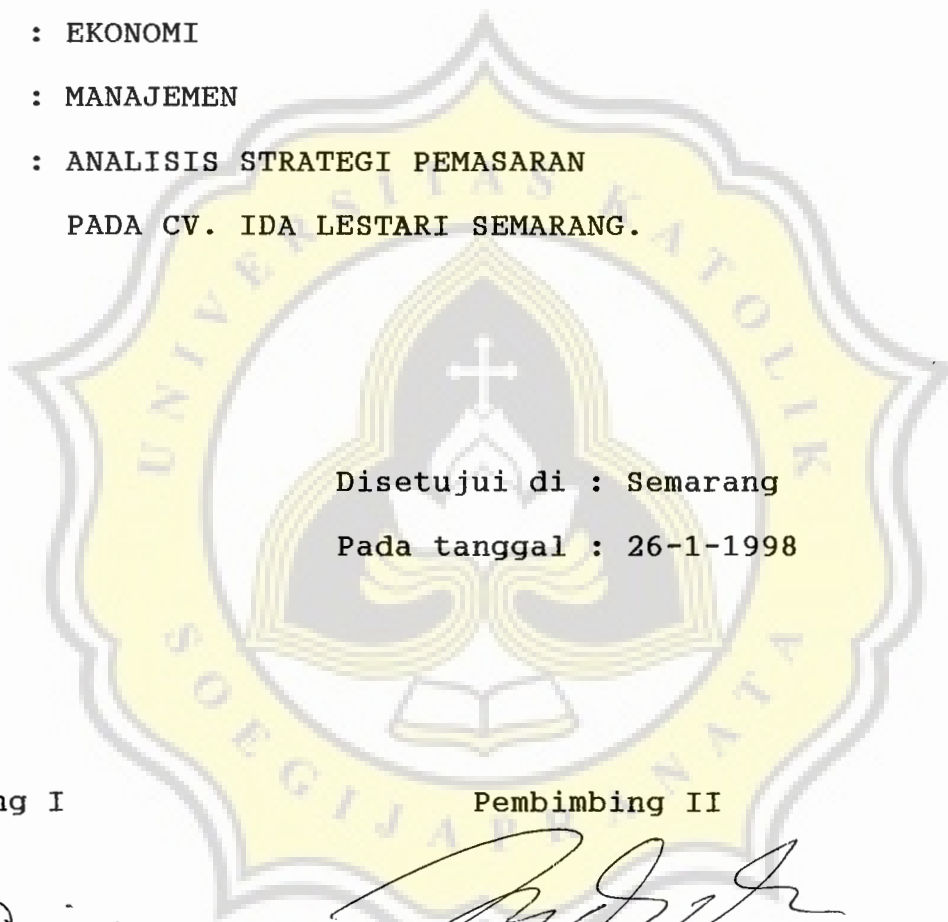
Disusun Oleh :

Nama : M.M. IRA PRASETIAWATI
NIM : 93.30.1779
NIRM : 93.6.111.02016.50429

FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA
SEMARANG
1998

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

N A M A : M.M. IRA PRASETIAWATI
N I M : 93.30.1779
N I R M : 94.6.111.02016.50429
FAKULTAS : EKONOMI
JURUSAN : MANAJEMEN
JUDUL SKRIPSI : ANALISIS STRATEGI PEMASARAN
PADA CV. IDA LESTARI SEMARANG.



Disetujui di : Semarang

Pada tanggal : 26-1-1998

Pembimbing I

Pembimbing II

(DRA. RETNO YUSTINI, MSI)

(BENEDICTUS KARNO, SE.MM)

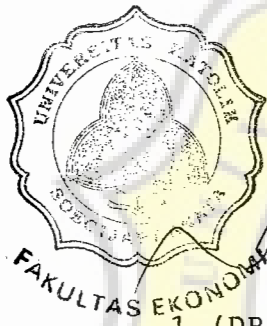
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

JUDUL SKRIPSI : ANALISIS STRATEGI PEMASARAN

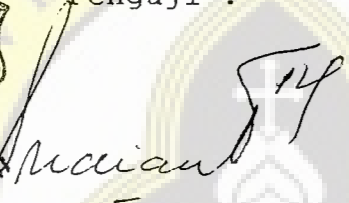
PADA CV. IDA LESTARI SEMARANG.


Telah diuji dan dipertahankan di hadapan para penguji


pada : Semarang, 13 Febuari 1998



Penguji :


1. (DRS. J. SUGIARTO.PH.SU)


2. (DRS. R. BOWO HARCAHYO.MBA)


3. (DRA. DWI HAYU AGUSTINI. MBA)

RINGKASAN

Penulisan skripsi ini dimaksudkan untuk mengetahui posisi produk CV. IDA LESTARI dibanding produk-produk pesaing di pasar dan untuk mengevaluasi strategi pemasaran yang dilakukan oleh CV. IDA LESTARI. Hingga saat ini walaupun nilai penjualan CV. IDA LESTARI terus menurun, CV. IDA LESTARI tetap menggunakan strategi pemasaran yang lama yaitu mempertahankan kualitas dan tingkat harga yang sesuai dengan pasar. Melalui skripsi ini akan disarankan beberapa alternatif strategi yang dapat dipilih dan dilakukan oleh CV. IDA LESTARI, dimana strategi-strategi yang disarankan oleh penulis didasarkan pada pendapat para ahli pemasaran dengan terlebih dahulu melihat posisi produk tanah liat/*ball clay*, IDA LESTARI.

Dalam skripsi ini digunakan dua alat analisis yaitu Analisis Siklus Kehidupan Produk atau *Product Life Cycle* dan Analisis Matrik Produk berdasarkan Boston Consulting Group atau Matrik BCG. Analisis Siklus Kehidupan Produk digunakan untuk mengetahui posisi internal dari produk tanah liat, CV. IDA LESTARI, sedang Analisis Matrik BCG digunakan untuk mengetahui posisi eksternal dari produk tersebut.

Data yang diperlukan dalam penelitian ini adalah data nilai penjualan CV. IDA LESTARI, data nilai penjualan dari perusahaan-perusahaan pesaing terbesar, seajar dan di bawah CV. IDA LESTARI. Untuk melengkapi data yang diperlukan namun tidak tersedia penulis menggunakan teknik peramalan atau *forecasting* dari data-data yang tersedia pada tahun-tahun sebelumnya.

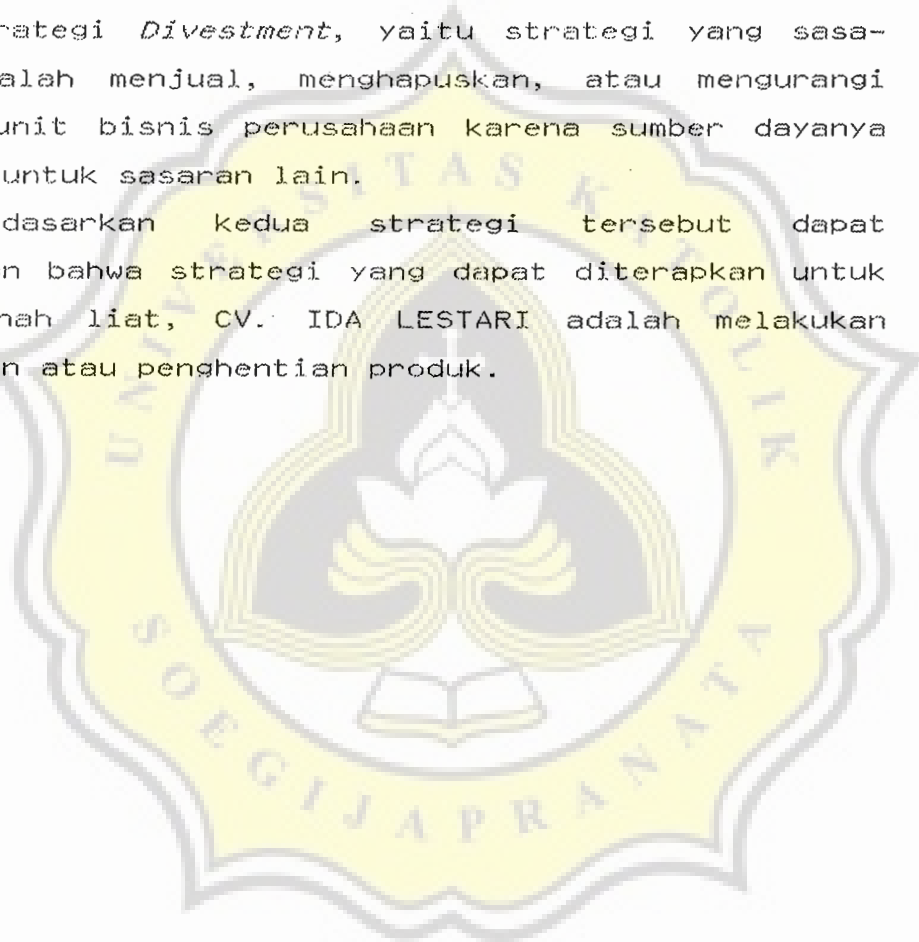
Dari hasil penelitian dengan Analisis Siklus Kehidupan Produk disimpulkan bahwa produk tanah liat milik CV. IDA LESTARI telah berada pada posisi *decline* atau kemunduran. Kesimpulan ini berdasarkan analisis Grafik Penjualan, Grafik Perubahan Laba Penjualan dan Analisis Grafik Perumbuhan Laba dimana dari keseluruhan

analisis tersebut diindikasikan bahwa produk berada pada tahap kemunduran. Alternatif strategi pemasaran yang dapat diterapkan untuk produk dalam posisi kemunduran menurut Philip Kotler:1994 adalah sebagai berikut :

1. Berusaha melakukan peningkatan penjualan produk
2. Melakukan pengurangan atau penghentian produk

Sedang menurut Analisis Matrik BCG, posisi produk pada saat ini adalah "DOG". Strategi yang dapat diterapkan untuk produk yang berada dalam tahap ini adalah Strategi *Divestment*, yaitu strategi yang sasarannya adalah menjual, menghapuskan, atau mengurangi kegiatan unit bisnis perusahaan karena sumber dayanya digunakan untuk sasaran lain.

Berdasarkan kedua strategi tersebut dapat disimpulkan bahwa strategi yang dapat diterapkan untuk produk tanah liat, CV. IDA LESTARI adalah melakukan pengurangan atau penghentian produk.



KATA PENGANTAR

Tiada kata yang dapat menggantikan rasa syukur kepada Tuhan Yang Maha Kasih atas karunia serta rahmat yang telah dilimpahkan sehingga dapat terselesaikannya skripsi ini yang berjudul "ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PADA CV. IDA LESTARI".

Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat menyelesaikannya program Sarjana (S₁) pada Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Soegijapranata, Semarang.

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan dan bimbingan berbagai pihak, sejak pengumpulan data hingga selesainya penulisan ini. Oleh karena itu dengan segala kerendahan hati perkenankanlah penulis menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada yang terhormat:

1. Ibu Komala Inggarwati, SE.MM, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Soegijapranata Semarang.
2. Ibu Rustina Untari, MSIE, selaku dosen pembimbing I yang telah berkenan meluangkan waktu untuk membimbing dan memberikan bimbingan dan petunjuk dalam menyusun skripsi ini.
3. Ibu Dra. Retno Yustini, MSI, selaku dosen pembimbing I (lanjutan) yang telah berkenan memberikan bimbingan dan petunjuk dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Bapak Benedictus Karno, SE.MM, selaku dosen pembimbing II yang telah berkenan meluangkan waktu untuk membimbing dan memberikan dorongan yang sangat berguna sehingga

ga penulisan skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

5. Bapak Moch. Wijanarko, SH, selaku Direktur pada CV. Ida Lestari yang telah memberikan izin dan banyak membantu dalam pengumpulan data guna penyusunan skripsi ini.
6. Segenap Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Soegijapranata Semarang, yang telah memberikan ilmu pengetahuan selama penulis duduk di bangku kuliah.
7. Papa, Mama, kakak, Adik, Kondang dan rekan-rekan tercinta yang telah dengan tulus memberikan dukungan, perhatian maupun bantuan doa selama penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih belumlah dapat dikatakan sempurna. Oleh karena itu segala kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan demi kesempurnaan skripsi ini.

Akhirnya penulis juga berharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan.

Semarang, 26 Januari 1998

Penulis,

(IRA PRASETIAWATI)

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAM PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
RINGKASAN	iv
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Perumusan Masalah	4
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian	5
1.3.1 Tujuan Penelitian	5
1.3.2 Kegunaan Penelitian	5
1.4 Sistematika Pembahasan.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Landasan Teori.....	8
2.1.1 Pengertian Strategi, pemasaran dan strategi pemasaran	8
2.1.2 Konsep Siklus Kehidupan Produk	11

2.1.3 Strategi Pemasaran Pada Tahap Siklus Kehidupan Produk	17
2.1.4 Model Matrik Boston Consulting Group (BCG)	25
2.1.5 Strategi Pemasaran Pada Matrik BCG	28
2.1.6 Kombinasi Model Matrik BCG dan PLC	30
2.2 Kerangka Pemikiran.....	31
2.3 Definisi Konsep dan Definisi Opera- sional.....	33
2.3.1 Definisi Konsep.....	33
2.3.2 Definisi Operasional.....	33
 BAB III METODA PENELITIAN	
3.1 Lokasi Penelitian.....	35
3.2 Teknik Pengumpulan Data.....	35
3.2.1 Data Primer.....	35
3.2.2 Data sekunder.....	36
3.3 Metode Analisis.....	36
3.3.1 Konsep Daur Hidup Produk (PLC)	36
a. Analisis Grafik Penjualan..	36
b. Analisis Pertumbuhan Penju- alan.....	38
c. Analisis Pertumbuhan Laba..	38

3.3.2 Analisis Matrik Boston Consulting Group (BCG).....	38
a. Pangsa Pasar Relatif (MSR).....	39
b. Tingkat Pertumbuhan Pasar Relatif (MGR).....	39

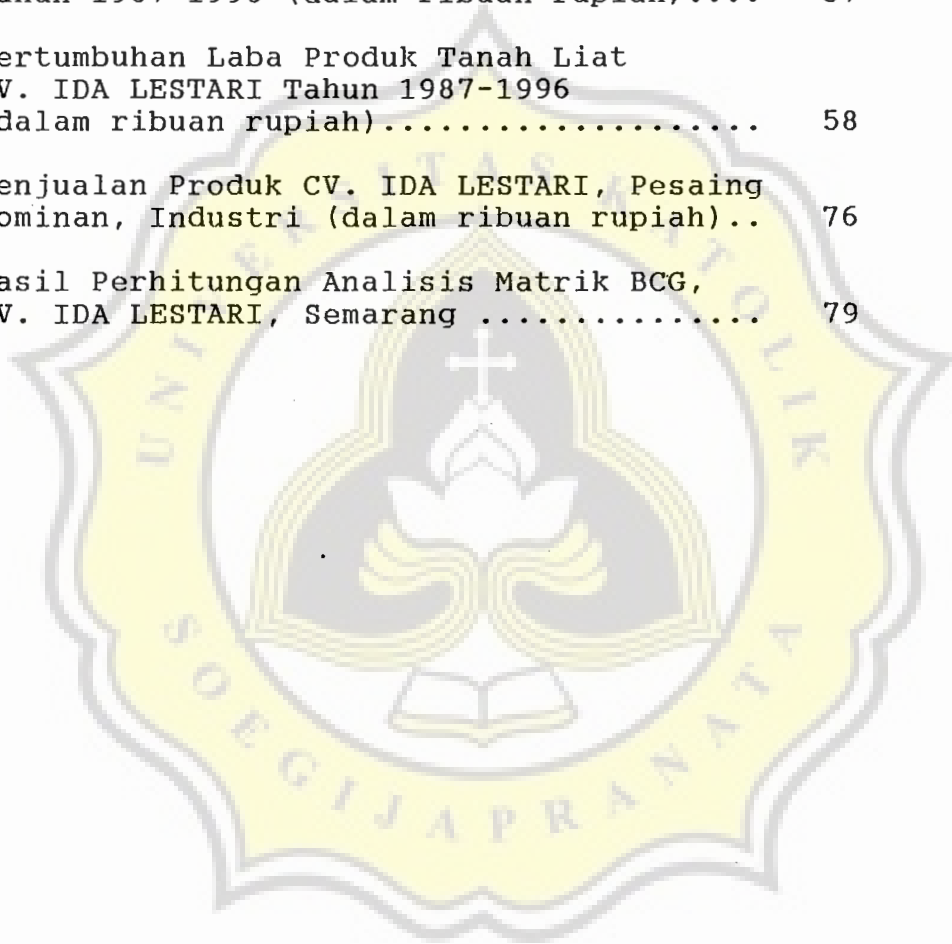
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	43
4.1.1 Struktur Organisasi.....	45
4.1.2 Produk Tanah Liat CV Ida Les-tari.....	49
4.1.3 Proses Produksi.....	50
4.1.4 Jenis Teknologi Yang Digunakan	52
4.1.5 Pasar Sasaran.....	53
4.1.6 Pesaing.....	55
4.2 Analisis Hasil Penelitian.....	55
4.2.1 Analisis siklus Kehidupan Pro-duk (PLC).....	56
4.2.1.1 Analisis Grafik Penju- alan.....	58
4.2.1.2 Analisis Pertumbuhan Penjualan.....	64
4.2.1.3 Analisis Pertumbuhan Laba.....	67
4.2.1.4 Hasil Analisis PLC....	70

4.2.2 Analisis Matrik Produk Boston	
Consulting Group (BCG).....	75
4.2.2.1 MSR (Pangsa Pasar Re-	
latif).....	77
4.2.2.2 Tingkat Pertumbuhan	
Pasar Relatif.....	78
4.2.2.3 Hasil Perhitungan Ma-	
trik BCG.....	79
4.2.3 Posisi produk CV. IDA LESTARI	
dibanding produk-produk pesaing	83
4.2.4 Strategi Pemasaran Untuk Produk	
Ball Clay/ Tanah Liat, CV. IDA	
LESTARI Berdasarkan Analisis	
PLC Dan Matrik BCG.....	87
BAB V PENUTUP	
5.1 Kesimpulan	92
5.2 Saran-Saran	95
DAFTAR PUSTAKA	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.01 Penjualan Produk Tanah Liat CV. IDA LESTARI Tahun 1987-1996 (dalam ribuan rupiah).....	4
Tabel 4.01 Penjualan dan Pertumbuhan Penjualan Produk Tanah Liat CV. IDA LESTARI Tahun 1987-1996 (dalam ribuan rupiah)....	57
Tabel 4.02 Pertumbuhan Laba Produk Tanah Liat CV. IDA LESTARI Tahun 1987-1996 (dalam ribuan rupiah).....	58
Tabel 4.03 Penjualan Produk CV. IDA LESTARI, Pesaing Dominan, Industri (dalam ribuan rupiah)..	76
Tabel 4.04 Hasil Perhitungan Analisis Matrik BCG, CV. IDA LESTARI, Semarang	79



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.01 Siklus Kehidupan Produk dengan kurva berbentuk "S".....	12
Gambar 2.02 Siklus Kehidupan Produk Yang Berulang Dan Berlekuk.....	13
Gambar 2.03 Strategi Pemasaran Dalam Tahap Perkenalan.....	18
Gambar 2.04 Model Matrik BCG.....	25
Gambar 2.05 Kombinasi Model Matrik BCG dan PLC...	30
Gambar 2.06 Kerangka Pemikiran.....	32
Gambar 4.01 Grafik Penjualan dan Perubahan Penjualan Produk Tanah Liat CV. IDA LESTARI Tahun 1987-1996 (dalam jutaan rupiah).....	59
Gambar 4.02 Grafik Perubahan Laba CV. IDA LESTARI Tahun 1987-1996.....	68
Gambar 4.03 Matrik Boston Consulting Group CV. IDA LESTARI.....	80
Gambar 4.04 Nilai Penjualan Produk Ball Clay Pada 6 (enam) perusahaan Pesaing di Daerah Jawa Tengah Periode Tahun 1987-1997 (dalam Rp. 000.000,-).....	84
Gambar 4.05 Grafik Penjualan Produk Tanah Liat CV. IDA LESTARI Dengan Enam Perusahaan Pesaing di Daerah Jawa Tengah Tahun 1987-1997 (dalam ribuan rupiah).....	86

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran A Perhitungan Forecasting (dalam Rp. 000) Forecasting CV. IDA LESTARI.
- Lampiran B Forecasting Perusahaan Dominan.
- Lampiran C Forecasting Perusahaan Industri.

