

**USULAN STRATEGI PEMASARAN DENGAN
MATRIKS BCG DAN ANALISIS SWOT UNTUK
MENINGKATKAN PENJUALAN SEPEDA MOTOR
HONDA VARIO 125 FI**

(STUDI KASUS DI PT. MRM)

SKRIPSI

Oleh :

MUHAMMAD ADI HAKIM

201410215171



**PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA
2020**

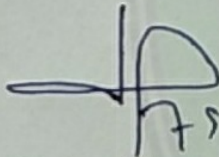
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Usulan Strategi Pemasaran dengan Matriks BCG dan Analisis SWOT untuk Meningkatkan Penjualan Sepeda Motor Honda Vario 125 FI
Nama Mahasiswa : Muhammad Adi Hakim
Nomor Pokok Mahasiswa : 201410215171
Program Studi/ Fakultas : Teknik Industri/ Teknik
Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 22 Juli 2020

Bekasi, Juli 2020

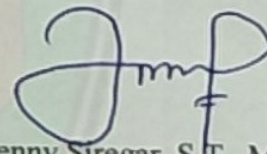
MENYETUJUI,

Pembimbing I



Helena Sitorus, S.T., M.T.
NIDN. 0330117308

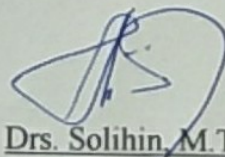
Pembimbing II



Denny Siregar, S.T., M.Sc.
NIDN. 0322087201

MENGETAHUI,

Ketua Program Studi Teknik Industri



Drs. Solihin, M.T.
NIDN. 0320066605

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Usulan Strategi Pemasaran dengan Matriks
BCG dan Analisis SWOT untuk
Meningkatkan Penjualan Sepeda Motor Honda
Vario 125 FI

Nama Mahasiswa : Muhammad Adi Hakim

Nomor Pokok Mahasiswa : 201410215171

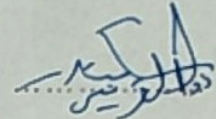
Program Studi/ Fakultas : Teknik Industri/ Teknik

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 22 Juli 2020

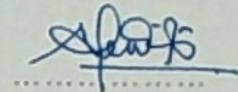
Bekasi, 23 Juli 2020

MENGESAHKAN,

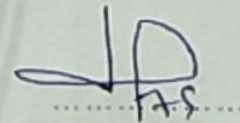
Ketua Tim Penguji : Iskandar Zulkarnaen, S.T., M.T.
NIDN. 0312128203



Penguji 1 : Alloysius Vendhi Prasmoro, S.T., M.T.
NIDN. 0317117905



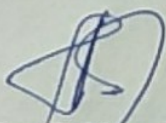
Penguji 2 : Helena Sitorus, S.T., M.T.
NIDN. 0330117308



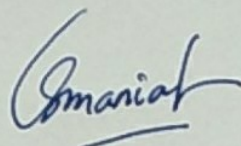
MENGETAHUI,

Ketua Program Studi Teknik Industri

Dekan Fakultas Teknik



Drs. Solihin, M.T.
NIDN. 0320066605



Ismaniah, S.Si., M.M.
NIDN. 0309036503

LEMBAR PERNYATAAN BUKAN PLAGIASI

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

Skripsi yang berjudul

Usulan Strategi Pemasaran dengan Matriks BCG dan Analisis SWOT untuk Meningkatkan Penjualan Sepeda Motor Honda Vario 125 FI, ini adalah benar-benar merupakan hasil karya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain kecuali pengutipan sebagai referensi yang sumbernya telah dituliskan secara jelas sesuai dengan kaidah penulisan karya ilmiah.

Apabila di kemudian hari ditemukan adanya kecurangan dalam karya ini, saya bersedia menerima sanksi dari Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Saya mengizinkan skripsi ini dipinjam dan digandakan melalui Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Saya memberikan izin kepada Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya untuk menyimpan skripsi ini dalam bentuk digital dan mempublikasikannya melalui Internet selama publikasi tersebut melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Bekasi, Juli 2020

Yang membuat pernyataan,



Muhammad Adi Hakim

NPM. 201410215171

ABSTRAK

Muhammad Adi Hakim. 201410215171. Usulan Strategi Pemasaran dengan Matriks BCG dan Analisis SWOT untuk Meningkatkan Penjualan Sepeda Motor Honda Vario 125 FI.

PT. MRM cabang Bekasi merupakan dealer yang menjual dan menyediakan jasa perawatan sepeda motor merek Honda. Salah satu jenis sepeda motor yang dijual adalah Honda Vario 125 FI. Pada bulan Oktober, November dan Desember 2019, penjualan Honda Vario 125 FI mengalami penurunan di bawah rata-rata penjualan per bulan dan di tahun tersebut hanya mencapai *market share* sebesar 48.12 % dibawah target yang seharusnya sebesar 60%. Untuk itu dilakukan penelitian yang bertujuan untuk menentukan strategi pemasaran yang tepat guna meningkatkan penjualan sepeda motor Honda Vario 125 FI dengan menggunakan matriks BCG dan analisis SWOT. Hasil temuan penelitian menunjukkan bahwa berdasarkan matriks BCG strateginya adalah strategi intensif (pengembangan pasar/pengembangan produk). Analisis SWOT menunjukkan strategi yang tepat adalah strstegi S-T (*Strengths – Threats*) yaitu diversifikasi. Maka berdasarkan pertimbangan analisis matriks BCG dan analisis SWOT, strategi pemasaran yang tepat untuk meningkatkan penjualan adalah strategi pengembangan pasar, peningkatan promosi yang intensif, peningkatan pelayanan terhadap konsumen dan *leasing*, dan komunikasi intensif dengan pihak produsen dalam rangka pengembangan produk.

Kata kunci: Strategi Pemasaran, Matriks BCG, dan Analisis SWOT.

ABSTRACT

Muhammad Adi Hakim. 201410215171. Proposed Marketing Strategy with BCG Matrix and SWOT Analysis to Increase Sales of Honda Vario 125 FI Motorcycle.

PT. MRM Bekasi branch is a Honda dealer that sell and provide Honda motorcycle maintenance services. One of type that motorcycle is the Honda Vario 125 FI. In October, November, and December 2019 Honda Vario 125 FI's sales decreased below average sales per month and only reached a marketshare of 48.12% below the supposed target of 60% in that year. For this reason, research is aimed at determining the right marketing strategy to increase sales of Honda Vario 125 FI motorcycles by using the BCG matrix and SWOT analysis. Based on BCG matrix the strategy is an intensive strategy (market development / product development). SWOT analysis shows the strategy is the S-T (Strengths - Threats) strategy, which is diversification of market and product. Based on BCG matrix analysis and SWOT analysis the right marketing strategy to increase sales are market development strategy, intensive promotion, service improvement for costumers and leasing, and intensive communication with the manufacturer for product development.

Keywords: Marketing Strategy, BCG Matrix, and SWOT Analysis.



LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, saya bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Muhammad Adi Hakim
NPM : 201410215171
Program Studi : Teknik Industri
Fakultas : Teknik
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bhayangkara Jakarta Raya **Hak Bebas Royalti Non- Eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul :

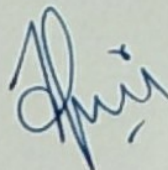
Usulan Strategi Pemasaran dengan Matriks BCG dan Analisis SWOT untuk Meningkatkan Penjualan Sepeda Motor Honda Vario 125 FI (studi kasus di PT. MRM).

Beserta perangkat yang ada (bila diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneklusif ini Universitas Bhayangkara Jakarta Raya berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan memublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Bekasi
Pada tanggal : Juli 2020

Yang menyatakan



(Muhammad Adi Hakim)

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karuniaNya, sehingga dapat mengerjakan dan menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Shalawat beserta salam semoga tercurahkan kepada junjungan kita Nabi Besar Muhammad SAW, semoga bisa mendapatkan *syafaatul udzma* di akhirat nanti, Aamiin. Adapun penyusunan skripsi ini bertujuan untuk memenuhi salah satu syarat dalam menempuh Studi Strata 1 (S-1) Program Studi Teknik Industri, Fakultas Teknik Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini dapat selesai karena adanya bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu penulis mengucapkan terima kasih kepada:

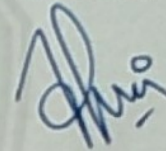
- 1 Ibu Ismaniah, S.Si., M.M. selaku Dekan Fakultas Teknik Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
- 2 Bapak Drs. Solihin, M.T. selaku Ketua Program Studi Teknik Industri Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
- 3 Ibu Helena Sitorus, S.T., M.T. selaku dosen pembimbing akademik kelas TIDB Sore.
- 4 Ibu Helena Sitorus, S.T., M.T. selaku dosen pembimbing I saya yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan skripsi ini.
- 5 Ibu Denny Siregar, S.T., M.Sc. selaku dosen pembimbing II yang juga telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan skripsi ini.
- 6 Kedua orang tua yang selalu dan tak pernah lelah dalam mendukung dan mendoakan.
- 7 Rekan-rekan mahasiswa-mahasiswi TIDB Sore yang telah menjadi bagian keluarga baru.
- 8 Semua teman angkatan Teknik Industri 2014.

9 Dan semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini.

Dengan segala kerendahan hati, penulis memohon kepada Allah SWT agar dapat membalas segala kebaikan bagi mereka yang telah membantu di dalam penyusunan Skripsi ini.

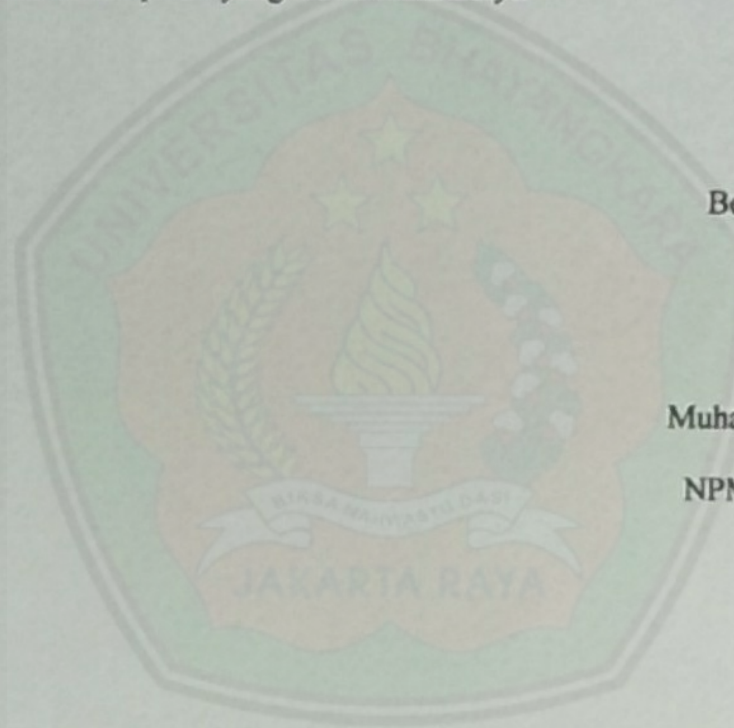
Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dari skripsi ini baik dari materi maupun teknik penyajiannya, mengingat kurangnya pengetahuan dan pengalaman penulis. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat diterima dan bermanfaat untuk pihak yang membutuhkannya.

Bekasi, Juli 2020



Muhammad Adi Hakim

NPM. 201410215171



DAFTAR ISI

Halaman

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN BUKAN PLAGIASI	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
LEMBAR PERNYATAAN PUBLIKASI	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	6
1.3 Rumusan Masalah.....	6
1.4 Batasan Masalah	7
1.5 Tujuan Penelitian	7
1.6 Manfaat Penelitian	7
1.7 Tempat dan Waktu Penelitian.....	7
1.8 Metode Penelitian	8
1.9 Sistematika Penulisan	8
BAB II LANDASAN TEORI	9
2.1 Strategi	9

2.1.1	Jenis-Jenis Strategi	9
2.2	Pemasaran	10
2.2.1	Unsur-Unsur Pemasaran	12
2.2.2	Tujuan Pemasaran	13
2.3	Strategi Pemasaran	14
2.3.1	Macam-Macam Strategi Pemasaran	19
2.4	Penjualan.....	20
2.4.1	Jenis-Jenis Penjualan.....	20
2.4.2	Macam-Macam Transaksi Penjualan	21
2.5	Matriks <i>Boston Consulting Group</i> (BCG).....	21
2.5.1	Tujuan Matriks BCG	22
2.5.2	Manfaat Matriks BCG	22
2.5.3	Metode Matriks BCG.....	23
2.5.4	Langkah-Langkah Analisis Matriks BCG	25
2.6	Analisis SWOT	26
2.7	Cara Membuat Analisis SWOT	27
2.7.1	Kuesioner Riset SWOT	27
2.7.2	Penentuan Faktor Strategi Internal	28
2.7.3	Penentuan Faktor Strategi Eksternal.....	31
2.7.4	Diagram Analisis SWOT	33
2.7.5	Matriks SWOT.....	34
2.8	Penelitian Terdahulu	36
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		39
3.1	Jenis Penelitian	39
3.2	Teknik Pengumpulan Data	39

3.3	Jenis Data.....	39
3.4	Analisis dan Pengolahan Data	40
3.5	Kesimpulan dan Saran	42
3.6	Kerangka Berpikir	43
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....		44
4.1	Gambaran Umum Perusahaan.....	44
4.1.1	Area Pemasaran.....	44
4.1.2	Jenis Produk	45
4.1.3	Riwayat Data Penjualan	45
4.2	Pengolahan Data (Kuesioner).....	47
4.2.1	Penentuan Matriks IFAS dan EFAS Hasil Kuesioner	48
4.3	Analisis Data (BCG).....	59
4.3.1	Perhitungan Tingkat Pertumbuhan Pasar	59
4.3.2	Perhitungan Pangsa Pasar Relatif	59
4.3.3	Matriks BCG	60
4.4	Analisis SWOT	60
4.4.1	Menentukan Matriks Internal (IFAS)	61
4.4.2	Menentukan Matriks Eksternal (EFAS).....	65
4.4.3	Diagram SWOT	69
4.4.4	Matriks SWOT	71
4.5	Pembahasan Penentuan Strategi Pemasaran	75
BAB V PENUTUP.....		79
5.1	Kesimpulan	79
5.2	Saran.....	80
DAFTAR PUSTAKA		81
LAMPIRAN		

DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel 1.1	Laporan Penjualan Honda Vario 125 FI PT. MRM tahun 2018-2019	3
Tabel 1.2	Laporan Penjualan Perusahaan Pesaing Tahun 2019.....	5
Tabel 2.1	IFAS (<i>Internal Factors Analysis Summary</i>)	30
Tabel 2.2	EFAS (<i>External Factors Analysis Summary</i>)	32
Tabel 2.3	Matriks SWOT	35
Tabel 2.4	Penelitian Terdahulu	36
Tabel 4.1	Laporan Penjualan Honda Vario 125 FI PT. MRM tahun 2018-2019	46
Tabel 4.2	Data Penjualan Pesaing Perusahaan Tahun 2019	47
Tabel 4.3	Rekap Perhitungan Penentuan Variabel Internal	49
Tabel 4.4	Rekap Perhitungan Penentuan Variabel Eksternal.....	51
Tabel 4.5	Rekap Perhitungan Bobot Pada Matriks IFAS dan EFAS	54
Tabel 4.6	Rekap Perhitungan Rating Pada Matriks IFAS dan EFAS	57
Tabel 4.7	Faktor Kekuatan PT. MRM Berdasarkan Hasil Kuesioner	61
Tabel 4.8	Faktor Kelemahan PT. MRM Berdasarkan Hasil Kuesioner.....	61
Tabel 4.9	Nilai Bobot Faktor Kekuatan PT. MRM Hasil Kuesioner.....	62
Tabel 4.10	Nilai Bobot Faktor Kelemahan Berdasarkan Hasil Kuisioner	62
Tabel 4.11	Nilai Rating Faktor Kekuatan PT. MRM Hasil Kuesioner	63
Tabel 4.12	Nilai Rating Faktor Kelemahan PT. MRM Hasil Kuesioner	63
Tabel 4.13	Matriks IFAS	64
Tabel 4.14	Faktor Peluang PT. MRM Berdasarkan Hasil Kuesioner	65
Tabel 4.15	Faktor Ancaman PT. MRM Berdasarkan Hasil Kuesioner	65

Tabel 4.16 Nilai Bobot Faktor Peluang PT. MRM Hasil Kuesioner	66
Tabel 4.17 Nilai Bobot Faktor Ancaman PT. MRM Hasil Kuesioner	66
Tabel 4.18 Nilai Rating Faktor Peluang PT. MRM Hasil Kuesioner	67
Tabel 4.19 Nilai Rating Faktor Ancaman PT. MRM Hasil Kuesioner	67
Tabel 4.20 Matriks EFAS	68
Tabel 4.21 Matriks SWOT	72



DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar 1.1 Data Market Share Penjualan Perusahaan &Pesaing Tahun 2019.....	6
Gambar 2.1 Matriks <i>Boston Consulting Group</i> (BCG)	25
Gambar 2.2 Diagram Analisis SWOT	33
Gambar 3.1 Alur Kerangka Berpikir.....	43
Gambar 4.1 Logo PT. MRM Bekasi	44
Gambar 4.2 Sepeda Motor Honda Vario 125 FI.....	45
Gambar 4.3 Penjualan Honda Vario 125 FI Tahun 2018-2019	46
Gambar 4.4 Matriks BCG PT. MRM Bekasi.....	60
Gambar 4.5 Diagram SWOT.....	70

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Pertanyaan Kuesioner Penentuan Variabel Kekuatan	83
Lampiran 2. Pertanyaan Kuesioner Penentuan Variabel Kelemahan	84
Lampiran 3. Pertanyaan Kuesioner Penentuan Variabel Peluang.....	85
Lampiran 4. Pertanyaan Kuesioner Penentuan Variabel Ancaman	86
Lampiran 5. Pertanyaan Kuesioner SWOT Kekuatan	87
Lampiran 6. Pertanyaan Kuesioner SWOT Kelemahan	88
Lampiran 7. Pertanyaan Kuesioner SWOT Peluang.....	89
Lampiran 8. Pertanyaan Kuesioner SWOT Ancaman	90
Lampiran 9. Sampel Kuesioner Penentuan Faktor Kekuatan	91
Lampiran 10. Sampel Kuesioner Penentuan Faktor Kelemahan	92
Lampiran 11. Sampel Kuesioner Penentuan Faktor Peluang.....	93
Lampiran 12. Sampel Kuesioner Penentuan Faktor Ancaman	94
Lampiran 13. Sampel Pemberian Bobot Dan Rating Faktor Kekuatan	95
Lampiran 14. Sampel Pemberian Bobot Dan Rating Faktor Kelemahan	96
Lampiran 15. Sampel Pemberian Bobot Dan Rating Faktor Peluang.....	97
Lampiran 16. Sampel Pemberian Bobot Dan Rating Faktor Ancaman	98