

**IMPLEMENTASI *MATRIKS BCG (BOSTON CONSULTING GROUP)* DALAM MENENTUKAN STRATEGI *POSITIONING* PT BANK BCA, TBK
(STUDI KASUS PT BANK BCA, TBK CABANG TAMBUN BEKASI)**

SKRIPSI

**Afifah Salim
201710325055**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA
2021**

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Implementasi Matriks BCG (*Boston Consulting Group*) Dalam Menentukan Strategi *Positioning* PT Bank BCA, Tbk. (Studi Kasus PT Bank BCA, Tbk. Cabang Tambun Bekasi)

Nama Mahasiswa : Afifah Salim

Nomo Pokok Mahasiswa : 201710325055

Program Studi/Fakultas : Manajemen / Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 29 Januari 2021

Jakarta, 08 Februari 2021

MENYETUJUI,



Dr. Dhian Tyas Untari, S.E., M.M., MBA., CRA

NIDN 0309048102

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Implementasi Matriks BCG (*Boston Consulting Group*) Dalam Menentukan Strategi *Positioning* PT Bank BCA, Tbk. (Studi Kasus PT Bank BCA, Tbk. Cabang Tambun Bekasi)

Nama Mahasiswa : Afifah Salim

Nomor Pokok Mahasiswa : 201710325055

Program Studi/Fakultas : Manajemen / Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 29 Januari 2021

Jakarta, 08 Februari 2021

MENGESAHKAN,

Ketua Tim Penguji : M.Fadhli Nursal, S.E., M.M
NIDN 0325057908



Penguji I : Agus Dharmanto, S.E., M.M
NIDN 0305087310



Penguji II : Dr. Dhian Tyas Untari, S.E., M.M., MBA., CRA
NIDN 0309048102



MENGETAHUI,

Ketua Program Studi
Manajemen

Dekan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis



M.Fadhli Nursal, S.E., M.M
NIDN 0325057908



Dr. Istianingsih, M.S.Ak.,CA.,CSRA.,CACP.
NIDN 0318107101

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kehadirat Allah SWT atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya serta izin-Nya lah, maka Penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Implementasi *Matriks* BCG (*Boston Consulting Group*) dalam menentukan strategi *Positioning* PT bank BCA, Tbk. (Studi Kasus PT Bank BCA, Tbk. Cabang Tambun Bekasi).

Selama menyusun skripsi ini , penulis telah banyak mendapat bimbingan, dukungan dan bantuan dari berbagai pihak. Maka dalam kesempatan ini dengan segala hormat serta kerendahan hati, Penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada :

1. Bapak Irjen Pol (Purn) Dr. Drs. H. Bambang Karsono, SH.,MM, selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Ibu Dr. Istianingsih, M. S.AK, CA, CSRA, CMA, CACP, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. Bapak M. Fadhli Nursal, S.E., M.M selaku Ketua Jurusan Program Studi Manajemen Pemasaran Universitas Bhayangkara Jakarta Raya dan juga sebagai Ketua Penguji dalam sidang Skripsi.
4. Bapak Christophorus Indra Wahyu Putra, M.Si selaku Dosen Pembimbing Akademik.
5. Ibu Dr. Dhian Tyas Untari, S.E., M.M, CRA selaku Dosen Pembimbing Skripsi.
6. Bapak Agus Dharmanto, S.E., M.M selaku Dosen Penguji dalam sidang Skripsi.
7. Kedua orangtua saya dan keluarga saya yang selalu mensupport, mendoakan saya didalam setiap situasi dan kondisi.
8. Sahabat-sahabat tercinta saya yang selalu menemani dan membantu saya serta memberikan semangat kepada saya.
9. Teman-teman seperjuangan jurusan Manajemen angkatan 2017 Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
10. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu secara langsung, yang telah memberikan bantuannya kepada penulis hingga terselesaikannya Skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih belum sempurna, oleh karena itu Penulis senantiasa mengharapkan kritik dan saran yang membangun. Semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat digunakan sebagai tambahan informasi bagi semua pihak yang membutuhkan.

Jakarta, 29 Januari 2021

Penulis



Afifah Salim

201710325055



ABSTRAK

Afifah Salim, 201710325055. Skripsi dengan judul : Implementasi *Matriks BCG* (*Boston Consulting Group*) dalam menentukan Strategi Positioning PT Bank BCA, Tbk. (Studi Kasus PT Bank BCA, Tbk. Cabang Tambun Bekasi).

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui posisi PT Bank BCA, Tbk di dalam pangsa pasar, apakah strategi PT Bank BCA, Tbk. Saat ini sudah tepat dan baik, dan bagaimana strategi yang baik untuk PT Bank BCA, Tbk. Dengan membandingkan penjualan atau laba PT Bank BCA, Tbk. Dengan kompetitor yang lainnya. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa PT Bank BCA, Tbk. Saat ini berada pada posisi *stars* atau bintang di dalam pangsa pasar. Dengan hasil *Market Growth Rate* sebesar 1,12% dan *Relative Market Share* sebesar 0,83% jika dibandingkan dengan hasil perbandingan dengan bank lain PT Bank BCA, Tbk. ini unggul dan berada di posisi *stars* atau bintang.

Kata Kunci : Pemasaran, Strategi Pemasaran, *Positioning*, dan *Matriks BCG* (*Boston Consulting Group*)

LEMBAR PERNYATAAN

Skripsi yang berjudul Implementasi Matriks BCG (Boston Consulting Group) Dalam Menentukan Strategi Positioning PT Bank BCA, Tbk. (Studi Kasus PT Bank BCA, Tbk. Cabang Tambun Bekasi) ini adalah benar-benar merupakan hasil karya saya 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 dikemudian 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.

Jakarta, 29 Januari 2021

Yang Membuat Pernyataan,



Afifah Salim

201710325055

ABSTRACT

Afifah Salim, 201710325055. Thesis with the title: Implementation of the BCG (Boston Consulting Group) Matrix in determining the Positioning Strategy for PT Bank BCA, Tbk. (Case Study of PT Bank BCA, Tbk. Tambun Bekasi).

This study aims to see how the BCA, Tbk bank is in the market, what is the strategy of the PT Bank BCA, Tbk. Now it is appropriate and good, and what is a good strategy for PT Bank BCA, Tbk. By comparing the sales or profit of PT Bank BCA, Tbk. With other competitors. The results of this study indicate that PT Bank BCA, Tbk. Currently in a star position or stars in the market. With a Market Growth Rate of 1.12% and a Relative Market Share of 0.83% when compared with the results of comparisons with other PT Banks BCA, Tbk. it excels and is in a star or star position.

Keywords: Marketing, Marketing Strategy, Positioning, and the BCG Matrix (Boston Consulting Group)

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN	i
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Masalah	4
1.4 Manfaat Penelitian	4
1.5 Batasan Penelitian	5
1.6 Sistematika Penulisan	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Pemasaran	7
2.1.1 Pengertian Pemasaran	7
2.1.2 Konsep Pemasaran.....	7
2.1.3 Bauran Pemasaran	8
2.2 Strategi Pemasaran	9
2.2.1 Pengertian Strategi Pemasaran	9
2.2.2 Jenis-Jenis Strategi Pemasaran	9
2.2.3 Faktor-Faktor yang mempengaruhi Strategi Pemasaran.....	10
2.2.4 Unsur Strategi Pemasaran.....	11
2.3 Brand.....	11
2.3.1 Pengertian Brand (Merek)	11
2.3.2 Peran Brand (Merek).....	13
2.4 Positioning.....	13
2.4.1 Pengertian Positioning.....	13
2.4.2 Tujuan Positioning.....	13

2.5 Matriks BCG (Boston Consulting Group).....	14
2.5.1 Pengertian BCG.....	14
2.5.2 Tujuan BCG	16
2.5.3 Keunggulan dan keterbatasan Matriks BCG.....	16
2.6 Penelitian Terdahulu	17
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	20
3.1 Desain Penelitian	20
3.2 Tahapan Penelitian	20
3.3 Model Konseptual Penelitian	22
3.4 Operasionalisasi Variabel	23
3.4.1 Strategi Pemasaran	23
3.4.2 Matriks BCG (Boston Consulting Group)	23
3.5 Waktu dan Tempat Penelitian	24
3.6 Objek Penelitian	24
3.7 Sumber Data.....	24
3.8 Metode Analisis Data	24
3.8.1 Teknik Pengumpulan Data.....	24
3.8.2 Teknik Analisis Data.....	25
3.8.2.1 Teknik Analisis Matriks BCG (Boston Consulting Group)	25
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN	27
4.1 BCA.....	27
4.1.1 Sejarah BCA.....	27
4.1.2 Profil BCA	27
4.1.2.1 Produk Simpanan BCA	28
4.1.2.1.1 Tahapan BCA.....	28
4.1.2.1.2 Tahapan Xpresi	28
4.1.2.1.3 Tahapan Berjangka	29
4.1.2.1.4 Tahapan Gold	29
4.1.2.1.5 Tapres.....	29
4.1.2.1.6 Simpanan Pelajar ..	29
4.1.2.1.7 TabunganKU.....	29
4.1.2.1.8 LAKU.....	30
4.1.2.1.9 BCA Dollar.....	27
4.1.2.1.10 Deposito Berjangka.....	30
4.1.2.2 Produk Pinjaman BCA	30

4.1.2.2.1 Kredit Tanpa Anguan	30
4.1.2.2.2 Kredit Kepemilikan Rumah.....	30
4.1.2.2.3 Kredit Kepemilikan Apartemen.....	31
4.1.2.2.4 KPR BCA Refinancing	31
4.1.2.2.5 Kredit Kendaraan Motor.....	31
4.1.2.2.6 Kredit Sepeda Motor	31
4.1.2.2.7 Kredit Modal Kerja	31
4.1.2.3 E-Banking.....	32
4.1.2.4 Produk Kartu Kredit BCA.....	32
4.1.2.4.1 BCA Everyday Card.....	32
4.1.2.4.2 BCA Card Platinum	33
4.1.2.4.3 BCA Card Indomaret	33
4.1.2.4.4 BCA Mastercard Platinum	33
4.1.2.4.5 BCA Mastercard Black.....	33
4.1.2.4.6 BCA Mastercard Matahari	33
4.1.2.4.7 BCA Visa Batman	34
4.1.2.4.8 BCA Visa Black	34
4.1.2.4.9 BCA Visa Platinum..	34
4.1.2.5 Pengiriman Uang.....	34
4.1.2.5.1 Remittance.....	34
4.1.2.5.2 Fire Cash	34
4.1.2.6 Investasi dan Asuransi.....	34
4.1.3 Visi dan Misi BCA	35
4.2 Hasil Analisis Data	35
4.2.1 Analisis Matriks BCG Market Growth Rate.....	36
4.2.2 Hasil Analisis Data dengan menggunakan matriks BCG.....	36
4.3 Pembahasan Hasil Analisis Data.....	38
4.3.1 Posisi PT Bank BCA, Tbk. didalam pangsa pasar.....	38

4.3.2 Strategi BCA dalam mempertahankan status nya di kuadran Bintang (Star).....	38
BAB V PENUTUP	40
5.1 Kesimpulan	40
5.2 Implikasi Manajerial	40
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	





DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Kuadran BCG.....	15
Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu	17
Tabel 4.1 Data Bank.....	36
Tabel 4.2 Kuadran BCG.....	37



DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.2 Tahapan Penelitian	21
Gambar 3.3 Model Konseptual Penelitian	22
Gambar 4.1 Logo PT Bank BCA, Tbk.....	27



DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.2 Tahapan Penelitian	21
Gambar 3.3 Model Konseptual Penelitian	22
Gambar 4.1 Logo PT Bank BCA, Tbk.....	27



