



**ANALISIS BOSTON CONSULTING GROUP
DAN GENERAL ELEKTRIK UNTUK
MENGEMBANGKAN STRATEGI PEMASARAN
DI PT. BUNDA SOLUSI INDONESIA**

TESIS

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk
menyelesaikan jenjang pendidikan Strata Dua (S2)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus**

Oleh :

FERDIANSYAH ARYANTO

NIM. 202201019

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MURIA KUDUS
TAHUN 2024**

TESIS

**ANALISIS BOSTON CONSULTING GROUP
DAN GENERAL ELEKTRIK
UNTUK MENGEMBANGKAN STRATEGI PEMASARAN
DI PT. BUNDA SOLUSI INDONESIA**

Oleh :

FERDIANSYAH ARYANTO

Telah disetujui dan dipertahankan di hadapan Tim Penguji Ujian Tesis
Program Studi Magister Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus

Kudus, 29 Agustus 2024

Pembimbing I



(Dr. H. Mochamad Edris, Drs., M.M.)
NIDN. 0618066201

Pembimbing II



(Dr. Drs. Ag. Sunarno H., S.H., S.Pd., M.M.)
NIDN. 0026065516

Mengetahui,

Ketua Program Studi Magister Manajemen



(Dr. H. Mochamad Edris, Drs., M.M.)
NIDN. 0618066201

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MURIA KUDUS
TAHUN 2024**

IDENTITAS TIM PENGUJI TESIS

JUDUL TESIS

**ANALISIS BOSTON CONSULTING GROUP
DAN GENERAL ELEKTRIK
UNTUK MENGEMBANGKAN STRATEGI PEMASARAN
DI PT. BUNDA SOLUSI INDONESIA**

Nama Mahasiswa : Ferdiansyah Aryanto
NIM : 202201019
Program Studi : Magister Manajemen
Tanggal Ujian : 29 Agustus 2024

TIM PEMBIMBING

Ketua : Dr. H. Mochamad Edris, Drs., M.M.

Anggota : Dr. Drs. Ag. Sunarno H., S.H., S.Pd., M.M.

TIM DOSEN PENGUJI

Dosen Penguji : Dr. Drs. H. Joko Utomo, MM

PERNYATAAN ORISINALITAS TESIS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan dengan sebenarnya bahwa di dalam Naskah Tesis dengan judul:

**ANALISIS BOSTON CONSULTING GROUP
DAN GENERAL ELEKTRIK
UNTUK MENGEMBANGKAN STRATEGI PEMASARAN
DI PT. BUNDA SOLUSI INDONESIA**

Tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu Perguruan Tinggi, tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini disebutkan dalam sumber kutipandan daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah Penelitian Tesis ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, saya bersedia gelar MAGISTER MANAJEMEN dicabut, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Kudus, 29 Agustus 2024

Mahasiswa

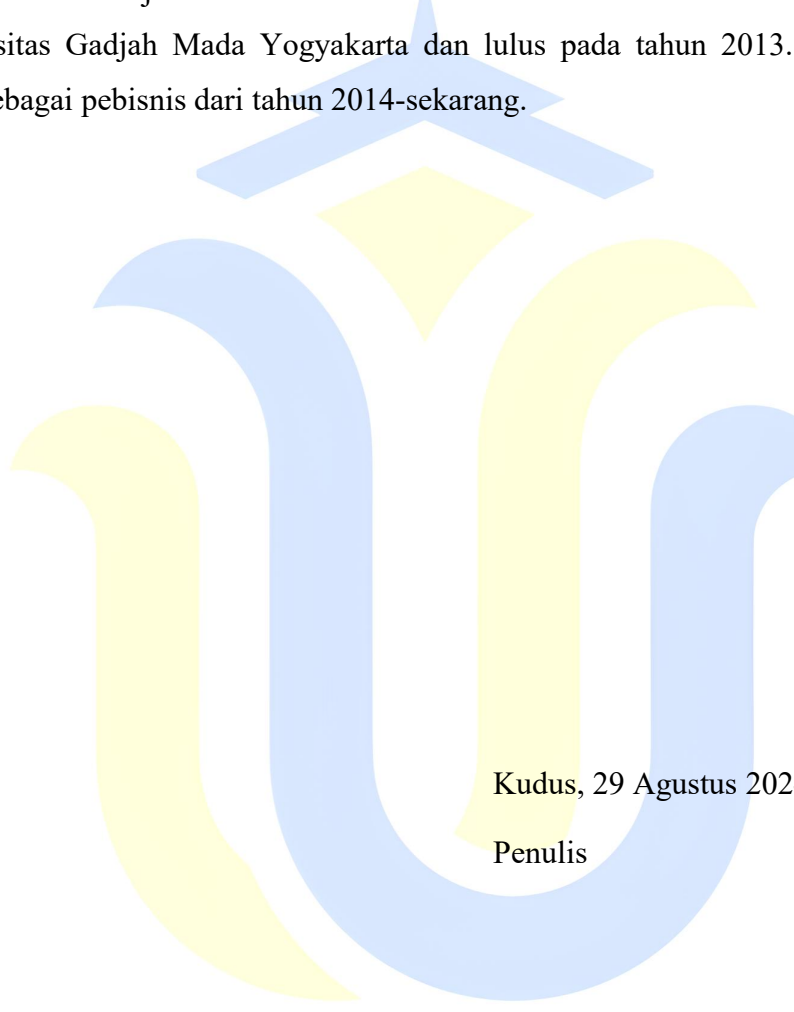


Ariansyah Aryanto

NIM: 202201019

RIWAYAT HIDUP

Ferdiansyah Aryanto, Kudus, lahir di Kudus pada tanggal 25 Agustus 1990, anak dari Supa'at, S.E dan Tasna'ah, S.Pd, M.M, menempuh pendidikan di SD Negeri 2 Pasuruhan Lor dan lulus pada tahun 2002, SMP Negeri 2 Kudus pada tahun 2005 dan SMA Taruna Nusantara Magelang pada tahun 2008. Kemudian melanjutkan studi di Jurusan Teknik Kimia Fakultas Teknik Universitas Gadjah Mada Yogyakarta dan lulus pada tahun 2013. Pengalaman kerja sebagai pebisnis dari tahun 2014-sekarang.



Kudus, 29 Agustus 2024

Penulis

Ferdiansyah Aryanto

NIM. 202201019

UCAPAN TERIMA KASIH

Peneliti menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Prof Dr. Ir. Darsono, M.Si, selaku Rektor Universitas Muria Kudus.
2. Dr. Kertati Sumekar, S.E., M.M., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
3. Dr. H. Mochamad Edris, Drs., M.M., selaku Ketua Program Studi Magister Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus dan Dosen Pembimbing Utama yang telah banyak memberikan bimbingan dan arahan dalam penyusunan tesis ini.
4. Dr. Drs. Ag. Sunarno H., S.H., S.Pd, M.M, selaku Dosen Pembimbing Anggota yang telah banyak memberikan bimbingan dan arahan dalam penyusunan tesis ini.
5. Ayahanda Supa'at, SE dan Ibunda Tasnaah, S.Pd, M.M, selaku kedua orang tua atas dorongan semangat dan do'anya.
6. Istri tercinta, Rinautami Ardi Putri, S.S. atas dorongan yang kuat.
7. Bapak Tur Santoso, S.Pd dan tim PT. Bunda Solusi Indonesia atas bantuannya dalam memberikan data, informasi dan diskusi yang sangat berharga.
8. Rekan-rekan penulis yang telah banyak memberikan bantuan dan dorongan dalam memperlancar penulisan tesis ini.

Kudus, 29 Agustus 2024

Penulis

Ferdiansyah Aryanto

NIM. 202201019

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis posisi produk dan bisnis PT. Bunda Solusi Indonesia dalam rangka mengembangkan strategi pemasaran yang efektif untuk mengembangkan perusahaan. Metode penelitian yang digunakan adalah metode campuran kualitatif dan kuantitatif. Sedangkan metode analisis yang digunakan meliputi matriks Boston Consulting Group (BCG) untuk menganalisis posisi produk-produk perusahaan berdasarkan pangsa pasar dan pertumbuhan pasar, serta matriks General Elektrik (GE) untuk menganalisis portofolio bisnis berdasarkan kekuatan kompetitif perusahaan dan daya tarik industri. Metode pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan data primer dan sekunder serta teknik triangulasi. Hasil analisis BCG menunjukkan bahwa 4 produk berada pada posisi Question Mark besar, 4 produk berada pada posisi Question Mark kecil, dan 1 produk berada pada posisi Dog. Sementara hasil analisis GE menunjukkan bahwa bisnis PT. Bunda Solusi Indonesia berada pada kuadran 2 (pertumbuhan selektif). Kesimpulan dari penelitian ini adalah bahwa PT. Bunda Solusi Indonesia perlu mengembangkan beberapa strategi pemasaran produk dan bisnis diantaranya penetrasi pasar secara selektif dan agresif, pengembangan pasar, pengembangan produk, pengurangan produk yang belum diterima pasar, memperbaiki kelemahan perusahaan dan memperkuat keunggulan perusahaan. Rekomendasi strategi ini diharapkan dapat membantu perusahaan dalam mengembangkan bisnis dan meningkatkan keunggulan kompetitif bisnis di industri suplemen anak.

Kata kunci : Strategi Pemasaran, Portofolio Produk, Portofolio Bisnis, Boston Consulting Group (BCG), General Elektrik (GE).

ABSTRACT

This study aims to evaluate the product and business portfolio of PT. Bunda Solusi Indonesia to develop effective marketing strategies for business growth. The research methodology used is a mixed-method approach, combining qualitative methods and quantitative methods. The analytical methods used include the Boston Consulting Group (BCG) matrix to analyze the portfolio of the company's products based on market share and market growth, and the General Electric (GE) matrix to analyze the business portfolio based on the company's competitive strength and industry attractiveness. Data collection was carried out using both primary and secondary data, besides with triangulation techniques. The results of the BCG analysis indicate that 4 products are in the large Question Mark position, 4 products are in the small Question Mark position, and 1 product is in the Dog position. Meanwhile, the results of the GE analysis show that PT. Bunda Solusi Indonesia's business is in quadrant 2 (selective growth). The conclusion of this study is that PT. Bunda Solusi Indonesia needs to develop several marketing strategies, including aggressive and selective market penetration, market development, product development, cost reduction of products that have not been accepted by the market, addressing company weaknesses, and strengthening company advantages.. These strategic recommendations are expected to help the company develop its business and enhance its competitive advantage in the children's supplement industry.

Keywords: Marketing Strategy, Product Portfolio, Business Portfolio, Boston Consulting Group (BCG), General Electric (GE).

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji dan syukur kami haturkan kepada Allah *subhanahu wa ta'ala* atas segala rahmat dan kemudahan dariNya, penulis dapat menyelesaikan tulisan tesis yang berjudul :

Analisis Boston Consulting Group dan General Elektrik untuk Mengembangkan Strategi Pemasaran di PT. Bunda Solusi Indonesia.

Tulisan ini menyajikan pokok-pokok bahasan yang meliputi latar belakang masalah, pertanyaan dan tujuan penelitian, landasan teori, kerangka penelitian, metodologi penelitian, hasil dan pembahasan serta kesimpulan.

Penulis menyadari bahwa penulis memiliki kekurangan dan keterbatasan walaupun telah mengerahkan segala kemampuan secara maksimal. Oleh karena itu, penulis mengharapkan saran yang membangun agar tulisan ini bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan.

Kudus, 29 Agustus 2024

Penulis

Ferdiansyah Aryanto

NIM. 202201019

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN IDENTITAS PENGUJI.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
HALAMAN RIWAYAT HIDUP	v
HALAMAN UCAPAN TERIMA KASIH	vi
HALAMAN ABSTRAK	vii
HALAMAN ABSTRACT	viii
HALAMAN KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
 BAB I PENDAHULUAN.....	 1
1.1. Latar Belakang Penelitian	1
1.2. Rumusan Masalah dan Pertanyaan Penelitian	8
1.3. Tujuan Penelian	8
1.4. Manfaat Penelitian	9
 BAB II TELAAH PUSTAKA.....	 10
2.1. Penelitian Terdahulu	10
2.2. Landasan Teori	15
2.2.1. Strategi Marketing	15
2.2.2. Manajemen Strategi	20
2.2.3. Analisis BCG Matrix	23
2.2.4. Analisis General Elektrik Matrix	30
2.2.5. Pertumbuhan Pasar	35
2.2.6. Pangsa Pasar Relatif	37
2.2.7. Saluran Distribusi	39

2.2.8. Kualitas Produk	41
2.2.9. Promosi Produk	43
2.2.10. Popularitas Merk	45
2.2.11. Pertumbuhan Bisnis	47
2.2.12. Ukuran Pasar	48
2.2.13. Tingkat Persaingan Pasar	50
2.2.14. Sensitivitas Harga	53
2.2.15. Perkembangan Teknologi	56
BAB III KERANGKA KONSEP PENELITIAN.....	58
3.1. Kerangka Konsep Penelitian	58
BAB IV METODE PENELITIAN.....	60
4.1. Rancangan Penelitian	60
4.2. Tempat dan Waktu Penelitian	60
4.3. Metode Pengambilan Sampel	60
4.4. Metode Pengumpulan Data	61
4.5. Analisis Data	61
4.6.1 Metode Analisis Statistik Deskriptif	61
4.6.2 Matrix BCG (Boston Consulting Group)	62
4.6.3 Matrix GE (General Elektrik)	66
BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN.....	69
5.1. Gambaran Umum PT. Bunda Solusi Indonesia	69
5.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan	69
5.1.2 Visi dan Misi Perusahaan	70
5.1.3 Struktur Organisasi Perusahaan	70
5.2. Hasil Analisis Strategi Produk PT. Bunda Solusi Indonesia	72
5.2.1 Hasil Analisis Posisi Produk PT. Bunda Solusi Utama pada Matriks BCG (Boston Consulting Group)	72
5.2.2 Hasil Analisis Strategi Produk PT. Bunda Solusi Utama berdasarkan Matriks BCG (Boston Consulting Group)	77

5.2.3 Hasil Analisis Strategi Produk PT. Bunda Solusi Utama berdasarkan Evaluasi Hasil Wawancara	81
5.3. Hasil Analisis Strategi Bisnis PT. Bunda Solusi Indonesia	85
5.3.1 Indikator Keunggulan Kompetitif Bisnis dan Daya Tarik Pasar berdasarkan Kuisioner dan Wawancara	85
5.3.2 Analisis Portofolio Bisnis PT. Bunda Solusi Utama pada Matriks GE (General Elektrik)	87
5.3.3 Analisis Strategi Bisnis PT. Bunda Solusi Utama berdasarkan Matriks GE (General Elektrik)	90
5.3.4 Analisis Strategi Bisnis PT. Bunda Solusi Utama berdasarkan Evaluasi Hasil Wawancara	92
5.4. Pembahasan Strategi Produk dan Strategi Bisnis PT. Bunda Solusi Indonesia	94
BAB VI PENUTUP.....	96
6.1. Kesimpulan	96
6.2. Implikasi Teoriti dan Manajerial	97
6.3. Agenda Penelitian Mendatang	97
DAFTAR PUSTAKA.....	98
LAMPIRAN	107