

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN SEPEDA MOTOR
SECOND DENGAN PENDEKATAN METODE SWOT DAN
BCG UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN**



SKRIPSI

Oleh :

RIO DEDY PRASETYO

07100061E

PROGRAM STUDI S1 TEKNIK INDUSTRI

UNIVERSITAS SETIA BUDI

SURAKARTA

2014

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN SEPEDA MOTOR
SECOND DENGAN PENDEKATAN METODE SWOT DAN
BCG UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN**

SKRIPSI

Oleh :
RIO DEDY PRASETYO
07100061E

**Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh Gelar
Sarjana Strata Satu (S1) Program Studi Teknik Industri
Universitas Setia Budi**

**PROGRAM STUDI S1 TEKNIK INDUSTRI
UNIVERSITAS SETIA BUDI
SURAKARTA
2014**

HALAMAN PERNYATAAN

Saya, yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : RIO DEDY PRASETYO

NIM : 07100061E

menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa skripsi saya yang berjudul

ANALISIS STRATEGI PEMASARAN SEPEDA MOTOR SECOND DENGAN PENDEKATAN SWOT DAN BCG UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN

adalah hasil karya sendiri dan bukan jiplakan hasil karya orang lain.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya. Jika di kemudian hari terbukti bahwa skripsi saya merupakan hasil jiplakan maka saya bersedia untuk menanggalkan gelar sarjana sains yang saya peroleh.

Surakarta, 26 Februari 2014

RIO DEDY PRASETYO

HALAMAN PERSETUJUAN

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN SEPEDA MOTOR
SECOND DENGAN PENDEKATAN METODE SWOT DAN
BCG UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN**

Oleh :

**RIO DEDY PRASETYO
07100061E**

Disetujui dan disahkan
pada 26 Februari 2013

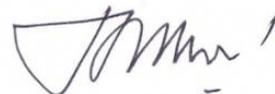
Mengesahkan,

Pembimbing I



Ir. Rosleini Ria PZ, M.T
NIS. 04.09.016

Pembimbing II



Bagus Ismail AW, S.T., M.T
NIS. 01.08.096

Mengetahui,

Ketua Program Studi S1 Teknik Industri



Bagus Ismail AW, S.T., M.T
NIS. 01.08.096

HALAMAN PENGESAHAN

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN SEPEDA MOTOR
SECOND DENGAN PENDEKATAN METODE SWOT DAN
BCG UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN**

Oleh :

RIO DEDY PRASETYO

07100061E

Telah Diuji dan Dipertahankan Dihadapan Dewan Penguji

Pada 26 Februari 2014

Dosen Pembimbing I,

Ir. Rosleini Ria P.Z., M.T
NIS 04.09.016

Dosen Pembimbing II,

Bagus Ismail A.W., S.T., M.T
NIS 01.08.096

Dosen Penguji,

Anita Indrasari, S.T., M.Sc
NIS 04.05.015

Dosen Penguji,

Adhie Tri Wahyudi, S.T., M.Cs
NIS 01.05.088

Mengetahui,

Ketua Program Studi S1 Teknik Industri

(Bagus Ismail A.W., S.T., M.T)
NIS 01.08.096

Dekan Fakultas Teknik

(Drs. Suseno, M.Si
NIS 01.94.016

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“...Allah SWT tidak mengubah keadaan suatu kaum sehingga mereka merubah keadaan yang ada pada diri mereka sendiri...” (QS. Ar-Ra’d : 11)

“...Jangan khawatir apa yang tidak bisa Anda ubah, tapi khawatirkan apa yang seharusnya bisa Anda ubah namun tidak Anda lakukan...” (Kata-kata Bijak dan Motivasi Bong Chandra)

PERSEMBAHAN

Untuk ribuan tujuan yang harus dicapai, untuk jutaan impian yang akan dikejar, untuk sebuah pengharapan agar hidup jauh lebih bermakna, karena hidup tanpa mimpi ibarat arus sungai, mengalir tanpa tujuan. Teruslah belajar, berusaha dan berdoa untuk menggapainya. Jatuh berdiri lagi, kalah mencoba lagi, gagal bangkit lagi, jangan pernah menyerah. Sampai Allah SWT berkata “waktunya pulang”. Kupersembahkan Skripsi ini untuk cahaya hidup yang senantiasa ada saat suka maupun duka, selalu setia mendampingi, saat kulemah tak berdaya (Ayah dan Ibu tercinta) yang selalu memanjatkan doa untuk putranya dalam setiap sujudnya. Terima Kasih untuk semuanya.

Kupersembahkan Skripsi ini untuk :

Kedua Orang Tuaku

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr Wb

Puji Syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-NYA, sehingga Laporan Tugas Akhir ini dapat diselesaikan dengan baik. Laporan Tugas Akhir ini bertujuan untuk melaksanakan penelitian yang merupakan salah satu tugas yang harus dilakukan dalam jenjang program Strata 1 (S1) di jurusan Teknik Industri Universitas Setia Budi yang telah dilaksanakan di Dealer Wijaya Motor .

Selesainya penulisan laporan ini, tidak terlepas dari bantuan dan dukungan berbagai pihak baik berupa moril maupun materil. Untuk itu *penulis* dengan ketulusan hati menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Drs. Suseno.,M.Si selaku Dekan Fakultas Teknik Universitas Setia Budi.
2. Bapak Bagus Ismail Adhi W, S.T.,M.T selaku Ketua Jurusan Program Teknik Industri Universitas Setia Budi dan selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingan dengan sabar dan bijak selama penyusunan laporan ini.
3. Ibu Ir.Rosleini Ria PZ.,M.T selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingan dengan sabar dan bijak selama penyusunan laporan ini.
4. Ibu Anita Indrasari, S.T.,M.Sc. Selaku Dosen Pengajar yang telah mengajarkan dan memberikan semangat dan ilmunya selama dibangku perkuliahan.
5. Bapak Adhie Tri Wahyudi, S.T.,M.Cs Selaku Dosen Pengajar yang ¹ ^{viii} mengajarkan dan memberikan semangat dan ilmunya selama dibangku perkuliahan.
6. Seluruh Dosen Jurusan Teknik Industri Fakultas Teknik Universitas Setia Budi.
7. Karyawan Bagian BAAK dan Tata Usaha Universitas Setia Budi yang telah membantu dalam banyak hal.

8. Pimpinan dan Staff karyawan Dealer Wijaya Motor yang telah mengizinkan penulis melakukan penelitian Tugas Akhir serta kepada semua karyawan yang telah memberikan bantuan dan kemudahan selama melakukan penelitian Tugas Akhir.
9. Pimpinan dan Staff karyawan Dealer Triwijaya Motor yang telah mengizinkan dan memberikan masukan data selama melakukan penelitian Tugas Akhir.
10. Kedua Orang Tuaku yang selalu mendoakanku dan mendukungku dengan sabar dan sepenuh hati sejak dahulu sampai kini dan nanti.
11. Adikku Dani yang telah banyak membantu memberikan dukungan materiil.
12. Semua sahabat-sahabatku yang telah banyak memberikan semangat dan dukungan untuk lebih maju dan berkembang.
13. Keluarga besar mapala EXESS Universitas Setia Budi.

Akhir kata, penulis berharap mudah-mudahan laporan Tugas Akhir ini dapat bermanfaat dan berguna bagi semua pihak.

Wassalamualaikum Wr Wb

Surakarta, 26 Februari 2014

Penulis

RIO DEDY PRASETYO

NIM 07100061E

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iv
HALAMAN PENGESAHAN.....	v
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
ABSTRAK	xiv
ABSTRACK	xv
BAB I. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	2
1.3 Batasan Masalah	2
1.4 Tujuan Penelitian.....	3
1.5 Manfaat Penelitian.....	3
1.6 Sistematika Penulisan	4
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA.....	x
2.1 Pengertian Pasar	
2.2 Pengertian Strategi Pemasaran.....	7
2.3 Unsur-Unsur Pemasaran	8
2.4 Pengertian Targeting.....	10
2.5 Positioning	12
2.6 Marketing Mix.....	13
2.7 Uji Statistik.....	20
2.7.1 Uji Validitas.....	20
2.7.2 Uji Reliabilitas.....	21
2.8 Analisis SWOT.....	22
2.8.1 Cara Membuat Analisis SWOT.....	28
2.9 Analisis Matriks Boston Consulting Group (BCG).....	32
2.9.1 Cara Penggunaan matrik BCG	35
2.10 Penarikan Sampel.....	37
BAB III. METODE PENELITIAN.....	38
3.1 Lokasi dan Objek Penelitian.....	38
3.2 Metode Pengumpulan Data	38
3.3 Tahapan Penelitian	39
3.4 Diagram Alir Penelitian.....	41

BAB	IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	44
4.1	Gambaran Umum Perusahaan	44
4.2	Pengumpulan Data.....	47
4.3	Pengolahan Data dan Analisis Data.....	49
BAB	V. KESIMPULAN DAN SARAN.....	68
5.1	Kesimpulan.....	68
5.2	Saran	70
DAFTAR PUSTAKA		72
LAMPIRAN.....		73

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel II.1	Contoh Tabel IFAS 26
Tabel II.2	Contoh Tabel EFAS 27
Tabel IV.1	Tugas Karyawan Dealer Wijaya Motor 46
Tabel IV.2	Faktor Strategi Internal 48
Tabel IV.3	Faktor Strategi Eksternal..... 48
Tabel IV.4	Uji Validitas Kuesioner Preferensi Konsumen 50
Tabel IV.5	Uji Validitas Kuesioner Preferensi Manajemen..... 52
Tabel IV.6	Matriks Strategi Internal 55
Tabel IV.7	Matriks Strategi Eksternal..... 56
Tabel IV.8	Volume Penjualan Dealer Wijaya Motor Tahun 2012 dan 2013..... 61
Tabel IV.9	Volume Penjualan Dealer Trijaya Motor Tahun 2012 dan 2013..... 62
Tabel IV.10	Pangsa Pasar Relatif dan Strategi Pemasaran Dealer Wijaya Motor..... 64

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar II.1	Lima Macam Model Pemilihan Pasar Sasaran.....11
Gambar II.2	Tingkatan Produk.....14
Gambar II.3	Posisi Kekuatan Kelemahan Peluang dan Ancaman Perusahaan..23
Gambar II.4	Diagram Matriks Internal-Eksternal.....28
Gambar II.5	Diagram Matriks SWOT.....30
Gambar II.6	Diagram Matriks BCG.....33
Gambar III.1	Diagram Alir Penelitian42
Gambar IV.1	Struktur Induk Organisasi Dealer Wijaya Motor46
Gambar IV.2	Diagram Internal-Eksternal Matriks.....57
Gambar IV.3	Diagram Matriks SWOT58
Gambar IV.4	Diagram Matriks SWOT Dealer Wijaya Motor.....59
Gambar IV.5	Matriks BCG Posisi Dealer Wijaya Motor Tahun 2012.....66
Gambar IV.6	Matriks BCG Posisi Dealer Wijaya Motor Tahun 2013.....66

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Kuesioner Preferensi Konsumen	76
Lampiran 2 Kuesioner Preferensi Manajemen	82
Lampiran 3 Hasil Penyebaran dan Perhitungan Uji Validitas dan Reliabilitas Kuesioner Preferensi Konsumen.....	86
Lampiran 4 Hasil Penyebaran dan Perhitungan Uji Validitas dan Reliabilitas Kuesioner Preferensi Manajemen	98
Lampiran 5 Kuesioner Preferensi Manajemen Terhadap Kekuatan Kelemahan Peluang dan Ancaman	112
Lampiran 6 Hasil Penilaian dan Perhitungan Bobot dan Rating matriks IFAS- EFAS	113
Lampiran 7 Tabel r Product Moment	120

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pemakaian sepeda motor seperti Suzuki, Honda, Yamaha, Kawasaki maupun dari merk lain banyak digunakan tak terkecuali sepeda motor *second*. Melihat masih adanya peluang untuk penjualan sepeda motor *second*, kemudian dimanfaatkan pemilik dan manajer *dealer Wijaya Motor* untuk menjual sepeda motor *second*. Pada keadaan ini membuat pemilik dan manajer memikirkan cara dalam pemasaran, khususnya untuk penjualan sepeda motor *second* (bekas pakai). Tantangan timbul dari dealer sepeda motor *second* lainnya yaitu *dealer Trijaya Motor* yang menjadi pesaing utama, sedangkan kendala yang dihadapi dealer *Wijaya Motor* adalah mengenai strategi pemasaran yang kurang sesuai dan tepat sasaran, kualitas sepeda motor *second* kurang terjamin, persaingan harga sepeda motor *second* semakin *kompetitif* dan penurunan minat pembelian sepeda motor *second*.

Adanya persaingan bisnis perdagangan sepeda motor *second* ini membuat pelaku usaha memikirkan berbagai cara untuk memasarkan dan mempromosikan produknya tak terkecuali dealer *Wijaya Motor*, untuk itu dibutuhkan suatu strategi pemasaran yang sesuai supaya penjualan produk dan pemasarannya bisa bersaing dipasaran, khususnya untuk penjualan sepeda motor *second* didealer *Wijaya Motor*. Perlu juga diketahui faktor apa saja yang menjadi kekuatan sehingga dapat digunakan untuk memanfaatkan peluang serta meminimalkan kelemahan dan

ancaman yang harus dihadapi perusahaan dealer Wijaya Motor, kemudian diperlukan suatu analisis mengenai pertumbuhan pasar (*market growth*) dan pangsa pasar (*market share*) terhadap dealer Trijaya Motor sebagai pembanding.

Berdasarkan uraian diatas maka perlu dilakukan suatu penelitian mengenai “ *Analisis Strategi Pemasaran Sepeda Motor Second Dengan Pendekatan Metode SWOT dan BCG Untuk Meningkatkan Penjualan* “ pada dealer Wijaya Motor.

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka dapat dirumuskan permasalahannya sebagai berikut :

1. Faktor-faktor apa saja yang berpengaruh untuk meningkatkan permintaan penjualan sepeda motor *second*.
2. Bagaimanakah strategi pemasaran yang sesuai dalam meningkatkan permintaan penjualan di dealer Wijaya Motor.
3. Bagaimanakah *strategi unit bisnis* (SUB) berupa pertumbuhan pasar dan pangsa pasar terhadap pesaing.

1.3. Batasan Masalah

Agar penelitian tidak menyimpang dari tujuan utamanya, maka diberikan batasan masalah sebagai berikut :

1. Penelitian hanya dilakukan terhadap faktor eksternal (peluang, ancaman) dan faktor internal (kekuatan, kelemahan) yang dimiliki perusahaan.
2. Pembahasan masalah hanya pada penentuan alternatif strategi pemasaran berikut pertumbuhan pasar dan pangsa pasarnya.

3. Penelitian ini menggunakan data penjualan Trijaya Motor dalam kurun waktu tertentu sebagai data pembanding dalam menganalisis pertumbuhan pasar dan pangsa pasar.
4. Metode SWOT digunakan untuk menentukan alternatif strategi pemasaran yang ditawarkan.
5. Metode BCG digunakan untuk menganalisis pertumbuhan pasar (*market growth*) dan pangsa pasar (*market share*) dealer Wijaya Motor terhadap dealer Trijaya Motor.
6. Objek pada penelitian ini adalah dealer sepeda motor *second* Wijaya Motor.
7. Penelitian tidak memperhitungkan biaya modal usaha dan perawatan tapi hanya mengetahui nilai penjualan sepeda motor *second* dalam kurun waktu tertentu.

1.4. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dalam penelitian ini adalah :

1. Menentukan faktor-faktor yang berpengaruh dalam meningkatkan permintaan penjualan sepeda motor *second*.
2. Mendapatkan alternatif strategi pemasaran yang sesuai, sehingga diketahui prioritas dalam pengembangannya, agar usaha untuk meningkatkan permintaan penjualan dapat menjadi lebih terarah dan konsisten.
3. Untuk mengetahui pertumbuhan pasar (*market growth*) dan mengetahui pangsa pasar (*market share*) dealer Wijaya Motor terhadap dealer Trijaya Motor.

1.5. Manfaat Penelitian

Dengan adanya penelitian ini diharapkan didapatkan manfaat sebagai berikut :

1. Membantu memberikan masukan yang berarti bagi perusahaan khususnya yang berkaitan dalam usaha meningkatkan permintaan penjualan dan dapat mengetahui posisi perusahaan dalam sektor bisnis yang sedang dijalankan.
2. Perbaiki strategi pemasaran, diharapkan permintaan penjualan mengalami peningkatan.
3. Bagi mahasiswa merupakan penerapan ilmu yang didapat selama kuliah dengan kondisi di lapangan (perusahaan yang sesungguhnya).
4. Bagi pihak lain, dapat dijadikan sebagai bacaan, bahan pertimbangan dan penelitian lebih lanjut.

1.6. Sistematika Penulisan

Tugas Akhir ini disusun secara sistematis kedalam beberapa bab, dengan uraian sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini berisi uraian tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini membahas tentang dasar-dasar teori dan landasan teori yang digunakan dalam menyelesaikan masalah.

BAB III : METODE PENELITIAN

Pada bab ini menerangkan langkah-langkah dan prosedur penelitian untuk memberikan gambaran bagaimana penelitian dilakukan dan kerangka berpikir yang digunakan untuk mengkaji masalah.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini akan membahas tentang hasil pengumpulan dan pengolahan data yang kemudian dianalisis dengan metode SWOT beserta MATRIK SWOT dan MATRIK BCG.

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini merupakan rangkuman dari hasil penelitian secara keseluruhan dan saran-saran yang mungkin bisa ditindak lanjuti.