

**STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS BERDASARKAN ANALISIS PRODUCT
LIFE CYCLE (PLC) DAN BOSTON CONSULTING GROUP (BCG)**

(Studi Pada Moogs Coffee)

SKRIPSI



OLEH :

DIMAS AKBAR FIRMANSYAH
NPM. 19042010111

KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET DAN TEKNOLOGI

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS

SURABAYA

2023

LEMBAR PERSETUJUAN

**STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS BERDASARKAN ANALISIS PRODUCT
LIFE CYCLE (PLC) DAN BOSTON CONSULTING GROUP (BCG)**

(Studi Pada Moogs Coffee)

Disusun Oleh :

DIMAS AKBAR FIRMANSYAH
NPM. 19042010111

Telah disetujui untuk mengikuti Ujian Skripsi

Menyetujui,

PEMBIMBING



Ir. Lisa Sulistyawati, M.M
NIP. 195802231987032001

Mengetahui,

DEKAN

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK



Dr. Catur Suratnoaji, M.Si.
NIP. 196804182021211006

LEMBAR PENGESAHAN
STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS BERDASARKAN ANALISIS PRODUCT
LIFE CYCLE (PLC) DAN BOSTON CONSULTING GROUP (BCG)

(Studi Pada Moogs Coffee)

Disusun Oleh :

DIMAS AKBAR FIRMANSYAH
NPM. 19042010111

Telah Dipertahankan Dihadapan dan Diterima Oleh Tim Penguji Skripsi
Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Pembangunan "Veteran" Jawa Timur
Pada Tanggal 05 Mei 2023

Mengetahui,

PEMBIMBING UTAMA ,


Ir. Lisa Sulistyawati, MM
NIP. 195802231097032001

TIM PENGUJI

1. Ketua


Dr. Jojok Dwiridotjahjono, S.Sos, M.Si
NIP. 197011012021211004

2. Sekretaris


Ir. Lisa Sulistyawati, MM
NIP. 195802231097032001

3. Anggota


Dra. Ety Dwi Susanti, M.Si
NIP. 196805011994032001

Mengetahui,

DEKAN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK


Dr. Catur Suratnoaji, M.Si
NIP. 196804182021211006

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Dimas Akbar Firmansyah

NPM : 19042010111

Program Studi : Administrasi Bisnis

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Judul Skripsi :

Strategi Pengembangan Usaha Berdasarkan Product Life Cycle (Plc) Dan Boston Consulting Group (Bcg) Studi Pada Moogs Coffee

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini merupakan hasil karya asli pribadi saya yang dibuktikan melalui cek plagiasi dengan ketentuan maksimal 30 persen untuk diajukan sebagai persyaratan memperoleh gelar Strata I di Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur
2. Semua sumber yang digunakan dalam penulisan skripsi ini telah saya cantumkan sesuai dengan ketentuan yang berlaku
3. Jika dikemudian hari terbukti bahwa skripsi ini bukan karya asli saya atau merupakan hasil plagiarisme dari karya orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi yang berlaku

Surabaya, 11 Mei 2023

Yang membuat pernyataan



Dimas Akbar Firmansyah

NPM. 19042010111

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan atas kehadiran Allah SWT, atas berkat rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi yang berjudul “**Strategi Pengembangan Bisnis Berdasarkan Analisis Product Life Cycle (PLC) Dan Boston Consulting Group (BCG) (Studi pada Moogs Coffee)**”

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini, tidak akan berjalan lancar dan berwujud baik tanpa adanya dukungan dan bantuan dari berbagai pihak, maka penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada Ibu Ir. Lisa Sulistyawati, MM selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan dan membantu dalam penyusunan skripsi ini. Dan penulis juga menyampaikan banyak terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan kepada penulis, baik dukungan moril, materil, maupun spiritual. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. Catur Suratnoaji, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Bapak Dr. Acep Samsudin, S.Sos, M.A selaku Koordinator Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Bapak dan Ibu dosen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur, yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan dukungan kepada penulis.
4. Orang tua dan keluarga yang selalu memberikan dukungan dan semangat kepada saya untuk menyelesaikan penelitian ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan proposal ini banyak terdapat kekurangan. Untuk itu, kritik dan saran yang membangun dari semua pihak sangat di harapkan demi kesempurnaan Skripsi ini. Dengan segala keterbatasan yang penulis miliki, semoga proposal ini dapat bermanfaat bagi semua pihak dan khususnya bagi penulis.

Surabaya, Mei 2023

Penulis

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
ABSTRAKSI.....	xi
ABSTRACTION	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Mafaat Penelitian.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12
2.1 Penelitian Terdahulu.....	12
2.2 Landasan Teori	17
2.1.1 Pemasaran	17
2.1.1.1 Definisi Pemasaran.....	17
2.1.1.2 Konsep Pemasaran	18
2.1.1.3 Strategi Pemasaran	18
2.1.2 Strategi	19
2.1.2.1 Definisi Strategi.....	19
2.1.2.2 Tipe Tipe Strategi.....	19
2.1.3 Definisi Pengembangan Usaha	20
2.1.4 Definisi Bisnis.....	21
2.1.5 Analisis Strategi Fungsional	22
2.1.6 Metode Polli and Cook	22
2.1.7 Siklus Hidup Produk (Product Life Cycle)	23
2.1.8 Matriks Boston Consulting Group (BCG)	24
2.1.9 Penjualan.....	25
2.1.10 Profit.....	26
2.3 Kerangka Berpikir	26
BAB III METODE PENELITIAN	29
3.1 Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	29
3.2 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	29
3.3 Batasan Masalah Penelitian.....	30
3.4 Lokasi Penelitian	31

3.5	Populasi dan Sampel	31
3.5.1	Populasi.....	31
3.5.2	Sampel.....	31
3.6	Objek Penelitian	32
3.7	Jenis dan Sumber Data	32
3.8	Teknik Analisis Data	32
3.8.1	Metode Polli and Cook	33
3.8.2	Product Life Cycle (PLC)	36
3.8.3	Boston Consulting Group (BCG) Matrix.....	38
3.8.3.1	Pengertian BCG Matrix.....	38
3.8.3.2	Metode Matriks BCG	38
3.8.3.3	Rumus Menghitung Analisis Tingkat Pertumbuhan Pasar.....	39
3.8.3.4	Rumus Menghitung Analisis Pangsa Pasar	40
3.8.3.5	Analisis Matriks <i>Boston Consulting Group</i> (BCG)	40
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		42
4.1.	Gambaran Umum Perusahaan dan Penyajian data.....	42
4.1.1.	Profil Perusahaan	42
4.1.2.	Logo Perusahaan	43
4.1.3	Struktur Organisasi	43
4.2	Produk Perusahaan.....	46
4.2.3	Keadaan Sumber Daya Manusia	46
4.2	Hasil Penelitian.....	47
4.2.1	Penyajian Data	47
4.2.1.1	Data Penjualan Moogs Coffee Selama 1 Tahun.....	48
4.2.1.2	Data Penjualan Pesaing Visma Coffee Selama 1 Tahun	49
4.2.2	Data Perusahaan	49
4.2.3	Identifikasi Tahapan Bisnis Moogs Coffee Surabaya Menggunakan Metode Product Life Cycle (PLC).....	51
4.2.4	Identifikasi Posisi Bisnis Moogs Coffee Surabaya Menggunakan Pendekatan Boston Consulting Group (BCG) Matrix	56
4.2.5	Hubungan Product Life Cycle (PLC) dengan Boston Consulting Group (BCG) Matrix	61
4.3	Pembahasan	62
4.3.1	Penentuan Strategi Pengembangan Bisnis Moogs Coffee Surabaya Sesuai Tahap Siklus Hidup Produk atau Product Life Cycle (PLC).....	62
4.3.1.1	Strategi Produk	62
4.3.1.2	Strategi Harga.....	63
4.3.1.3	Strategi Pemasaran	65
4.3.1.4	Strategi Tempat	68

4.3.2	Penentuan Strategi Pengembangan Bisnis Moogs Coffee Surabaya Sesuai Posisi pada <i>Boston Consulting Group</i> (BCG) Matrix	69
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	74
5.1.	Kesimpulan.....	74
5.2	Saran.....	76
DAFTAR PUSTAKA		77
LAMPIRAN.....		80

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data Penjualan Moogs Coffee	8
Tabel 4. 1 Produk Perusahaan	46
Tabel 4. 2 Data Penjualan Moogs Coffee Surabaya Selama 1 Tahun Periode Januari - Desember 2022	48
Tabel 4. 3 Data Penjual Visma Coffee Selama 1 Tahun Periode Januari - Desember 2022.....	49
Tabel 4. 4 Perhitungan Menggunakan Metode Polli and Cook Data 1 Tahun Terakhir	52
Tabel 4. 5 Penjualan Moogs Coffee Surabaya 1 Periode Januari - Juni 2022	57
Tabel 4. 6 Penjualan Moogs Coffee Surabaya Periode 2 Juli - Desember 2022	57

DAFTAR GAMBAR

Bagan 2. 1 Diagram Kerangka Berpikir	27
Bagan 4. 1 Struktur Organisasi Moogs Coffee Surabaya	43
Gambar 2. 1 Kurva Product Life Cycle	24
Gambar 2. 2 Boston Consulting Group Matrix	25
Gambar 3. 1 Kurva Product Life Cycle (PLC)	37
Gambar 3. 2 Kurva Boston Consulting Group (BCG)	41
Gambar 4. 1 Logo Moogs Coffee Surabaya	43
Gambar 4. 1 Logo Moogs Coffee Surabaya	43
Gambar 4. 2 Gambar Kurva Posisi Tahapan Usaha Moogs Coffee Surabaya Pada Tahap Siklus Hidup Produk	55
Gambar 4. 2 Gambar Kurva Posisi Tahapan Usaha Moogs Coffee Surabaya Pada Tahap Siklus Hidup Produk	55
Gambar 4. 3 Posisi Matriks BCG Moogs Coffee Surabaya 1 Tahun Terakhir	60
Gambar 4. 3 Posisi Matriks BCG Moogs Coffee Surabaya 1 Tahun Terakhir	60
Gambar 4. 4 Hubungan Product Life Cycle (PLC) dengan Boston Consulting Group (BCG) Matrix Moogs Coffee Surabaya	62

ABSTRAKSI

Dimas Akbar Firmansyah, 19042010111, Strategi Pengembangan Bisnis Berdasarkan Analisis *Product Life Cycle* (PLC) dan *Boston Consulting Group* (BCG) Matrix (Studi Pada Moogs Coffee)

Café merupakan salah satu usaha yang memiliki banyak pesaing, dibutuhkan strategi yang tepat agar usaha tersebut dapat bersaing dan berkembang. Moogs Coffee perlu mengetahui tahapan dan posisi usahanya saat ini agar mendapatkan strategi bisnis yang baru dan meningkatkan penjualannya berdasarkan konsep *Product Life Cycle* (PLC) dan *Boston Consulting Group* (BCG) Matrix Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah deskriptif. Teknik pengambilan data yang dilakukan melalui observasi dan dokumentasi. Jenis dan sumber data penelitian ini yaitu data sekunder. Hasil penelitian menunjukkan kurva *Product Life Cycle* (PLC) berada pada tahapan pertumbuhan (*growth*) yaitu tahap dimana produk yang diperkenalkan sudah dikenal dan dapat diterima oleh konsumen. Sedangkan, pada kurva *Boston Consulting Group* (BCG) Matrix berada pada posisi sapi perah (*Cash Cow*) yaitu posisi pangsa pasar relative tinggi, tetapi memiliki pertumbuhan pasar yang rendah. Pembahasan penelitian ini menghasilkan konsep *Product Life Cycle* (PLC) yaitu, strategi produk, strategi harga, dan strategi pemasaran. Sedangkan pada *Boston Consulting Group* (BCG) Matrix menghasilkan strategi penciutan pasar, strategi diversifikasi, dan pengembangan produk.

Kata Kunci: *Product Life Cycle* (PLC), *Boston Consulting Group* (BCG) Matrix, Moogs Coffee, Café

ABSTRACTION

Dimas Akbar Firmansyah, 19042010111, *Business Development Strategy Based on Product Life Cycle (PLC) Analysis and Boston Consulting Group (BCG) Matrix (Study on Moogs Coffee)*

Café is a business that has many competitors, it takes the right strategy so that the business can compete and develop. Moogs Coffee needs to know the stages and current position of its business in order to get a new business strategy and increase its sales based on the concept of the Product Life Cycle (PLC) and the Boston Consulting Group (BCG) Matrix. The method used in this study is descriptive. The data collection technique was carried out through observation and documentation. The types and sources of research data are secondary data. The results of the study show that the Product Life Cycle (PLC) curve is in the growth stage, namely the stage where the product introduced is already known and acceptable to consumers. Meanwhile, the Boston Consulting Group (BCG) Matrix curve is in the cash cow position, namely the position of relatively high market share, but has low market growth. The discussion of this research resulted in the concept of Product Life Cycle (PLC), namely, product strategy, pricing strategy, and marketing strategy. Meanwhile, the Boston Consulting Group (BCG) Matrix produces market shrinking strategies, diversification strategies, and product development.

Kata Kunci: *Product Life Cycle (PLC), Boston Consulting Group (BCG) Matrix, Moogs Coffee, Café*