

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

**( Studi pada Usaha Kosmetik Julius Pasar Parluasan Pematangsiantar )**

**SKRIPSI**



**Disusun oleh :**

**NARO LAURENSIA DAMANIK**

**19042010071**

**KEMENTRIAN 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 ANALISA PRODUCT LIFE  
CYCLE (PLC) DAN BOSTON CONSULTING GROUP (BCG) MATRIKS ( Studi pada  
Usaha Kosmetik Julius Pasar Parluasan Pematangsiantar )  
Disusun Oleh :**

**NARO LAURENSIA DAMANIK**  
**NPM. 19042010071**

**Telah disetujui untuk mengikuti Ujian Skripsi**

**Menyetujui,**

**PEMBIMBING**

**Dr. Acep Samsudin, S.Sos., M.A.**

**NPT. 21119771204337**

**Mengetahui,**

**DEKAN**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

**Dr. CATUR SURATNOAJI, M.Si**

**NIP.196804182021211006**

**LEMBAR PENGESAHAN**

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

**( Studi pada Usaha Kosmetik Julius Pasar Perluasan Pematangsiantar )**

**Disusun oleh :**


**NARO LAURENSIA DAMANIK**

**NPM 19042010071**

**Telah Dipertahankan Dihadapan dan Diterima Oleh Tim Penguji Skripsi  
Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur  
Pada Tanggal 26 Mei 2023**


**Menyetujui,**

**PEMBIMBING UTAMA**


  
**Dr. Acep Samsudin, S.Sos., M.M., M.A**  
**NPT.21119771204337**

**TIM PENGUJI**


**1. Ketua**

  
**Dra. Lia Nirawati, M.Si**  
**NIP. 196009241993032001**

**2. Sekretaris**

  
**Dr. Acep Samsudin, S.Sos., M.M., M.A**  
**NPT. 21119771204337**

**3. Anggota**

  
**Budi Prabowo, S.Sos. MM**  
**NIP.196210161988031001**

**Mengetahui,  
DEKAN FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

**UPN "VETERAN" JAWA TIMUR**

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

## LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Naro Laurensia Damanik

NPM : 19042010071

Program Studi : Administrasi Bisnis

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Judul Skripsi :

**STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS BERDASARKAN ANALISA  
PRODUCT LIFE CYCLE (PLC) DAN BOSTON CONSULTING GROUP  
(BCG) MATRIKS (Studi pada Usaha Kosmetik Julius Pasar Perluasan  
Pematangsiantar)**

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, 29 Mei 2023

Yang



**Naro Laurensia Damanik**  
**NPM. 19042010071**

## KATA PENGANTAR

Puji Syukur ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa karena atas berkat dan rahmat-Nya Penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul Strategi Pengembangan Bisnis Berdasarkan Analisa *Product Life Cycle* ( PLC ) dan *Boston Consulting Group* ( BCG ) Matriks ( Studi pada Usaha Kosmetik Julius Pasar Parluasan Pematangsiantar ). Skripsi ini bertujuan untuk memenuhi persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Administrasi Bisnis pada Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur. Fenomena yang diambil penulis pada penelitian ini dikarenakan keresahan dengan lingkungan terdekat tempat tinggal penulis mengenai bidang bisnis UMKM nya. Penulis berharap dengan adanya penelitian ini akan dapat memberikan kontribusi kecil ataupun besar dalam membangun perekonomian melalui UMKM di Indonesia.

Penelitian ini merupakan hasil akhir yang harus diselesaikan sebagai syarat penyempurnaan gelar Sarjana Administrasi Bisnis yang diperoleh oleh penulis. Penulis menyadari bahwa banyak pihak yang telah membantu dalam proses penyelesaian penelitian ini sehingga dapat diselesaikan dengan lancar dan terwujud baik. Untuk itu penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. Catur Suratnoaji, M.Si, selaku dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Koordinator program studi Ilmu Administrasi Bisnis sekaligus pembimbing dalam penelitian ini, Bapak Dr. Acep Samsudin S.Sos., M.M. ,M.A.

3. Ibu Ir. Lisa Sulistyawati, M.M. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan kritik dan saran yang sangat membangun selama penyusunan proposal skripsi.
4. Seluruh Dosen dan *Civitas* Akademi Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.
5. Orangtua, Abang Julius Damanik, dan Adik Yolanda Damanik yang selalu setia menemani dan menerima penulis dalam setiap musim hidup melalui doa dan dukungan yang diberikan.
6. Grecea Siahaan, Stefany Ginting, Veny Purba yang selalu ada kapan pun Penulis membutuhkan dan setia memberikan saran dan masukan yang sangat membangun dalam penyusunan skripsi ini
7. Teman-teman dan kakak tingkat yang telah membantu penulis dengan memberikan saran dan solusi guna menyelesaikan penelitian ini.

Dalam penyusunan penelitian skripsi ini, penulis menyadari masih banyak kekurangan baik dari segi teknis maupun segi penyusunannya. Untuk itu kritik dan saran yang membangun dari semua pihak sangat diharapkan demi kesempurnaan penyusunan penelitian ini. Besar harapan penulis agar penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak. Akhir kata, penulis mengucapkan terimakasih dan semoga Tuhan Yang Maha Esa senantiasa memberikan petunjuk bagi kita semua. Amin.

Surabaya, 21 April 2023

Penulis

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PERSETUJUAN .....</b>	
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>i</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>iii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>viii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>ix</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>x</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1.Latar Belakang .....	1
1.2.Rumusan Masalah .....	8
1.3.Tujuan Penelitian .....	8
1.4.Manfaat Penelitian .....	9
1.4.1 Secara Teoritis .....	9
1.4.2 Secara Praktis .....	9
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>11</b>
2.1.Penelitian Terdahulu .....	11
2.2.Landasan Teori .....	18
2.2.1 Konsep Teori Pemasaran .....	18
2.2.2 Teori Strategi Pemasaran .....	22
2.2.2.1 Defenisi Strategi .....	22
2.2.2.2 Defenisi Pemasaran .....	24

2.2.2.3 Strategi Bauran Pemasaran ( Marketing Mix ) .....	25
2.2.3 Defenisi Pengembangan Usaha .....	28
2.2.4 Defenisi Bisnis .....	30
2.2.5 Defenisi Retailing .....	31
2.2.6 Usaha Mikro Kecil dan Menengah .....	31
2.2.7 Metode Polli and Cook .....	33
2.2.8 Siklus Hidup Produk atau Product Life Cycle .....	34
2.2.8.1 Defenisi Product Life Cycke ( PLC ) .....	34
2.2.8.2 Tahap – Tahap Product Life Cycle ( PLC ) .....	35
2.2.9 Matriks Boston Consulting Group ( BCG ) .....	37
2.3.Kerangka Berpikir .....	39
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>42</b>
3.1.Pendekatan dan Jenis Penelitian .....	42
3.2.Defenisi Operasional dan Pengukuran Variabel .....	43
3.3.Batasan Masalah Penelitian .....	44
3.4.Lokasi Penelitian .....	45
3.5.Populasi dan Sampel .....	45
3.5.1 Populasi .....	45
3.5.2 Sampel .....	46
3.6.Objek Penelitian .....	47
3.7.Teknik Pengumpulan Data .....	47
3.8.Teknik Analisis Data .....	49
3.8.1 Metode Polli and Cook .....	50



3.8.2 Product Life Cycle (PLC) .....	52
3.8.3 Matriks Boston Consulting Group ( BCG ) .....	54
3.8.3.1 Analisis Boston Consulting Group ( BCG ) .....	54
3.8.3.2 Rumus Analisis Tingkat Pertumbuhan Pasar .....	57
3.8.3.3 Rumus Analisis Pangsa Pasar .....	58
3.8.4 Analisa Pengembangan berdasarkan hasil PLC dan BCG .....	58
<b>BAB IV PEMBAHASAN .....</b>	<b>61</b>
4.1 Gambaran Umum.....	61
4.1.1 Sejarah perusahaan .....	61
4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan .....	63
4.1.3 Struktur Organisasi .....	63
4.1.4 Keadaan Sumber Daya Manusia.....	65
4.1.5 Produk Perusahaan.....	66
4.2 Penyajian Data .....	67
4.2.1 Data Penjualan Usaha Kosmetik Julius .....	68
4.2.2 Data Penjualan Pesaing Toko Rina Jaya.....	69
4.2.3 Strategi Bauran Pemasaran Usaha Kosmetik Julius .....	70
4.2.4 Identifikasi Tahapan Bisnis Usaha Kosmetik Julius menggunakan Metode Product Life Cycle ( PLC ) .....	73
4.2.5 Identifikasi Tahapan Bisnis Usaha Kosmetik Julius menggunakan Pendekatan Boston Consulting Group ( BCG ) Matriks .....	77
4.2.6 Hubungan Product Life Cycle ( PLC ) dengan Boston Consulting Group ( BCG ) Matriks .....	81

4.3 Pembahasan .....	83
4.3.1 Penentuan Strategi Pengembangan Bisnis pada Usaha Kosmetik Julius sesuai Product Life Cycle ( PLC ).....	83
4.3.1.1 Strategi Produk .....	83
4.3.1.2 Strategi Harga .....	84
4.3.1.3 Strategi Pemasaran .....	85
4.3.1.4 Strategi Tempat .....	86
4.3.2 Penentuan Strategi Pengembangan Bisnis Usaha Kosmetik Julius sesuai Posisi pada (BCG) Matriks .....	.7
4.4 Review dengan Penelitian Terdahulu .....	89
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>95</b>
5.1 Kesimpulan .....	95
5.2 Saran .....	97
5.2.1 Secara Teoritis .....	97
5.2.2 Secara Praktis .....	97
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>99</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>102</b>

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 1.1 Data Pendapatan Kios Kosmetik Julius Tahun 2022 .....</b>	<b>5</b>
<b>Tabel 4.1 Produk Perusahaan .....</b>	<b>66</b>
<b>Tabel 4.2 Data Penjualan Usaha Kosmetik Julius selama 1 tahun periode Januari – Desember 2022 .....</b>	<b>68</b>
<b>Tabel 4.3 Data Pesaing Toko Rina Jaya selama 1 tahun periode Januari – Desember 2022 .....</b>	<b>69</b>
<b>Tabel 4.4 Strategi Bauran Pemasaran Usaha Kosmetik Julius .....</b>	<b>70</b>
<b>Tabel 4. 5 Perhitungan dengan Metode Polli and Cook Data 1 Tahun Terakhir .....</b>	<b>73</b>
<b>Tabel 4.6 Penjualan Usaha Kosmetik Julius Periode 1 ( Januari – Juni 2022) dan Periode 2( Juli – Desember 2022 ) .....</b>	<b>77</b>
<b>Tabel 4.7 Review dengan Penelitian Terdahulu .....</b>	<b>89</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Diagram Siklus Hidup Produk .....	36
Gambar 2.2 Matriks BCG .....	38
Bagan 2.3 Diagram Kerangka Berpikir .....	40
Gambar 3.1 Kurva <i>Product Life Cycle</i> .....	53
Gambar 3.2 Kurva <i>Boston Consulting Group</i> ( BCG ) .....	56
Gambar 3.3 Kurva Hubungan PLC dan BCG .....	59
Bagan 4.1 Struktur Organisasi Usaha Kosmetik Julius .....	63
Gambar 4.1 Posisi Tahapan Usaha Kosmetik Julius pada Kurva Siklus Hidup Produk .....	76
Gambar 4.2 Matriks BCG Posisi Batik Very Jelita Batam Selama 1 Tahun Terakhir .....	80
Gambar 4.3 Hubungan <i>Product Life Cycle</i> (PLC) dengan <i>Boston Consulting Group</i> (BCG) Matrix Batik Very Jelita Batam .....	82

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

**(Studi pada Usaha Kosmetik Julius Pasar Parluasan Pematangsiantar)**

Oleh :

Naro Laurensia Damanik

Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik,  
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Surabaya, Jawa Timur

**ABSTRAK**

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah mengetahui strategi pengembangan usaha yang harus dilakukan dalam pengembangan usaha berdasarkan analisis PLC dan mengetahui posisi dan penerapan strategi pengembangan usaha dengan metode matriks BCG oleh Usaha Kosmetik Julius. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode Product Life Cycle (PLC) untuk mengetahui tahapan-tahapan produk dan juga matriks Boston Consulting Group (BCG) untuk mengetahui posisi produk dari segi pertumbuhan dan pangsa pasar Usaha Julius Cosmetics berada pada tahap pertumbuhan menurut analisis siklus hidup produk (PLC). Sementara itu, Matriks BCG berada pada posisi sapi perah (*cows*). Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif dengan tujuan untuk dapat mengumpulkan informasi faktual, melakukan perbandingan dan evaluasi, serta mengetahui apa yang dilakukan oleh bisnis lain yang serupa jika berada pada situasi yang sama.

Dalam hal ini, Usaha Kosmetik Julius menghadapi kendala berupa kebutuhan kas yang tinggi dan pendapatan kas yang rendah. Analisis metode Product Life Cycle menemukan bahwa Usaha Kosmetik Julius saat ini berada pada tahap pertumbuhan dengan hasil batas penurunan 1,025, batas pertumbuhan 16,005, serta batas rata – rata 82,41 yang menunjukkan bahwa bisnis berada pada tahap pertumbuhan dimana bisnis membutuhkan variasi lini produk dan pengelompokan target konsumen. Sementara itu, Analisis Matriks BCG yang dilakukan terhadap Bisnis Julius Cosmetics menyimpulkan bahwa bisnis ini berada pada kuadran *cash cows* yang membutuhkan pengembangan produk dan diversifikasi konsentris.

**Kata kunci :** Usaha Kosmetik Julius, Boston Consulting Group (BCG), Product Life Cycle (PLC), Kosmetik

***BUSINESS DEVELOPMENT STRATEGY BASED ON PRODUCT LIFE  
CYCLE (PLC) ANALYSIS AND BOSTON CONSULTING GROUP (BCG)  
MATRIX***

***(Study on Julius Cosmetic Business Pasar Perluasan Pematangsiantar)***

By:

Naro Laurensia Damanik

*Department of Business Administration, Faculty of Social and Political Sciences,  
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Surabaya, East Java*

***ABSTRACT***

*The objectives to be achieved in this research are determine the business development strategy that must be carried out in business development based on PLC analysis dan knowing the position and application of business development strategies with the BCG matrix method by Julius Cosmetics Business. The analysis method used in this research is the Product Life Cycle (PLC) method to determine the stages of the product and also the Boston Consulting Group (BCG) matrix to determine the position of the product in terms of growth and market share. Julius Cosmetics business is in the growth stage according to product life cycle analysis (PLC). Meanwhile, the BCG Matrix is in the position of dairy cows (cows). The research method used in this research is descriptive quantitative with the aim of being able to collect factual information, make comparisons and evaluations, and find out what other similar businesses do if they are in the same situation.*

*In this case, Julius Cosmetics Business faces obstacles in the form of high cash requirements and low cash income. The Product Life Cycle method analysis found that the Julius Cosmetics Business is currently in the growth stage with the results of a decline limit of 1.025, a growth limit of 16.005, and an average limit of 82.41 which indicates that the business is in a growth stage where the business needs a variety of product lines and grouping of target consumers. Meanwhile, the BCG Matrix Analysis conducted on the Julius Cosmetics Business concluded that this business is in the cash cows quadrant which requires product development and concentric diversification.*

**Keywords :** *Julius Cosmetics Business, Boston Consulting Group ( BCG ), Product Life Cycle ( PLC ), Cosmetics*