

ABSTRAK
ANALISIS STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS
BERDASARKAN PENDEKATAN MATRIK BCG
Studi Kasus Pada Koperasi Pengusaha Angkutan Yogyakarta
(KOPATA)

Ant. Yoppie Kurniawan
Universitas Sanata Dharma
2006

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui : (1) Posisi setiap unit bisnis perusahaan pada Matrik BCG, dari tahun 2001 sampai dengan tahun 2004. Posisi setiap unit bisnis pada Matrik BCG meliputi Tanda Tanya (*Question Marks*), Bintang (*Stars*), Penghasil Uang (*Cash Cows*), dan Posisi Lemah (*Dogs*). (2) Strategi yang sebaiknya diterapkan perusahaan di masa yang akan datang setelah mengetahui posisi unit bisnisnya pada Matrik BCG.

Data yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah gambaran umum perusahaan, data volume penjualan setiap unit bisnis dan pesaing utama setiap unit bisnis pada periode tahun 2001 sampai dengan tahun 2004. Data volume penjualan digunakan untuk mengetahui laju pertumbuhan pasar dan pangsa pasar relatif setiap unit bisnis. Data diperoleh dengan cara wawancara dan dokumentasi. Kemudian data dianalisis dengan alat analisis Matrik Boston Consulting Group (BCG).

Setelah melalui proses analisis maka diketahui unit bisnis SPBU 44.0602 pada tahun 2002 dan tahun 2003 menempati posisi bintang, pada tahun 2004 bergeser menjadi posisi anjing pada Matrik BCG. Sedangkan unit bisnis Warpostel dari tahun 2002 sampai dengan tahun 2004 menempati posisi bintang pada Matrik BCG. Strategi yang dapat diterapkan untuk unit bisnis SPBU 44.0602 adalah strategi penetrasi pasar. Strategi yang dapat diterapkan untuk unit bisnis Warpostel adalah Strategi penetrasi pasar, strategi pengembangan pasar, dan strategi pengembangan produk.

ABSTRACT
AN ANALYSIS ON THE BUSINESS DEVELOPMENT STRATEGY
BASED ON MATRIX BCG APPROACH
...A Case Study of Koperasi Pengusaha Angkutan Yogyakarta (KOPATA)

Antonius Yoppie Kurniawan
Sanata Dharma University
Yogyakarta
2006

This research aim ad to know : (1) The position of each business unit on BCG Matrix from 2001 up to 2004. The unit business position on BCG Matrix covered were Question Marks, Stars, Cash Cows, and Dogs. (2) The best strategy should be applied on company in future, after knowing the business position on BCG Matrix.

Data employed in this research were the general description of company, data of sales volume of every business units and main competitor of each business unit in the period 2001 to 2004. The sales volume data was used to know the market growth speed and market share relative to each business units. Data was collected by interview and documentation. Then it was, analyzed using Boston Consulting Group (BCG) analyse tool.

The research found that the business unit of SPBU (Gas Station) 44.0602 on the year of 2002 and 2003 was Stars position. In 2004, it changed into Dogs position on BCG Matrix. The business unit of Warpostel in 2002 to 2004 was Stars position on BCG Matrix. The strategy for SPBU is Market Penetration Strategy. Strategy could be applied for Warpotel business unit was Market Penetration Strategy, Market Development Strategy and Product Development Strategy.