

ABSTRAK

ANALISIS PORTOPOLIO PRODUK MENGGUNAKAN MATRIKS *BOSTON CONSULTING GROUP (BCG)* (Studi Kasus Pada PT. Asuransi Umum Bumiputera Muda 1967 Cabang Bandar Lampung)

Oleh

Rifky Ramadhan

Perusahaan yang memiliki portopolio selalu dituntut untuk mencari strategi manajemen yang dapat diterapkan agar dapat bersaing dengan para kompetitor lain. Kota Bandar Lampung menjadi salah satu tempat bertumbuhnya perusahaan asuransi. Salah satu bentuk manajemen strategi adalah dengan memetakan produk portopolionya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pemetaan posisi produk dan strategi yang dapat dirumuskan untuk membentuk suatu manajemen strategi yang diharapkan dapat berjalan sesuai misi dan visi disebuah perusahaan asuransi umum yang ada di kota Bandar Lampung. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah matriks *Boston Consulting Group (BCG)*. Perhitungan Matriks ini diperoleh menggunakan dua unsur kategori yakni menghitung tingkat pertumbuhan produk dan nilai pangsa pasar relatifnya. Metode penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Hasil dari penelitian ini adalah terdapat enam produk yang menempati kuadran I, empat produk yang menempati kuadran II, satu produk yang menempati kuadran IV, dan tidak ada produk BUMIDA yang menempati kuadran III. Strategi yang dapat dilakukan BUMIDA adalah Strategi *Build*, Strategi *Hold*, Strategi *Harvest*, Strategi *Divest*.

Kata Kunci: Portopolio Produk, Matriks *Boston Consulting Group (BCG)*, dan Manajemen Strategi.

ABSTRACT

PRODUCT PORTOPOLIO ANALYSIS USING BOSTON CONSULTING GROUP (BCG) MATRIX

(Case Study at PT. Bumiputera Muda General Insurance 1967 Bandar Lampung Branch)

By

Rifky Ramadhan

Companies that have portfolios are always required to find management strategies that can be applied in order to compete with other competitors. The city of Bandar Lampung is one of the places where insurance companies grow. One form of strategic management is to map the product portfolio. This study aims to determine the mapping of product positions and strategies that can be formulated to form a strategic management that is expected to run according to the mission and vision of a general insurance company in the city of Bandar Lampung. The analytical tool used in this study is the Boston Consulting Group (BCG) matrix. The calculation of this matrix is obtained using two categories of elements, namely calculating the growth rate of the product and the value of its relative market share. This research method is descriptive qualitative. The results of this study are that there are six products that occupy quadrant I, four products that occupy quadrant II, one product that occupies quadrant IV, and no BUMIDA products that occupy quadrant III. Strategies that BUMIDA can do are Build Strategy, Hold Strategy, Harvest Strategy, Divest Strategy.

Keywords: Product Portfolio, Boston Consulting Group (BCG) Matrix, and Strategic Management.