

ANALISIS *BOSTON CONSULTING GROUP* (BCG) PADA PT SIANTAR TOP TBK

Arninda Sekar Sari Siregar¹, Fitri Widya Sari², Nurlinda³

ABSTRAK Makanan ringan menjadi konsumsi yang sangat digemari berbagai kalangan baik anak-anak hingga orang dewasa. Makanan ringan yang diproduksi setiap perusahaan harus menjaga kebersihannya, mencantumkan bahan yang digunakan untuk mengolah makanan, serta memiliki sertifikat dari Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM). PT Siantar Top Tbk yang melakukan produksi dengan menggunakan mesin-mesin berkualitas dari Eropa. Peneliti ini bertujuan untuk mengetahui tingkat pertumbuhan pasar, pangsa pasar, dan posisi matriks *Boston Consulting Group* (BCG) yang dilakukan oleh PT. Siantar Top Tbk untuk mampu bersaing di industri makanan. Adapun metode penelitian adalah analisis deskriptif, jenis data kuantitatif dengan menggunakan data sekunder atau dokumentasi, dan di analisis dengan teknik matriks BCG. Hasil penelitian PT. Siantar Top Tbk berada pada posisi *Question Marks*. PT Siantar Top Tbk memiliki tingkat pertumbuhan perusahaan yang tinggi dan pangsa pasar yang rendah.

KATA KUNCI Analisis Boston Consulting Group (BCG)

PENDAHULUAN Indonesia memiliki banyak perusahaan menggunakan sistem terbuka, artinya perusahaan tidak lepas dari lingkungan sekitar, baik lingkungan yang bersifat internal maupun lingkungan yang bersifat eksternal. Keberadaan perusahaan dapat membantu perekonomian suatu negara sebagai sarana kehidupan masyarakat. Setiap perusahaan memiliki tujuan dalam mencapai tingkat keuntungan maksimal.

Menurut Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 30 Tahun 2013 tentang makanan olahan (ringan) adalah makanan hasil proses dengan metode tertentu tanpa menggunakan bahan baku tambahan, seperti bahan makanan tertentu, bahan tambahan untuk makanan, makanan hasil produk rekayasa genetika dan makanan yang iradiasi.

Makanan ringan menjadi konsumsi yang sangat digemari berbagai kalangan baik anak-anak hingga orang dewasa. Makanan ringan yang diproduksi setiap perusahaan harus menjaga kebersihannya, mencantumkan bahan yang digunakan untuk mengolah makanan, serta memiliki sertifikat dari Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM). Dengan kemajuan perkembangan 11 industry makanan di Indonesia yang sangat pesat hingga mencapai pemahaman

^{1&2} adalah mahasiswa Prodi MTSLA Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Medan

³ adalah dosen Prodi MTSLA Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Medan

masyarakat bahwa semua bahan yang digunakan untuk produksi adalah bahan yang terjamin kualitasnya dan tidak adanya bahan kimiawi pada produk.

Adapun realisasi produksi perusahaan yang bergerak pada sektor makanan olahan di Indonesia selama tiga tahun belakangan sebagai berikut:

Tabel 1 Produksi Makanan Olahan Perusahaan PT. Mayora Indah Tbk

No	Tahun	Total Penjualan (ton)
1	2021	632.291
2	2020	593.072
3	2019	549.104

Sumber: <https://www.mayoraindah.co.id/content/Laporan-Keuangan-Tahunan-23>

Tabel 2 Produksi Makanan Olahan Perusahaan PT. Siantar Top Tbk

No	Tahun	Total Penjualan (ton)
1	2021	100.365
2	2020	100.365
3	2019	98.224

Sumber: <https://siantartop.co.id/investor-relations/annual-report/>

Berdasarkan table diatas, maka dapat disimpulkan bahwa produksi makanan dari PT. Mayora Indah Tbk meningkat sangat signifikan setiap tahunnya, terbukti dengan penjualan tahun 2021 sebanyak 632.921 ton produksi makanan, tahun 2020 sebanyak 593.072 ton produksi makanan, dan tahun 2019 sebanyak 549.104 ton produk yang dihasilkan perusahaan di setiap tahunnya. Sedangkan pada PT. Siantar Top Tbk meningkat signifikan tetapi dibandingkan PT. Mayora Indah Tbk, dapat dikatakan bahwa perusahaan PT. Siantar Top Tbk penjualannya masih terbilang rendah. Dapat dilihat pada tahun 2021 sebanyak 100.365 ton, tahun 2020 sebanyak 100.365 ton, dan tahun 2019 sebanyak 98.224 ton. Dengan demikian, tingkat persaingan setiap perusahaan semakin ketat dikarena perusahaan yang bergerak pada sektor industri makan bersaing untuk mendapatkan konsumen dalam menghasilkan laba penjualan yang meningkat.

Salah satu perusahaan yang bergerak dalam 12ndustry makanan ringan adalah PT Siantar Top Tbk yang melakukan produksi dengan menggunakan mesin-mesin berkualitas dari Eropa. PT Siantar Top Tbk telah berdiri sejak tahun 1972 dan pada tahun 1996 menjadi pelopor 12ndustry makanan ringan di Jawa Timur serta menjadi perusahaan yang tercatat di Bursa Efek Indonesia. Pemilik PT Siantar Top Tbk adalah Shindo Sumidomo, beliau melakukan banyak riset untuk menciptakan makanan yang layak konsumsi hingga beliau memutuskan mulai usahanya sendiri.

Perkembangan PT Siantar Top Tbk awalnya membuat ekspansi di beberapa kawasan asia yaitu Cina. Shindo Sumidomo memiliki keyakinan bahwa usaha yang didirikannya akan menjadi perusahaan dengan merk makanan terkenal di pasar Nasional dan Internasional.

Dikutip dari website resmi PT Siantar Top Tbk mendapatkan beberapa penghargaan, seperti *Global Brand Developer* pada tahun 2007, *The Best Quality Product of The Year* pada tahun 2013, *The Best Manufacturing Company of The Year* pada tahun 2014, dan *Top brand for Kids* pada tahun 2016. Dengan berbagai penghargaan PT Siantar Top Tbk, maka perlu melakukan penelitian untuk menganalisis tingkat pertumbuhan pasar dan pangsa pasar PT Siantar Top Tbk agar mampu bersaing dengan 13 industry makanan ringan lainnya.

TINJAUAN PUSTAKA **Pengertian Matriks *Boston Consulting Group* (BCG)**

Boston Consulting Group (BCG) merupakan suatu perusahaan biro konsultasi manajemen yang berasal dari Amerika Serikat dan telah didirikan pada tahun 1963. Perusahaan BCG adalah salah satu perusahaan dari tiga perusahaan biro konsultasi strategi dengan pendapatan terbesar dunia, dimana pendapatan tersebut sebesar 11 milyar USD pada tahun 2021. Dengan pendiri BCG Bruce Henderson dan beralamat di Boston, Massachussets, Amerika serta jumlah karyawan sebanyak 21.000 orang dan cabang BCG sebanyak lebih dari 90 kantor.

Matrik BCG merupakan organisasi multidivisi yang bertujuan untuk mengelola portofolio bisnis dengan mengamati pangsa pasar relatif dan tingkat pertumbuhan setiap devisi perusahaan (Parmansyah, 2022). Matrik BCG juga dapat membantu perusahaan dalam menentukan pengalokasian sumber daya manusia serta sebagai alat ukur analisis dalam pemasaran merek, manajemen produk dan manajemen strategis (Rofiudin, 2020).

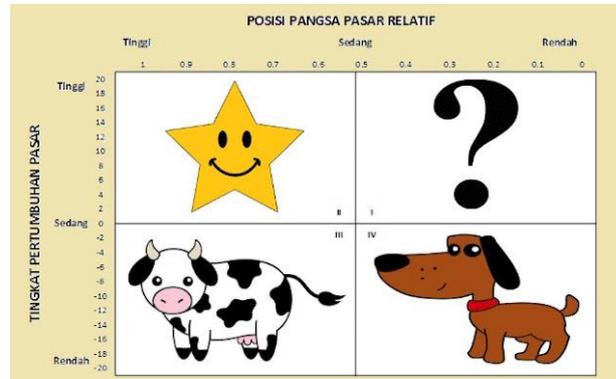
Adapun tujuan dari matriks *Boston Consulting Group* sebagai berikut: (Ahmad, 2020)

1. Mengembangkan strategi pangsa pasar untuk portofolio produk berdasarkan karakteristik *cash flow* perusahaan
2. Mengembangkan portofolio produk perusahaan sehingga mengetahui kekuatan dan kelemahan perusahaan
3. Memberikan keputusan mengenai investasi produk yang tidak menghasilkan keuntungan bagi perusahaan
4. Mengalokasikan anggaran pemasaran produk untuk memaksimalkan *cash flow* jangka panjang
5. Mengukur kinerja manajemen berdasarkan kinerja produk di pasar
6. Mengetahui posisi relative dari unit bisnis yang diteliti sehingga strategi sesuai dengan kebutuhan

Berdasarkan tujuan matrik Boston Consulting Group, maka dapat diketahui bahwa tujuan utama BCG adalah mengetahui apakah produk layak diperjualbelikan dan adanya dukungan dana supaya produk dapat bertahan dalam berkontributor kepada kinerja perusahaan pada jangka panjang.

Komponen Matriks *Boston Consulting Group* (BCG)

Matriks *Boston Consulting Group* terdiri dari matrik berukuran dua baris kali dua kolom. Kolom tersebut memiliki 4 kategori, yakni portofolio produk perusahaan dengan klasifikasi bisnis unit dan tingkat pertumbuhan pasar. Masing-masing kategori berupa bintang (*star*), sapi perah (*cash cows*), *dogs*, dan *question marks*.



Gambar 1 Matriks *Boston Consulting Group* (BCG)

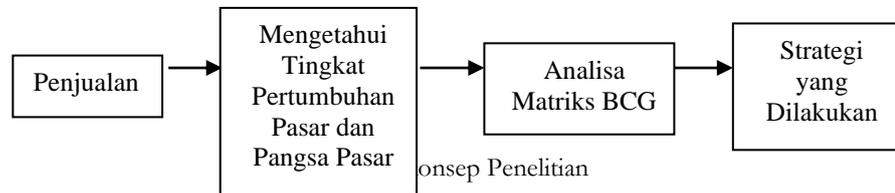
Sumber: <https://www.taupasar.com/2020/07/pengertian-matrix-bcg-untuk-analisis.html>

1. *Question Marks*
Question marks berfungsi sebagai unit yang memiliki potensi di pasar dengan pertumbuhan tinggi tetapi pangsa pasar rendah, dimana kuadran *question marks* membutuhkan dana besar karena mengeluarkan dana perusahaan. *Question marks* merupakan suatu perusahaan harus teliti dan bekerja keras untuk menentukan perusahaan apakah harus menyalurkan dana pada bisnisnya. Kuadran ini dapat berpeluang masuk ke kuadran *stars* apabila diterima oleh konsumen. Strategi yang sesuai dengan kuadran ini adalah "Build" yakni perusahaan mengembangkan produk sampai mencapai kuadran *stars*.
2. Bintang (*Stars*)
Stars adalah pimpinan pasar yang berkembang dengan cepat tetapi tidak berarti, dimana *stars* dapat memberikan arus kas positif pada perusahaan apabila kuadran *question marks* berhasil, maka bisnis akan masuk ke kuadran *stars*. Strategi yang digunakan pada kuadran ini "Tahan" untuk berada di kuadran ini bukan menurun.
3. *Cash Cows*
Dimana produk lama yang berkembang secara maksimal tidak hanya penjualan yang besar dan menghasilkan *cash cows*. Kuadran ini dapat menggunakan strategi "Panen" dengan mengalihkan dana untuk membantu produk pada kuadran lainnya yang membutuhkan perkembangan. *Cash cows* menunjukkan bisnis mengalami pertumbuhan setiap tahun kurang dari 10% namun tetap memiliki pangsa pasar terbesar.
4. *Dogs*
Dimana produk di kuadran ini merupakan produk yang sangat menguntungkan bagi perusahaan disebabkan oleh kurang diketahui di pasaran dan rendahnya penjualan. Strategi yang digunakan pada kuadran ini "Divest" yaitu dengan menghilangkan

produk tersebut.

Konsep Penelitian

Adapun konsep dari penelitian ini:



METODE PENELITIAN

Metode penelitian menggunakan analisis deskriptif dengan menggambarkan data yang terkumpul sebagaimana untuk membuat kesimpulan secara umum. Jenis data penelitian adalah data kuantitatif berupa angka yang bersifat pasti. Berdasarkan sumber data merupakan data sekunder yang diperoleh dari penelitian tidak langsung dari objek penelitian. Peneliti memperoleh data dari laporan keuangan perusahaan yang dipublish di Bursa Efek Indonesia (BEI) dan dari website perusahaan. Pengumpulan data penelitian ini menggunakan metode dokumentasi secara tidak langsung ditujukan kepada subjek penelitian. Metode penelitian ini melakukan pencatatan atau mengumpulkan data-data perusahaan yang bersangkutan. Populasi dalam penelitian ini perusahaan yang bergerak pada sektor makanan yang tercatat di BEI sebanyak 12 perusahaan. Sampel dalam penelitian ini PT Siantar Top Tbk.

Teknik analisis data dengan menggunakan analisis Matrik Boston Consulting Group (BCG) yang digunakan untuk mengetahui tingkat pertumbuhan pasar pada PT Siantar Top Tbk berdasarkan pangsa pasar. Matriks BCG ditentukan dua faktor sebagai berikut:

1. Tingkat pertumbuhan pasar diukur dengan:

$$TPP = \frac{VP N - VP N1}{VP N1}$$

Keterangan:

TPP = Tingkat Pertumbuhan Pasar

VP N = Volume Penjualan Tahun Terakhir

VP N1 = Volume Penjualan Tahun Sebelumnya

2. Pangsa pasar relatif diukur dengan:

$$PPR = \frac{VP N}{VP N}$$

Keterangan:

PPR = pangsa Pasar Relatif

VP N = Volume Penjualan Tahun Terakhir

VP N1 = Volume Penjualan Tahun Terakhir Pesaing

Dengan mengetahui pertumbuhan pasar serta pangsa pasar relatif, maka dapat diketahui posisi PT Siantar Top Tbk berdasarkan matrik *Boston Consulting Group* (BCG).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

PT Siantar Top Tbk merupakan perusahaan yang bergerak pada sektor makanan dengan memproduksi barang menggunakan mesin-mesin berkualitas yang berasal dari Eropa. Telah didirikan sejak

tahun 1972 sebagai distributor makanan ringan di Jawa Timur dan tahun 1996 PT Siantar Top Tbk tercatat di Bursa Efek Indonesia. Sehingga PT Siantar Top Tbk sudah berpengalaman selama 26 tahun. Dengan jumlah karyawan sebesar 3.128 orang dan memiliki 18 jenis produk.

Tingkat pertumbuhan pasar adalah proyeksi penjualan yang akan dialami. Tingkat pertumbuhan pasar dapat diukur dengan peningkatan presentase nilai dan satuan volume penjualan dua tahun terakhir yang bertujuan untuk mengetahui tingkat pertumbuhan pasar PT Siantar Top Tbk, sehingga membutuhkan penjualan tahun 2021 dan tahun 2020. Berikut data volume penjualan, tingkat pertumbuhan pasar dan pangsa pasar relatif perusahaan makanan.

Table 1 Penjualan, dan Tingkat Pertumbuhan Pasar

No	Nama Perusahaan	Penjualan		Tingkat Pertumbuhan
		2021	2020	
1	PT Mayora Indah Tbk	27.904.558.322.183	24.476.953.742.651	14%
2	PT Wilmar Cahaya Indonesia Tbk	5.359.440.530.374	3.634.297.273.749	47%
3	PT Siantar Top Tbk	4.241.856.914.012	3.846.300.254.825	10%
4	PT Nippon Indosari Corpindo Tbk	3.287.623.237.467	3.212.034.546.032	0,2%
5	Tri Banyan Tirta Tbk	366.966.569.109	321.520.485.934	14%
6	PT Delta Djakarta Tbk	681.205.785	546.336.411	24%
7	PT Indofood Sukses Makmur Tbk	99.345.618	81.731.469	21%
8	PT Multi Bintang Indonesia Tbk	2.473.681	1.995.009	23%
	TOTAL	40,794,172,948,915	11,014,703,636,960	

Sumber: Data diolah peneliti

Analisis Tingkat Pertumbuhan PT Siantar Top Tbk

Pada table diatas menunjukkan hasil pertumbuhan pasar perusahaan dengan rumus sebagai berikut:

$$\begin{aligned}
 & \text{TPP} \\
 &= \frac{4.241.856.914.012 - 3.846.300.254.825}{3.846.300.254.825} \times 100\% \\
 &= 10\%
 \end{aligned}$$

Maka hasil dari PT Siantar Top Tbk memiliki tingkat pertumbuhan

pasar sebesar 10%, PT Mayora Indah sebesar 14%, PT Wilmar Cahaya Indonesia Tbk sebesar 47%, PT Nippon Indosari Tbk sebesar 0,2%, PT Banyan Tirta Tbk sebesar 14%, PT Delta Djakarta Tbk sebesar 24%, PT Indofood Sukses Makmur Tbk sebesar 21%, dan PT Multi Bintang Indonesia Tbk sebesar 23%.

Analisa Pangsa Pasar PT Siantar Top Tbk

Pada table diatas dapat menunjukkan hasil dari pangsa pasar relatif perusahaan dengan rumus sebagai berikut:

$$PPR = \frac{4.241.856.914.012}{27.904.558.322.183} = 0,15 \text{ kali}$$

PT Mayora Indah Tbk diartikan sebagai pesaing potensial karena berdasarkan data diatas tahun 2020 dan tahun 2021 PT Mayora Indah Tbk menjadi produsen makanan dengan penjualan tertinggi.

Analisa Posisi Matriks BCG PT Siantar Top Tbk

Tingkat pertumbuhan pasar umumnya berdasarkan klasifikasi tinggi dan rendah sedangkan posisi relative competitor diberdakan berasarkan *market share* antara 1,0 dan 1,5, sehingga tergolong tinggi. Berdasarkan hasil perhitungan tingkat pertumbuhan pasar PT Siantar Top Tbk adalah 10%, hal ini dapat diartikan bahwa tingkat pertumbuhan pasar pada PT Siantar Top Tbk. Dan dari perhitungan pangsa pasar relatif pada tahun 2021 sebesar 0,15 kali.

SIMPULAN Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan maka dapat disimpulkan bahwa:

1. PT Siantar Top Tbk memiliki pertumbuhan pasar yang tinggi sebesar 10%
2. PT Siantar Top Tbk memiliki posisi pangsa pasar masih rendah sebesar 0,15 kali
3. PT Siantar Top Tbk didirikan pada tahun 1972 terletak pada posisi *question mark* yang menunjukkan posisi PT Siantar Top Tbk berada pada posisi pertumbuhan tinggi dan pangsa pasar yang rendah karena PT Siantar Top Tbk memiliki nilai pangsa pasar relatif lebih kecil dari satu (<1).

RUJUKAN Arman, Dr. Ir. (2020). *Manajemen Strategis*. Makassar. CV. Nas Media Pustaka.

Parmansyah, Dr. H. Arman. (2022). *Manajemen Strategis, Strategis, Konsep, dan Proses Organisasi*. Bekasi

Permenkes No. 63. (2015). Perubahan atas Peraturan Menteri Kesehatan No. 30 Tahun 2013 Tentang Pencantuman Kandungan Gula, Garam, dan Lemak serta Pesan Kesehatan untuk Pangan Olahan dan Pangan Siap Saji

Rofiudin, Muhammad dan Roni A. Aditmana. (2020). *Kepanjen. Pengantar Bisnis Dilengkapi Dengan Analisis Studi di Kelayakan Bisnis*. Ae Publishing.

<https://p2ptm.kemkes.go.id/uploads/VHcrbkVobjRzUDN3UCs4eUJ0dVBndz09/2018/10/Permenkes No 30 Th 2013 Gula Garam Lemak.pdf>

<https://economy.okezone.com/read/2014/03/05/278/950297/sian>

[tar-top-beli-mesin-produksi-biskuit-dari-eropa](https://id.wikipedia.org/wiki/Boston_Consulting_Group)
https://id.wikipedia.org/wiki/Boston_Consulting_Group
<https://emiten.kontan.co.id/perusahaan/25/Tri-Banyan-Tirta-Tbk>
<https://wilmarcahayaindonesia.com/annual>
https://www.deltajkt.co.id/file/laporan_tahunan/AnnualReport2021.pdf
https://www.idx.co.id/StaticData/NewsAndAnnouncement/ANNOUNCEMENTSTOCK/From_EREP/202205/b53ec5d381_6fba45a71f.pdf
<https://emiten.kontan.co.id/perusahaan/360/Multi-Bintang-Indonesia-Tbk>
<https://mayoraindah.co.id/content/Laporan-Keuangan-Tahunan-23>
<https://emiten.kontan.co.id/perusahaan/445/Nippon-Indosari-Corpindo-Tbk>
<https://siantartop.co.id/wpcontent/uploads/2022/06/tahunan2021.pdf>