

## ABSTRAK

Setiap perusahaan menginginkan produknya dapat diterima oleh masyarakat. Oleh karena itu setiap perusahaan harus dapat mengoptimalkan strategi pemasaran guna untuk mencapai tujuan perusahaan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman pada UD. Mutiara Motor serta mengetahui tingkat perusahaan pada matriks kuadran BCG. Penelitian ini menggunakan metode Matrik *Boston Consulting Group* (BCG) dan Matrik SWOT.

Dari hasil penelitian menggunakan matrik BCG, maka dapat diketahui tingkat pertumbuhan pasar penjualan motor pada UD. Mutiara Motor sebesar 27% yang berarti memiliki pertumbuhan pasar yang tinggi. Perhitungan dengan matrik BCG mengenai tingkat pertumbuhan pasar (*marker growth*) dan pangsa pasar relatif (*market share*) maka dapat diketahui posisi Honda berada pada posisi bintang (*stars*) yang menunjukkan posisi Honda berada pada pertumbuhan pasar tinggi dan pangsa pasar tinggi. Strategi yang dapat digunakan Honda pada posisi ini adalah dengan melakukan investasi untuk memperkuat posisi dominannya dalam membuka cabang didaerah lain untuk meningkatkan penjualan dan mempertahankan posisi Bintang/Star tersebut.

Selanjutnya, berdasarkan hasil analisis yang dilakukan dengan metode BCG dan SWOT tersebut, maka sebaiknya perusahaan mempertahankan posisi/keadaan unit usaha pada posisi baik (*star*) tersebut dengan meningkatkan kualitas produk yang ditawarkan, mengoptimalkan promosi serta meningkatkan pelayanan yang akan diberikan kepada masyarakat dengan tujuan menarik dan meningkatkan pangsa pasar UD. Mutiara Motor.

**Kata kunci:** Matriks BCG, Matrik SWOT, Penentuan Strategi Pemasaran