

BAB 1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan dunia usaha pada era moderen saat ini membuat pesaingan di dunia usaha menjadi sangat tinggi, ketat dan pesat sehingga mendorong perusahaan untuk kegiatan persaingan pasar dalam mengaplikasikan pelayanan terbaik untuk menarik konsumen. Pemasaran merupakan suatu kegiatan atau sistem yang selalu berhubungan dan berkaitan antara kegiatan perencanaan dan pelaksanaan produk berupa jasa atau barang, distribusi, harga dan promosi yang dilaksanakan perusahaan untuk menarik kelompok konsumen. Setiap perusahaan berlomba untuk menjadi yang terbaik dalam menarik dan memuaskan konsumen dengan sumberdaya yang ada di perusahaan, dengan memanfaatkan sumberdaya yang terbatas setiap perusahaan merancang strategi pemasaran yang baik guna untuk mempertahankan pasar dan menarik konsumen baru.

Strategi pemasaran merupakan alat atau media yang penting bahkan diperlukan oleh perusahaan agar dapat berperan aktif untuk menguasai dan mempertahankan pasar yang diinginkan. Sehingga perusahaan bisa menentukan langkah-langkah kedepan untuk memajukan pemasaran menggunakan strategi-strategi yang tepat dan akurat untuk mencapai omset pemasaran yang diinginkan. Strategi yang dibuat dan dimiliki oleh perusahaan bisa berdampak positif bagi langkah perusahaan kedepannya. Pelaksanaan strategi pemasaran berlangsung terus menerus karena berkaitan dengan pengambilan keputusan tentang biaya pemasaran, bauran pemasaran, dan segmentasi pemasaran. Tujuan utama perencanaan strategis adalah agar perusahaan dapat melihat secara obyektif kondisi-kondisi eksternal dan internal sehingga perusahaan dapat mengantisipasi perubahan lingkungan. Dalam melakukan pemasaran perlu diperhatikan strategi pemasaran yang berkaitan dengan produk, harga, promosi, dan distribusi. Empat variabel tersebut menunjukkan pandangan penjual tentang kiat pemasaran yang tersedia untuk mempengaruhi konsumen (Kotler, 2004:16).

Perusahaan Rokok QULBU merupakan unit bisnis yang berlokasi di Desa Ampelan, Kecamatan Wringin, Kabupaten Bondowoso. Perusahaan QULBU, PR berdiri sekitar tiga tahun lalu. Pemilik perusahaan ini adalah bapak Dwi Rauf Surayana Hermanto. Perusahaan berlokasi di Desa Ampelan Kecamatan Wringin Kabupaten Bondowoso. Perusahaan Rokok QULBU Sejak berdiri pada tahun 2018 mengalami fluktuasi pendapatan yang tidak tentu disetiap tahunnya, sehingga berefek pada tidak stabilnya dalam menjalankan usaha. Sekmen pemasaran pada Perusahaan Rokok Qulbu cenderung tidak berkembang bahkan mengalami kemunduran. Perusahaan Rokok Qulbu menggumakan agen dan sales sebagai alat pemasaran utama akan tetapi beberapa tahun belakangan pihak Perusahaan Rokok Qulbu hanya mengandalkan agen dalam mendistribusikan peroduknya sedangkan sales sudah tidak dipakai lagi oleh perusahaan, dengan tidak adanya sales perusahaan sulit untuk mengasi pasar lokal, Perusahaan Rokok Qulbu cenderung memasarkan produknya melalui agen luar kota sehingga produk sulit untuk menguasai pasar lokal. hal tersebut sangat berpengaruh terhadap penjualan karena hanya menggunakan satu alat pemasaran. Beruntung dimasa awal pandemi COVID seperti ini perusahaan mengalami peningkatan penjualan. Kondisi tersebut menjadi suatu keuntungan bagi perusahaan karena pengkonsumsi rokok yang tergolong tinggi namun pendapatata masyarakat cenderung menurun, menyebabkan banyak masyarakat beralih kepada rokok dengan harga yang lebih murah dan rokok dari perusahaan QULBU merupakan salah satu opsi rokok murah yang ada di Kecamatan Wringin. Akan tetapi pada pemberlakuan PPKM perusahaan sempat tidak berproduksi karena ketatnya peraturan dan ada karyawan yang terjangkit covid dan para kariawan yang tidak mau melakukan vaksin. Akan adanya situasi tersebut tidak menutup kemungkinan setelah pandemi berakhir penjualan bisa saja tetep atau menurun karena kembalinya pendapatan masyarakat.

Berdasarkan permasalahan diatas, maka perlu dirancang sebuah strategi pemasaran untuk mempertahankan eksistensi perusahaan memperluas pangsa pasar dan tidak mengalami naik turunnya pendapatan ditengah era persaingan ketat saat ini. Menentukan strategi pemasaran yang baik dengan cara menganalisis

faktor internal dan eksternal perusahaan. berdasarkan hasil analisis tersebut maka akan ditemukan strategi pemasaran yang tepat bagi perusahaan guna untuk mempertahankan dan mengembangkan usaha. Strategi pemasaran dilakukan dengan cara memaksimalkan kekuatan yang dimiliki oleh perusahaan untuk memaksimalkan peluang yang ada dan menutupi kekurangan yang dimiliki oleh perusahaan. Metode yang digunakan untuk menentukan strategi pemasaran yang tepat dan sesuai adalah dengan menggunakan analisis SWOT dan dilanjutkan dengan analisis QSPM.

Analisis SWOT merupakan alat untuk kemampuan internal dan eksternal perusahaan, Rangkuti (2017). Perusahaan dapat mengetahui kekuatan dan kelemahan yang ada diperusahaan, sehingga bisa memaksimalkan kekuatan perusahaan dan meminimalfkan kekurangan perusahaan. memberikan informasi tentang adanya peluang dan ancaman yang ada. Analisis QSPM merupakan suatu alat untuk mengetahui dan menentukan strategi prioritas yang dapat diterapkan dalam perusahaan, David (2016). Analisis ini membantu untuk menentukan strategi terbaik dari yang terbaik, dari beberapa strategi yang ada QSPM membantu untuk memilih strategi terbaik dari berbagai strategi yang sudah ada. Dengan menggunakan dua strategi tersebut diharapkan dapat memberi manfaat bagi perusahaan untuk menerapkan strategi pemasaran yang tepat sehingga perusahaan bisa berkembang lebih baik kemudian.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan masalah yang dihadapi di latar belakang, dapat dirumuskan beberapa masalah sebagai berikut :

1. Apakah faktor internal dan eksternal yang menjadi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman Strategi Pemasaran Perusahaan Rokok QULBU Kecamatan Wringin Kabupaten Bondowoso?
2. Strategi apakah yang dapat diterapkan dalam Perusahaan Rokok QULBU Kecamatan Wringin Kabupaten Bondowoso?
3. Apakah strategi prioritas yang tepat untuk digunakan oleh Perusahaan Rokok QULBU Kecamatan Wringin Kabupaten Bondowoso?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang sudah ada, maka tujuan penelitian ini adalah :

1. Menganalisis faktor-faktor internal dan eksternal yang menjadi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman didalam Perusahaan Rokok QULBU Kecamatan Wringin Kabupaten Bondowoso.
2. Menganalisis informasi strategi alternatif yang dapat diterapkan dalam Perusahaan Rokok QULBU Kecamatan Wringin Kabupaten Bondowoso.
3. Menganalisis strategi-strategi prioritas yang tepat untuk digunakan oleh Perusahaan Rokok QULBU Kecamatan Wringin Kabupaten Bondowoso.

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan latar belakang, rumusan masalah dan tujuan penelitian yang sudah ada, maka hasil dari penelitian ini diharapkan memberi manfaat sebagai berikut :

1. Bagi Perusahaan

Membantu mengetahui faktor-faktor internal dan eksternal perusahaan untuk digunakan sebagai evaluasi guna meningkatkan penjualan Perusahaan Rokok QULBU Kecamatan Wringin Kabupaten Bondowoso.

2. Bagi Peneliti

Untuk menambah wawasan dan ilmu baru terhadap peneliti tentang strategi pemasaran produk rokok dan mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi pemasaran pada Perusahaan Rokok QULBU Kecamatan Wringin Kabupaten Bondowoso.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Dapat digunakan sebagai referensi untuk peneliti-peneliti selanjutnya tentang strategi pemasaran.