

BAB 1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Jember adalah sebuah kabupaten di wilayah Tapal Kuda dan terletak di wilayah tersebut Provinsi Jawa Timur. Kabupaten Jember dikenal sebagai pusat produksi tembakau terbaik di dunia dengan nama tembakau Besuki Na-oogst (BNO). Melalui potensi tembakau BNO, Kabupaten Jember sudah lama dikenal dan melegenda sebagai kota tembakau dan sebagai produsen dan penghasil tembakau berkualitas tinggi, tidak hanya di pasar nasional, namun juga di beberapa negara Eropa seperti Bremen – Jerman, Swiss, Denmark, Belanda, Spanyol, Italia, dan Prancis. Tembakau cerutu adalah daun tembakau utuh yang dikeringkan dan difermentasi. Tembakau cerutu adalah bahan baku dari cerutu itu sendiri, yakni satu gulungan daun tembakau utuh. Berbeda juga rokok yang terbuat dari tembakau rokok tembakau, dihancurkan dan ditambahkan beberapa zat seperti nikotin dan pemanis rokok yaitu selulosa mikrokristalin. Tembakau dikeringkan dan difermentasi tanpa zat oleskan semuanya dan biarkan benar-benar kering Sedangkan cerutu dibiarkan benar-benar kering karena digunakan sebagai bahan baku cerutu dalam proses selanjutnya itu hanya digulung dengan ketebalan yang diinginkan.

CV Dwipa Nusantara Tobacco Kabupaten Jember didirikan pada awal tahun 2019. CV ini terletak di Kabupaten Jember yang dikenal sebagai salah satu sentra produksi tembakau dunia. Perusahaan ini didirikan oleh dua orang sahabat karib yaitu Aditya Kevin Prananda dan Ahmad Budi Septiadi. Terlalu banyak sumber daya tembakau di Indonesia yang diabaikan, CV Dwipa Nusantara Tobacco Kabupaten Jember berkomitmen untuk membangkitkan semua sumber daya tersebut melalui produksi Cerutu terbaik Indonesia. CV Dwipa Nusantara Tobacco memiliki dua macam merek produk cerutu yaitu merek seri Joker dan merek seri Johnny. Produk cerutu seri Joker merupakan cerutu dengan jenis long filler. Sedangkan seri Johnny merupakan cerutu

dengan jenis short filler. Selain itu DNT Cigars memiliki beberapa label pribadi dan beberapa merek dengan mitra kerja. Satu hal utama dari merek-merek yang diproduksi oleh DNT Cigars yaitu semua line up brand mewakili kebangkitan cerutu Indonesia.

CV Dwipa Nusantara Tobacco berlokasi di Jalan Koprul Soetomo nomor 288, Desa Karanganyar, Kecamatan Ambulu, Kabupaten Jember. Jarak tempuh dari kota Jember menuju lokasi perusahaan yaitu 36 Km. Sedangkan dari kota terdekat yaitu Banyuwangi jarak tempuh menuju lokasi perusahaan berjarak 125 Km dan dari Kabupaten Bondowoso menempuh jarak 70 Km. Letak perusahaan ini sangat strategis karena dekat dengan jalan raya dan lahan tembakau petani serta gudang besar pemasok daun tembakau cerutu. CV Dwipa Nusantara Tobacco memiliki dua bangunan yang terbagi menjadi dua divisi yaitu divisi produksi (pabrik) dan divisi leaf (gudang leaf). Bangunan divisi produksi dengan divisi leaf berjarak 500 meter. Divisi produksi memiliki luas lahan sebesar 12m x 17m. Sedangkan bangunan divisi leaf terletak di depan divisi produk dengan luas lahan sebesar 17m x 30m. Fasilitas yang ada pada bangunan divisi produksi atau pabrik terdapat kantor umum, ruang fermentasi (aging), ruang molding, ruang produksi, ruang freezer, ruang bahan baku, dan kamar mandi. Sedangkan fasilitas yang tersedia di divisi leaf (gudang leaf) terdapat gudang bahan baku tembakau, ruang fermentasi, ruang sortir, ruang meeting, dan kamar mandi.

Persaingan bisnis saat ini sangat menuntut perusahaan untuk terus berinovasi dan memberikan hasil berbeda. Banyak hal yang dapat mempengaruhi bisnis perusahaan untuk bisa bersaing dengan perusahaan lain atau setidaknya mampu bertahan di pasar yang ramai. Manajemen di perusahaan penting untuk mengetahui bagaimana menganalisis lingkungan internal dan eksternal perusahaan atau industri untuk mengetahui apakah tujuan perusahaan dapat tercapai tanpa mengorbankan atau mengurangi visi dan misi diimplementasikan. Analisis kondisi yang tepat di perusahaan khususnya untuk lingkungan internal dan eksternal tentunya akan memberikan kenyamanan dan perumusan yang tepat bagi perusahaan sesuai

dengan strategi pemasaran yang akan dilaksanakan. Permasalahan dalam strategi pemasaran pada CV *Dwipa Nusantara Tobacco* ialah belum mampu memasarkan produk cerutu merek Jhonny secara optimal dan tidak terdapat tenaga kerja khusus untuk kegiatan promosi. Sehingga diperlukan pengoptimalan secara online melalui media sosial seperti : Tokopedia, Instagram, Whatsapp, Tiktok tidak berjalan dengan lancar karena pemasaran yang dilakukan tidak membuat inovasi konten pengenalan cerutu Jhonny untuk menarik minat masyarakat menggunakan Rokok cerutu Jhonny.

Dalam beberapa tahun terakhir, pengembangan tren dalam industri cerutu dan gaya hidup mewah dan minat yang meningkat pada produk premium telah mendokumentasikan perubahan besar. Setelah identik dengan budaya klasik dan kelompok -kelompok tertentu, cerutu umumnya dijual sebagai simbol ketenaran, relaksasi dan status sosial. Fenomena ini mendorong personel bisnis untuk menerapkan strategi pemasaran yang lebih kreatif dan tersegmentasi dan beradaptasi dengan perubahan preferensi konsumen dan tantangan peraturan yang semakin keras. Di tengah-tengah konferensi global dan nasional yang intensif, berbagai merek cerutu dalam hal mendongeng, pendekatan merek eksklusif dan pemasaran berbasis masyarakat didukung untuk memperkuat posisi mereka. Keberadaan lounge cerutu, motif cerutu, dan kolaborasi dengan gaya hidup merek lainnya merupakan strategi yang semakin populer. Selain itu, kemajuan teknologi digital akan membuka peluang baru melalui pemasaran online dan memperluas pasar cerutu ke generasi yang lebih muda dan beragam. Pendekatan ini menunjukkan bahwa pemasaran cerutu bukan lagi masalah produk, melainkan tentang konstruksi pengalaman dan identitas. Latar belakang ini membuatnya penting untuk memahami dinamika bisnis pemasaran cerutu saat ini dan tantangan serta peluang yang ada.

Berdasarkan permasalahan yang sedang dihadapi oleh CV *Dwipa Nusantara Tobacco Kabupaten Jember* diperlukan adanya suatu strategi pemasaran yang tepat agar usaha terus berkembang dan bisa mewujudkan visi yang sudah ada. Oleh sebab itu peneliti tertarik untuk analisis strategi

pemasaran yang tepat pada CV Dwipa Nusantara Tobacco Kabupaten Jember dalam memasarkan produknya dengan mempertimbangkan aspek kekuatan, kelemahan, peluang serta ancaman dengan menggunakan matriks SWOT dalam pengambilan keputusan serta menggunakan Matriks QSPM untuk menentukan prioritas strategi pemasaran yang tepat.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang ada di atas, maka dapat diperoleh permasalahan sebagai berikut :

1. Faktor-faktor apa saja yang menjadi kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*) pada strategi pemasaran cerutu CV Dwipa Nusantara Tobacco Kabupaten Jember?
2. Bagaimana strategi alternatif pemasaran yang tepat pada pemasaran cerutu CV Dwipa Nusantara Tobacco Kabupaten Jember?
3. Bagaimana menetapkan prioritas strategi yang tepat dalam strategi pemasaran cerutu CV Dwipa Nusantara Tobacco Kabupaten Jember?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka di dapat tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Mengidentifikasi faktor-faktor yang menjadi kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*) pada pemasaran cerutu CV Dwipa Nusantara Tobacco Kabupaten Jember.
2. Merumuskan strategi alternatif pemasaran cerutu yang diproduksi oleh CV Dwipa Nusantara Tobacco Kabupaten Jember.
3. Menentukan strategi prioritas pemasaran cerutu yang di produksi oleh CV Dwipa Nusantara Tobacco Kabupaten Jember.

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan latar belakang, rumusan masalah dan tujuan di atas, maka diharapkan penelitian ini dapat memberi manfaat sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan

Sebagai sumber informasi dan sebagai ide bagi pihak CV Dwipa Nusantara Tobacco Kabupaten Jember khususnya mengenai strategi yang dapat diterapkan dalam proses pemasaran cerutu agar lebih berdaya saing.

2. Bagi Penulis

Sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan di perguruan tinggi. Selain itu, penelitian ini membuat peneliti dapat mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang merupakan kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*), serta mengidentifikasi strategi prioritas yang tepat dalam pemasaran cerutu CV Dwipa Nusantara Tobacco Kabupaten Jember. Dan Penelitian ini merupakan kesempatan bagi penulis untuk mengembangkan ilmu dalam penerapan teori-teori yang diperoleh dari perkuliahan pada kegiatan ekonomi khususnya dalam konteks manajemen pemasaran yang terjadi di masyarakat.

3. Bagi Pembaca

Sebagai bahan informasi dan referensi bagi peneliti selanjutnya yang tertarik untuk mempelajari lebih lanjut tentang strategi pemasaran cerutu yang di produksi oleh CV Dwipa Nusantara Tobacco Kabupaten Jember.