

BAB 1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi yang semakin pesat dewasa ini membawa pengaruh yang cukup besar bagi perekonomian di dunia maupun di Indonesia. Para pelaku bisnis nasional perlu menyadari bahwa dalam situasi persaingan yang sangat ketat ini menuntut perusahaan untuk membuat suatu strategi pemasaran guna mempertahankan dan mengembangkan pasar.

Industri pengolahan komoditas pertanian selain mengolah hasil pertanian juga mempunyai tujuan untuk memperoleh keuntungan guna mempertahankan kelangsungan usahanya. Oleh karena itu perusahaan perlu melakukan suatu identifikasi untuk mengetahui kelemahan dan kekuatan perusahaan, karena dengan melakukan analisis tersebut, perusahaan dapat melihat peluang dan ancaman yang dihadapinya. Identifikasi tersebut sangat diperlukan karena hal ini juga efektif untuk mengetahui strategi yang perlu digunakan oleh perusahaan.

Strategi pemasaran merupakan salah satu kunci keberhasilan suatu produk yang dapat dilakukan oleh perusahaan. 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).

Tembakau selain merupakan bahan baku utama pada produksi rokok juga salah satu komoditi agribisnis andalan yang memberikan kesempatan kerja luas dan memberikan pendapatan bagi masyarakat. Pada budidaya tembakau cukup tinggi dibandingkan komoditi pertanian yang lainnya. Artinya dengan modal

relatif rendah, usaha tersebut dapat memberikan pekerjaan pada sejumlah orang lebih banyak dibandingkan usaha pada komoditi lain.

Perusahaan Rokok Xsis merupakan salah satu unit bisnis yang berlokasi di Kecamatan Wringin Kabupaten Bondowoso yang memproduksi rokok. Perusahaan yang berdiri sejak tahun 2013 ini telah mengalami fluktuasi pendapatan yang tidak menentu disetiap tahunnya, sehingga menyebabkan perusahaan tidak stabil dalam menjalankan usahanya. Perusahaan ini belum melakukan promosi yang maksimal untuk memasarkan produknya. Pemasaran produk pada perusahaan ini hanya dilakukan secara langsung dan melalui sales (*personal selling*).

Berdasarkan permasalahan yang telah diuraikan, maka perlu dirancang sebuah strategi guna mempertahankan dan memperluas pangsa pasar ditengah persaingan ketat. Penentuan strategi pemasaran yang baik adalah dilakukan dengan proses analisis terhadap faktor eksternal dan internal perusahaan. Berdasarkan analisis tersebut maka akan ditemukan strategi yang tepat untuk dilakukan perusahaan guna mempertahankan dan mengembangkan usahanya. Strategi pemasaran dilakukan dengan cara memaksimalkan kekuatan yang dimiliki oleh perusahaan untuk meraih peluang yang ada. Metode yang digunakan untuk penentuan strategi yang tepat adalah dengan menggunakan analisis SWOT, selanjutnya untuk menentukan prioritas strategi digunakan *Analytical Hierarchy Process* (AHP).

Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (strengths) dan peluang (opportunities), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (weaknesses) dan ancaman (threats). Setelah didapatkan beberapa strategi yang akan diterapkan berdasarkan analisis SWOT, maka langkah selanjutnya adalah memilih alternatif strategi yang paling tepat diterapkan dengan menggunakan *Analytical Hierarchy Process* (AHP).

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan permasalahan yang telah dijelaskan pada latar belakang maka dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Apakah yang menjadi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman pada proses pemasaran Perusahaan Rokok Xsis Kabupaten Bondowoso ?
2. Berdasarkan perumusan SWOT, strategi apakah yang sesuai dengan proses pemasaran pada Perusahaan Rokok Xsis Kecamatan Wringin Kabupaten Bondowoso ?
3. Berdasarkan metode Pilihan Pakar (*Expert Choice*), strategi manakah yang menjadi prioritas utama yang perlu diterapkan pada Perusahaan Rokok Xsis Kecamatan Wringin Kabupaten Bondowoso ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang diatas maka tujuan penelitian tersebut sebagai berikut :

1. Untuk menjelaskan aspek yang menjadi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman pada proses pemasaran Perusahaan Rokok Xsis Kecamatan Wringin Kabupaten Bondowoso ?
2. Untuk menentukan strategi yang sesuai dengan pemasaran pada Perusahaan Rokok Xsis Kecamatan Wringin Kabupaten Bondowoso ?
3. Untuk menentukan strategi yang menjadi prioritas utama yang perlu diterapkan pada Perusahaan Rokok Xsis Kecamatan Wringin Kabupaten Bondowoso ?

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian yang telah ditetapkan diatas maka manfaat dari penelitian ini diharapkan :

1. Bagi Perusahaan

Dapat digunakan sebagai bahan sarana evaluasi bagi perusahaan dalam memasarkan produk sehingga dapat dikenal oleh masyarakat luas serta dapat meningkatkan laba Perusahaan Rokok Xsis Kecamatan Wringin Kabupaten Bondowoso.

2. Bagi Peneliti

Untuk menambah wawasan, pengetahuan dan pengalaman dengan melihat adanya faktor kelemahan, kekuatan, peluang dan ancaman pada Perusahaan Rokok Xsis Kecamatan Wringin Kabupaten Bondowoso.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Dapat digunakan sebagai acuan bagi peneliti selanjutnya yang ingin lebih mendalami tentang strategi pemasaran pada suatu perusahaan agribisnis.