

BAB 1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Persaingan bisnis yang semakin ketat dewasa ini menuntut sebuah perusahaan untuk selalu melakukan upaya strategi agar dapat bersaing secara kompetitif dan menguasai pangsa pasar yang diharapkan. Bukanlah hal yang mudah bagi perusahaan untuk menjadi pemenang dalam persaingan yang semakin kompetitif ini, pihak perusahaan harus mengamati kondisi persaingan bisnis yang selalu berkembang atau berubah setiap saatnya. Selain itu perusahaan harus mempunyai langkah-langkah sendiri agar lebih unggul dibandingkan dengan pesaingnya, bukan hanya unggul dalam hal kualitas produk tetapi juga dalam hal pemasaran yang efektif.

Diperlukan adanya pengembangan strategi pada sebuah perusahaan untuk mengatasi ancaman dan merebut peluang yang ada. Perencanaan strategis merupakan proses analisis, perumusan dan evaluasi strategi-strategi. Tujuan utama perencanaan strategis adalah agar perusahaan dapat melihat dan mengetahui kondisi eksternal dan internal sehingga perusahaan dapat mengantisipasi perubahan lingkungan. Jadi perencanaan strategis penting untuk memperoleh keunggulan bersaing serta memiliki produk yang sesuai dengan harapan dan kebutuhan konsumen dengan dukungan sumber daya yang ada.

Jember merupakan kabupaten di Jawa Timur sebagai penghasil komoditi tembakau terbesar dan menjadi kabupaten dengan sumbangan produksi tembakau cerutu tertinggi yaitu sekitar 25% dari tembakau total produksi dunia. Menurut data BPS Jawa Timur, potensi tembakau kabupaten Jember pada tahun 2012 mencapai 31,284 ton. Melalui potensi tanaman tembakau ini Kabupaten Jember dikenal dengan julukan “Kota Tembakau”, bahkan tembakau dipakai juga pada lambang Kabupaten. Jember terkenal dengan tembakau jenis *Na Oogst* (BON), daun tembakau yang dihasilkan di Jember cocok dipakai sebagai bahan baku pembalut (*dekblad*), pembungkus (*omblad*), dan *filler* (isi).

Terkait pemasaran tembakau, terdapat masalah yang menjadi sedikit hambatan bagi perusahaan tembakau. Tembakau Jember yang kualitasnya tidak

kalah dengan tembakau Amerika dan Kuba tetapi dalam pemasaran dan produksinya masih kalah dengan negara-negara seperti China, India, Argentina, Brazil bahkan Amerika. Dikenal dengan kota tembakau tetapi dalam nyatanya setiap tahun luas areal tembakau di Jember terus berkurang. Ditambah lagi akibat anomali cuaca, produksi tembakau menurun. Pangsa pasar untuk jenis tembakau *dekblad* dan *omblad* yang awalnya sekitar 60%-70% kini hanya tinggal 34%, dan kekurangannya dipenuhi tembakau dari Honduras, Brasil, dan Cile.

PT. Gading Mas Indonesia Teguh (PT. GMIT) merupakan salah satu perusahaan swasta produsen dan eksportir tembakau di kabupaten Jember. Perusahaan ini juga merasakan dampak dari masalah pertembakauan Jember. PT. Kapasitas produksi dan penjualan tembakau yang dilakukan PT. GMIT selalu mengalami penurunan dari waktu ke waktu. Pada periode tahun 2015 saja PT. GMIT mengalami penurunan penjualan sebesar 50% dari periode tahun sebelumnya. PT. GMIT dituntut untuk memenuhi permintaan konsumen sedangkan produksi tembakau tidak maksimal. Kalau pasar luar negeri tidak mendapat cukup tembakau bahan cerutu dari PT. GMIT, mereka akan beralih ke negara lain. Untuk menyelamatkan pangsa pasar yang peluangnya masih besar ini, diperlukan adanya rumusan strategi yang tepat dalam meningkatkan eksistensi tembakau di pasar global.

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka perlu dilakukan studi penelitian mengenai “Strategi Pemasaran Tembakau Pada PT. Gading Mas Indonesia Teguh Kabupaten Jember”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka dapat dirumuskan beberapa masalah sebagai berikut :

1. Apakah yang menjadi kekuatan (*strength*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunity*), ancaman (*threat*) bagi pemasaran tembakau pada PT. Gading Mas Indonesia Teguh?
2. Alternatif strategi apakah yang dapat diterapkan dalam pemasaran tembakau pada PT. Gading Mas Indonesia Teguh berdasarkan analisis SWOT?

3. Prioritas strategi apakah yang dapat diterapkan dalam pemasaran tembakau pada PT. Gading Mas Indonesia Teguh berdasarkan analisis QSPM?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk menjelaskan apa yang menjadi kekuatan (*strength*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunity*), ancaman (*threat*) bagi pemasaran tembakau pada PT. Gading Mas Indonesia Teguh.
2. Merumuskan alternatif strategi yang dapat diterapkan dalam pemasaran tembakau pada PT. Gading Mas Indonesia Teguh berdasarkan analisis SWOT.
3. Menentukan prioritas strategi yang dapat diterapkan dalam pemasaran tembakau pada PT. Gading Mas Indonesia Teguh berdasarkan analisis QSPM.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut :

1. Bagi penulis, penelitian ini dapat menambah wawasan dan kompetensi di bidang manajemen strategis dan pemasaran.
2. Bagi perusahaan, penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumbangan pemikiran dan bahan pertimbangan dalam menyusun kebijakan yang lebih baik di masa yang akan datang, terutama dalam strategi pemasaran yang digunakan.
3. Bagi pembaca, penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan wacana untuk menambah wawasan ilmu pengetahuan dan pustaka untuk permasalahan yang sama pada masa yang akan datang.