

## **BAB 1. PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Indonesia dikenal sebagai negara agraris yang memiliki sumber daya alam melimpah di sektor perkebunan, salah satunya adalah komoditas tembakau yang telah menjadi bagian penting dalam struktur ekonomi nasional. Tembakau tidak hanya berfungsi sebagai bahan dasar industri rokok, tetapi juga memberikan kontribusi besar terhadap penerimaan negara melalui pendapatan cukai. Di tingkat global, Indonesia tercatat sebagai salah satu penghasil tembakau terbesar, dengan daerah-daerah utama penghasilnya mencakup Jawa Timur, Jawa Tengah, dan Nusa Tenggara Barat. Berdasarkan data dari Kementerian Pertanian pada tahun 2020, produksi tembakau di Jawa Timur mencapai lebih dari 85 ribu ton, sedangkan Jawa Tengah menghasilkan sekitar 48,3 ribu ton, dan NTB menyumbang sekitar 46 ribu ton. Angka-angka tersebut menunjukkan bahwa tembakau memiliki peranan yang cukup signifikan dalam meningkatkan ekonomi, baik di level daerah maupun nasional. Lebih jauh, industri hasil tembakau juga mampu menyerap jutaan tenaga kerja di berbagai tahapan mulai dari budidaya, pengolahan hingga distribusi. Bahkan, tercatat bahwa lebih dari lima juta orang terlibat dalam ekosistem industri ini. Tak hanya itu, sektor ini juga menjadi salah satu penyumbang terbesar bagi pendapatan negara, terutama melalui pajak dan cukai yang nilainya mencapai ratusan triliun rupiah setiap tahunnya. Fakta-fakta tersebut menjadikan tembakau sebagai komoditas yang tidak hanya bernilai ekonomi tinggi, tetapi juga strategis dalam konteks kebijakan pembangunan dan fiskal di Indonesia (Mulyatini dkk., 2023).

Fenomena yang terjadi selama beberapa tahun terakhir, industri tembakau di Indonesia juga dihadapkan pada berbagai fenomena bisnis yang semakin kompleks, khususnya pada aspek pemasaran. Peningkatan tarif cukai hasil tembakau, ketatnya regulasi pemerintah, serta perubahan pola permintaan pasar menyebabkan persaingan usaha tembakau menjadi semakin kompetitif, baik di

tingkat nasional maupun daerah. Kondisi tersebut menuntut pelaku usaha tembakau untuk tidak hanya mengandalkan kualitas produk, tetapi juga mampu merumuskan strategi pemasaran yang adaptif dan berorientasi pasar. Selain itu, perkembangan teknologi informasi dan distribusi turut memengaruhi pola transaksi dan hubungan antara produsen, pedagang perantara, dan konsumen akhir. Pelaku usaha yang masih mengandalkan pola pemasaran konvensional dan pelanggan tetap berpotensi mengalami stagnasi penjualan serta keterbatasan ekspansi pasar. Fenomena ini menunjukkan bahwa tanpa strategi pemasaran yang terencana dan berbasis analisis lingkungan internal dan eksternal, keberlangsungan dan daya saing usaha tembakau akan semakin terancam di tengah dinamika pasar yang terus berubah

Jawa Timur merupakan provinsi dengan kontribusi besar dalam industri tembakau nasional, di mana produksi tembakaunya menduduki peringkat tertinggi di Indonesia. Berdasarkan data Direktorat Jenderal Perkebunan tahun 2020, luas area tanam tembakau di provinsi ini mencapai sekitar 108,5 ribu hektar dengan total produksi mencapai 9,9 ribu ton. Pencapaian ini dipengaruhi oleh berbagai faktor utama seperti ketersediaan lahan, jumlah tenaga kerja yang terlibat, dan besarnya modal kerja yang digunakan. Menurut Safitri dkk., (2023) yang menunjukkan bahwa ketiga faktor tersebut secara positif memengaruhi tingkat produksi tembakau, di mana luas lahan dan modal kerja memberikan dampak yang signifikan. Dalam periode 2017 hingga 2021, produktivitas tembakau di Jawa Timur terus mengalami peningkatan yang stabil, mencerminkan keberhasilan pengelolaan sektor ini. Kabupaten Jember, sebagai salah satu sentra utama produksi tembakau di Jawa Timur, berperan penting dalam mendukung aktivitas budidaya dan industri tembakau lokal. Salah satu perusahaan yang berkontribusi dalam sektor ini adalah CV. Firmansyah di Kecamatan Ajung, yang tidak hanya terlibat dalam pengolahan hasil tembakau tetapi juga berperan dalam distribusinya ke berbagai pasar. Keberadaan perusahaan seperti ini tidak hanya mendukung perekonomian daerah melalui penyerapan tenaga kerja dan peningkatan pendapatan petani, tetapi juga turut menyumbang terhadap penerimaan negara dari sektor cukai dan ekspor komoditas tembakau.

CV Firmansyah Sejahtera adalah salah satu perusahaan yang bergerak di bidang produksi dan distribusi tembakau, beralamat di Jalan Yos Sudarso No. 52, Kecamatan Ajung, Kabupaten Jember. Perusahaan ini didirikan tahun 1997 oleh Bapak H. Agus Faturahman . Perusahaan ini berperan penting dalam pengolahan dan mendistribusikan hasil tembakau ke berbagai pasar lokal salah satunya di kabupaten Bondowoso, Pasuruan dan Bojonegoro.. Tembakau yang di produksi memiliki berbagai macam jenis yaitu *Jatim VO*, *Na Ost*, *Kasturi* dan lain sebagainya. CV Firmansyah saat ini memiliki total 206 pekerja yang dibagi menjadi 200 orang pekerja buruh harian, dan 6 orang sebagai staff. CV Firmansyah sendiri dapat menghasilkan sekitar 200 ton tembakau tiap tahun nya. Namun, dalam menjalankan bisnisnya, CV Firmansyah Sejahtera menghadapi berbagai tantangan, terutama dalam aspek pemasaran. Persaingan pasar yang semakin kompetitif, fluktuasi harga tembakau, serta perubahan preferensi konsumen menjadi beberapa faktor yang memengaruhi penjualan. Saat ini, strategi pemasaran CV Firmansyah masih berfokus pada konsumen lama yang telah menjadi pelanggan tetap yaitu pabrik rokok yang ada di Jawa Timur, tanpa adanya upaya signifikan untuk menarik konsumen baru. Ketergantungan yang tinggi terhadap pelanggan tetap ini menjadi kendala dalam ekspansi pasar, karena tidak adanya diversifikasi basis konsumen dapat menghambat pertumbuhan usaha dalam jangka panjang dan memperbesar risiko ketika terjadi perubahan perilaku atau preferensi dari pelanggan lama.

Dalam menghadapi tantangan tersebut, strategi pemasaran yang efektif menjadi salah satu kunci utama untuk meningkatkan daya saing dan volume penjualan. Strategi pemasaran tidak hanya bertujuan untuk mengenalkan produk kepada konsumen, tetapi juga mencakup usaha menciptakan nilai tambah, memperkuat loyalitas pelanggan, dan meningkatkan efisiensi distribusi. Menurut Srisusilawati dkk., (2023), strategi pemasaran yang baik adalah upaya untuk mengembangkan dan mempertahankan hubungan jangka panjang yang menguntungkan dengan pelanggan melalui penciptaan nilai yang unggul. Mereka juga menyatakan bahwa keberhasilan pemasaran sangat bergantung pada pemahaman terhadap kebutuhan dan keinginan pasar sasaran serta bagaimana

perusahaan memosisikan produknya di benak konsumen. Sejalan dengan hal tersebut, CV Firmansyah Sejahtera sebagai salah satu pelaku industri tembakau di Kecamatan Ajung, Kabupaten Jember, juga menghadapi tekanan persaingan yang cukup ketat. Persaingan ini tidak hanya datang dari perusahaan besar, tetapi juga dari produsen kecil yang mampu menawarkan harga lebih rendah atau distribusi yang lebih cepat. Oleh karena itu, perusahaan membutuhkan strategi pemasaran yang tepat agar tetap bertahan dan berkembang. Salah satu metode yang dapat digunakan adalah analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*) untuk mengidentifikasi berbagai faktor internal dan eksternal yang memengaruhi kegiatan pemasaran perusahaan. Penggunaan analisis SWOT telah terbukti efektif sebagaimana juga ditunjukkan dalam penelitian oleh Dian & Perdana, (2024), yang menunjukkan bahwa identifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dapat menghasilkan strategi yang lebih tepat sasaran dalam menghadapi tantangan industri. Penelitian ini diharapkan menjadi salah satu sumbangsih dalam memberikan strategi yang tepat di bidang pemasaran tembakau dan dapat mempertahankan kepercayaan konsumen terhadap kualitas dan kuantitas produk tembakau CV Firmansyah itu sendiri.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas maka rumusan masalah yang dapat di ciptakan sebagai berikut:

1. Faktor – faktor apa saja yang menjadi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dalam pemasaran Tembakau pada CV Firmansyah di Kabupaten Jember?
2. Strategi pemasaran alternatif apa yang dapat diterapkan CV Firmansyah untuk meningkatkan daya saing dan volume penjualan?
3. Prioritas strategi apa yang dapat diterapkan pada strategi pemasaran tembakau CV Firmansyah Kecamatan Ajung Kabupaten Jember

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka ditetapkan tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Mengidentifikasi faktor – faktor yang menjadi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dalam pemasaran Tembakau pada CV Firmansyah di Kabupaten Jember?
2. Merumuskan dan menjelaskan strategi pemasaran alternatif pada CV Firmansyah.
3. Menentukan dan menjelaskan strategi prioritas pemasaran untuk meningkatkan daya saing dan penjualan tembakau pada CV Firmansyah Kecamatan Ajung Kabupaten Jember

### **1.4 Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat yang diharapkan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Peneliti  
Dari penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan, pengetahuan, dan pengalaman kepada peneliti mengenai strategi pemasaran yang tepat dalam memasarkan Tembakau pada CV Firmansyah.
2. Bagi Perusahaan  
Dari penelitian ini diharapkan dapat dijadikan acuan untuk merumuskan strategi pemasaran yang lebih efektif guna meningkatkan daya saing dan volume penjualan tembakau pada CV Firmansyah.
3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Dari penelitian ini diharapkan dapat dijadikan bahan informasi dan literatur sebagai acuan bagi peneliti untuk melakukan penelitian strategi pemasaran Tembakau pada CV Firmansyah selanjutnya.