

## **I. PENDAHULUAN**

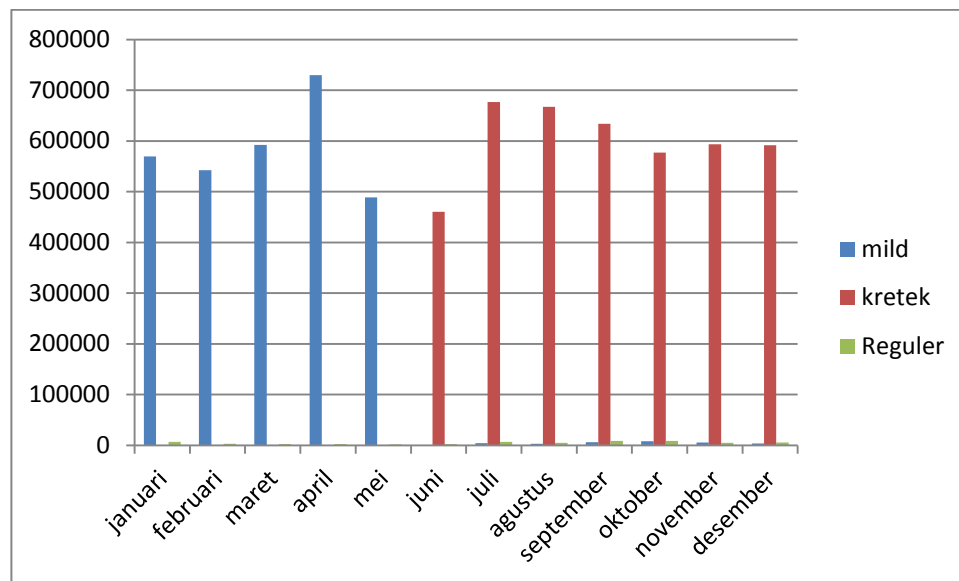
### **1.1 Latar Belakang**

Tembakau merupakan tanaman yang memberikan sumbangan besar bagi perekonomian rakyat maupun negara, salah satunya melalui olahannya yaitu Rokok. Industri rokok telah memegang peranan penting dalam perekonomian yang besar dalam masyarakat. Sejarah industri rokok sudah mengakar ratusan tahun sejak jaman penjajahan. Rokok biasanya berbentuk silinder dan kertas yang berukuran 70 mm sampai 120 mm. Pada umumnya rokok berdiameter 10 mm yang berisi daun tembakau dan cengkeh yang sudah melewati proses pengecilan (Kurniafitri 2015).

Menurut penelitian (Hasan 2013) menjelaskan bahwasanya provinsi penghasil tanaman tembakau terbesar adalah Jawa Timur sebesar 58,28 %. Salah satu penduduk yang banyak membudidayakan tanaman tembakau di propinsi Jawa Timur adalah penduduk pulau Madura, yang meliputi tiga kabupaten yaitu Sampang, Pamekasan, dan Sumenep.

Total produksi tembakau di Jawa Timur tahun 2015 mencapai 100.414 ton. Sedangkan di pulau Madura mencapai 25.384. Kabupaten Sampang pada tahun 2015 menghasilkan tembakau sebanyak 2.689, Kabupaten Pamekasan menghasilkan tembakau sebanyak 13.940 ton, dan Kabupaten Sumenep menghasilkan tembakau sebanyak 8.755 (Badan Pusat statistik Jawa Timur, 2018). Penduduk Madura lebih mengutamakan budidaya tembakau karena budidaya tembakau memberikan keuntungan lebih besar dari pada budidaya tanaman lain. Banyaknya jumlah tembakau yang ada di Madura membuat beberapa Industri memanfaatkan dan mengolah tanaman tembakau menjadi Rokok.

PR. Cahaya Pro adalah perusahaan rokok yang berada di daerah Pamekasan. PR. Cahaya Pro menggunakan tembakau kualitas terbaik. PR. Cahaya Pro memproduksi 5 jenis rokok yaitu: RC 16, RC 12, CP16, CPM 16 dan kretek 12. Setiap hari PR. Cahaya Pro memproduksi 200 pcs (16 batang dari berbagai jenis varian).



**Gambar 1.1.** Hasil Penjualan PR. Cahaya Pro 2019

Berkembangnya industri rokok di Madura secara tidak langsung menimbulkan persaingan. Persaingan yang terjadi dapat mempengaruhi hasil penjualan PR. Cahaya Pro dalam beberapa waktu terakhir. Oleh Karena itu, perlu adanya analisis strategi pemasaran terhadap PR. Cahaya Pro. Strategi pemasaran menurut Adi Susilo (2015) adalah menentukan segmentasi pasar dan target yang dituju. Suatu perusahaan harus memutuskan bagaimana cara melayani pelanggan dan memposisikan diri pada pasar dengan memberikan kebutuhan pada pelanggan dan memuaskan kebutuhan pelanggan.

Salah satu metode dalam merumuskan strategi pemasaran yaitu Metode SWOT. Metode SWOT bisa digunakan sebagai cara perumusan strategi pemasaran karena mudah dipahami dan dapat diterapkan diorganisasi apapun. Kelemahan metode SWOT menurut Whelen dan hunger dalam buku ismail sholihin (2012) adalah menghasilkan daftar peluang dan ancaman yang sangat panjang dan tidak ada pembobotan dalam menentukan strategi prioritas. Metode SWOT adalah cara menentukan strategi perusahaan yang dimulai dari menentukan faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi kondisi suatu perusahaan yaitu kelemahan, kekuatan, peluang, dan ancaman (Reca dan Hermanto 2016).

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang dapat disusun rumusan masalah sebagai berikut.

1. Apa saja kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman PR. Cahaya Pro?
2. Bagaimana strategi pemasaran yang dapat digunakan PR. Cahaya Pro?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan uraian rumusan masalah dapat disusun tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman PR. Cahaya Pro.
2. Mengetahui strategi pemasaran yang dapat digunakan oleh PR. Cahaya Pro.

## **1.4 Batasan Masalah**

Penelitian ini menggunakan metode SWOT (Strength, Weakness, Opportunities, Threat).

## **1.5 Manfaat**

### **1. Manfaat Bagi Perusahaan**

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan dan masukan dalam menjalankan usaha dengan menerapkan strategi pemasaran.

### **2. Manfaat Bagi Universitas**

Penelitian ini memberikan kontribusi keilmuan dalam bentuk pemecahan masalah dalam studi kasus di perusahaan dengan metode yang ada.