BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pembangunan yang pesat di segala bidang telah banyak merubah keadaan lingkungan dalam proses pembangunan dan pertumbuhan ekonomi suatu negara, guna menunjang suksesnya era pembangunan dewasa ini, diperlukan adanya partisipasi dari seluruh unsur-unsur yang terkait. Segala daya upaya serta aktivitas harus dikerahkan untuk menyukseskan pembangunan disegala bidang terutama sektor perekonomian dan mengejar segala ketinggalan negara kita dibanding negara kita yang sudah maju.

Di dalam pembangunan sektor ekonomi sangatlah diperlukan penanganan dan terintegrasi dalam memanfaatkan sumber kekayaan alam yang semakin menipis. Hal ini disebabkan oleh semakin terbukanya peluang untuk mendirikan industri-industri baik yang bergerak dalam bidang produksi perdagangan maupun jasa. Ini berarti produksi barang sejenis banyak bermunculan. Keadaan itu akan menimbulkan persaingan yang semakin kompetitif, sehingga mengakibatkan ruang gerak masing-masing perusahaan menjadi lebih sempit.

Kabupaten Bojonegoro merupakan merupakan kota kecil yang terletak dijalur pantai utara pulau jawa dengan pendapatan daerah yang tergolong lumayan tinggi untuk wilayah setingkat kota Bojonegoro. Selain itu

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

di Bojonegoro juga terdapat perusahaan rokok dengan wilayah pemasaran yang sudah hampir nasional. Meskipun ada anjuran pemerintah bahwa merokok dapat mengganggu kesehatan, namun tidak mengurangi pembeli konsumen terhadap rokok terbukti dengan volume penjualan perusahaan rokok yang tetap stabil bahkan terkadang relatif mengalami kenaikan.

Dimasa perekonomian dengan persaingan yang semakin intensif sekarang ini perusahaan dituntut memenangkan persaingan. Untuk mencapainya seorang manajer perusahaan harus membuat kebijakan baik intern maupun ekstern. Kebijakan intern yang ditempuh perusahaan yaitu memperhatikan unsur-unsur bauran pemasaran dalam pemasarannya. Sedangkan dalam menghadapi faktor eksternal yang merupakan faktor yang tidak terkendali tetapi mempunyai pengaruh yang kuat terhadap keberhasilan pemasaran seperti : luas pasar, daya beli, pesaing, pendatang baru, peraturan pemerintah dan perkembangan teknologi.

Pengertian bauran pemasaran adalah sejumlah variable pemasaran inti (*produk, price, place, promotion*) yang terkontrol oleh perusahaan dan digunakan untuk mencapai target pasar yang telah ditetapkan dan mencapai kepuasan konsumen.[1] Oleh karena itu untuk mencapai tujuannya, perusahaan harus menerapkan strategi pemasaran yangn tetap. Pemasaran merupakan masalah penting, sebab berhasil tidaknya perusahaan tergantunng pada cara-

---

[1] Basu Swastha, 1994: 35

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

cara pemasarannya, PR. 369 tobacco bojonegoro merupakan salah satu perusahaan swasta yang bergerak dalam produksi rokok..

Dari uraian di atas, bahwa untuk menganalisis strategi pemasaran di Perusahaan Rokok 369 Tobacco, penulis mengambil judul : "**STRATEGI PEMASARAN PERUSAHAAN ROKOK 369 TOBACCO BOJONEGORO**"

B. Rumusan Masalah

Bertitik tolak dari kondisi pemasaran yang ada, maka perlunya mencari strategi pemasaran yang tepat dan efektif dalam menghadapi dunia pemasaran yang semakin ketat, sehingga mendapatkan laba secara maksimal. Dari uraian di atas dan berdasarkan pada latar belakang, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

"Bagaimana strategi pemasaran Perusahaan Rokok 369 Tobacco Bojonegoro"?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin di capai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi pemasaran Perusahaan Rokok 369 Tobacco Bojonegoro.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Melalui penelitian ini, diharapkan dapat menambah perbendaharaan kepustakaan bagi Jurusan Manajemen Dakwah, khususnya dalam bidang kewirausahaan dengan kajian manajemen pemasaran. Serta menjadi bahan masukan bagi rekan-rekan mahasiswa yang ingin

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

KEMENTERIAN AGAMA PERPUSTAKAAN IAIN SUNAN AMPEL SURABAYA

mengadakan penelitian lain yang terkait dengan penelitian ini. Yaitu mengenai *strategi pemasaran suatu perusahaan.*

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan untuk menentukan kebijakan dibidang pemasaran dengan diketahuinya letak atau posisi strategi dari perusahaan. Serta menentukan strategi pemasaran yang efektif untuk menghadapi persaingan yang ada sehingga nantinya dapat mencapai target yang di inginkan perusahaan dan meningkatkan pangsa pasarnya. Serta bagi penulis, untuk mengetahui sejauh mana ilmu pengetahuan yang di peroleh di bangku kuliah, pada praktek yang sesungguhnya.

E. Definisi Konseptual

Sehubungan dengan judul penelitian "STRATEGI PEMASARAN PERUSAHAAN ROKOK 369 TOBACCO BOJONEGORO". agar tidak terjadi kesalahpahaman dalam mengartikan judul yang peneliti angkat maka penulis akan menjelaskan istilah yang terdapat pada judul penelitian tersebut.

1. Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran terdiri dari dua kata yaitu strategi dan pemasaran. Untuk memudahkan pemahaman, peneliti akan menjelaskan satu persatu dari keduanya. Strategi adalah rencana-rencana dan tindakan terpadu yang digunakan untuk mencapai tujuan-tujuan dasar dari suatu organisasi.[2]

---

[2] Christoper Pass dan Bryan Lowes, *Kamus Lengkap Bisnis* (Jakarta : Erlangga, 1999), hal 569

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Menurut Philip Kotler pemasaran adalah kegiatan manusia yang diarahkan untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan manusia melalui proses pertukaran, Sedangkan menurut William J. Stanton mendefinisikan pemasaran dalam dua pengertian dasar dalam arti kemasyarakatan pemasaran adalah kegiatan tukar menukar yang bertujuan untuk memuaskan keinginan manusia, dalam arti bisnis pemasaran adalah sistem dari kegiatan bisnis yang dirancang untuk merencanakan, memberi harga, mempromosikan dan mendistribusikan jasa serta barang-barang pemuas keinginan pasar.[3]

2. Perusahaan Rokok

Perusahaan rokok terdiri dari dua kata yaitu perusahaan dan rokok. Untuk memudahkan pemahaman, peneliti akan menjelaskan satu persatu dari keduanya. perusahaan adalah organisasi yang menghasilkan barang atau jasa yang bertujuan untuk mendapatkan laba dengan cara di pasarkan pada konsumen.[4] sedangkan rokok adalah benda yang berukuran panjang kurang lebih 5-6 cm yang berbahan utama tembakau, yang dikemas dengan berbagai jenis (tergantung negara) yang dihisap konsumen dengan cara dibakar ujungnya dan dihisap dari ujung yang lain[5].

---

[3] Marius P. Angipora, SE, *Dasar-Dasar Pemasaran* (jakarta: PT raja grafindo persada. 1999), hal 04

[4] Heidjrachman Ranupandojo, *Dasar-Dasar Ekonomi Perusahaan*, (Yogyakarta, UPP AMP YKPN, 1990), hal. 9

[5] Departemen pendidikan nasional, *kamus besar bahasa Indonesia*,(Jakarta, balai pustaka 2001)

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

3. 369 Tobacco Bojonegoro

369 tobacco adalah suatu perusahaan yang bergerak di bidang produksi barang yaitu rokok, perusahaan ini terletak di Kecamatan Baureno Kabupaten Bojonegoro.

F. Model Penelitian

1. Pendekatan Penelitian

Definisi penelitian kualitatif menurut Bogdan dan Taylor (1975:5) adalah prosedur penelitian yang mendefinisikan penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati. Menurut pendekatan ini diarahkan pada latar dan individu tersebut secara holistic (utuh).

Dalam penelitian ini peneliti dapat langsung mengamati bentuk *PR 369 tobacco* melalui akses internet dan juga komunikasi secara langsung dengan pemilik perusahaan sehingga dimungkinkan mendapatkan data-data yang dibutuhkan sesuai kebutuhan Selain itu alasan peneliti menggunakan model pendekatan ini dirasa lebih baik dan lebih dapat menyesuaikan diri terhadap apa yang dihadapi seperti yang diuraikan penelitian di atas.

2. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah Penelitian deskriptif : Suatu bentuk penelitian yang ditujukan untuk mendeskripsikan fenomena-fenomena yang ada, baik fenomena alamiah maupun fenomena buatan manusia. fenomena itu

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

bisa berupa bentuk, aktivitas, karakteristik, perubahan, hubungan, kesamaan, dan perbedaan antara fenomena yang satu dengan fenomena lainnya.[6] Penelitian deskriptif merupakan penelitian yang berusaha mendeskripsikan dan menginterpretasikan sesuatu, misalnya kondisi atau hubungan yang ada, pendapat yang berkembang, proses yang sedang berlangsung, akibat atau efek yang terjadi, atau tentang kecenderungan yang tengah berlangsung.

Penelitian deskriptif adalah penelitian yang dirancang untuk memperoleh informasi tentang status suatu gejala saat penelitian dilakukan. Lebih lanjut dijelaskan, dalam penelitian deskriptif tidak ada perlakuan yang diberikan atau dikendalikan serta tidak ada uji hipotesis sebagaimana yang terdapat pada penelitian eksperimen.[7]

Dengan demikian hasil penelitian ini diharapkan akan berisi kutipan-kutipan data untuk memberi gambaran tentang implementasi strategi pemasaran pada Perusahaan Rokok 369 Tobacco.

3. Jenis dan Sumber Data

a. Jenis Data

Data primer : *Data* yang diperoleh dari sumber pertama baik dari individu seperti hasil dari wawancara yang dilakukan peneliti. Dalam penelitian ini data primer diperoleh dari pengamatan langsung terhadap

---

[6] Sukmadinata. *Metode Penelitian Pendidikan*. Rosdakarya. Bandung. 2006
[7] Furchan, A. *Pengantar Penelitian dalam Pendidikan*. Pustaka Pelajar. Yogyakarta. 2004

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Perusahaan Rokok 369 Tobacco serta wawancara langsung dengan pemilik *perusahaan* ataupun pihak manajemen.

Data Sekunder : merupakan data primer yang sudah diolah lebih lanjut dan disajikan oleh pihak lain, misalnya dalam bentuk table-tabel ataupun dalam bentuk diagram. Data Sekunder diperoleh dari komentar-komentar konsumen (*testimoni*) pada perusahaan terkait (Perusahaan Rokok 369 Tobacco).

b. Sumber Data

Data penelitian diperoleh dari jajaran manajemen Perusahaan Rokok 369 Tobacco yang merupakan pabrik penghasil rokok yang beralamatkan di Kecamatan Baureno Kabupaten Bojonegoro, data penunjang didapatkan melalui studi terintegrasi dan pengamatan via situs/web penyedia info traffic *Perusahaan Rokok 369 Tobacco* sehingga dimungkinkan untuk mengetahui tingkat efektifitas penggunaan perusahaan tersebut.

4. Teknik Pengumpulan Data

a. Observasi

Yaitu data yang didapat dengan cara peneliti melakukan pencatatan secara cermat dan sistematik. Menurut Sugiono (2003), observasi merupakan suatu proses yang komplek, suatu proses yang tersusun, dari berbagai proses biologis dan psikologis. Dua dari yang

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

terpenting adalah proses-proses pengamatan dan ingatan. Dalam artian luas observasi berarti pengamatan yang dilaksanakan secara langsung terhadap fenomena yang diselidiki baik dalam kondisi normal maupun kondisi buatan.

Dalam hal ini peneliti akan mengadakan pengamatan secara langsung tentang kondisi perusahaan, sarana dan prasarana, dan perkembangan perusahaan fisik maupun non fisik.

b. Wawancara

yaitu metode pengambilan data dengan cara bertanya langsung dengan responden. Dilakukan kepada manajemen Perusahaan Rokok 369 Tobacco khususnya pemilik perusahaan.

Wawancara merupakan suatu proses interaksi dan komunikasi. Dalam proses ini, hasil wawancara ditentukan oleh beberapa faktor yang berinteraksi dan mempengaruhi arus informasi. Faktor-faktor tersebut ialah pewawancara itu sendiri, responden, topik penelitian yang tertuang dalam daftar pertanyaan, dan situasi wawancara.[8]

Sedangkan pedoman wawancara peneliti meliputi sejarah berdirinya perusahaan, letak geografis perusahaan, strategi pemasaran produk, wilayah pemasaran, perkembangan perusahaan fisik maupun non fisik, perencanaan pemasaran produk.

---

[8] Masri Singrimbun dan Sofian Efendi, *Metode Penelitian Survei*, (Jakarta: LP3ES, 1991), Hal. 192

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

c. Dokumentasi

Mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah dan sebagainya. Dokumen dapat menyajikan informasi tentang keadaan objek penelitian.

Disini peneliti akan mendokumentasikan tentang pelaksanaan pemasaran produk, sejarah perusahaan, struktur pengelola, dan perkembangan perusahaan fisik maupun non fisik.

Untuk memudahkan pemahaman, penulis membuat tabulasi data, sumber data, dan tehnik pengumpulan data sebagai berikut:

TABEL 1

Tabulasi Data, Sumber Data, Tehnik Pengumpulan Data

No.	Data	Sumber data	TPD
	A. Data Primer		
1.	Strategi Pemasaran Produk	**I**	**W**
2.	Perencanaan Pemasaran Produk	**I**	**W**
3.	Penetapan Perancanaan Pemasaran Produk	**I**	**W**
4.	Pelaksanaan Pemasaran Produk	**I + Dd**	**D**
	B. Data Skunder		
	Sejarah Perusahaan	**I + Dd**	**W + D**
	Letak Geografis	**I + Dd**	**W**
1.	Struktur Pengelola Perusahaan 369 Tobacco	**I + Dd**	**D**
2.	Kondisi Perusahaan	**I**	**O**

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

3.	Sarana dan Prasarana PR 369 Tobacco	**Dd**	**O**
4.	Perkembangan Fisik & Non-Fisik	**I**	**W + D + O**

Keterangan :

O : Observasi **W** : Wawancara

D : Dokumentasi **I** : Informan

Dd : Data Dokumen

5. Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data

Adapun cara-cara yang digunakan peneliti untuk hal tersebut diatas adalah sebagi berikut :

a. Perpanjangan keikutsertaan, maksudnya peneliti akan memungkinkan untuk meningkatkan derajat kepercayaan data yang dikumpulkan, serta dapat menguji kebenaran informasi, baik yang berasal dari diri sendiri maupun dari responden dan membangun kepercayaan informan.

b. Ketekunan pengamat, maksudnya memberi ciri-ciri dan unsur dalam situasi yang sangat relevan dengan permasalahan atau isu yang sedang diteliti, dan kemudian memusaatkan diri pada hal-hal terebut secara rinci.

c. Triangulasi, maksudnya peneliti melakukan perbandingan dan mengecek hasil ulang suatu data yang dihasilkan dari wawancara. Dengan demikian data yang diperoleh akan menjadi data yang objektif. Arti Triangulasi sendiri adalah teknik pemeriksaan keabsaahan data

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

yang memanfaatkan suatu yang lain diluar itu, untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data itu.

G. SISTEMATIKA PENULISAN

Penelitian ini terdiri dari 5 bab dan pada masing-masing bab dibagi lagi dalam beberapa sub bab, yang akan mendukung isi bab yang bersangkutan. Adapun sistematika penulisan skripsi ini adalah sebagai berikut :

Bab I : Pendahuluan

Berisikan tentang :

A. Latar Belakang Masalah

B. Rumusan Masalah

C. Tujuan penelitian

D. Manfaat Penelitian

E. Definisi Konsep

F. Model Penelitian

G. Sistematika Penulisan

Bab II : Tinjauan Pustaka

Berisikan tentang :

A. Kajian Pustaka

B. Kajian Teoritik

C. Penelitian Terdahulu Yang Relevan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Bab III : Metode Penelitian

Berisikan tentang :

A. Pendekatan Dan Jenis Penelitian

B. Subjek Penelitian

C. Jenis dan Sumber Data

D. Tahap-Tahap Penelitian

E. Teknik Pengumpulan Data

F. Teknik AnalisisData

G. Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data

Bab IV : Penyajian Analisis Data

Berisikan tentang :

A. Setting Penelitian

B. Penyajian Data

C. Analisis Data

D. Pembahasan

Bab V : Penutup

Berisikan tentang :

A. Simpulan

B. Saran

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id