

PENENTUAN STRATEGI PEMASARAN HASIL TEMBAKAU DI TENGAH NAIKNYA TARIF CUKAI DAN PEREDARAN ROKOK ILEGAL

Yendra Dian Putra Perdana
pakgatot1f5@gmail.com
Universitas Muhammadiyah
Jember

Ilham Juniedi Hajir
ilhamjuniedi@gmail.com
Universitas Muhammadiyah
Jember

Imam Satoto
imamsatoto74@gmail.com
Universitas Muhammadiyah
Jember

Santi Indriasari
santiindriasari@gmail.com
Universitas Muhammadiyah
Jember

Nurul Qomariah
nurulqomariah@unmuhjember.ac.id
Universitas Muhammadiyah
Jember

ABSTRACT

The tobacco products industry in Indonesia is facing two big challenges: increasing excise rates and the circulation of illegal cigarettes. An increase in excise rates increases cigarette prices and can reduce demand. On the other hand, illegal cigarettes offer cheaper prices and are competitors to legal products. CV Gagak Hitam is a cigarette company that was founded in 2004 and is still running the tobacco products industry in the form of hand-rolled kretek cigarettes (SKT) and machine-made kretek cigarettes (SKM) amidst rising excise rates and the circulation of illegal cigarettes. This research focuses on determining marketing strategies for tobacco products at CV. Black Crow uses SWOT analysis. The analysis results show that CV. Black Crow has several strengths, such as a strong brand, wide distribution network, and consumer loyalty. However, CV Gagak Hitam also has several weaknesses, such as high prices and a negative image of tobacco products related to health. Opportunities that can be utilized by CV. Black Crow is increasing public awareness of health and the development of digital technology. The threats facing this industry are increasing excise rates, the circulation of illegal cigarettes, and increasingly stringent government regulations. Marketing strategies that can be implemented by CV. Gagak Hitam in the midst of this situation is developing innovative products at competitive prices, strengthening brand image and increasing consumer awareness, utilizing digital technology to reach consumers and increase marketing efficiency, as well as working with the government to overcome the circulation of illegal cigarettes. Keywords: tobacco products; excise rates; illegal cigarettes; marketing strategy swot analysis.

Keyword: tobacco products; excise rates; illegal cigarettes; marketing strategy swot analysis.

1. PENDAHULUAN

Industri hasil tembakau di Indonesia memainkan peran penting dalam perekonomian nasional. Industri ini menghasilkan pendapatan bagi negara melalui cukai dan pajak, serta menyediakan lapangan pekerjaan bagi jutaan orang. Namun, industri ini juga menghadapi beberapa tantangan, seperti: kenaikan tarif cukai. Pemerintah Indonesia melalui Kementerian Keuangan secara berkala menaikkan tarif cukai hasil

tembakau rata-rata sebesar 10% pada tahun 2023 dan 2024 untuk menekan konsumsi rokok dan meningkatkan pendapatan negara. Kenaikan tarif cukai ini menyebabkan harga rokok meningkat, sehingga dapat menurunkan permintaan. Di sisi lain, peredaran rokok ilegal atau rokok yang diproduksi dan/atau diedarkan tanpa dilekati pita cukai atau dengan pita cukai palsu merugikan negara dalam hal pendapatan cukai dan pajak, serta mengancam kesehatan

masyarakat karena tidak terjamin mutunya.

Kedua tantangan ini dihadapi oleh CV Gagak Hitam, sebuah perusahaan rokok yang berdiri sejak tahun 2004 di Bondowoso. CV Gagak Hitam memproduksi Sigaret Kretek Tangan (SKT) dan Sigaret Kretek Mesin (SKM). produksi SKT dan SKM. Produksi hasil tembakau CV Gagak Hitam pada Tahun 2023 mencapai 34.929.240 batang dengan nilai penerimaan cukai sebesar Rp 4.960.015.200,-. Hal ini sangat menarik untuk diteliti mengingat CV Gagak Hitam merupakan pabrik rokok yang masih bertahan lebih dari 20 tahun.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis CV Gagak Hitam dalam menentukan strategi pemasaran yang tepat dengan menggunakan analisis SWOT. Analisis SWOT akan membantu CV Gagak Hitam untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi. Hasil analisis SWOT ini kemudian dapat digunakan untuk merumuskan strategi pemasaran yang tepat bagi CV Gagak Hitam.

2. KERANGKA TEORITIS

Gambaran Umum Industri Rokok

Industri pengolahan tembakau mempunyai peran penting dalam menggerakkan ekonomi nasional, karena mempunyai multiplier effect yang sangat luas, seperti menumbuhkan industri jasa terkait, penyediaan lapangan usaha dan penyerapan tenaga kerja mencapai 6,1 juta orang terutama di daerah penghasil tembakau, cengkeh dan

sentra-sentra produksi rokok. Oleh karena itu dengan mempertimbangkan aspek ekonomi industri pengolahan tembakau dikembangkan dengan tidak mengabaikan faktor dampak kesehatan (kemenperin.go.id 2012).

Industri Hasil Tembakau yang sering disingkat IHT berisi panduan dan klasifikasi industri dan produk-produk yang dihasilkan oleh industri tembakau di Indonesia. IHT melingkupi regulasi, kebijakan pita dan cukai, strategi industri tembakau, dan lain sebagainya. Industri Hasil Tembakau pertama kali dicetuskan oleh Direktorat Jenderal Industri Agro Dan Kimia Departemen Perindustrian pada tahun 2009. Industri Hasil Tembakau mempunyai peran cukup besar terhadap penerimaan negara melalui pajak dan cukai, penyerapan tenaga kerja, penerimaan, dan perlindungan terhadap petani tembakau dan dampak ganda lainnya. Pengembangan IHT juga memperhatikan kesehatan masyarakat di samping tetap mengusahakan agar industri dapat tumbuh dengan baik. IHT merupakan industri yang padat karya, sehingga hingga saat ini IHT dan keterkaitannya dengan hulu berupa pengadaan bahan baku, khususnya tembakau, cengkih, dan industri lainnya merupakan industri penyerap tenaga kerja potensial (https://id.wikipedia.org/wiki/Industri_Hasil_Tembakau 2024).

Pengertian Analisis SWOT

Analisis SWOT adalah sebuah metode perencanaan strategis yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang terjadi dalam proyek atau di sebuah usaha bisnis, atau mengevaluasi lini-lini produk sendiri maupun pesaing

(Rangkuti 2016). Menurut Robinson and Pearce, (1997), analisis SWOT adalah cara sistematis untuk mengidentifikasi faktor-faktor dan strategi yang menggambarkan kecocokan paling baik di antara mereka. Analisis ini didasarkan pada asumsi bahwa suatu strategi yang efektif akan memaksimalkan kekuatan dan peluang meminimalkan kelemahan dan ancaman. Menurut Rachmat (2014), analisis SWOT adalah alat analisis yang ditujukan untuk menggambarkan situasi yang sedang dihadapi atau mungkin akan dihadapi oleh organisasi. Analisis ini didasarkan agar dapat memaksimalkan kekuatan dan peluang, yang secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan dan ancaman).

Tujuan dan Manfaat Analisis SWOT

Menurut Rangkuti (2016), penerapan SWOT pada perusahaan bertujuan untuk memberikan suatu panduan agar perusahaan menjadi lebih fokus, sehingga dengan penempatan analisis SWOT dapat dijadikan sebagai perbandingan pikir dari berbagai sudut pandang, baik dari segi kekuatan dan kelemahan serta peluang dan ancaman. Tujuan lain dilakukannya analisis SWOT adalah dimana setiap produk yang ditawarkan pasti akan mengalami pasang surut atau yang lebih dikenal dengan istilah daur hidup produk (life cycle product).

Kuadran Analisis SWOT

Menurut Rangkuti (2016), analisis SWOT terbagi menjadi empat kuadran utama yang memiliki strategi

yang berbeda untuk masing-masing kuadran.

Kuadran 1. Merupakan situasi yang sangat menguntungkan. Perusahaan tersebut memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (Growth oriented strategy).

Kuadran 2. Meskipun menghadapi berbagai ancaman, perusahaan ini masih memiliki kekuatan dari segi internal. Strategi yang harus diterapkan adalah yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang jangka panjang dengan cara strategi diversifikasi (produk/pasar).

Kuadran 3. Perusahaan menghadapi peluang pasar yang sangat besar, tetapi dilain pihak, ia menghadapi beberapa kendala/kelemahan internal. Kondisi bisnis pada kuadran 3 ini mirip dengan question mark pada BCG matriks. Fokus strategi perusahaan ini adalah meminimalkan masalah-masalah internal perusahaan sehingga dapat merebut peluang pasar yang baik. Misalnya, Apple menggunakan strategi peninjauan kembali teknologi yang dipergunakan dengan cara menawarkan produk-produk baru dalam industry microcomputer.

Kuadran 4. Merupakan situasi yang sangat tidak menguntungkan, perusahaan tersebut menghadapi berbagai ancaman dan kelemahan internal.

Penelitian Terdahulu

Penelitian yang dilakukan oleh (Dinarso et al. 2024) dengan judul "Analysis of Marketing Mix Strategy in Order to Increase Sales in MSMEs", hasilnya adalah bahwa analisis strategis yang dilakukan sudah efektif dan strategi

bauran pemasaran yang diterapkan untuk meningkatkan penjualan pada “UMKM Kedai Kopi STMJ Bu Karno” adalah dengan menambah fasilitas, mempromosikan produk, memberikan variasi sesuai selera konsumen. masyarakat Jember, dan menetapkan harga sesuai dengan pendapatan masyarakat.

Penelitian Meilinda (2020), dengan judul “ Analisis SWOT Marketing MIX Pada SMA Muhammadiyah 1 Palangka Raya”. Hasilnya adalah bahwa sekolah ini berusaha membuat para calon siswa memberikan respon positif tentang produk yang ditawarkan sekolah. Membangun Citra dipengaruhi oleh keakraban, keakraban dipengaruhi oleh jumlah informasi yang diterima oleh calon siswa baru dari pengalaman pribadi orang lain atau dari media massa.

Penelitian oleh (Haryono and Qomariah 2024) dengan judul “SWOT Strategy for Increasing Sales at Bakso Bangkit Jember” dan hasilnya adalah bahwa analisis strategis yang dilakukan sangat efektif dan analisis SWOT diterapkan untuk meningkatkan omset pada usaha “Bakso Bangkit Jember” yaitu dengan melakukan inovasi dan modifikasi bahan, menjaga atau meningkatkan kualitas produk dan mempromosikan produk baik secara offline maupun online.

Penelitian yang dilakukan oleh (Amalia, et al. 2023) dengan judul “Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Cafe Bree Sweetandfreeze Banjarmasin (Menggunakan Analisis SWOT)”, dengan hasil adalah sebagai berikut:

menunjukkan Cafe Bree Sweetandfreeze Banjarmasin menggunakan strategi pemasaran yang beragam, seperti promosi iklan, kerjasama dengan influencer, pengembangan produk baru dan menciptakan area foto Instagramable. Adapun analisis SWOT menunjukkan kekuatan dalam kualitas produk, desain kafe dan lokasi strategis, sementara kelemahan terkait dengan pemahaman preferensi pelanggan dan pemasaran digital. Kafe ini memiliki peluang dalam menjalin kemitraan lokal dan memanfaatkan media sosial, namun menghadapi ancaman dari persaingan ketat dan perubahan tren konsumen. Dalam kesimpulannya, Cafe Bree Sweetandfreezee Banjarmasin dapat memanfaatkan kekuatan, mengatasi kelemahan dan memanfaatkan peluang untuk memperkuat merek mereka dan meningkatkan pangsa pasar mereka.

Penelitian yang dilakukan oleh (Anggraini, et al. 2019) dengan judul “Implementasi Strategi Pemasaran Dengan Menggunakan Analisis Swot Dalam Meningkatkan Penjualan Dan Pendapatan Pada Ud. Yoga Putra Bangkit Sambeng Lamongan”

Penelitian Noor (2014), dengan judul “Penerapan Analisis Swot Dalam Menentukan Strategi Pemasaran Daihatsu Luxio Di Malang (Studi Kasus Pada PT. Astra International Tbk. – Daihatsu Malang)”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa posisi produk berada pada koordinat 3,582 dan 3,551. Koordinat tersebut terletak pada kuadran I yang mendukung strategi pertumbuhan dengan konsentrasi melalui integrasi vertikal.

Penelitian yang dilakukan oleh Aji (2018) dengan judul “Analisis Swot Daya Saing Sekolah: Studi Kasus Di

Sebuah Sma Swasta Di Kota Tangerang”. Adapun hasil dari penelitian ini adalah bahwa sekolah yang dianalisis berada pada kuadran IV (Weaknesses t Threats), yang artinya sekolah berada dalam taraf survival. Sekolah harus mampu membenahi faktortfaktor kelemahan internal yang ada untuk menghindari dan mengurangi ancaman. Ancaman persaingan dari sekolah lain dapat diminimalisir dengan membuat kompetisi unik sebagai pembeda diantara sekolah sejenis.

Penelitian oleh (Jatmiko et al. 2022) dengan judul “Key-Factor Strategy of Creative Industry in Distribution Channel: A SWOT Analysis Method”. Adapun hasil penelitian menunjukkan bahwa the strength factors include: availability of human resources, cheaper living cost, Yogyakarta as a center of culture, tourism, and education; (b) the weakness factors include: low product innovation and creativity, 85.9% of the creative industry do not have a business license, and the creative industry database is not transparent.

3. METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini, peneliti terfokus pada pada UMKM “Ayam Goreng Ananda” Jember. Jenis penelitian yang digunakan oleh penulis yakni deskriptif kualitatif. Metode penelitian deskriptif kualitatif merupakan jenis, desain, atau rancangan penelitian yang biasa digunakan untuk meneliti objek penelitian yang alamiah atau dalam kondisi riil dan tidak disetting seperti pada eksperimen. Deskriptif sendiri

berarti hasil penelitian akan dideskripsikan segamblang-gamblangnya berdasarkan penelitian yang telah dilakukan tanpa menarik suatu kesimpulan berdasarkan hasil penelitiannya (Sugiyono 2017). Suatu penelitian, baik menggunakan metode kualitatif maupun kuantitatif dapat disajikan dalam metode deskriptif. Tentunya dengan catatan bahwa penelitian tersebut tidak akan menarik kesimpulan spesifik berdasarkan hitungan statistik yang diperoleh (misalnya menentukan efektivitas suatu tindakan), melainkan hanya menggambarkan atau membuat simpulan secara umum saja. Sementara itu menurut (Walidin, W. and Tabrani 2015), penelitian kualitatif adalah suatu proses penelitian untuk memahami fenomena-fenomena manusia atau sosial dengan menciptakan gambaran yang menyeluruh dan kompleks yang dapat disajikan dengan kata-kata, melaporkan pandangan terinci yang diperoleh dari sumber informan, serta dilakukan dalam latar setting yang alamiah. Sifat deskriptif pada penelitian kualitatif berarti penelitian akan berusaha untuk membuat gambaran umum secara sistematis, akurat, dan faktual mengenai suatu fakta, sifat, hingga hubungan antarfenomena yang diteliti. Seperti yang diungkapkan oleh Nazir (2014, hlm. 43) bahwa metode penelitian deskriptif adalah suatu metode dalam meneliti status sekelompok manusia, suatu objek, suatu kondisi, suatu sistem pemikiran, ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang dengan tujuan untuk membuat deskripsi, gambaran atau lukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antarfenomena

yang diselidiki . Karena data-data yang digunakan dalam analisis pengumpulan penelitian ini bersifat kualitatif. Tujuan penelitian kualitatif adalah untuk mengumpulkan informasi sebanyak-banyaknya tentang latar belakang subjek penelitian. Maka penelitian deskriptif disini merupakan sebuah teori untuk membantu menggambarkan segala objek kajian yang akan dimasukkan sesuai dengan judul penelitian. Yang menjadi sampel dalam penelitian ini adalah pemilik UMKM Ananda. Objek yang peneliti ambil yakni berupa UMKM yang berada di daerah Jalan Gajah Mada No.237, Jember Kidul, Kecamatan kaliwates, Kabupaten Jember. UMKM tersebut bernama "Ayam Goreng Ananda". Yang dimana di UMKM tersebut menjual ayam goreng sebagai menu utamanya, tetapi selain itu juga terdapat banyak menu lainnya yang dijual oleh UMKM tersebut. Dalam penulisan ini, metode pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti yakni: wawancara. Sugiyono(2016) menyatakan bahwa wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data jika peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, serta juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam. Dalam penelitian ini, peneliti juga melakukan wawancara kepada pemilik UMKM "Ayam Goreng Ananda" serta beberapa konsumen dan karyawan yang bekerja di UMKM tersebut.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Sejarah Perusahaan

Ayam Goreng Ananda adalah sebuah restoran yang menjual ayam goreng sebagai menu utamanya. Selain ayam goreng, restoran ini juga menjual ayam bakar, ayam pedas, sup buntut dan lainnya. Restoran ini berlokasi di Jalan Gajah Mada No.237, Jember Kidul, Kecamatan kaliwates, Kabupaten Jember. Ayam Goreng Ananda pertama kali didirikan pada tahun 1998 dan berlokasi di Jalan Sultan Agung dekat Masjid Jami' Jember. Hingga pada akhirnya seiring perkembangan usaha pada Ayam Goreng Ananda, pemilik dan pengelola memutuskan untuk berpindah lokasi ke pusat kota yakni di Jalan Gajah Mada dimana lokasi ini tidak terlalu jauh dari tempat awal didirikan, sehingga tidak kehilangan pelanggan mereka. Namun kenyataannya Ayam Goreng Ananda masih berjalan hingga sekarang bahkan, Ayam goreng Ananda juga membuka beberapa cabang lain yang diantaranya berlokasi di Jalan Merak, Jember dan di kota Bondowoso. Restoran Ananda memiliki visi dan misi untuk memberikan sajian makanan ayam goreng tradisional dengan kualitas terbaik, serta rasa khas yang konsisten hingga saat ini.

Hasil Analisis SWOT

Analisis Kekuatan

Yang menjadi kekuatan:

a.Restoran Ayam Goreng Ananda mengolah ayam gorengnya sendiri dengan bumbu-bumbu yang dipilih secara tradisional, yang menghasilkan cita rasa yang unik pada menu nya..

b.Restoran Ayam Goreng Ananda memiliki 10 menu, sebagian besar

diubah dari masakan yang sudah ada sebelumnya. Ini berarti bukan hanya ayam, tetapi juga iga, buntut, sayur mayur, dan berbagai minuman hangat dan dingin.

c. Restoran Ayam Goreng Ananda melakukan pengawasan mutu yang ketat melalui proses pemilihan bahan baku berkualitas tinggi. Ini dilakukan untuk memastikan bahwa menu yang dibuat memiliki rasa yang lezat dan dapat menarik pelanggan..

d. Sistem penjualan yang dilakukan oleh Restoran Ayam Goreng Ananda adalah dengan mendirikan beberapa cabang di Jember dan Bondowoso. Hingga saat ini Restoran Ayam Goreng Ananda telah memiliki tiga cabang di Jember dan Bondowoso.

Analisis Kelemahan

Yang menjadi kelemahan adalah:

a. Makanan yang tersedia di Restoran Ayam Goreng Ananda tidak tahan lama, hal ini berlaku untuk makanan siap saji lainnya.

b. Sistem manajemen yang tetap berbasis kekeluargaan. Pimpinan dipegang oleh pemilik mutlak.

c. Restoran Ayam Goreng Ananda tidak memiliki sumber daya manusia yang profesional untuk memenuhi tugasnya sebagai karyawan.

Analisis Peluang

Yang menjadi peluang adalah:

a. Jumlah orang yang tinggal di kota Jember mungkin akan meningkatkan permintaan untuk ayam goreng di Restoran Ayam Goreng Ananda.

b. Perubahan gaya hidup di kota Jember mungkin membuat orang

lebih suka makan di Restoran Ayam Goreng Ananda.

c. Kemajuan teknologi membuat pelanggan dapat lebih mudah mendapatkan produk dan memanfaatkan banyak promosi yang ditawarkan oleh Restoran Ayam Goreng Ananda melalui aplikasi ojek online.

d. Karena terletak di pusat kota, lokasi Restoran Ayam goreng Ananda sangat strategis sehingga pelanggan lebih mudah menemukannya.

Analisis Ancaman

Yang menjadi ancaman adalah:

a. Sampai saat ini, bisnis serupa di kota Jember telah menjadi pesaing dari Restoran Ayam Goreng Ananda, serta munculnya cafe-cafe kontemporer yang menawarkan berbagai macam makanan dan minuman dengan harga yang relatif murah sehingga dapat diakses oleh semua kalangan.

b. Keadaan ekonomi yang tidak stabil berdampak pada pendapatan penduduk kota Jember, menurunkan kemampuan mereka untuk membeli barang.

Pembahasan

Berdasarkan hasil analisis SWOT di atas, strategi yang dapat diterapkan oleh restoran "Ayam Goreng Ananda" adalah sebagai berikut:

1. Menjaga dan meningkatkan kualitas produk.

2. Mempertahankan dan meningkatkan layanan kepada pelanggan, sehingga "Ayam Goreng Ananda" dapat mempertahankan pelanggan yang ada dan menarik pelanggan baru.

3. Menjaga dan memperbaiki citra restoran untuk menghadapi persaingan, berkonsentrasi pada kualitas dan

pemasaran dengan membangun sistem manajemen yang baik.

4. Meningkatkan daya saing dengan menciptakan sistem manajemen yang lebih baik dan mengoptimalkan sistem manajemen rekanan.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil analisis deskriptif maka kesimpulan dalam penelitian ini yaitu:

1. Mutu produk “Ayam Goreng Ananda” Jember harus selalu dijaga kualitasnya.
2. Kualitas layanan kepada pelanggan harus selalu dijaga agar pelanggan merasa puas terhadap produk “Ayam Goreng Ananda” Jember.
3. Citra merek daripada “Ayam Goreng Ananda” Jember harus selalu ditingkatkan agar banyak lagi masyarakat Jember yang mengenal makanan “Ayam Goreng Ananda” Jember.
4. Persaingan yang semakin meningkat harus memicu perusahaan untuk meningkatkan daya saing produk dengan usaha yang sejenis.

Hasil Penelitian ini untuk menambah pengetahuan khususnya tentang manajemen pemasaran sebagai bahan kajian dan dijadikan referensi mengenai konsep strategi pemasaran suatu perusahaan dengan menggunakan analisis SWOT (strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats). Dengan mengetahui strategi SWOT suatu perusahaan maka perusahaan dapat melakukan

strategi agar dapat bersaing dengan perusahaan lain.

DAFTAR PUSTAKA

- Aji, Nunung Bayu. 2018. “Analisis Swot Daya Saing Sekolah : Studi Kasus Di Sebuah Sma Swasta Di Kota Tangerang.” *Operations Excellence* 10(1): 65–73. <https://e-journal.upr.ac.id/index.php/edu/article/view/2078/1769>.
- Amalia, Nina Rezeki, Farida Yulianti, and Abdul Kadir. 2023. “Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Cafe Bree Sweetandfreeze Banjarmasin (Menggunakan Analisis SWOT).” *Jurnal Rimba, Riset Ilmu Manajemen Bisnis dan AKuntansi* 1(3): 41–48. <https://journal.arimbi.or.id/index.php/Rimba/article/view/85/76>.
- Anggraini, Mita Dwi, Abid MUhtarom, and Nurus Safaatillah. 2019. “Implementasi Strategi Pemasaran Dengan Menggunakan Analisis Swot Dalam Meningkatkan Penjualan Dan Pendapatan Pada Ud. Yoga Putra Bangkit Sambeng Lamongan.” *Jurnal Penelitian Ilmu Manajemen (JPIM)* 4(2): 963–74. <https://journal.arimbi.or.id/index.php/Rimba/article/view/85/76>.
- Dinarso, Rahmat Cahyo, Nursaid Nursaid, Nurul Qomariah, and Muhammad Thamrin. 2024. “Analysis of Marketing Mix Strategy in Order to Increase Sales in MSMEs.” *Budapest International Research and Critics Intitute Journal (BIRCI)* 7(1): 90–97. <https://doi.org/10.33258/birci.v7i1.7837%0A90>.

- Haryono, Rudi, and Nurul Qomariah. 2024. "SWOT Strategy for Increasing Sales at " Bakso Bangkit Jember ".*" Budapest International Research and Critics Intitute Journal (BIRCI)* 7(1): 134–41. <https://doi.org/10.33258/birci.v7i1.7844> 134.
- https://id.wikipedia.org/wiki/Industri_Hasil_Tembakau. 2024. "No Title."
- Jatmiko, Bambang et al. 2022. "International Journal of Sustainable Development and Planning Key-Factor Strategy of Creative Industry in Distribution Channel: A SWOT Analysis Method." *International Journal of Sustainable Development and Planning* 17(6): 1895–1904.
- kemenperin.go.id. 2012. *No Title*.
- Meilinda, Rima. 2020. "Analisis SWOT Marketing MIX Pada SMA Muhammadiyah 1 Palangka Raya." *Edunomics Journal* 1(1): 8–13. <https://e-journal.upr.ac.id/index.php/edu/article/view/1611/1464>.
- Noor, Syamsudin. 2014. "Penerapan Analisis Swot Dalam Menentukan Strategi Pemasaran Daihatsu Luxio Di Malang." *Jurnal INTEKNA* 14(2): 102–209.
- Pearce II, Jhon A, Robinson Jr, and Richard B. 1997. *Manajemen Strategik: Formulasi, Implementasi Dan Pengendalian*. Jakarta: Binarupa Aksara.
- Rachmat. 2014. *Manajemen Strategik*. Bandung: Pustaka Setia.
- Rangkuti, Fredy. 2016. *ANALISIS SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis Cara Perhitungan Bobot, Rating, Dan OCAI*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono. 2016. "Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif Dan R& D." *Alfabetha Bandung*.
- . 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Walidin, W., Saifullah, and Tabrani Tabrani. 2015. *Metodologi Penelitian Kualitatif & Grounded Theory*. FTK Ar-Raniry Press.