

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis terkait strategi pemasaran PT. Natobin Tobacco Internasional dalam memasarkan tembakau recon dalam persaingannya dengan tembakau pure pada pabrik rokok di Indonesia. Serta untuk mengetahui faktor pendukung dan penghambat strategi pemasaran di PT. Natobin Tobacco Internasional. Jenis penelitian ini adalah deskriptif. Populasi dalam penelitian ini pemilik perusahaan dan karyawan pada PT. Natobin Tobacco Internasional, dengan teknik pengambilan sampel menggunakan metode *purposive sampling*. Data dikumpulkan dengan kuesioner dan dianalisis dengan SWOT. Hasil penelitian menunjukkan faktor utama yang menjadi kekuatan PT. Natobin Tobacco Internasional memiliki jaringan distribusi yang luas jumlahnya cukup banyak dengan 0.60. Kelemahan utama perusahaan berdasarkan penghitungan Matrik IFAS yaitu terkait peningkatan biaya produksi dapat mempengaruhi keuntungan perusahaan dengan skor 0.32. Peluang paling besar PT. Natobin Tobacco Internasional adalah perusahaan dapat memperluas pasar ke luar negeri dengan skor 0.57, sementara Ancaman utama perusahaan terbesar bagi PT. Natobin Tobacco Internasional adalah Persaingan dengan perusahaan tembakau lain yang akan muncul kedepannya, contoh perusahaan besar sudah mulai terjun di tembakau ini seperti PT. Gudang Garam Tbk, PT. Pura Grup, PT. Djarum dengan skor 0.33. Alternatif strategi yang tepat untuk diterapkan oleh PT. Natobin Tobacco Internasional adalah strategi diferensiasi produk dan penguatan merek dapat membantu perusahaan mempertahankan pangsa pasar dan meningkatkan keunggulan kompetitif.

Keywords: *Analisis SWOT, PT. Natobin Tobacco Internasional*

ABSTRACT

This study aims to analyze the marketing strategy related to PT. Natobin Tobacco Internasional in marketing recon tobacco in competition with pure tobacco in cigarette factories in Indonesia. As well as to determine the supporting and inhibiting factors of the marketing strategy at PT. Natobin Tobacco International. This type of research is descriptive. The population in this study are company owners and employees at PT. Natobin Tobacco International, with the sampling technique using purposive sampling method. Data was collected by questionnaire and analyzed by SWOT. The results of the research show that the main factor that becomes the strength of PT. Natobin Tobacco International has a wide distribution network with a large number of 0.60. The main weakness of the company based on the calculation of the IFAS Matrix is related to the increase in production costs which can affect company profits with a score of 0.32. PT. Natobin Tobacco Internasional is a company that can expand its market overseas with a score of 0.57, while PT. Natobin Tobacco International is competition with other tobacco companies that will emerge in the future, for example, large companies have started to get involved in tobacco, such as PT. Gudang Garam Tbk, PT. Pura Group, PT. Djarum with a score of 0.33. The right alternative strategy to be implemented by PT. Natobin Tobacco International is a strategy of product differentiation and brand strengthening can help companies maintain market share and increase competitive advantage.

Keywords: SWOT analysis, PT. Natobin Tobacco International