



Perbandingan Strategi *Competitive Analysis* Antara PT Gudang Garam Dan HM Sampoerna Menggunakan Metode Analisis *Porter's Five Forces*

Nicola Firmani¹, Alberto Yosef², Valencia Cicilia³, Filippo Defitra⁴

^{1,2,3,4} Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Ma Chung

Villa Puncak Tidar N-01, Doro, Karangwidoro, Dau, Kabupaten Malang, Indonesia

Email : 111910045@student.machung.ac.id¹, 111910106@student.machung.ac.id²

, 11191010094@student.machung.ac.id³, 111910108@machung.ac.id⁴

Abstract *The purpose of this study is to compare the competitive analysis strategies of PT Gudang Garam and HM Sampoerna using Porter's Five Forces analysis method. Porter's Five Forces is a framework for analyzing an industry and understanding its competitive attractiveness and strengths. This study collected secondary data consisting of financial statements, annual reports, industry publications and other relevant sources. This information is used to analyze Porter's five forces, namely the threat of competitors, the threat of substitute products or services, the bargaining power of supplier power, the bargaining power of purchasing power, and the threat of new competitors entering the market. The results of the analysis show that the two companies, PT Gudang Garam and HM Sampoerna operate in a highly competitive industry. As for the threat of competitors, both companies face intense competition in the cigarette market. They compete with each other in the areas of product innovation, marketing and market access. Regarding supplier bargaining power, both companies depend on raw materials such as tobacco. Negotiating purchasing power is also an important factor in this area. Consumers have significant bargaining power when choosing cigarette brands. The threat of new competitors is also significant, but the heavy regulation of the Indonesian cigarette industry presents barriers for new competitors to enter the market. In general, both companies must constantly monitor the industry environment and adapt to changes that occur. You must develop a strategy*

Keywords : *Cigarette Company, Porter's Five Forces Analysis, strategy, competitive*

Abstrak Tujuan dari penelitian ini adalah untuk membandingkan strategi analisis persaingan PT Gudang Garam dan HM Sampoerna dengan menggunakan metode analisis Porter's Five Forces. Porter's Five Forces adalah kerangka kerja untuk menganalisis suatu industri dan memahami daya tarik dan kekuatan kompetitifnya. Studi ini mengumpulkan data sekunder yang terdiri dari laporan keuangan, laporan tahunan, publikasi industri dan sumber terkait lainnya. Informasi ini digunakan untuk menganalisis lima kekuatan Porter, yaitu ancaman pesaing, ancaman produk atau jasa pengganti, kekuatan tawar menawar kekuatan pemasok, daya tawar daya beli, dan ancaman pesaing baru memasuki pasar. Hasil analisis menunjukkan bahwa dua perusahaan, PT Gudang Garam dan HM Sampoerna beroperasi dalam industri yang sangat kompetitif. Adapun ancaman pesaing, kedua perusahaan menghadapi persaingan ketat di pasar rokok. Mereka bersaing satu sama lain di bidang inovasi produk, pemasaran dan akses pasar. Soal daya tawar pemasok, kedua perusahaan bergantung pada bahan baku seperti tembakau. Negosiasi daya beli juga merupakan faktor penting di bidang ini. Konsumen memiliki daya tawar yang signifikan ketika memilih merek rokok. Ancaman pesaing baru juga signifikan, namun beratnya regulasi industri rokok Indonesia menghadirkan hambatan bagi pesaing baru untuk memasuki pasar. Secara umum, kedua perusahaan ini harus senantiasa memantau lingkungan industri dan beradaptasi dengan perubahan yang terjadi. Anda harus mengembangkan strategi yang efektif untuk menghadapi tantangan dan memanfaatkan peluang yang disajikan oleh lingkungan bisnis yang dinamis.

Received Mei 30, 2023; Revised Juni 2, 2023; Accepted Juli 14, 2023

* Nicola Firmani, 111910045@student.machung.ac.id

Kata Kunci: Perusahaan Rokok, Porter's Five Forces Analysis, Strategi, Kompetitif

1. Pendahuluan

Alasan Pemilihan Perusahaan Studi Kasus

Alasan kami memilih produk rokok karena rokok merupakan penyumbang Pajak tertinggi di Indonesia, Omsetnya sangat besar dan merupakan salah satu bisnis yang sangat berpengaruh dalam penyumbang pendapatan bagi negara. (Karlina Tri Damayanti, 2016)

Di Indonesia, sampai sekarang ada beberapa asosiasi rokok, baik asosiasi rokok lingkungan maupun rokok impor. Asosiasi rokok terdekat terbesar adalah PT Gudang Garam Tbk, PT Djarum Kudus, PT Bentoel Global Investama Tbk dan PT Bentoel Global Investama Tbk. HM Sampoerna Tbk. Batas-batas wilayah oposisi dari produsen rokok yang mencakup semakin sederhana didukung penuh oleh pencipta rokok impor dalam memperjuangkan sepotong rokok, tepatnya PT Philip Morris dan PT.BAT (English American Tobacco). Dari beberapa organisasi rokok yang disinggung, setiap asosiasi ini tidak hanya membuat, membuat, dan menawarkan barang dagangan mereka untuk dihargai oleh klien. Organisasi rokok juga mencari pemikiran dengan tujuan bahwa hal-hal yang akan ditampilkan akan terus-menerus diingat dan membuat minat pembelian sesuai klien. Mengingat penyelidikan sebelumnya, cenderung dinilai bahwa ada 3 asosiasi yang identik, untuk lebih spesifiknya PT Gudang Garam Tbk, PT Djarum Kudus, dan PT. Meskipun demikian, kami memutuskan untuk melihat-lihat asosiasi PT Gudang Garam Tbk dan HM Sampoerna karena kedua asosiasi tersebut adalah asosiasi publik/terbuka dan memudahkan kami untuk mengikuti sumbernya. Sementara itu, PT Djarum tidak buka.(Harmawan Saputra, 2004)

Sesuai penelitian, posisi pertama dan kedua rokok di Indonesia dipegang oleh HM Sampoerna dan Gudang Garam, sedangkan posisi ketiga dipegang oleh Djarum dengan peringkat yang sedikit unik dari Gudang Garam, Djarum adalah organisasi rokok dari Kudus yang didirikan pada tahun 1951 oleh Oei Wie Gwan. Meski demikian, dilihat dari organisasi yang tercatat di BEI, Gudang Garam menempati posisi kedua dan HM Sampoerna di posisi utama. Sebagai organisasi besar yang bersaing satu sama lain dan diawasi dengan cara yang canggih, pemerintah harus benar-benar tahu dengan jelas bagaimana cara paling umum untuk membuat, menyampaikan, dan memperkenalkan harga diri dalam proses bisnis mereka adalah melalui pelaksanaan Rencana tindakan yang baik. Secara spesifik, peninjauan pada kontes merek rokok ini masuk dalam 10 besar merek (brand) rokok utama di Indonesia dilihat dari penawaran, perubahan pangsa pasar di tahun 2014 dan 2015, pola kemajuan penawaran dari

tahun 1979 ke tahun 2015. Duniaindustri.com juga mengarahkan riset terkait brand value market pioneer untuk merek rokok. di Indonesia, sejak awal pola kesepakatan yang terkait dengan publikasi dan biaya promosi dikeluarkan.

Penelitian terdahulu

Mengingat pemeriksaan masa lalu dari buku harian berjudul "Pemeriksaan Serupa PT. Gudang Garam Versus PT. HM Sampoerna Tbk" disusun oleh Rizky Fadila pada tahun 2016. Buku harian itu menyatakan bahwa PT. HM Sampoerna Tbk untuk SDM melakukan peningkatan keterampilan khusus dengan kapasitas administratif dan otoritas. Dari segi kondisi keuangan, HM Sampoerna memiliki pilihan untuk menyelesaikan fokus presentasinya di tahun 2020 dengan upaya untuk menemukan semacam keselarasan antara pengembangan kesepakatan dan peningkatan produktivitas. Di bidang kreasi, HM Sampoerna mengarang dan memamerkan barang-barang rokok. Dalam teknik promosi, HM Sampoerna melakukan Advanced Marking dengan membuat pemisahan item secara konsisten dan membuat kesempatan unik untuk item tertentu..(Rizky Faradila, 2016)

Melalui satu ulasan lagi dengan buku harian berjudul "Pemeriksaan Teknik Dewan PT. GUDANG GARAM, TBK" yang ditulis oleh Iyan Gustana pada tahun 2010. Dalam buku harian itu dikatakan bahwa metodologi kemajuan yang diselesaikan Gudang Garam Indonesia terkait dengan penciptaan dan pengakuan klien untuk item baru dan administrasi. Gudang Garam mengembangkan bisnisnya melalui kemajuan dalam klasifikasi barang sigaret kretek mesin. Mengakui perkembangan yang wajar, Gudang Garam bekerja sama dengan berbagai penyedia penting. Gudang Garam mendapat hibah pasar modal yang memiliki kapitalisasi pasar lebih dari sepuluh triliun rupiah, dengan cara ini Gudang Garam dapat membuat keunggulan yang tidak dimiliki pesaing. Gudang Garam juga memiliki keunggulan diferensiasi dan keunggulan biaya (Iyan Gustiana, 2010)

Berdasarkan perhitungan return on investment tahun 2016, laba atas investasi yang dicapai PT HM Sampoerna, Tbk sebesar 30,02%, turun menjadi 29,37% pada tahun 2017. Pada tahun 2018 juga mengalami penurunan sebesar 29,05%. Ini berarti pengembalian investasi yang lebih rendah, yang menunjukkan ketidakmampuan manajemen untuk menghasilkan return on investment. Pada 2019, turun lagi 2,2% menjadi 26,96%, dan pada 2020 turun 9,68% menjadi 17,28%. Perhitungan return on investment untuk tahun 2016 relatif terhadap rata-rata industri sebesar 30% dapat diartikan bahwa margin keuntungan perusahaan PT HM Sampoerna, Tbk berada di atas rata-rata industri dan oleh karena itu dianggap baik. Namun jika melihat rata-rata industri sebesar 30% dari tahun 2017 hingga 2020, berarti margin laba PT

HM Sampoerna, Tbk masih di bawah rata-rata industri sehingga dinilai belum terlalu baik. . Profitabilitas rendah karena omset rendah (Puspita & Nurrisah, 2020).

Keuntungan,,rata-rata,,dari return,,on,,asset dari PT,,Gudang,,Garam,,Tbk ialah 12,2%. Ini menyiratkan bahwa perolehan penghasilan bersih keseluruhan yang diperoleh adalah 12,2% dari total aktiva. Jika dibandingkan standar rasio industri sebesar $> 10\%$. Hasil dari proses,,perhitungan,,return,,on,,asset,pada,,PT,,Gudang Garam,,Tbk,,sepanjang tahun 2017-2019 sudah mencapai standar rasio industri, jadi dari analisis tersebut diatas cenderung dikatakan PT,Gudang,Garam,Tbk,dinilai sehat. Laju return on asset akan meningkat jika keuntungan bersih yang dihasilkan tinggi dan tingkat pemanfaatan aktiva rendah. Ini jelas didukung oleh tingkat penjualan yang signifikan dengan mengurangi berbagai biaya bisnis yang dikeluarkan. Return,on,,asset yang terjadi pada PT,,Gudang,,Garam,,Tbk,,sepanjang periode tahun 2017-2019 bervariasi dan secara umum cenderung berkurang yang bisa terjadiz dikarenakanz peningkatanzassetzrelative,,lebih,,besarzdaripadazterjadinya kenaikan laba (Kurniawan, 2021).

Impact Riset

HM Sampoerna, pelopor pasar rokok di Indonesia, memiliki area yang solid untuk sebuah merek dan pada umumnya akan menguasai pasar. HM Sampoerna menguasai porsi SKM dengan 31%, SKT 39%, dan SPM 81%. Mengambil bagian dalam operasi ini, bagian dari pai HM Sampoerna adalah A Mild, Dji Sam Soe, Malboro, U Mild, dan Sampoerna Kretek.

Terlepas dari HM Sampoerna, data yang terhubung dengan PT Gudang Garam Tbk (GGRM), PT Bentoel Overall Investama Tbk (RMBA), dan PT Wismilak Inti Makmur Tbk (WIIM) juga ditampilkan. Terlepas dari bagian merek barang dari keseluruhan industri, kami juga meninjau tempat kerja penciptaan, menampilkan dan saluran pengangkutan, desain pasokan dan pendapatan dan manfaat (EBITDA), dan 2015 menghilangkan peningkatan pengeluaran. Melalui mengingat kembali bagian di atas dari keseluruhan industri, kami memikirkan kedua asosiasi ini. (Rizky Faradila, 2016)

PT Gudang Garam Tbk adalah asosiasi produsen rokok terkemuka dari Indonesia. Perkumpulan ini didirikan pada tanggal 26 Juni 1958 oleh Suryo Winowidjojo yang merupakan pendahulu produksi rokok kretek. Suryo Winowidjojo adalah spesialis keuangan Indonesia yang merupakan koordinator di balik Gudang Garam, salah satu produsen rokok terbesar di Indonesia. Gudang Garam Tbk. adalah salah satu asosiasi rokok yang signifikan dan dikenal sebagai merek induk di industri rokok Indonesia. Gudang Garam didirikan oleh seorang individu bernama Surya Wonowijoyo (Tjoa Jien Hwie) pada bulan Juni 1958 dan terletak di

kota Kediri, Jawa Timur. Gudang Garam telah menguasai porsi pasar rokok publik cukup lama, cuit PT Gudang Garam Tbk. di pasar rokok Indonesia yang mencapai 49%. PT Gudang Garam telah memperkenalkan bermacam-macam item rokok kretek top of the line, antara lain Gudang Garam Merah, Gudang Garam Djaja, Gudang Garam Internasional, Gudang Garam Surya, Gudang Garam Signature, Gudang Garam Surya Signature Menthol, Gudang Garam Surya Mild, Gudang Garam Surya Slender, Gudang Garam Surya Meager Menthol, Gudang Garam Surya Thin White, dll.(Karlina Tri Damayanti, 2016)

Dari penelitian ini dapat memberikan efek yang layak bagi kita para ilmuwan dan pembaca. Dapat memberikan manfaat bagi peningkatan ilmu eksplorasi dalam Bisnis Dewan terkait dengan teknik pemeriksaan serius antar organisasi yang menggunakan strategi 5 Forces; dapat memberikan keuntungan besar untuk bertindak sebagai sumber data bagi orang lain dapat digunakan sebagai bahan penilaian bagi organisasi untuk mengembangkan metodologi yang lebih baik; Hal ini dapat dimanfaatkan sebagai bahan penilaian bagi organisasi untuk mengembangkan metodologi yang unggul.

Mengingat konsekuensi dari penelitian ini, peneliti perlu memberikan pemahaman tambahan kepada penguji, pembaca dan asosiasi. Untuk mengetahui penilaian metode pemeriksaan serius antara PT Gudang Garam Tbk dengan PT HM Sampoerna; untuk mengetahui prosedur mana yang lebih baik antara PT Gudang Garam Tbk dengan PT HM Sampoerna Tbk sehubungan dengan konsekuensi dari penilaian tersebut. untuk memeriksa apakah kerangka kerja yang digunakan dapat mempengaruhi setiap asosiasi dengan baik; untuk mengetahui prosedur serius yang diterapkan oleh PT Gudang Garam Tbk dan PT Sampoerna Tbk dalam mencapai keunggulan.

Hasil yang Diharapkan

Dari riset ini, diharapkan memberikan dampak positif untuk keberlangsungan kedua perusahaan rokok terbesar di Indonesia dan belajar memahami bagaimana PT Gudang Garam dan HM Sampoerna menciptakan keunggulan kompetitif terutama dalam era perusahaan yang selalu beradaptasi dengan lingkungan bisnis. Selain itu, untuk para investor diharapkan bisa memberikan informasi terkait perkembangan perusahaan di bagian keunggulan kompetitif dan menjadi dorongan tersendiri untuk mau melanjutkan perkembangan perusahaan. Hasil yang diharapkan dari riset ini adalah menemukan hasil dari perbandingan Strategi *Competitive Analysis* antara Gudang Garam dan Sampoerna; bagaimana kedua perusahaan bertahan di era persaingan bisnis rokok yang semakin berkembang; bagaimana kedua perusahaan memiliki ‘persaingan sehat’ dalam bisnis rokok yang dijalankan; serta mengetahui strategi keunggulan kompetitif masing-masing perusahaan dibantu dengan model *Porter's Five Forces Analysis*

yang dimana sangat membantu untuk mencairkan analisis ini. Oleh karena itu, dibuatlah penelitian ini dengan judul, 'Perbandingan strategi *Competitive Analysis* antara PT Gudang Garam dan HM Sampoerna Menggunakan Analisis *Porter's Five Forces*.'

2. Metodologi

Pemodelan *Porter's Five Forces* dikembangkan pertama kali oleh Michael Porter. *Porter's Five Forces* adalah alat yang digunakan untuk menganalisis bagaimana lingkungan yang kompetitif akan berpengaruh terhadap pemasaran suatu produk. Alat ini dikatakan sederhana tapi sangat *powerfull* untuk mengerti situasi dari bisnis yang dijalankan. Selain itu juga membantu dalam mengetahui keunggulan posisi kompetisi saat ini dan yang akan dihadapi kemudian. Sehingga perusahaan dapat meningkatkan kekuatan, mengantisipasi kelemahan dan akan menghindari perusahaan dalam pengambilan keputusan yang salah. Secara konvensional, alat ini juga dapat digunakan untuk mengidentifikasi apakah suatu produk baru, layanan atau suatu bisnis dapat menghasilkan suatu keuntungan. Tetapi selain itu akan sangat membantu untuk mengerti keseimbangan kekuatan yang berpengaruh dalam situasi bisnis yang sedang dihadapi.

Beberapa indikator yang di tawarkan dalam bukunya adalah sebagai berikut :

- Masuknya pesaing baru
- Ancaman dari produk pengganti
- Kekuatan penawaran pembeli
- Kekuatan penawaran pemasok
- Persaingan diantara perusahaan yang ada

3. Hasil dan Pembahasan

3.1 Pembahasan

Pembahasan mengenai *Porter's Five Forces* Gudang Garam dan Sampoerna :

A. Ancaman Pesaing Baru

Bisnis rokok merupakan salah satu usaha yang mengalami pasang surut sekaligus eksis di Indonesia. Perkembangan keuangan yang lesu dan, anehnya, kekurangan uang di masa darurat tidak mempengaruhi bisnis rokok di Indonesia. Nyatanya, bisnis rokok di Indonesia menghadapi banyak kesulitan karena efek darurat yang tertunda. Daya beli individu telah berkurang, tingkat ekstrak telah meningkat, kompensasi kerja telah diubah oleh permintaan biaya hidup yang signifikan dan tak terhindarkan. Masuknya Esse ke Indonesia membuat jumlah impor rokok di negeri ini semakin meningkat. Berbagai jenis rokok Esse disediakan

oleh pembuatnya, Korea Tomorrow dan Global, untuk menarik keuntungan pelanggan. Produk rokok CAMEL menggunakan kombinasi tembakau dari Turki dan Virginia. Ini menciptakan kualitasnya sendiri ketika rokok hangus. Bau asap yang dilontarkan dari kombinasi tembakau tersebut membuat sebagian netter merasa risih, bahkan lemas. Namun, beberapa dari mereka sangat cocok dengan campuran campuran tembakau, terutama Camel Ungu. Esse dan Camel siap menjadi pesaing sejati Gudang Garam dan Sampoerna, karena mereka memiliki banyak variasi, dan merupakan salah satu merek rokok superslims terlaris di dunia. Bertambahnya pesaing menambah luar biasa persaingan rokok di Indonesia, akhirnya ada yang disingkirkan dari pihak oposisi.

Berikut ini juga merupakan petunjuk-petunjuk yang merupakan ancaman bagi bisnis rokok di Indonesia:

- Memperluas pesaing untuk jenis rokok ringan.

Pangsa Pasar rokok Mild yang menjanjikan dari apa yang ada di toko memungkinkan pengembangan kontestan baru dalam persaingan industri rokok lembut.

- Biaya rokok yang tinggi.

Tingginya biaya rokok membuat daya beli individu terhadap rokok menjadi rendah, sehingga menyebabkan penurunan popularitas rokok.

- Lebih sedikit acara yang didukung oleh organisasi tembakau.

Berkurangnya acara-acara pendukung rokok adalah akibat dari sikap masyarakat yang menjunjung tinggi permusuhan merokok dan perlunya mengurangi promosi rokok yang terdapat dalam acara-acara, khususnya acara-acara remaja. Dengan berkurangnya kesempatan yang didukung oleh perusahaan rokok, sulit bagi perusahaan rokok untuk memajukan produk mereka dan dalam jangka panjang tingkat kesadaran akan berkurang. (Harmawan Saputra, n.d.)

B. Ancaman Produk Pengganti (Substitusi)

H.M Sampoerna

Mengingat contoh positif rokok Mild, banyak pembuat rokok mulai menembus Mild Cigarettes. Sampai pemberitahuan tambahan, pencipta rokok yang signifikan telah membuat rokok Mild, Gudang Garam memiliki Surya Signature, dari Djarum yang dikandung LA Light, yang semuanya menyakitkan bagi Sampoerna hingga saat ini, dari kamp Bentoel Prima ada Starmild yang berada di posisi ketiga Pangsa Pasar di industri rokok kretek, bahkan pembuat rokok rahasia, misalnya, Nojorono Tobacco Indonesia ikut serta dalam mencetuskan industri rokok Indonesia dengan memperkenalkan barang-barang Mild Class yang selanjutnya.

Meningkatnya jumlah pesaing menambah rivalitas yang keterlaluan di Indonesia, akhirnya ada yang dikeluarkan dari perlawanan.

Menggantikan hal-hal dengan batas yang sama atau tampaknya menjadi hal-hal yang ada dengan konsekuensi yang berbeda. Hal-hal substitusi rokok, seperti berita gembira, rokok elektrik, dan lisong. Bagi Sampoerna, klien setia dengan barang-barang rokoknya, setia pada barang-barang biasa-biasa saja di sini berbeda sejauh rasanya yang diiklankan. Seluk-beluk rasa rokok yang diperkenalkan oleh Sampoerna tidak normal oleh klien, sehingga dampak dari hal-hal pengganti ini dapat dikatakan tidak ada bedanya. (EKAWANDA, 2012)

Gudang Garam Surya Signature adalah pesaing dari beberapa produk rokok asing, seperti Pall Mall, Marlboro, 555 dan lainnya. Dengan kualitas barang yang tidak berubah, barang ini telah berkurang selama beberapa tahun terakhir mulai sekitar tahun 2005, jadi penting untuk mengembangkan metode pemasaran untuk meningkatkan penjualan kembali. Metodologi survei administrasi adalah sesuatu yang harus dilakukan untuk lebih mengembangkan penawaran barang yang telah berkurang.

Barang-barang modern tertentu mungkin mengizinkan barang-barang dari bisnis yang berbeda. Penggantian dapat muncul dari bermacam-macam perusahaan. Misalnya, permen bisa menggantikan rokok. Faktor-faktor yang mempengaruhi risiko produk termasuk produk perusahaan yang tidak memberikan keuntungan nyata dibandingkan dengan produk lain, mudah bagi pembeli untuk beralih, dan loyalitas konsumen yang rendah. Untuk mengurangi bahaya barang pengganti, pembuat dapat lebih mengembangkan hubungan dengan pembeli dan mencari tahu apa yang dibutuhkan pembeli. Salah satu cara yang dilakukan produsen rokok tersebut adalah dengan berpromosi. Diferensiasi juga dapat dilakukan. Sampai saat ini, dalam bisnis rokok, produk dari berbagai perusahaan belum menemukan item yang memiliki atribut item dan karya item yang dapat menggantikan rokok. Terlepas dari apakah barang rokok konvensional dan cerutu dimasukkan sebagai barang pengganti, kenyataannya tidak benar-benar mempengaruhi industri rokok. Kualitas item sangat luar biasa, sehingga sangat terbatas pintu terbuka untuk item pengganti. Persepsi item pengganti melibatkan menemukan satu item lagi yang dapat mengisi peran yang sama sebagai item dalam bisnis. Kadang-kadang melakukan ini adalah sesuatu yang menarik, dan tugas yang membawa penyelidikan ke organisasi yang tampaknya begitu jauh terpisah dari industri mereka.

Pengguna Rokok Elektrik yang masuk golongan Barang Tembakau Lainnya (HPTL) melonjak 2,2 juta orang pada tahun 2020. Berdasarkan informasi dari Dinas Perindustrian (Kemenperin), angka ini naik signifikan berbanding 2018 yang hanya tampak 1,2 juta orang.

hanya. Selain klien, ada hal lain dan lebih banyak pelaku bisnis di industri ini, yang akan berkembang jauh lebih baik pada tahun 2020. Pedagang atau pedagang e-rokok telah mencapai 150 organisasi, pembuat cairan adalah 300 pabrik pengolahan, produsen perangkat dan visioner bisnis lainnya. 100 organisasi, dan 50 individu berpartisipasi dalam HPTL.

Pada tahun 2020, Komisi Pengendalian Tembakau Masyarakat memimpin tinjauan perilaku merokok selama pandemi pada 621 responden yang tersebar di 25 wilayah. Hasil review menunjukkan bahwa 50,2 persen responden mengikuti kecenderungan merokok dan peningkatan jumlah perokok masih sekitar 15,2 persen bila dibandingkan dengan sebelum pandemi.

Pada tahun 2020 tercatat klien vape di Indonesia berdasarkan informasi dari Asosiasi Personal Vaporizer Indonesia (APVI) telah menghubungi 2,2 juta orang, dengan jumlah lokasi ritel mencapai 5.000 (pengecer). Sementara itu, pendapatan ekstraktif HPTL juga terus meningkat, dari Rp 98,87 miliar setiap 2018, Rp 427,16 miliar dari 2019, dan Rp 680,36 miliar tahun lalu. Sementara itu, pada Januari-September 2021, pendapatan ekstraktif HPTL mencapai Rp. 471,18 Miliar turun 15,5 persen dibandingkan dengan periode yang sama 2020 senilai Rp557,3 miliar. Pada tahun 2022, pendapatan ekstrak HPTL diperkirakan mencapai Rp. 648,84 miliar, atau naik 7,5 persen dari taksiran pendapatan 2021.

C. Kekuatan Penawaran Pembeli (dari segi *Marketing*)

Berbagai macam produk rokok Gudang Garam mempengaruhi keputusan pembeli, namun menjaga biaya item Rokok Gudang Garam Merah pada tingkat yang sama dengan produk susu pilihan lainnya dapat mengurangi daya barter pelanggan tanpa mengurangi kualitas. Sementara itu, Rokok Sampoerna berada pada level yang sama seperti yang diharapkan tanpa mengurangi kualitas. Meskipun demikian, harga barang Sampoerna lebih murah dibandingkan barang Gudang Garam, namun tidak mengurangi keuntungan pelanggan dalam membeli barangnya.

PT Sampoerna melibatkan pasar sebagai arah untuk memikirkan suatu metodologi, harus diterima bahwa klien adalah tuannya, sudah sepatutnya penguasa memenuhi kebutuhan dan keinginannya. Juga, organisasi ini memisahkan itemnya dari item yang berbeda dengan pengiriman A Mild.

Pelepasan ini sangat mencengangkan bagi beberapa perkumpulan, khususnya bisnis rokok pada waktu itu. A Mild adalah rokok rendah nikotin (Low Tar Low Nicotine) utama di Indonesia dengan organisasi tar/nikotin 14 mg/1.0 mg. dan selanjutnya berbagai jenis merek yang diberikan oleh perusahaan ini. Perusahaan Sampoerna Tbk, harus terus-menerus memikirkan keadaan perusahaan yang sedang berjalan melalui penyelidikan SWOT, karena

dengan SWOT kita dapat memikirkan teknik untuk kemajuan organisasi, tepatnya dengan memperluas kualitas dan peluang terbuka yang berharga dan selanjutnya mengurangi kekurangan dan bahaya.

Volume transaksi HMSP 2021 Secara ekonomi, volume transaksi rokok sepanjang tahun 2021 tercatat sebesar 296,2 miliar batang, naik 7,2% dari 276,2 miliar batang pada tahun 2020. Dari hasil eksplorasi tersebut, HM Sampoerna menguasai 28% batang kue pada tahun 2021, turun dari 28,8% pada tahun 2020.

Menurut informasi Nielsen, porsi Gudang Garam pada 2021 akan menjadi 27,1 persen, naik sedikit dari tahun sebelumnya 26,6 persen. Volume transaksi juga tercatat meningkat sebesar 1,5 persen menjadi 91,1 miliar batang pada tahun 2021. Sementara itu, pada tahun 2020, volume transaksi telah berkurang sebesar 6,5 persen.

D. Kekuatan Penawaran Pemasok

Sejauh pasokan zat yang tidak dimurnikan, Sampoerna memiliki kekuatan yang sama dengan pemasoknya. Keduanya kurang beruntung dan tidak ada satu pun dari pihak yang lebih luar biasa. Petani tidak dapat meningkatkan harga diri dengan sengaja, berpendapat bahwa kantor industri rokok juga memiliki kekuatan bersyarat untuk tidak membeli, dan sekali lagi pabrik rokok tidak dapat mengusulkan dengan nilai yang terlalu rendah karena petani tidak akan menjualnya mengingat segalanya. Dalam beban suku cadang mentah, Gudang Garam memiliki kualitas yang sama dengan pemasoknya. Pemasok Gudang Garam sebagian besar membantu di mana peternak mendapat manfaat dari suku cadang mentah yang dibeli oleh asosiasi dan asosiasi Gudang Garam mengambil bagian dalam keuntungan bekerja sama dengan perakitan dan mengikuti pemasok perbaikan reguler.

Pemasok PT Sampoerna

HM Sampoerna Tbk terus berupaya memasok komponen yang tidak dimurnikan untuk tembakau dan cengkeh dari peternak di sekitarnya. Kali ini, organisasi tersebut meringkai sebuah organisasi bernama Incorporated Creation Framework (IPS).

Presiden Kepala Sampoerna Paul Janelle mengatakan, bantuan sampoerna untuk otoritas publik dihadirkan melalui minat jangka panjang di bidang agro-modern untuk membantu menghantarkan pembangunan dan bekerja pada perekonomian Indonesia.

Pengawas Agronomi Daun Sampoerna, Bakti Kurniawan menyatakan bahwa program organisasi yang dijalankan oleh Sampoerna berada pada tempat yang berkelanjutan mulai tahun 2009. IPS dibawa keluar melalui kontrak partisipasi di mana petani mendapatkan bantuan

hortikultura, masuk ke ibukota, kantor dan yayasan pedesaan, serta memastikan akses pasar yang dengan sungguh-sungguh dibutuhkan oleh petani.

Pemasok PT Gudang Garam

PT Gudang Garam Tbk mendapatkan bahan alami, khususnya dari hasil panen peternak. Penanaman tembakau biasanya dilakukan pada bulan April. Dibutuhkan sekitar setengah tahun setelah fakta untuk mengumpulkan tembakau. Ketika dikumpulkan, daun tembakau kemudian dihancurkan dengan cara yang keras dan dikeringkan di bawah sinar matahari yang melepuh selama dua hari. Kemudian, daun tembakau disusun dengan memperhatikan kualitasnya dan kemudian ditawarkan kepada tanaman rokok.

Di lini produksi, beberapa daun tembakau langsung digunakan, namun beberapa disingkirkan untuk waktu yang lama, sesuai resep yang diharapkan untuk membuat merek kretek tertentu. Terlepas dari tembakau, cengkeh juga merupakan zat tambahan untuk produksi rokok di PT Gudang Garam Tbk. Pohon cengkeh membutuhkan waktu sekitar lima tahun untuk tumbuh dewasa dan layak untuk dituai.

Bunga cengkeh dipetik dengan tangan oleh para pekerja, kemudian dikeringkan di bawah sinar matahari. Sejak saat itu dan seterusnya, cengkeh diukur, dijual, kemudian ditebas dengan mesin sebelum ditambahkan ke kombinasi tembakau untuk membuat kretek. (Wibowo, n.d.)

E. Persaingan antar Perusahaan yang Ada

Persaingan di antara pesaing yang ada harus terlihat dalam struktur yang berbeda, misalnya, batas biaya, presentasi item baru, iklan, dan peningkatan administrasi.

Dalam persaingan antara Gudang Garam dan Sampoerna, kita lihat pada persaingan presentasi moneter. Berdasarkan rangkuman fiskal tahun 2013 sampai dengan tahun 2017, organisasi yang memiliki proporsi likuiditas yang unggul adalah PT. HM Sampoerna Tbk dengan proporsi tipikal 2,16, atau organisasi memiliki tingkat kepastian penyelesaian komitmen sementara sebesar 216% dibandingkan dengan PT. Gudang Garam Tbk yang memiliki tipikal proporsi 0,71 atau 71%. Organisasi yang memiliki proporsi dissolvability yang lebih tinggi, tepatnya PT. HM Sampoerna Tbk dengan tipikal proporsi 0,4 atau 40% dari sumber daya mutlak organisasi yang didukung oleh kewajiban, proporsi yang didapat lebih rendah dibandingkan dengan PT. Gudang Garam Tbk dengan proporsi khas 0,41 atau 41% dari sumber daya lengkap organisasi yang didanai oleh kewajiban, semakin rendah proporsinya, semakin baik. (Basiroh & Tristiasrini, 2017)

SEGI PERBANDINGAN HARGA PRODUK GUDANG GARAM DAN SAMPOERNA

Rokok Gudang Garam Merah harganya sekitar 2.000 lebih mahal dari rokok Dji Sam Soe. Rokok Gudang Garam Merah memiliki sedikit kemiripan dengan Rokok Dji Sam Soe, namun hanya sedikit. Sebagian besar rokok ini menawarkan sensasi yang berapi-api dan rasa cengkeh yang mantap. Pemanasan di tenggorokan sangat berkelas dan seperti ada kejutan kecil yang menyentuh di tarikan. Namun, Rokok Gudang Garam Merah memiliki rasa saus yang tampaknya memanfaatkan rasa yang lebih baik. Memang, kami sama-sama menyadari bahwa Gudang Garam adalah spesialis dalam membuat saus rokok yang lezat.

Brand Value HM Sampoerna vs Gudang Garam

Gudang Garam

PT Gudang Garam Tbk (GGRM) untuk semua organisasi dan auxiliaries membukukan kenaikan pendapatan 9,09 persen menjadi Rp 124,88 triliun dibandingkan tahun sebelumnya sebesar Rp 114,48 triliun. Sejalan dengan peningkatan pendapatan, beban barang dagangan yang ditawarkan juga naik menjadi Rp 110,61 triliun dari Rp 97,1 triliun setiap tahun 2020. Pendapatan ini sebagian besar disumbangkan oleh transaksi-transaksi sigaret kretek mesin perseroan. Penjamin pemilik rokok merek Surya mencatat pendapatan dari rokok kretek mesin sebesar Rp. 84,5 triliun pada kuartal kedua dari kuartal terakhir tahun 2021, naik dari Rp 76 triliun pada kuartal kedua dari kuartal terakhir tahun 2020. Sehingga perusahaan membukukan keuntungan bersih sebesar Rp 14,27 triliun, turun 17,92 persen dibandingkan tahun sebelumnya sebesar Rp 17,34 triliun. Sumber daya organisasi hingga Desember 2021 tercatat sebesar Rp 89,96 triliun, naik dari situasi menjelang akhir tahun 2020 sebesar Rp 78,19 triliun. Ini terdiri dari sumber daya saat ini sebesar Rp. 59,31 triliun dan sumber daya tidak lancar sebesar Rp. 30,65 triliun. Liabilitas terus meningkat dari Rp 19,67 triliun setiap tahun 2020 menjadi Rp 30,68 triliun dari tahun 2020.

PT HM Sampoerna Tbk. (HMSP) membukukan pendapatan transaksi bersih sebesar Rp 98,8 triliun pada tahun 2021, naik 6,98 persen dibandingkan tahun 2020. HMSP mencatat perkembangan volume transaksi sebesar 5% yoy pada Q3/2021 dan mencapai 20,8 miliar unit, berbanding 19,8 miliar unit. pada periode yang sama tahun lalu. HMSP membukukan transaksi bersih Rp 47,63 triliun pada semester pertama 2021, naik 6,47 persen year on year dibandingkan periode yang sama tahun lalu Rp 44,73 triliun. Terlepas dari menjaga ekspansi pendapatan, manfaat HMSP untuk jangka waktu yang sedang berjalan disesuaikan, dari Rp4,88

triliun pada porsi utama tahun lalu menjadi Rp4,13 triliun pada porsi utama tahun ini turun pada 15.40% (Annisa Saumi, 2021; Jurnalis Okezone, 2021; Pipit Ika Ramadhani & Agustina Melani,2022).

3.2 Hasil

Beberapa indicator yang menjadi perbandingan antara Gudang garam dan HM Sampoerna yaitu :

- Ancaman Pendetang Baru
- Ancaman Produk Pengganti
- Daya Tawar Pembeli
- Daya Tawar Pemasok
- Persaingan dengan perusahaan la

Indicator	PT Gudang Garam	HM Sampoerna
Ancaman Pendetang Baru (mencari data tentang vape)	Esse Dan juga Camel siap untuk menjadi pesaing yang tidak bercanda baik untuk pusat Distribusi Garam dan Sampoerna, karena mereka memiliki banyak variasi, serta merupakan salah satu superlim terbaik di dunia.	Para pemula, misalnya, Esse dan Camel tidak bercanda penantan untuk kedua pusat Distribusi Gudang Garam dan Sampoerna, mengingat fakta bahwa mereka memiliki banyak variasi, serta merupakan salah satu merk superslims terlaris dunia.
Ancaman Produk Pengganti (mencari data tentang vape)	Penggantian dapat muncul dari berbagai macam organisasi. Misalnya makanan penutup dapat menggantikan rokok. Faktor - faktor yang mempengaruhi bahaya barang - barang pengganti mencakup barang - barang yang tidak memberikan keuntungan yang besar atas barang - barang yang berbeda, sederhana bagi para pembeli untuk terus melanjutkan, dan rendahnya pengabdian para pembeli. Untuk mengurangi bahaya penggantian barang produsen dapat lebih mengembangkan asosiasi dengan	Pengganti item menunjukkan dengan kapasitas yang sama atau terlihat seperti item yang ada dengan berbagai pemahaman. Barang pengganti untuk rokok, misalnya makanan penutup, rokok elektronik, dan lisong. Bagi Sampoerna, selama klien tetap setia pada barang-barang rokoknya, kehadiran barang-barang pengganti ini benar-benar tidak terlalu signifikan mengingat fakta bahwa rasa yang ditawarkannya unik. Vibe rasa rokok ini disajikan oleh Sampoerna kliennya benar-benar

pembeli dan mengetahui keinginan mencari, sehingga efek dari pelanggan. Salah satu cara kehadiran barang pengganti produsen rokok mengambil adalah tersebut dapat dipandang sebagai untukmempublikasikan. tidak luar biasa.Pada tahun 2020, Perpisahan juga dapat dicari. KomnasTembakauControl Sampai saat ini dalam bisnis rokok, memimpin gambaran perilaku tidak ada barang dari perusahaan merokok pada masa pandemi pada yang berbeda yang memiliki 621 responden yang tersebar di 25 atribut barang dan karya barang daerah. Hasil ringkasan yang dapat menggantikan rokok. menunjukkan, 50,2 persen Terlepas dari apakah rokok adat responden sebenarnya mengikuti dan barang stogie dimasukkan propensitas merokok dan ada sebagai barang pengganti, perluasan jumlah perokok sekitar kenyataannya tidak terlalu 15,2 persen ketika dilihat sebelum mempengaruhi industri rokok. pandemi. Merek dagang rokok item sangat Pada tahun 2020 klien vape di salah satu dari jenis yang sama, Indonesia mengingat informasi sehingga kemungkinan yang dari Asosiasi Personal Vaporizer muncul item pengganti yang Indonesia (APVI) telah sangat terbatas. Persepsi item o menghubungi 2,2 juta individu, item pengganti mencakup dengan jumlah lokasi ritel menemukan item yang berbeda mencapai 5.000 (decker). Dalam yang dapat mengisi peran yang mean time, pendapatan ekstrak sama sebagai item dalam bisnis. HPTL tambahan terus berkembang, Sekali-sekali melakukan hal ini dari Rp98,87 miliar setiap 2018, adalah merepotkan, dan tugas Rp427,16 miliar per 2019, dan membawa ahli untuk bisnis - bisnis Rp680,36 miliar tahun lalu. Pada yang oleh semua account sangat Januari-September 2021, jauh terpisah dari industri. pendapatan ekstrak HPTL Pada tahun 2020, Kepala mencapai Rp471,18 miliar, turun Pengendalia Tembakau 15,5 persen dibandingkan periode mengarahkan penelitian tentang yang sama 2020 senilai Rp557,3 perilaku merokok pada masa miliar. Pada 2022, pendapatan pandemi pada 621 responden yang ekstrak HPTL diperkirakan tersebar di 25 daerah. Hasil mencapai Rp648,84 miliar, atau ringkasan menunjukkan, 50,2 naik 7,5 persen dari pengukur persen responden sebenarnya pendapatan 2021. mengikuti propensitas merokok Mengingat informasi di atas, dan ada perluasan jumlah perokok cenderung ditunjukkan bahwa

	<p>sekitar 15,2 persen ketika dilihat sebelum pandemi.</p> <p>Pada tahun 2020 klien vape di Indonesia mengingat informasi dari Asosiasi Personal Vaporizer Indonesia (APVI) telah menghubungi 2,2 juta individu, dengan jumlah lokasi ritel mencapai 5.000 (decker). Dalam mean time, pendapatan ekstrak HPTL juga terus berkembang, dari Rp98,87 miliar setiap 2018, Rp427,16 miliar per 2019, dan Rp680,36 miliar tahun lalu. Sehubungan dengan Januari-September 2021, pendapatan ekstrak HPTL tiba di Rp471,18 miliar, turun 15,5 persen dibandingkan periode yang sama 2020 senilai Rp557,3 miliar. Pada 2022, pendapatan ekstrak HPTL diperkirakan mencapai Rp648,84 miliar atau naik 7,5 persen dari pendapatan 2021.</p> <p>Mengingat informasi di atas, sangat baik dapat ditunjukkan bahwa Vape / rokok listrik dapat mengisi untuk rokok standar, mengingat jumlah yang item vape yang terus berkembang maka banyak orang akan menggunakan vape.</p>	<p>Vape/rokok listrik dapat sub untuk rokok adat, mengingat berkembangnya jumlah item vape tertarik dan banyak orang akan vape.</p>
<p>Daya Tawar Pembeli (kebijakan pemerintah tentang rokok)</p>	<p>Kemajuan Gudang Garam menjadi salah satu organisasi rokok terbesar di Indonesia, bahkan dikenang karena posisi dunia, tidak bisa dibedakan dari kemajuan yang terus dilakukan. Tanpa kemajuan mengikuti perkembangan atau perbaikan zaman, bisnis pasti akan</p>	<p>Perusahaan harus mempunyai variasi produk baru, karena masyarakat pasti menginginkan sesuatu produk inovatif yang baru di setiap tahunnya. Serta untuk menghadapi ketatnya persaingan dengan competitor, mau tidak mau suatu perusahaan harus</p>

berlalu dengan santai. Selain organisasi yang akan memperbaiki atau menyesuaikan diri, mereka justru ingin bersaing dengan orang lain. Jadi untuk memulai usaha mandiri, jangan berhenti berbenah.

Market Share

Mengingat informasi Nielsen, potongan kue Gudang Garam pada tahun 2021 adalah 27,1 persen, naik tipis dari tahun sebelumnya sebesar 26,6 persen. Volume transaksi juga tercatat meningkat 1,5 persen menjadi 91,1 miliar batang pada 2021. Sementara itu, pada 2020, volume transaksi telah berkurang 6,5 persen.

Strategi Pemerintah Tentang

Rokok

Otoritas publik menetapkan normal tertimbang dari perluasan tingkat ekstrak per jenis rokok sebesar 12,5%. Otoritas publik juga telah memutuskan untuk tidak memperluas tingkat ekstrak Rokok Kretek Bergerak yang Tersedia (SKT), mengingat kontemplasi keadaan pandemi dan retensi kerja oleh Industri Barang Tembakau (IHT). Secara lengkap, perluasan tingkat ekstrak SKM adalah 16,9% untuk tandan I, 13,8% untuk tandan II A, dan 15,4% untuk tandan II B. Sedangkan tipe SPM sebesar 18,4% untuk tandan I, 16,5% untuk tandan II A, dan 18,1% untuk tandan II B.

Strategi ini diambil oleh otoritas Publik melalui pemikiran lima

mengeluarkan produk baru yang bisa mengimbangi bahkan melebihi competitor demi mengambil hati masyarakat.

Market Share

Volume kesepakatan HMSP 2021 Secara ekonomi, volume transaksi rokok sepanjang 2021 tercatat sebesar 296,2 miliar batang, naik 7,2% dari 276,2 miliar rokok pada tahun 2020. Mengingat pemeriksaan ini, HM Sampoerna mengendalikan 28% dari potongan rokok kue pada tahun 2021, turun dari 28,8% pada tahun 2020.

Strategi Pemerintah Tentang Rokok

Otoritas publik menetapkan normal tertimbang dari perluasan tingkat ekstrak per jenis rokok sebesar 12,5%. Otoritas publik juga telah memutuskan untuk tidak membangun tingkat ekstrak Rokok Kretek Bergerak yang Tersedia (SKT), mengingat kontemplasi keadaan pandemi dan asimilasi kerja oleh Industri Barang Tembakau (IHT). Secara lengkap, perluasan tingkat ekstrak SKM adalah 16,9% untuk tandan I, 13,8% untuk tandan II A, dan 15,4% untuk tandan II B. Sedangkan tipe SPM sebesar 18,4% untuk tandan I, 16,5% untuk tandan II A, dan 18,1% untuk tandan II B.

Strategi ini diambil oleh otoritas Publik melalui pemikiran lima

sudut, khususnya kesejahteraan sudut pandang, khususnya yang terkait dengan dominasi kesejahteraan yang terkait dengan perokok, bekerja di industri meluasnya perokok, bekerja di barang-barang tembakau, peternak industri barang-barang tembakau, peternak tembakau, jalur rokok yang peternak tembakau, aliran rokok yang melanggar hukum, dan pengakuan yang melanggar hukum, dan Menarik diri dari lima instrumen pengakuan. Menarik diri dari lima ini, otoritas Publik berusaha untuk instrumen ini, otoritas Publik berusaha untuk memiliki opsi untuk membuat memiliki opsi untuk membuat strategi tugas ekstrak yang untuk membuat strategi pungutan komprehensif pada barang-barang ekstrak yang komprehensif pada tembakau. Strategi ini seharusnya barang-barang tembakau. Strategi ini seharusnya secara tegas mempengaruhi setiap bagian dari pemikiran. bagian dari pemikiran.

Daya Tawar Pemasok

PT Gudang Garam Tbk mendapatkan bahan alami, khususnya dari hasil panen peternak. Penanaman tembakau biasanya dilakukan pada bulan April. Dibutuhkan sekitar setengah tahun setelah fakta untuk mengumpulkan tembakau. Ketika dikumpulkan, daun tembakau kemudian dihancurkan dengan cara yang keras dan dikeringkan di bawah sinar matahari yang melepuh selama dua hari. Kemudian, daun tembakau disusun dengan memperhatikan kualitasnya dan kemudian ditawarkan kepada tanaman rokok.

Di lini produksi, beberapa daun tembakau langsung digunakan, namun beberapa disingkirkan untuk waktu yang lama, sesuai resep yang diharapkan untuk membuat merek kretek tertentu. Terlepas dari tembakau, cengkeh juga merupakan zat tambahan

Pt HM Sampoerna Tbk terus berupaya memasok komponen yang tidak dimurnikan untuk tembakau dan cengkeh dari peternak di sekitarnya. Kali ini, organisasi tersebut meringkaskan sebuah organisasi bernama Incorporated Creation Framework (IPS). Presiden Kepala Sampoerna Paul Janelle mengatakan, bantuan sampoerna untuk otoritas publik dihadirkan melalui minat jangka panjang di bidang agro-modern untuk membantu menghantarkan pembangunan dan bekerja pada perekonomian Indonesia.

Pengawas Agronomi Daun Sampoerna, Bakti Kurniawan menyatakan bahwa program organisasi yang dijalankan oleh Sampoerna berada pada tempat yang berkelanjutan

untuk produksi rokok di PT Gudang Garam Tbk. Pohon cengkeh membutuhkan waktu sekitar lima tahun untuk tumbuh dewasa dan layak untuk dituai. Bunga cengkeh dipetik dengan tangan oleh para pekerja, kemudian dikeringkan di bawah sinar matahari. Sejak saat itu dan seterusnya, cengkeh diukur, dijual, kemudian ditebas dengan mesin sebelum ditambahkan ke kombinasi tembakau untuk membuat kretek

mulai tahun 2009. IPS dibawa keluar melalui kontrak partisipasi di mana petani mendapatkan bantuan hortikultura, masuk ke ibukota, kantor dan yayasan pedesaan, serta memastikan akses pasar yang dengan sungguh-sungguh dibutuhkan oleh peternak.

Mereka juga mendapatkan data dan arahan tentang Praktik Pedesaan Besar (Hole) untuk bekerja pada kualitas, kemahiran, efisiensi, dan gaji yang didapat dari pengumpulan tembakau. Tanpa orang lain, bantuan pemerintah dari para petani juga akan naik ke tingkat berikutnya. Program organisasi ini juga telah diselesaikan di beberapa komunitas perkotaan pembuat tembakau di Indonesia seperti di Jawa Timur, khususnya Madura, Jember, Bondowoso dan Lumajang serta daerah-daerah di sekitar Jawa Fokus, untuk spesifiknya Rembang, Wonogiri, dan Purwodadi. Pada awalnya, program ini disahkan oleh sekitar 5 ribu peternak. Saat ini, lebih dari 27 ribu peternak mengambil bagian dalam program asosiasi ini.

Persaingan dengan perusahaan lain

Dalam persaingan antara Gudang Garam dan Sampoerna, kami

Dalam oposisi antara Pusat Distribusi Gudang Garam dan

melihat pada persaingan kinerja keuangan. Berdasarkan laporan keuangan 2013 sampai dengan tahun 2017, perusahaan yang memiliki rasio likuiditas lebih baik yaitu PT. HM Sampoerna Tbk dengan rata-rata rasio sebesar 2.16, atau perusahaan memiliki tingkat jaminan penyelesaian kewajiban jangka pendeknya sebesar 216% dibandingkan dengan PT. Gudang Garam Tbk yang memiliki rata-rata rasio sebesar 0.71 atau 71%. Perusahaan yang memiliki rasio solvabilitas lebih baik yaitu PT. HM Sampoerna Tbk dengan rata-rata rasio sebesar 0.4 atau 40% dari total aktiva perusahaan yang dibiayai oleh hutang, rasio yang diperoleh lebih rendah dibandingkan dengan PT. Gudang Garam Tbk dengan perolehan rata-rata rasio sebesar 0.41 atau 41% dari total aktiva perusahaan dibiayai oleh hutang, semakin rendah angka rasio maka semakin baik

Sampoerna, kami melakukan pengecekan di oposisi eksekusi moneter. Mengingat laporan fiskal 2013 hingga 2017, organisasi dengan proporsi likuiditas yang lebih baik adalah PT. HM Sampoerna Tbk dengan proporsi khas 2,16, atau organisasi memiliki penyelesaian kewajiban sesaat memastikan kecepatan 216% kontras dengan PT. Stockroom Garam Tbk yang memiliki proporsi khas 0,71 atau 71%. Sebuah organisasi memiliki proporsi melarutkan adalah ideal yaitu PT. HM Sampoerna Tbk dengan proporsi khas 0,4 atau 40% dari all out latihan organisasi yang didanai oleh kewajiban, proporsi mendapat lebih rendah kontras dengan PT. Stockroom Garam Tbk dengan proporsi pengamanan khas 0,41 atau 41% dari semua latihan organisasi yang didanai oleh kewajiban, semakin rendah angka proporsi maka semakin baik.

4. Kesimpulan dan Saran

Berdasarkan Analisis 5 Indikator Perbandingan 2 perusahaan diatas, dapat disimpulkan bahwa Gudang Garam dan Sampoerna memiliki keunggulan masing-masing dan bisa dikatakan seimbang. Bisa Dinilai dari 2 data diatas menunjukkan bahwa pendapatan Gudang Garam lebih Tinggi dari HM Sampoerna, ini Membuktikan bahwa Gudang garam lebih terbilang sukses untuk tahun 2020 dan bisa dipercaya oleh masyarakat.

Saran untuk kedua perusahaan tersebut yaitu semoga bisa tetap berinovasi di tengah gempuran rokok elektrok yang semakinj merajarela. Kemudian saran kedua diharapkan kedua perusahaan tetap bisa bersaing secara sehat dengan menunjukkan keunggulan produk masing-

masing. Serta yang terakhir diharapkan kedua perusahaan tetap mendengarkan kritik serta saran dari konsumen.

5. Daftar Rujukan

- Ekawanda, R. (2012). Analisis Study Kelayakan Bisnis Pada PT HM Sampoerna Ibi Darmajaya Bandar Lampung 2012. *ANALISIS STUDY KELAYAKAN BISNIS PADA P.T HM SAMPOERNA IBI DARMAJAYA BANDAR LAMPUNG 2012*, 1-10.
- Fibriyani, T. (2015, 11 20). *Kasus Manajemen Strategi HM.SAMPOERNA*. Retrieved from <https://tamifibri.blogspot.com/2015/11/kasus-manajemen-strategi-hmsampoerna.html>: http://lufriansyahse161090.blogspot.co.id/2012/12/kasus-manajemen-strategi-hmsampoerna_8548.html
- Annisa Saumi. (2021, October 29). *Kuartal III/2021, Gudang Garam (GGRM) Cetak Pendapatan Rp92 Triliun*. [Htpps://Market.Bisnis.Com/Read/20211029/192/1459748/Kuartal-Iii2021-Gudang-Garam-Ggrm-Cetak-Pendapatan-Rp92-Triliun](https://Market.Bisnis.Com/Read/20211029/192/1459748/Kuartal-Iii2021-Gudang-Garam-Ggrm-Cetak-Pendapatan-Rp92-Triliun).
- Basiroh, S., & Tristiasrini. (2017). Analisa Rasio Keuangan Terhadap Kinerja Perusahaan Pada Pt Gudang Garam Tbk Dan Pt Hm Sampoerna Tbk Tahun 2013-2017. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 03(02), 1–7.
- Harmawan Saputra, M. (2004). *Analisis Industri Rokok Kretek di Indonesia*.
- Iyan Gustiana. (2010). *ANALISA MANAGEMENT STRATEGY PT.GUDANG GARAM, TBK*. *Jurnal Okezone*. (2021, October 28). *Pendapatan HM Sampoerna Ditaksir Rp24,5 Triliun di Kuartal III-2021*. [Htpps://Economy.Okezone.Com/Read/2021/10/28/278/2493191/Pendapatan-Hm-Sampoerna-Ditaksir-Rp24-5-Triliun-Di-Kuartal-Iii-2021?Page=1](https://Economy.Okezone.Com/Read/2021/10/28/278/2493191/Pendapatan-Hm-Sampoerna-Ditaksir-Rp24-5-Triliun-Di-Kuartal-Iii-2021?Page=1).
- Karlina Tri Damayanti. (2016). *TUGAS MANAJEMEN STRATEGIK KASUS GUDANG GARAM : MANUVER DI TENGAH-TENGAH*.
- Pipit Ika Ramadhani, & Agustina Melani. (2022, March 31). *Gudang Garam Kantongi Pendapatan Rp 124,88 Triliun Sepanjang 2021*. [Htpps://Www.Liputan6.Com/Saham/Read/4926680/Gudang-Garam-Kantongi-Pendapatan-Rp-12488-Triliun-Sepanjang-2021](https://Www.Liputan6.Com/Saham/Read/4926680/Gudang-Garam-Kantongi-Pendapatan-Rp-12488-Triliun-Sepanjang-2021).
- Rizky Faradila. (2016, May 12). *ANALISIS KOMPARATIF MODEL BISNIS HM SAMPOERNA VS GUDANG GARAM*. [Htpps://Text-Id.123dok.Com/Document/Myjr31pz-Analisis-Komparatif-Model-Bisnis-Hm-Sampoerna-vs-Gudang-Garam.Html](https://Text-Id.123dok.Com/Document/Myjr31pz-Analisis-Komparatif-Model-Bisnis-Hm-Sampoerna-vs-Gudang-Garam.Html).
- Sunarti, T. S. (2018). PENGARUH FOOD QUALITY, DINING ATMOSPHERE DAN KESESUAIAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN CAFE RIA DJENAKA SHINING BATU. In *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)|Vol (Vol. 54, Issue 1)*.
- Wibowo, V. (n.d.). *Analisis Strategi Manajemen PT Hanjaya Mandala Sampoerna Tbk Untuk Memenangkan Persaingan Menjadi Market Leader dalam Industri Rokok*. Kurniawan, Z. (2021). *Analisis, Kinerja, Rasio, Profitabilitas, PT, Gudang, Garam, Tbk*. 14.
- Puspita, S., & Nurrisah, A. (2020). *Analisis Rasio Profitabilitas dan Aktivitas Sebagai Dasar Penilaian Kinerja Keuangan pada PT HM Sampoerna, Tbk yang Terdaftar di Bursa Efek*
-

Indonesia. 696–708.

Kurniawan, Z. (2021). *Analisis, Kinerja, Rasio, Profitabilitas, PT, Gudang, Garam, Tbk. 14.*

Puspita, S., & Nurrisah, A. (2020). *Analisis Rasio Profitabilitas dan Aktivitas Sebagai Dasar Penilaian Kinerja Keuangan pada PT HM Sampoerna, Tbk yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. 696–708.*