

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Setiap manusia menginginkan kehidupan yang sehat di dalam dirinya baik itu sehat jasmani maupun rohani karena kesehatan sangat penting dalam menunjang semua aktivitas yang dilakukan oleh manusia. Setiap manusia menginginkan hidup sehat dan terhindar dari segala macam penyakit (Irwansyah, 2006:229). Manusia yang sehat akan menjalankan setiap rutinitasnya dengan baik. Namun di dalam kehidupan nyata saat ini, manusia cenderung mengabaikan kesehatannya sendiri. Hal ini disebabkan padatnya rutinitas yang dijalani manusia sehingga sebagian besar manusia lupa akan kesehatannya sendiri. Selain itu, manusia juga sering memiliki gaya hidup yang buruk sehingga memperburuk kondisi kesehatan mereka sendiri.

Merokok merupakan salah satu gaya hidup yang mempunyai pengaruh besar terhadap kesehatan manusia. Merokok dapat mengganggu kesehatan bagi yang mengkonsumsinya. Merokok adalah perilaku manusia yang sudah berusia ratusan tahun bahkan ribuan tahun. Perilaku merokok adalah perilaku yang merugikan bukan hanya pada diri si perokok sendiri namun juga merugikan orang lain yang ada disekitarnya. Perilaku merokok menunjukkan adanya keberagaman inter-intra individu (Loeksono dan Wismanto, 1999).

Dalam Peraturan Menteri Kesehatan No. 40 tahun 2013 tertulis bahwa, konsumsi rokok merupakan epidemi yang mengancam kelangsungan generasi Indonesia. Konsumsi rokok meningkat secara pesat dari tahun ke tahun dan saat ini

Indonesia merupakan negara nomor tiga dengan jumlah perokok tertinggi di dunia setelah China dan India. Perokok mempunyai resiko 2-4 kali lipat untuk terkena penyakit jantung koroner dan risiko lebih tinggi untuk penyakit kanker paru, disamping penyakit tidak menular lain yang sebenarnya dapat dicegah.

Dengan mengetahui dampak yang begitu buruk bagi masyarakat, Pemerintah telah membuat beberapa kebijakan atau regulasi untuk mengatasi masalah yang di timbulkan oleh efek kebiasaan merokok masyarakat. Kebijakan itu seperti, peringatan kesehatan berupa gambar dan tulisan, pengendalian iklan, promosi, sponsor rokok, dan penyediaan lahan atau kawasan bebas rokok.

Pengendalian rokok dalam bentuk peringatan kesehatan berupa gambar dan tulisan telah tercantum dalam pasal 199 UU no 36 tahun 2009 tentang kesehatan. Pengendalian rokok menggunakan peringatan kesehatan berupa gambar dan tulisan sangat penting untuk mengkomunikasikan resiko rokok karena mudah dan murah untuk strategi penyuluhan atau pendidikan kesehatan masyarakat. Hal ini diperkuat oleh hasil penelitian yang dilakukan oleh Pusat Penelitian Kesehatan UI-FKM 2008 yang mengatakan bahwa peringatan bahaya rokok dalam bentuk teks tidak efektif lagi karena perokok tidak percaya pada pesan tersebut.

Tahun 2014 Pemerintah Indonesia telah menerapkan regulasi *packaging* produk rokok. Regulasi ini mewajibkan setiap perusahaan rokok agar menambahkan gambar peringatan bahaya merokok dalam setiap kemasan produknya. Regulasi ini bertujuan untuk memberikan informasi bagi masyarakat bahwa dampak rokok sangat berbahaya bagi kesehatan. Regulasi ini diharapkan mampu menekan jumlah perokok di Indonesia karena dengan kemasan yang

bergambar dampak bahaya merokok bagi kesehatan akan mengurangi minat beli dan mempengaruhi keputusan pembelian oleh konsumennya.

Kemasan pada sebuah produk menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian oleh konsumen. Persaingan yang ketat mendorong perusahaan agar lebih memperhatikan setiap atribut produknya termasuk *design* kemasan produknya. Semua produk dengan merek tertentu menawarkan keunggulannya, baik melalui kegunaan, kemanjuran, fasilitas, kualitas dan sebagainya. Semua penawaran atas produk-produk tersebut dikemas sedemikian menarik sehingga konsumen “terbujuk” untuk membelinya (Kotler & Keller, 2009).

Dalam lingkungan yang sangat kompetitif ini, kemasan mungkin merupakan peluang terakhir penjual untuk mempengaruhi konsumen (Kotler & Armstrong, 2008:276). Kemasan yg memiliki *design* yang buruk bisa menyebabkan konsumen pusing dan perusahaan kehilangan penjualan. Sebaliknya, kemasan yang inovatif bisa memberikan manfaat kepada perusahaan melebihi pesaing dan mendorong penjualan (Kotler & Armstrong, 2008:276).

Dengan penerapan regulasi baru mengenai *packaging* produk rokok oleh Pemerintah pada tahun 2014 tersebut, peneliti mengamati ada perubahan dari sikap atau psikologi konsumen dalam pembelian konsumen rokok khususnya di kalangan mahasiswa. Pengamatan dilakukan saat peneliti mencoba diskusi mengenai rokok di beberapa cafe di kampus Universitas Andalas Padang. Dari hasil pengamatan tersebut diketahui bahwa rokok dengan merek Sampoerna digemari oleh kalangan mahasiswa. Selain itu, ada beberapa dampak psikologi di kalangan mahasiswa yang menjadi konsumen rokok. Pada awal penerapan regulasi ini, konsumen rokok

cenderung memilih membeli rokok dengan bentuk kemasan lama dibandingkan memilih membeli kemasan baru.

Berdasarkan penelitian awal terhadap 30 orang dari kalangan mahasiswa di Universitas Andalas yang hasilnya sebagian mahasiswa yang belum terlalu candu merokok (sebanyak 20% dari data yang diperoleh) akhirnya memilih berhenti merokok karena pengaruh gambar peringatan pada bungkus rokok. Namun bagi mahasiswa pecandu rokok dalam taraf tinggi (sebanyak 80% dari data yang diperoleh) perilaku mereka cenderung berubah yaitu memilih bungkus rokok yang lebih bagus.

Mahasiswa cenderung membeli rokok dengan kemasan kaleng dibandingkan membeli kemasan dalam bentuk bungkus karena diawal penerapan kebijakan ini oleh pemerintah, sebagian perusahaan rokok meluncurkan produk rokok dalam bentuk kemasan kaleng tanpa gambar peringatan. Mahasiswa enggan membeli kemasan rokok bergambar peringatan karena dinilai menakutkan yang berdampak terhadap keputusan pembeliannya.

Dampak psikologis mahasiswa perokok berlanjut sampai saat sekarang ini. Namun dampaknya mengalami sedikit perubahan dalam pola perilaku. Mahasiswa perokok cenderung membeli rokok dalam bentuk kemasan yang memiliki gambar peringatan yang lebih terlihat bagus, contohnya pembelian bungkus rokok dengan gambar seorang bapak menggendong anaknya dengan label peringatan merokok tidak baik bagi kesehatan anak-anak dibandingkan pembelian bungkus rokok dengan gambar mulut yg sakit dengan label peringatan merokok menyebabkan kanker mulut.

Berdasarkan ulasan diatas, maka penulis merasa tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kemasan Rokok dan Label Peringatan Kesehatan terhadap Keputusan Pembelian Rokok pasca Regulasi *Packaging* Produk Rokok oleh Pemerintah”** dengan studi kasus mahasiswa Universitas Andalas, untuk mengetahui sebesar apakah pengaruh kemasan rokok terhadap keputusan pembelian rokok pasca penerapan regulasi *packaging* rokok oleh pemerintah.

1.2 Rumusan Permasalahan

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimanakah pengaruh kemasan rokok terhadap keputusan pembelian rokok pasca penerapan regulasi *packaging* kotak rokok oleh pemerintah?
2. Bagaimana pengaruh label peringatan kesehatan pada kemasan rokok terhadap keputusan pembelian rokok pasca regulasi *packaging* kotak rokok oleh pemerintah?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk:

1. Mengetahui pengaruh kemasan rokok terhadap keputusan pembelian rokok oleh konsumen pasca regulasi *packaging* kemasan rokok oleh pemerintah.
2. Mengetahui pengaruh label peringatan kesehatan pada kemasan rokok terhadap keputusan pembelian rokok oleh konsumen pasca regulasi *packaging* kemasan rokok oleh pemerintah.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi Akademisi

Sebagai salah satu upaya untuk memperbanyak referensi atau acuan akademi khususnya Universitas Andalas mengenai pengaruh kemasan dan label peringatan kesehatan pada sebuah produk terhadap keputusan pembelian.

2. Bagi Praktisi

Hasil penelitian ini diharapkan bisa membantu praktisi dalam menentukan kebijakan yang lebih baik.

1.5 Ruang Lingkup Penelitian

Sebagai batasan analisis dari penelitian ini dan untuk mencegah terjadinya perluasan dan kekacauan dalam pembahasan, penulis akan memfokuskan pada pengaruh kemasan dan label peringatan kesehatan pada produk terhadap keputusan pembelian oleh konsumen.

1.6 Sistematika Penulisan

Secara keseluruhan penelitian ini terdiri dari beberapa bab dan sistematika penulisan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini membahas mengenai latar belakang permasalahan, rumusan masalah, tujuan pembahasan, manfaat penelitian, ruang lingkup penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Pada bab ini akan dijelaskan landasan teori yang digunakan dalam penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Dalam bab ini akan membahas mengenai metode penelitian yang terdiri dari variabel dan definisinya, populasi, pengumpulan data, dan metode analisis yang digunakan.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini dibahas mengenai hasil penelitian yang dilakukan dan dapat menjawab permasalahan yang diajukan.

BAB V PENUTUP

Bab ini merupakan bab penutup yang menjelaskan mengenai kesimpulan dan saran yang bermanfaat bagi penelitian selanjutnya dan praktisi dalam menerapkan kebijakannya.

