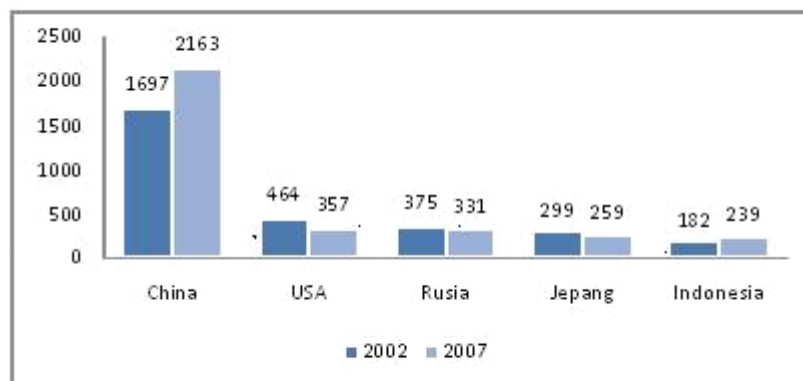
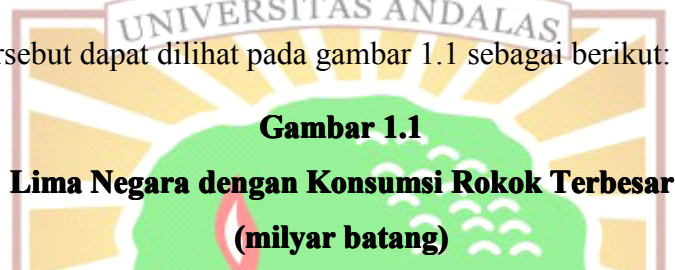


BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Rokok adalah jenis barang yang unik cara mengkonsumsinya. Setiap tahunnya dari tahun 2002 sampai dengan tahun 2007 Indonesia menempati urutan kelima konsumsi rokok terbesar setelah China, Amerika Serikat, Rusia, dan Jepang. Hal tersebut dapat dilihat pada gambar 1.1 sebagai berikut:



Sumber: Tobacco Atlas

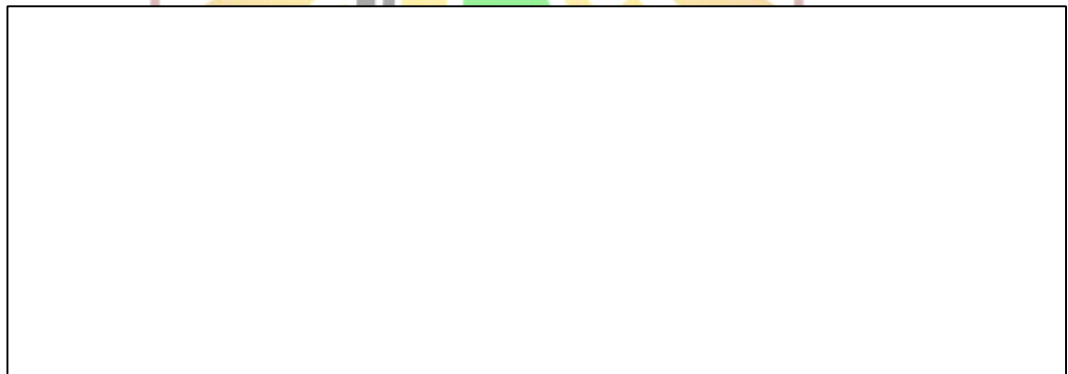
Pemerintah pada umumnya membiarkan rakyat memutuskan apa yang akan mereka beli dengan uangnya pada perekonomian pasar bebas dan demi kepentingan kebebasan pribadi pemerintah harus menghormati preferensi-preferensi mereka. Secara hati-hati dan dengan keraguan yang besar, pemerintah memutuskan untuk mengesampingkan keputusan-keputusan pribadi orang dewasa. Hal ini menyangkut *merit goods*, yaitu barang yang konsumsinya dianggap

bermanfaat secara intrinsik, dan *demerit goods* yaitu barang yang konsumsinya dianggap membahayakan. (Samuelson dan Nordhaus, 2001).

Salah satu hal paling kontroversial mengenai *demerit goods* berkenaan dengan kecanduan. Rokok adalah jenis barang yang mengandung zat adiktif. Perokok berat yang kecanduan mungkin sangat menyesali kebiasaan yang diperoleh itu; namun, seperti itulah tabiat kecanduan, sulit untuk menghilangkan kebiasaan itu jika sudah menjadi mapan.

Pasar untuk zat-zat adiktif adalah bisnis besar. Dan setiap tahunnya permintaan akan barang yang mengandung zat tersebut seperti rokok senantiasa meningkat. Hal tersebut dapat dilihat pada grafik sebagai berikut.

Gambar 1.2
Tingkat Konsumsi Rokok Indonesia Tahun 1999 – 2008
(milyar batang)



(Sumber: <http://staff.ui.ac.id> dalam Arios, 2011)

Konsumsi rokok di Indonesia pada tahun 2002 sempat mengalami penurunan karena adanya peraturan dalam UU No. 23 Tahun 2002 tentang batasan penyiaran produksi rokok. Akan tetapi konsumsi rokok di Indonesia kembali meningkat pada tahun 2003 dan mencapai 240 milyar batang tahun 2008. Tingkat konsumsi rokok yang tinggi di masyarakat ini menunjukkan bahwa rokok merupakan

produk yang permintaannya tinggi dan sudah menjadi salah satu kebutuhan masyarakat.

Berdasarkan Data Kementerian Kesehatan tahun 2010, pada 2001 tercatat perokok aktif berjumlah 31,5 persen dari penduduk, sedang pada tahun 2010 angkanya sudah melonjak menjadi 34,7 persen. Artinya, sepertiga orang Indonesia adalah perokok aktif. (Artikel: “*Persentase Jumlah Perokok Usia Muda Meningkat Tajam, 2011*”).

Merokok merupakan salah satu bentuk perilaku manusia, yang dalam teorinya dikenal sebagai teori perilaku konsumen (*the theory of consumer behavior*). Menurut Olson (1999) dalam Arios (2011), salah satu konsep penting dalam studi perilaku konsumen adalah sikap konsumen. Sikap konsumen akan menentukan perilaku pembeliannya, sehingga untuk mempengaruhi perilaku ini, dilakukan terlebih dahulu pengaruh kepada sikapnya. Sikap merupakan ekspresi yang menunjukkan apakah seseorang menginginkan atau tidak terhadap suatu obyek, seperti produk, kategori produk, dan merek. Sikap terbentuk dari pengalaman langsung terhadap produk, informasi yang diperoleh dari orang lain, dan pengenalan melalui media massa (iklan). Perilaku merokok yang terbentuk juga berawal dari persepsi konsumen terhadap rokok, di mana persepsi tersebut berupa kesan (*image*) dan informasi tentang rokok. Selain itu, perilaku konsumen juga menjelaskan bagaimana konsumen mengalokasikan pendapatan mereka untuk membeli berbagai macam barang dan jasa.

Konsumen memilih barang-barang yang dapat memaksimalkan kepuasan mereka. Di mana barang tersebut bergantung pada pendapatan dan harga barang itu sendiri. Selain pendapatan dan harga barang itu sendiri, harga barang substitusi dan komplementer juga ikut mempengaruhi jumlah barang yang diminta. Dalam teori ekonomi mikro, apabila hubungan antara harga barang dengan permintaannya negatif maka barang itu disebut dengan barang normal (*normal good*). Namun jika hubungan tersebut positif maka barang tersebut dinamakan dengan barang inferior (*inferior good*) (Sukirno, 2011). Komoditas rokok menurut Ahsan (2006) merupakan barang normal karena semakin tinggi harga barang tersebut maka jumlah permintaannya akan semakin berkurang, akan tetapi pengaruh kenaikan harga terhadap permintaan rokok diperkirakan kecil, artinya elastisitas permintaan karena harga (*price elasticity of demand*)-nya kecil, karena barang tersebut bersifat adiktif. Pendapatan konsumen akan menentukan besarnya daya beli yang dimilikinya. Sehingga untuk barang normal, peningkatan pendapatan konsumen akan meningkatkan permintaan barang tersebut. Sebaliknya untuk barang inferior, peningkatan pendapatan konsumen justru akan menurunkan permintaan terhadap barang tersebut (Sukirno, 2011).

Merokok merupakan bentuk perilaku yang kurang baik karena masyarakat sudah mengetahui dengan jelas bahaya kesehatan yang ditimbulkan oleh rokok. Beberapa penyakit yang disebabkan oleh kebiasaan merokok antara lain jantung, gangguan pembuluh darah, kanker mulut, kanker paru-paru, kanker laring, kanker oesofagus, kanker pankreas, bronchitis, tekanan darah tinggi, impotensi serta gangguan kehamilan hingga cacat pada janin. Penyakit yang semakin parah

memerlukan biaya penyembuhan yang semakin besar. Berdasarkan hasil survei Ikatan Ahli Kesehatan Masyarakat Indonesia tahun 2007, sebanyak 1.127 orang meninggal setiap hari akibat rokok. Dari 1.127 orang yang meninggal itu, 67 persennya merupakan laki-laki (Prabandari, 2009).

Tak dapat dipungkiri bahwa rokok adalah salah satu penyumbang terbesar devisa Negara, maka dari itu barang yang satu ini tetap beredar luas dengan harga yang relatif murah bila dibandingkan dengan pendapatan rata-rata masyarakat. Hal ini dinilai menjadi penyebab tingginya jumlah perokok di Indonesia. Dengan harga rokok dibawah Rp 20.000, orang yang kurang mampu dan anak-anak usia sekolah tidak keberatan mengeluarkan uang untuk membeli rokok dengan harga semurah itu menurut mereka. Apalagi diwarung-warung kecil dan para pedagang jual menjual rokok ini secara eceran atau dijual perbatang.

Untuk itu, menurut Kepala Pusat Kajian Ekonomi dan Kebijakan Kesehatan, Fakultas Kesehatan Masyarakat Universitas Indonesia, Hasbullah Thabrany, harga rokok seharusnya dinaikkan setidaknya menjadi dua kali lipat.

"Dengan menaikkan harga rokok, dapat menurunkan prevalensi perokok, terutama pada masyarakat yang tidak mampu," ujar Hasbullah dalam acara 3rd Indonesian Health Economics Association (InaHEA) Congress di Yogyakarta, dikutip dari Jurnal Goal.

Berdasarkan hasil studi yang dilakukan (Hasbullah dan rekannya, 2015), sejumlah perokok pun akan berhenti merokok jika harganya dinaikkan dua kali lipat. Survei dilakukan terhadap 1.000 orang melalui telepon dalam kurun waktu Desember 2015 sampai Januari 2016. "Sebanyak 72 persen bilang akan berhenti

merokok kalau harga rokok diatas Rp 50.000,".

Hasil studi juga menunjukkan, 76 persen perokok setuju jika harga rokok dan cukai dinaikkan. Harga rokok di Indonesia memang paling murah dibanding negara lain. Di Singapura, misalnya, harga sebungkus rokok bisa mencapai Rp 120.000. Sedangkan di Indonesia hanya Rp 12.000 sudah bisa mendapatkan satu bungkus rokok.

Selain itu, peraturan pemerintah mengenai larangan merokok juga telah dikeluarkan dalam Peraturan Pemerintah No.19 Tahun 2003 (PP No.19 Tahun 2003) tentang Pengamanan Rokok bagi Kesehatan. PP No.19 Tahun 2003 mengatur kandungan nikotin dan tar, persyaratan produksi dan penjualan rokok, persyaratan iklan dan promosi rokok, serta penetapan kawasan tanpa rokok. Bahkan demi mengurangi tingkat konsumsi rokok di masyarakat, Majelis Ulama Indonesia (MUI) juga mengeluarkan fatwa haram merokok pada tahun 2009. (Arios, 2011).

Mahasiswa pada umumnya tidak memiliki pekerjaan yang bisa menghasilkan pendapatan sendiri, mereka hanya memperoleh pendapatan dari orang tua dengan jumlah yang terbatas sehingga tidak memungkinkan bagi mereka membelanjakan uang untuk membeli rokok yang harganya cukup mahal. Namun kenyataannya sebahagian besar dari mahasiswa merupakan perokok aktif. Sebagai seorang mahasiswi di Universitas Andalas Kampus II Payakumbuh saya sangat prihatin dengan pergaulan teman laki-laki yang hampir keseluruhan merupakan perokok aktif. Gaya, pengaruh lingkungan serta pengaruh teman seakan mewajibkan

mereka mengkonsumsi rokok. Hal inilah yang melatar belakangi penulis memilih mahasiswa perokok di Universitas Andalas Kampus II Payakumbuh.

Berdasarkan uraian tersebut maka penulis tertarik untuk meneliti ***“Analisis Elastisitas Tingkat Pajak Rokok Terhadap Permintaan Rokok dan Faktor yang Mempengaruhi Permintaan Rokok (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Andalas Kampus II Payakumbuh Tahun 2016).***



1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka yang menjadi masalah pokok adalah:

1. Seberapa besar tingkat elastisitas harga rokok terhadap permintaan rokok masyarakat Kampus II Payakumbuh?
2. Seberapa besar pengaruh belanja bulanan terhadap permintaan rokok masyarakat Kampus II Payakumbuh?
3. Seberapa besar pengaruh harga rokok terhadap permintaan rokok masyarakat Kampus II Payakumbuh?

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan yang penulis ingin capai dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk menganalisis elastisitas harga rokok terhadap permintaan rokok masyarakat Kampus II Payakumbuh
2. Untuk menganalisis besarnya pengaruh belanja bulanan dan terhadap permintaan rokok masyarakat Kampus II Payakumbuh
3. Untuk menganalisis besarnya pengaruh harga rokok terhadap permintaan rokok masyarakat Kampus II Payakumbuh

1.4. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi informasi yang menarik dan bahan masukan bagi masyarakat, pihak-pihak atau pun badan atau instansi yang terkait dalam melihat perkembangan permintaan rokok di masa yang akan datang.
2. Sebagai suatu karya ilmiah yang diharapkan dapat memperkaya khasanah ilmu pengetahuan dan sebagai salah satu bahan bacaan yang berharga bagi peneliti berikutnya.
3. Bagi peneliti sendiri merupakan sebuah pengalaman yang sangat berharga dalam upaya menerapkan ilmu pengetahuan yang diperoleh selama perkuliahan serta merupakan syarat memperoleh gelar Sarjana di Fakultas Ekonomi Universitas Andalas Kampus II Payakumbuh.

1.5. Ruang Lingkup Penelitian

Ruang lingkup penelitian bertujuan agar suatu penulisan lebih teratur dan lebih fokus pada masalah yang diteliti, oleh sebab itu penulis membuat ruang lingkup penelitian yaitu objek penelitian adalah mahasiswa Universitas Andalas Kampus II Payakumbuh. Variabel bebas yang diteliti adalah Harga Rokok (yang fokus pada harga 5 merek rokok yaitu rokok merek sampoerna, marlboro, u mild, class mild dan surya yang dipilih karena setelah dilakukan survey di lapangan kelima merek rokok ini paling banyak di beli di kalangan mahasiswa Universitas Andalas Kampus II Payaumbuh), dan Belanja Bulanan, sedangkan variabel terikatnya adalah Permintaan Rokok.

1.6. Sistematika Penulisan

Sistematika Penulisan diuraikan untuk memberikan kerangka atau gambaran dari tugas akhir ini, yaitu sebagai berikut:

BAB 1 PENDAHULUAN

Bab ini merupakan bagian dari pendahuluan yang berisi mengenai latar belakang yang mendasari pemilihan masalah dalam penelitian ini, rumusan masalah, tujuan, manfaat penelitian, ruang lingkup dan sistematika penulisan dari masing-masing bab yang merupakan uraian singkat dari isi penelitian.

BAB II TINJAUAN LITERATUR

Bab ini berisi tentang teori-teori dan penelitian terdahulu yang melandasi penelitian ini, kerangka pemikiran teoritis dan hipotesis yang terkait dengan pendapatan, harga rokok, dan permintaan rokok di masyarakat.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan mengenai variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian, dan definisi operasional, jenis serta sumber data, metode pengumpulan serta metode analisis yang digunakan dalam penelitian.

BAB IV GAMBARAN UMUM DAERAH PENELITIAN

Bab ini menjabarkan tentang gambaran umum dan perkembangan variabel-variabel penelitian di Universitas Andalas Kampus II Payakumbuh.

BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini dikemukakan temuan empiris dari hasil regresi dan pembahasannya serta menjelaskan implikasi kebijakan untuk penelitian ini.

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini merupakan bab terakhir yang berisi mengenai kesimpulan yang diperoleh dari hasil pembahasan di bab V, selain itu bab ini juga berisi saran-saran yang nantinya berguna bagi pihak yang berkepentingan.

