

BAB IV
HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Respon Rate

Data penelitian diperoleh dengan cara membagikan kuesioner kepada responden yakni konsumen rokok. Jumlah kuesioner yang dibagikan sebanyak 100 lembar. Dari jumlah tersebut kuesioner yang dijawab dan dikembalikan (*respon rate*) oleh responden sebanyak 100 set kuesioner, dan kesemuanya layak untuk dianalisis.

B. Karakteristik Responden

Karakteristik dari 100 responden yang berpartisipasi dalam penelitian ini dapat dideskripsikan berdasarkan usia, jenis kelamin, dan frekuensi kunjungan. Deskripsi karakteristik responden disajikan secara lengkap pada tabel 4.1

Tabel 4.1 : Karakteristik Responden

No.	Karakteristik		Jumlah	Frekuensi (%)
1.	Usia (tahun)	18 – 25	42	42
		26 – 35	27	27
		36 – 45	28	28
		45 ≥	3	3
2.	Pekerjaan	PNS	10	10
		Guru	9	9
		Wiraswasta/Pedagang	19	19
		Swasta	7	7
		Mahasiswa	27	27
		Buruh	6	6
		Tidak dijawab	22	22
3.	Frekuensi Merokok/Hari	< 1 Bungkus	60	60
		1 – 2 Bungkus	38	38
		> 2 Bungkus	2	2

4.	Lama Menjadi Perokok (tahun)	7 – 16	64	64
		17 – 26	27	27
		27 – 36	8	8
		37 ≥	1	1

Berdasarkan data pada tabel 4.2, karakteristik responden dapat dijabarkan sebagai berikut:

1. Usia

Data responden yang dikumpulkan untuk penelitian paling banyak berusia pada rentang 18 sampai 25 tahun yaitu 42 responden (42%). Banyaknya jumlah perokok pada usia muda bisa dikarenakan stigma yang tersebar di masyarakat terutama remaja bahwa merokok adalah sesuatu yang menunjukkan suatu kejantanan dan keberanian.

Penyebab lainnya bisa terjadi karena anak meniru perilaku orang di sekitarnya terutama orang tuanya, karena anak adalah peniru terbaik. Ini bisa terjadi karena orang di sekitarnya merokok sembarangan, di rumah, sekolah, angkutan umum. (Kondisi tersebut) membuat merokok seolah-olah adalah hal yang biasa dilakukan orang dewasa, dan memberi kenikmatan.

Berdasarkan data Riset Kesehatan Dasar Kemenkes 2013, hampir 80% perokok, yang jumlah totalnya sekitar 16 juta, memulai merokok pada usia di bawah 19 tahun.¹

1

BBC, *Mengapa lebih 20 juta anak Indonesia mulai merokok sebelum 10 tahun?*. <http://www.bbc.com/indonesia/trensosial-39179414> (20 Desember 2017).

2. Pekerjaan

Deskripsi responden berdasarkan pekerjaan didominasi oleh kalangan Mahasiswa dengan jumlah 27 responden (27%), responden yang tidak menjawab pekerjaan mereka sebanyak 22 responden (22%), dan selebihnya PNS sebanyak 10 responden, Guru sebanyak 9 responden, Wiraswasta/pedagang sebanyak 19 responden, Swasta sebanyak 7 responden (7%), dan Buruh sebanyak 6 responden.

3. Frekuensi Merokok per Hari

Data responden berdasarkan frekuensi merokok per hari menunjukkan bahwa perokok yang merokok kurang dari 1 bungkus per hari sebanyak 60 bungkus (60%), merokok 1 sampai 2 bungkus per hari sebanyak 38 responden (38%), dan merokok lebih dari 2 bungkus per hari sebanyak 2 responden (2%).

4. Lama Menjadi Perokok

Data Responden berdasarkan seberapa lama menjadi perokok dimulai dari jangka 7 sampai 16 tahun sebanyak 64 responden (64%), 17 sampai 26 tahun sebanyak 27 responden (27%), 27 sampai 36 tahun sebanyak 8 responden (8%), dan lebih dari 36 tahun sebanyak 1 responden (1%).

C. Hasil Uji Instrument

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk menguji apakah pertanyaan pada suatu kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur dalam

penelitian tersebut.² Dalam pengujian validitas ada kriteria yang harus terpenuhi agar suatu variabel dapat dikatakan valid, yakni:

- a. Tingkat signifikansi sebesar 0,05
- b. $df = 100 - 2 = 98$
didapat nilai $r_{\text{tabel}} = 0,165$ (r_{tabel} untuk $n = 98$).
- c. Jika r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} dan nilai positif maka butir pertanyaan dari masing-masing indikator tersebut dinyatakan valid

Hasil analisis uji validitas atas variabel independen dan variabel dependen dapat dilihat pada tabel 4.2:

Tabel 4.2: Uji Validitas

Variabel	Item	r_{hitung}	r_{tabel}	Kriteria
Perubahan Kemasan Produk Rokok	1	0,913	0,165	Valid
	2	0,950	0,165	Valid
	3	0,931	0,165	Valid
	4	0,963	0,165	Valid
	5	0,840	0,165	Valid
	6	0,899	0,165	Valid
	7	0,635	0,165	Valid
Harga Jual Produk Rokok	1	0,686	0,165	Valid
	2	0,676	0,165	Valid
	3	0,795	0,165	Valid
	4	0,666	0,165	Valid
Keputusan Pembelian Rokok	1	0,512	0,165	Valid
	2	0,574	0,165	Valid
	3	0,827	0,165	Valid
	4	0,477	0,165	Valid

²Ghozali, *op. cit.*, hlm. 78.

Dari data tabel validitas di atas dapat diketahui bahwa seluruh variabel penelitian dinyatakan valid

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah tingkat kestabilan dari suatu alat ukur dalam mengukur suatu gejala. Semakin tinggi reliabilitas, maka semakin tinggi tingkat kemantapan hasil pengukuran. Variabel dinyatakan reliabel jika nilai Koefisien Reliabilitas (*Cronbach's Alpha*) lebih besar dari r_{tabel} . Hasil uji reliabilitas secara keseluruhan disajikan pada tabel 4.3:

Tabel 4.3: Uji Reliabilitas

Jumlah Item	Cronbach's Alpha	r_{tabel}
15	0,764	0,165

Koefisien reliabilitas = 0,764 lebih besar dari $r_{\text{tabel}} = 0,165$, maka dinyatakan semua item kuisioner reliabel.

D. Hasil Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Pengujian normalitas dilakukan dengan uji *kolmogrov-smirnov* dan dinyatakan menyebar normal apakah hasil uji standardized residualnya memiliki nilai *kolmogrov-smirnov* lebih besar dari α (0,05). Hasil uji normalitas dapat dilihat pada tabel 4.4:

Tabel 4.4 : Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	
	Unstandardized Residual

N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0E-7
	Std. Deviation	2.03766351
Most Extreme Differences	Absolute	.070
	Positive	.063
	Negative	-.070
Kolmogorov-Smirnov Z		.696
Asymp. Sig. (2-tailed)		.717

a. Test distribution is Normal.

Dengan nilai Sig. $\alpha = 0,05$, dapat disimpulkan bahwa Asymp. Sig. = 0,717 > Sig. α 0,05 maka data terdistribusi normal.

2. Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas terjadi apabila:

a. Nilai *tolerance*

Tidak terjadi multikolinearitas, jika nilai *tolerance* lebih besar dari 0,10. Terjadi multikolinearitas, jika nilai *tolerance* lebih kecil atau sama dengan 0,10

b. Nilai VIF (*Variance Inflation Factor*)

Tidak terjadi multikolinearitas, jika nilai VIF lebih kecil dari 10,00. Terjadi multikolinearitas, jika nilai VIF lebih besar atau sama dengan 10,00.

Hasil Uji Multikolinearitas dapat dilihat pada tabel 4.5:

Tabel 4.5: Uji Multikolinearitas

Model	Coefficients ^a					Collinearity Statistics	
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
	B	Std. Error	Beta				
(Constant)	11.297	1.464		7.717	0,000		
Total X1	0,011	0,035	0,034	0,322	0,748	0,947	1,056

Total X2	0,055	0,120	0,047	0,456	0,650	0,947	1,056
----------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------

Dependent Variable: totally

Hasil perhitungan nilai Tolerance dari kedua variabel independen tidak ada yang kurang dari 0,10 dan hasil perhitungan nilai (VIF) juga menunjukkan tidak ada variabel independen yang memiliki nilai VIF lebih dari 10. Jadi, dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolinearitas antar variabel independen dalam model regresi

3. Uji Autokorelasi

Hasil uji autokorelasi dapat dilihat pada tabel 4.6:

Tabel 4.6: Uji Autokorelasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.064 ^a	.004	-.016	2.05856	1.931

a. Predictors: (Constant), TotalX2, TotalX1

b. Dependent Variable: totally

Dengan n sebanyak 100, maka $dL = 1,6131$ dan $dU = 1,7364$ dan $(4 - dU) = 4 - 1,736 = 2,264$. Nilai *Durbin-Watson* (DW test) adalah 1,931, maka dapat disimpulkan bahwa $d = 1,931 \geq dU = 1,736$ dan $d = 1,931 \leq (4 - dU) = 2,264$ maka disimpulkan tidak terdapat masalah autokorelasi positif dan negatif.

4. Uji Heteroskedastisitas

Jika nilai profitabilitas dari Uji Heteroskedastisitas lebih besar dari alpha (0,05) maka dapat dipastikan model ini tidak mengandung heteroskedastisitas. Hasil Uji Heteroskedastisitas yang telah dilakukan dapat dilihat pada tabel 4.7:

Tabel 4.7: Uji Heteroskedastisitas

Coefficients ^a						
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	.924	.858		1.077	.284
	Total X1	.121	.059	.265	1.647	.069
	Total X2	.128	.071	.182	1.816	.073

a. Dependent Variable: RES2

Tabel tersebut menunjukkan bahwa nilai Sig. $X_1 = 0,069 \geq \text{Sig. } \alpha = 0,05$ maka disimpulkan tidak terdapat masalah heteroskedastisitas, dan Sig. $X_2 = 0,073 \geq \text{Sig. } \alpha = 0,05$ maka disimpulkan tidak terdapat masalah heteroskedastisitas.

E. Hasil Analisis Data

1. Analisis Regresi Linier Berganda

Untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen digunakan alat analisis regresi berganda. Hasil perhitungan analisis regresi berganda dapat dilihat pada tabel 4.8:

Tabel 4.8: Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a						
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
	(Constant)	11.297	1.464		7.717	.000
	TotalX1	.011	.035	.034	.322	.748

TotalX2	.055	.120	.047	.456	.650
---------	------	------	------	------	------

Penelitian ini menggunakan model regresi linier berganda dengan

persamaan sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

$$Y = 11,297 + 0,11X_1 + 0,55X_2 + e$$

Di mana:

Y : Keputusan Pembelian

α : Konstanta

β_1 : Koefisien regresi linier dari variabel X_1 , yakni Kemasan

β_2 : Koefisien regresi linier dari variabel X_2 , yakni Harga

X_1 : Kemasan

X_2 : Harga

e : *Error term* (Standar Error).

Persamaan tersebut dapat dijabarkan sebagai berikut:

- Konstanta sebesar 11,297 satuan jika Variabel Kemasan (X_1), dan Harga (X_2) tidak terjadi perubahan.
- Koefisien variabel kemasan (X_1) sebesar 0,11 artinya keputusan pembelian (Y) meningkat sebesar 0,11 apabila terjadi perubahan pada variabel kemasan (X_1) sebesar satu satuan.

- c. Koefisien variabel harga (X₂) sebesar 0,55 artinya keputusan pembelian (Y) meningkat sebesar 0,55 apabila terjadi perubahan pada variabel harga (X₂) sebesar satu satuan.

2. Uji Hipotesis

a. Uji - t (Parsial)

Dengan tingkat kepercayaan sebesar 95% atau taraf signifikansi sebesar 5%, jika t_{hitung} memiliki signifikansi lebih kecil dari 0,05 maka terdapat pengaruh yang signifikan masing-masing variabel independen terhadap variabel terikat. Hasil Uji t dapat dilihat pada tabel 4.9:

Tabel 4.9: Hasil Uji t (Parsial)

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	11.297	1.464		7.717	.000
TotalX1	.011	.035	.034	.322	.748
TotalX2	.055	.120	.047	.456	.650

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa:

1) Hipotesis Pertama (H₁)

Nilai signifikansi Variabel X₁ yakni Kemasan Produk Rokok sebesar 0,748 lebih besar dari $\alpha = 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa variabel X₁ tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel Y, namun pengaruh antara Variabel X₁ terhadap Variabel Y adalah positif. Dengan demikian, Hipotesis 1 ditolak.

2) Hipotesis Kedua (H₂)

Nilai signifikansi Variabel X_2 yakni Harga Jual Produk Rokok sebesar 0,650 lebih besar dari $\alpha = 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa variabel X_2 tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel Y dan hubungan antar variabelnya adalah positif. Dengan demikian, Hipotesis 2 ditolak.

b. Uji F (Simultan)

Uji F ini digunakan untuk menguji bagaimana pengaruh Variabel Independen terhadap Variabel Y secara bersamaan (simultan). Hasil Uji F dapat dilihat pada tabel 4.10:

Tabel 4.10: Hasil Uji F (Simultan)

ANOVA ^a						
Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.	
1 Regression	1.695	2	.847	.200	.819 ^b	
Residual	411.055	97	4.238			
Total	412.750	99				

a. Dependent Variable: totally

b. Predictors: (Constant), TotalX2, TotalX1

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa Nilai signifikansi sebesar 0,819 lebih besar dari nilai $\alpha = 0,05$, artinya keseluruhan Variabel Independen yakni “Kemasan” dan “Harga Jual” produk rokok tidak berpengaruh signifikan terhadap Variabel Dependen yakni “Keputusan Pembelian Rokok”. Dengan demikian, Hipotesis 3 ditolak.

c. Koefisien Determinasi (R^2)

Jika nilai R^2 mendekati angka 1 maka variabel bebas akan makin mendekati hubungan dengan variabel terkait atau dapat dikatakan bahwa

penggunaan model tersebut dibenarkan. Nilai Koefisien Determinasi dapat dilihat pada tabel 4.11:

Tabel 4.11: Uji Determinasi (R^2)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.064 ^a	.004	.016	2.05856

a. Predictors: (Constant), TotalX2, TotalX1

b. Dependent Variable: totally

Berdasarkan tabel 4.11, dapat dilihat bahwa nilai dari koefisien determinasi (*adjusted R²*) sebesar 0,16. Artinya, keputusan pembelian rokok di kota Banjarmasin sebesar 16% dapat dijelaskan/dipengaruhi oleh kedua variabel independen pada penelitian ini, yakni “Kemasan dan Harga”. Sedangkan selisihnya sebesar 84% dijelaskan oleh variabel/sebab lain diluar penelitian ini.

F. PEMBAHASAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Kebijakan Pemerintah terkait peredaran produk rokok melalui penetapan Peraturan Pemerintah Republik Indonesia No. 109 Tahun 2012 dan Peraturan Menteri Keuangan Republik Indonesia Nomor 147/Pmk.010/2016 yang di dalamnya mengatur tentang perubahan desain kemasan dan harga jual produk rokok terhadap keputusan pembelian produk rokok di Kota Banjarmasin.

Dari hasil pengujian hipotesis pertama, diketahui bahwa perubahan desain kemasan produk rokok akibat dari penerapan kebijakan pemerintah tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian rokok di Kota Banjarmasin, dan

hubungan antara kedua variabel ini adalah positif. Hasil ini memberikan gambaran bahwa masyarakat perokok di kota Banjarmasin kurang memperhatikan bahaya rokok. Mereka mengetahui bahaya rokok tetapi sengaja tidak memperdulikan.

Perilaku perokok sangat kontras dengan tujuan pemerintah, disaat pemerintah terus mengusahakan peningkatan kesehatan di Indonesia, jumlah perokok di Indonesia justru meningkat. Tercatat lebih dari 36,3% penduduk Indonesia adalah perokok. Bahkan, 20% remaja usia 13-15 tahun adalah perokok, dan kebiasaan merokok di Indonesia telah membunuh setidaknya 235 ribu jiwa setiap tahunnya.³ Berbagai peringatan tentang bahaya merokok dalam bentuk tulisan hingga peringatan dalam bentuk gambar tidak memberikan pengaruh terhadap kesadaran masyarakat terutama para perokok.

Dalam proses menentukan keputusan pembelian, konsumen melewati lima proses. Mulai dari mengenali kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, hingga tingkah laku pasca pembelian. pada tahap mengenali kebutuhan, rokok telah menjadi sebuah kebutuhan bukan lagi sebuah keinginan, artinya rokok itu harus ada dan tidak boleh tidak ada. Sehingga, ada kemungkinan rokok menjadi sebuah kebutuhan pokok bagi penikmatnya, bahkan rokok sudah seperti narkoba yang sangat dibutuhkan oleh para pecandunya.

Pada tahap pencarian informasi, seharusnya perokok akan tersadar tentang bahaya merokok. Hampir tidak ada iklan ataupun promosi yang menginformasikan bahwa

³Tempo.co, *Menteri Kesehatan: Sepertiga Penduduk Indonesia Perokok*. <https://nasional.tempo.co/read/875384/menteri-kesehatan-sepertiga-penduduk-indonesia-perokok> (19 Oktober 2017).

merokok memberikan dampak positif, terlebih setelah ditetapkannya Peraturan Pemerintah Republik Indonesia No. 109 Tahun 2012 Tentang Pengamanan Bahan Yang Mengandung Zat Adiktif Berupa Produk Tembakau Bagi Kesehatan.

Seorang konsumen terbiasa melakukan pencarian informasi terkait produk yang akan di beli sebelum benar-benar membelinya. Informasi atas suatu produk tersebut dapat ditemukan pada media periklanan. Periklanan sangat mempengaruhi tingkat penjualan suatu produk sehingga para produsen akan menyampaikan kelebihan dan hal-hal yang baik tentang produknya. Berbeda halnya dengan produk rokok, dimana pemerintah menetapkan batasan-batasan dalam periklanan rokok dan mewajibkan produsen rokok mengubah desain kemasan rokok menjadi lebih menyramkan untuk menunjukkan bahwa rokok merupakan produk yang sangat tidak layak untuk dikonsumsi.

Tetapi ada kemungkinan pula informasi yang diterima oleh responden terkait dampak rokok lebih dominan dari lingkungan sekitarnya baik keluarga atau teman yang berdasarkan atas pengalaman para informan. Bisa jadi informan memberikan info bohong yang kemudian diterima mentah-mentah oleh responden, ditambah lagi keengganan responden dalam menerima informasi negatif yang diperoleh dari kemasan rokok tersebut.

Pada tahap evaluasi alternatif, konsumen melihat suatu produk dari atribut yang telah melekat pada produk itu. Jika dilihat kembali, awal mula munculnya produk rokok diiringi dengan iklan yang menghadirkan anggapan bahwa rokok merupakan produk yang mampu menambah kegagahan seorang pria. Hingga saat ini,

atribut tersebut tetap melekat meskipun pemerintah mencoba untuk menghapus atribut tersebut dengan berbagai macam cara diantaranya sosialisasi dan penetapan kebijakan pemerintah dengan tujuan untuk memunculkan citra bahwa rokok adalah produk yang buruk.

Kemudian pada proses keputusan pembelian, para perokok sudah tidak ragu lagi untuk membeli karena sejak awal rokok telah menjadi kebutuhan pokoknya. Beberapa responden mengatakan lebih memilih untuk tidak makan ketimbang tidak merokok. Jika melihat fenomena yang seperti ini, rokok sudah benar-benar dapat dikategorikan seperti narkoba yang menyebabkan penggunanya kecanduan.

Karena rokok telah menjadi kebutuhan pokok bagi mereka, hingga pada tahap pasca pembelian konsumen rokok selalu merasa terpuaskan. Ditambah lagi efek buruk rokok yang tidak dirasakan secara langsung turut memperkuat anggapan mereka bahwa rokok tidak benar-benar berbahaya. Mereka akan mencoba lagi hingga akhirnya kecanduan dan tak pernah bosan untuk membeli lagi dan lagi.

Segala macam atribut yang menunjukkan bahaya merokok yang tercantum dalam kemasan tidak berpengaruh signifikan terhadap perokok. Artinya, empat fungsi kemasan sebagai suatu alat pemasaran yakni fungsi *Self Service*, *Consumer Offluence*, *Company and Brand Image*, dan *Inovational Opportunity* juga tidak berpengaruh pada produk rokok. Di antara para responden ada yang berinisiatif dengan mengganti kemasan rokok yang dibelinya dengan alternatif kemasan lain yang membuat atribut-atribut yang menyeramkan tersebut terabaikan.

Dari hasil pengujian hipotesis kedua, diketahui bahwa perubahan harga jual rokok akibat dari penerapan kebijakan pemerintah juga tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian rokok di Kota Banjarmasin, dan hubungan antar variabelnya justru positif. Hasil ini semakin memperkuat kemungkinan bahwa produk rokok telah menjadi kebutuhan pokok bagi konsumennya.

Pada dasarnya, harga memiliki dua peranan utama dalam proses pengambilan keputusan para pembeli yaitu peranan alokasi dan peranan informasi. Peranan alokasi yang berfungsi dalam membantu para pembeli untuk memutuskan cara memperoleh manfaat atau utilitas tertinggi yang diharapkan berdasarkan daya belinya. Dengan demikian, adanya harga dapat membantu para pembeli untuk memutuskan cara mengalokasikan daya belinya pada berbagai jenis barang dan jasa. Pembeli membandingkan harga dari berbagai alternatif yang tersedia, kemudian memutuskan alokasi dana yang dikehendaki.

Namun, peranan alokasi pada harga tidak berfungsi efektif pada produk rokok. Rokok yang pada awalnya bukan merupakan kebutuhan pokok justru menjadi prioritas utama bagi para responden. Sehingga alokasi dana yang seharusnya dipergunakan untuk kebutuhan pokok seperti sandang, pangan, pendidikan, dan kesehatan justru lebih dominan untuk pembelian rokok.

Hasil Survey Sosial Ekonomi Nasional (SUSENAS) pada tahun 2009 menunjukkan bahwa porsi pengeluaran untuk rokok pada rumah tangga perokok cukup dominan, sehingga mengurangi porsi pengeluaran untuk kebutuhan yang esensial dalam pengembangan derajat kapabilitas masyarakat, seperti pendidikan,

kesehatan, dan asupan protein. Pada 2005, pengeluaran untuk produk tembakau termasuk rokok mencapai 11,5% dari total pengeluaran rumah tangga perokok, lebih tinggi dari pengeluaran untuk pendidikan yang hanya 3,2%, kesehatan 2,3%, serta sumber asupan protein seperti ikan, daging, dan susu 11%. Kemudian, sebanyak 68 persen rumah tangga di Indonesia memiliki pengeluaran untuk rokok.

Sedangkan Peranan informasi dari harga yang berfungsi dalam mendidik konsumen mengenai faktor-faktor produk, seperti kualitas dan lebih utama lagi bermanfaat dalam situasi dimana pembeli mengalami kesulitan untuk menilai faktor produk atau manfaatnya secara objektif. Persepsi yang sering berlaku adalah bahwa harga yang mahal mencerminkan kualitas yang tinggi.

Pada produk rokok, penambahan harga jual yang disebabkan oleh penetapan tarif cukai dimaksudkan untuk membatasi peredaran rokok. Sehingga peranan informasi yang dimaksud pada teori tersebut tidak berlaku untuk produk rokok. Semahal apapun harga jual rokok tidak mencerminkan bahwa rokok adalah produk yang berkualitas.

Dengan adanya Peraturan Pemerintah Republik Indonesia No. 109 Tahun 2012 Tentang Pengamanan Bahan Yang Mengandung Zat Adiktif Berupa Produk Tembakau Bagi Kesehatan, tetap saja produk rokok laris dibeli. Bahkan jumlah perokok masih saja meningkat, ini mengindikasikan kebijakan pemerintah terkait hal tersebut perlu dilakukan pembenahan dan tinjauan ulang.

Dengan adanya tarif cukai, harga rokok jelas akan terpengaruh. Semakin tinggi penetapan tarif cukai harga rokok juga akan semakin meningkat. Sesuai dengan

hukum permintaan, apabila harga naik maka jumlah barang yang diminta akan mengalami penurunan, dan apabila harga turun maka jumlah barang yang diminta akan mengalami kenaikan. Namun, dari hasil penelitian diperoleh hubungan antara harga dan keputusan pembelian rokok yang seharusnya negatif justru berhubungan positif. Dengan meningkatnya harga rokok seharusnya permintaan terhadap rokok akan menurun. Hasil ini semakin menguatkan bahwa rokok benar-benar telah menjadi suatu kebutuhan pokok bagi penikmatnya.

Harga jual rokok yang saat ini dapat dikatakan masih dalam batasan kemampuan responden untuk membeli. Rata-rata responden juga berpendapat bahwa kenaikan tarif cukai yang mempengaruhi harga rokok tidak memengaruhi keinginan mereka untuk tetap merokok. Hal ini mungkin disebabkan karena penetapan tarif cukai baru tidak jauh berbeda dengan tarif sebelumnya, sehingga konsumen mampu beradaptasi dengan perubahan tersebut.

Wacana kenaikan harga jual rokok yang sempat mencuat ke ranah publik beberapa waktu yang lalu sempat membuat para perokok gelisah dan bahkan ada yang telah bersiap-siap membeli rokok dalam jumlah banyak untuk persiapan apabila harga jual rokok benar-benar naik. Ini membuktikan bahwa pemerintah dapat membatasi peredaran rokok melalui permainan harga.

Pemerintah memang tidak dapat mengatur harga jual rokok (biaya produksi) dari produsen, tetapi pemerintah dapat mengatur cukai terhadap rokok tersebut sehingga harga jual rokok terpengaruhi. Apabila tarif cukai dinaikkan secara signifikan, besar kemungkinan konsumen akan mengurangi konsumsinya atau

bahkan mulai berhenti merokok. Setidaknya menghambat bertambahnya perokok usia dini. Dengan, demikian segmentasi pasar dari produk rokok akan semakin menyempit dan efektif dalam menekan jumlah perokok.

Dari hasil uji determinasi, diketahui bahwa kedua variabel independen yakni Peraturan Pemerintah Republik Indonesia No. 109 Tahun 2012 dan Peraturan Menteri Keuangan Republik Indonesia Nomor 147/Pmk.010/2016 hanya berpengaruh sebesar 16% terhadap keputusan pembelian rokok di Kota Banjarmasin. Selisih dari uji determinasi sebesar 84% dijelaskan oleh variabel lainnya.

Pengaruh sebesar 16% masih jauh dari yang diharapkan, padahal kedua instrumen ini merupakan peraturan utama dalam menekan jumlah perokok di Indonesia. Hal ini bisa disebabkan karena produk rokok telah menjadi kebutuhan pokok bagi para konsumennya, sehingga dalam keadaan apapun rokok harus tetap ada layaknya kebutuhan primer lain seperti sandang, pangan, dan tempat tinggal. Bahkan ada kemungkinan rokok memiliki prioritas di atas kebutuhan primer, seperti yang dikatakan oleh beberapa responden yang lebih memilih tidak makan ketimbang tidak merokok.

Dalam sudut pandang Ekonomi Islam, pembatasan peredaran rokok dengan cara memunculkan citra negatif rokok melalui perubahan desain kemasan dan penetapan tarif cukai merupakan hal yang perlu dilakukan karena produk rokok merupakan produk yang memberikan lebih banyak *mudharat* ketimbang manfaat. Majelis Ulama Indonesia (MUI) telah memfatwakan bahwa rokok adalah haram. Meskipun masih terjadi perbedaan pendapat antar ulama terkait hukum

mengonsumsi rokok, sudah jelas rokok memberikan dampak yang negatif terutama bagi kesehatan perokok sendiri.

Telah banyak penelitian terkait dampak buruk merokok, sehingga sangat wajar bahkan suatu keharusan jika MUI mengeluarkan fatwa keharaman terkait rokok. Merokok sama artinya dengan mendzalimi diri sendiri dan orang sekitar, dan Allah melaknat orang yang berbuat dzalim.

وَالَّذِينَ إِذَا أَصَابَهُمُ الْبَغْيُ هُمْ يَنْتَصِرُونَ ٣٩ وَجَزَاءُ سَيِّئَةٍ سَيِّئَةٌ مِّثْلُهَا ۗ فَمَنْ عَفَا وَأَصْلَحَ فَأَجْرُهُ عَلَى اللَّهِ إِنَّهُ لَا يُحِبُّ الظَّالِمِينَ ٤٠ وَلَمَنْ أَنْتَصَرَ بَعْدَ ظُلْمِهِ فَأُولَئِكَ مَا عَلَيْهِمْ مِّنْ سَبِيلٍ ٤١ إِنَّمَا السَّبِيلُ عَلَى الَّذِينَ يَظْلِمُونَ النَّاسَ وَيَبْغُونَ فِي الْأَرْضِ بِغَيْرِ الْحَقِّ ۗ أُولَئِكَ لَهُمْ عَذَابٌ أَلِيمٌ ٤٢ وَلَمَنْ صَبَرَ وَغَفَرَ ۗ إِنَّ ذَلِكَ لَمِنْ عَزْمِ الْأُمُورِ ٤٣

“Dan (bagi) orang-orang yang apabila mereka diperlakukan dengan zalim mereka membela diri. Dan balasan suatu kejahatan adalah kejahatan yang serupa, maka barang siapa memaafkan dan berbuat baik maka pahalanya atas (tanggungan) Allah. Sesungguhnya Dia tidak menyukai orang-orang yang zalim. Dan sesungguhnya orang-orang yang membela diri sesudah teraniaya, tidak ada satu dosapun terhadap mereka. Sesungguhnya dosa itu atas orang-orang yang berbuat zalim kepada manusia dan melampaui batas di muka bumi tanpa hak. Mereka itu mendapat azab yang pedih. Tetapi orang yang bersabar dan memaafkan, sesungguhnya (perbuatan) yang demikian itu termasuk hal-hal yang diutamakan”.

Pemerintah juga telah berupaya dalam menekan jumlah perokok di Indonesia, salah satunya dengan membatasi peredaran rokok dengan cara mengubah desain kemasan rokok dengan berbagai macam peringatan bahaya merokok dan menetapkan tarif cukai rokok.

Dalam Islam, penetapan cukai memang secara spesifik belum ditemukan fatwa hukumnya. Namun, objek dari barang kena cukai dikategorikan sebagai barang non-halal. Maka dari itu segala hal atas pengambilan manfaat dari barang kena cukai dikenai hukum haram.

Indonesia memanfaatkan pungutan atas barang kena cukai sebagai pendapatan negara. Jika di dalam sebuah lembaga keuangan syariah ada yang namanya pendapatan non halal, pemasukan dari cukai dapat pula dikatakan sebagai pendapatan non halal bagi sebuah negara.

Dari segi penggunaan/penyalurannya, para ulama berbeda pendapat mengenai pendapatan non halal. Mayoritas ulama berpendapat, bahwa dana non halal hanya boleh disalurkan untuk fasilitas umum (*al-mashlahah al-ammah*), seperti pembangunan jalan raya, MCK, dan lain sebagainya yang berguna bagi kemaslahatan bersama.

Sebagian ulama, seperti Syeikh Yusuf al-Qardhawi dan Prof. Dr. al-Qurrah Dagi berpendapat, bahwa dana non halal boleh disalurkan untuk seluruh kebutuhan sosial (*aujuh al-khair*), baik fasilitas umum (*al-mashlahah al-ammah*), ataupun selain fasilitas umum, seperti hajat konsumtif faqir, miskin, termasuk program-program pemberdayaan masyarakat.

Al-Qardhawi menjelaskan:

“Menurut saya dana non halal itu kotor (khabits) dan haram bagi pihak yang mendapatkannya, tetapi halal bagi (penerimanya, seperti) orang-orang faqir dan kebutuhan sosial. Karena dana tersebut bukan haram karena fisik dana tersebut, tetapi karena pihak dan faktor tertentu”.

Jika melihat perlunya upaya dalam pembatasan peredaran rokok dan manfaat dari tarif cukai yang diperoleh, maka Kebijakan Pemerintah sudah dirasa tepat, hanya saja perlu pembaruan dan sikap yang lebih tegas jika ingin benar-benar menekan jumlah perokok di Indonesia.

Penetapan kebijakan harus lebih tegas jika pemerintah ingin mengurangi jumlah perokok di Indonesia mungkin bisa saja dilakukan bahkan dampaknya bukan hanya penurunan angka perokok tetapi juga pengurangan jumlah produsen rokok. Tetapi harus dilihat kembali bahwa dampak yang akan dihasilkan dari aturan yang tegas apakah akan menghasilkan hal positif atau malah menimbulkan hal yang lebih negatif seperti meningkatnya angka PHK akibat berhenti beroperasinya pabrik rokok, dan hilangnya lapangan pekerjaan dari mereka yang mencari nafkah dari produk rokok. Namun hal ini dapat diantisipasi dengan cara pemerintah menciptakan lapangan pekerjaan baru untuk menghindari bertambahnya angka pengangguran akibat PHK.

Jika pemerintah memang benar-benar serius dalam menangani masalah rokok di Indonesia, pemerintah harus bertindak tegas tetapi juga mulai mencari solusi atas permasalahan yang akan ditimbulkan. Indonesia bisa bercermin dari negara-negara maju yang mampu melepaskan diri dari ketergantungan rokok baik dari sektor produksi maupun konsumsi. Karena pada dasarnya, walaupun cukai hasil rokok menjadi pemasukan negara, negara juga harus mengucurkan dana guna peningkatan kesehatan masyarakat. Bahkan dana kesehatan yang dikeluarkan tidak sebanding dengan pemasukan dari hasil cukai rokok.

