

LAPORAN PENELITIAN

Pengaruh Peraturan Pemerintah No. 225/MEN.KES/SK/V/1991 Terhadap Perilaku Konsumen dalam Merokok

Oleh : Zainal Mustafa EQ



Zainal Mustafa El Qadri. Lahir di Delanggu, 13 April 1955. Dosen Tetap FE. Ull Yogyakarta. Lulus Sarjana Ekonomi Manajemen Ull th. 1980 Magister Manajemen UGM, 1990. Matakullah Pokok yang diasuh : Statistika.

A. Latar Belakang.

Peranan rokok di Indonesia disamping sebagai produk konsumen, penghasil devisa juga sebagai sumber pendapatan negara dengan melalui cukai rokok. Disamping itu rokok juga merupakan salah satu bidang usaha yang dapat menyerap tenaga kerja yang cukup banyak, diperkirakan sampai tahun 1991 dapat menyerap antara 1,25 s/d 1,5 juta orang terlibat dalam usaha ini (Kompas, 1991).

Tetapi pemerintah menyadari perlunya melindungi masyarakat dari bahaya merokok, sehingga perlu ditempuh berbagai cara. Salah satu cara yang ditempuh oleh pemerintah khususnya bagi

produk tembakau adalah dengan penempelan label informasi mengenai bahaya merokok pada setiap bungkus rokok tembakau tersebut.

Rokok menurut pandangan pemerintah merupakan salah satu produk yang membahayakan kesehatan orang yang menggunakannya (perokok) khususnya rokok kretek, karena rokok kretek yang dibuat dari bahan baku tembakau mengandung nikotin yang kadarnya cukup membahayakan kesehatan. Usaha untuk memerangi rokok untuk kepentingan kesehatan dilakukan bertahap dan ditangani secara interdepartemen, antara lain Departemen Kesehatan, Departemen Pertanian, Departemen Perindustrian dan

departemen lainnya. Usaha tersebut dilakukan baik dengan melalui media elektronika maupun media cetak. Dalam kaitannya dengan media cetak, pemerintah telah mengeluarkan peraturan baru yaitu No. 225/Men.Kes/SK/V/1991 tentang diharuskannya perusahaan rokok untuk mencantumkan label peringatan pemerintah yang berbunyi "**MEROKOK BISA MERUGIKAN KESEHATAN**" pada setiap bungkus rokok yang diproduksi dan dipasarkan.

Sebagai akibat adanya peraturan pemerintah tersebut, tentunya adalah para pengusaha rokok jika ternyata para perokok akan mengurangi volume merokoknya karena takut akan gangguan kesehatannya seperti pada peringatan tersebut. Untuk mengantisipasi akibat adanya peraturan pemerintah tersebut perlu kiranya dilakukan suatu penelitian agar para manajer perusahaan rokok dapat mengambil sikap positif guna mengatasi menurunnya volume penjualannya, sehingga kehadiran peraturan pemerintah tersebut bukan sesuatu yang merugikan tetapi lebih dipandang sebagai tantangan yang harus ditemukan penyelesaiannya melalui gaya manajemen (pemasaran) yang tangguh.

B. Permasalahan

Dari uraian diatas, maka dapat ditarik suatu permasalahan, yaitu : apakah Peraturan Pemerintah No. 225/Men.Kes/SK/V/1991 tentang keharusan bagi perusahaan rokok di Indonesia untuk menempeli peringatan bahaya merokok pada setiap bungkus rokok yang diproduksi dapat mempengaruhi konsumen (perokok) untuk mengurangi volume rokok yang diisap.

Mengetahui apakah para perokok akan mengurangi volume rokok yang diisap sehubungan dengan adanya label pada bungkus rokok yang berbunyi bahwa merokok merugikan kesehatan adalah penting bagi para pengusaha rokok untuk mengantisipasi sikap manajerial yang perlu dilakukan. Jika hal ini benar, maka para pengusaha rokok tentunya akan mengambil langkah-langkah agar volume penjualannya tidak mengalami penurunan yang berarti sehingga perusahaan tetap dapat mempertahankan kehidupannya.

C. Tinjauan Pustaka.

Kesehatan merupakan sesuatu kondisi manusia yang sangat didambakan oleh individu itu sendiri. Karena begitu pentingnya kesehatan bangsa dalam rangka pembangunan, maka pemerintahpun ikut berupaya melalui berbagai cara agar kesehatan masyarakat itu dapat dicapai. Pemerintah menyadari bahwa banyak faktor yang menyebabkan orang menjadi sakit, diantaranya adalah rokok. Rokok tidak saja mengakibatkan (kemungkinan besar) perokoknya menderita suatu penyakit juga ditinjau dari sudut ekonomi merupakan suatu pemborosan. Oleh karena itulah, maka pemerintah mencoba untuk memberikan informasi kepada masyarakat luas tentang bahaya merokok dengan memberikan informasi kepada masyarakat luas tentang bahaya merokok dengan menerbitkan Surat Keputusan yang ditujukan kepada para pengusaha rokok. Dalam konsideran pada butir a berbunyi : "Bahwa untuk melindungi kesehatan masyarakat terhadap bahaya akibat merokok perlu dilakukan upaya pemberian informasi berupa pencantuman tulisan peringatan pada label produk tembakau"

Dilihat dari obyek peringatan tersebut, memang tampak universal. Pada pasal 1 disebutkan :

"Setiap produk tembakau yang beredar, baik yang berasal dari dalam negeri maupun dari impor wajib mencantumkan informasi berupa tulisan peringatan pada bungkus rokok tembakau, yang berbunyi "PERINGATAN PEMERINTAH : MEROKOK DAPAT MERUGIKAN KESEHATAN"

Dengan adanya Peraturan Pemerintah tersebut diharapkan agar para perokok dapat menyadari akan bahaya merokok, sehingga mereka akan selalu menjaga kesehatannya dengan cara mengurangi volume rokok yang diisapnya, atau bahkan dapat berhenti merokok.

Bagi perusahaan rokok hal ini merupakan suatu ancaman akan kelangsungan hidup perusahaan, oleh karena itu bagi manajer perusahaan perlu melakukan antisipasi terhadap akibat adanya peraturan tersebut dengan mempelajari atau memahami perilaku konsumen. Pemahaman mengenai perilaku konsumen yang kemudian perusahaan mampu mensegmen-segmenkan pasarnya, akan sangat membantu manajer perusahaan untuk menentukan dan mengembangkan produk yang akan dihasilkan dan sekaligus metode pemasarannya sehingga perusahaan dapat mensiasati peraturan tersebut agar kelangsungan hidup perusahaan tetap terjamin.

Perilaku konsumen merupakan kegiatan individu maupun kelompok yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang, termasuk di dalamnya proses pengambilan keputusan terhadap kegiatan tersebut. Dalam menentukan dan memutuskan produk yang dibeli, konsumen

dipengaruhi oleh beberapa faktor, baik itu berasal dari luar diri konsumen itu sendiri (lingkungan) maupun faktor-faktor yang berasal dari dalam diri konsumen. Faktor dari dalam ini muncul sebagai akibat adanya respon faktor lingkungan.

Faktor dari dalam diri konsumen yang dapat mempengaruhi perilakunya adalah faktor psikologis. Sedangkan faktor psikologis yang menjadi faktor dasar dalam perilaku konsumen adalah motif, pengamatan, kepribadian dan konsep diri serta sikap.

- a. Motif adalah keadaan dalam pribadi seseorang yang mendorong keinginan orang tersebut untuk melakukan sesuatu yang menjadi keinginannya guna mencapai suatu tujuan tertentu. Motif bukanlah sesuatu yang secara fisik dapat dilihat, tetapi dapat disimpulkan berdasarkan perilaku yang tampak pada orang tersebut. Pemahaman terhadap motif pembelian konsumen terhadap suatu produk (produk motive) atau pada penjual tertentu (patronage motive) sangat penting bagi manajer pemasaran, karena hal ini tentunya akan dapat mempengaruhi terhadap program pemasaran yang akan dilakukan oleh perusahaan. Misalnya bagaimana perusahaan akan memasarkan produknya ketika orang akan mengurangi pembeliannya karena adanya peringatan dari pemerintah akan bahaya dari penggunaan produk tersebut.
- b. Pengamatan atau persepsi merupakan suatu proses yang mana konsumen menyadari dan menginterpretasikan aspek lingkungannya, sehingga pengamatan lebih bersifat aktif. Konsumen menerima rangsangan

tergantung bagaimana rangsangan tersebut diseleksi dan diorganisir dalam individu konsumen tersebut.

- c. Belajar dapat diartikan sebagai perubahan-perubahan perilaku yang terjadi sebagai akibat adanya pengalaman. Perilaku seringkali timbul karena proses belajar. Proses belajar terjadi karena adanya interaksi antar manusia yang dasarnya bersifat individu dengan lingkungan tertentu. Proses yang dilakukan konsumen merupakan sebuah proses belajar yang merupakan bagian dari kehidupan seseorang. Proses belajar pada suatu pembelian terjadi jika konsumen ingin menanggapi dan memperoleh suatu kepuasan, dan sebaliknya pembelian tidak akan terjadi jika konsumen merasa telah dikecewakan oleh produk tersebut.
- d. Kepribadian adalah organisasi dari faktor-faktor biologis, psikologis dan sosiologis yang mendasari perilaku individu. Kepribadian dapat pula dianggap sebagai pola sifat individu yang dapat menentukan tanggapan dan cara bertingkah laku. Kepribadian mencakup kebiasaan-kebiasaan, sikap dan berbagai ciri-ciri sifat atau watak yang khas yang menentukan perbedaan perilaku dari tiap individu.
- e. Sikap dapat mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian suatu produk, karena sikap mencerminkan perasaan dan kecenderungan untuk bertindak dari seseorang terhadap produk tertentu. Sikap biasanya memberikan penilaian (menerima atau menolak) terhadap obyek (produk) yang dihadapinya. Sikap dapat dikatakan sebagai keadaan suatu jiwa yang dipersiapkan untuk memberikan

tanggapan terhadap suatu obyek, yang diorganisir melalui pengalaman serta mempengaruhi secara langsung dan atau secara dinamis pada perilaku.

D. Metode Penelitian.

Yang menjadi obyek dalam penelitian ini adalah para perokok (paling tidak setiap hari menghabiskan lebih dari 1 bungkus rokok isi minimal 10 batang per bungkus) yang berdomisili di wilayah Kota Madya Yogyakarta dan Kabupaten Sleman, dengan ciri-ciri sebagai berikut :

- a. Baik yang sedang menempuh pendidikan formal maupun yang sudah tidak menempuh pendidikan formal (pendidikan formal disini paling tidak adalah jenjang perguruan tinggi).
- b. Pada tahun 1991 mereka minimal berumur 20 tahun (diasumsikan bagi mereka yang berumur kurang dari 20 tahun adalah pelajar yang pada umumnya merokok sebagai kegiatan yang sifatnya iseng saja).
- c. Khusus untuk jenis kelamin laki-laki (asumsinya bahwa sebagian besar perokok adalah laki-laki).
- d. Jenis rokok yang mereka isap adalah kretek, baik kretek biasa maupun kretek filter (rokok kretek mempunyai kadar nikotin yang relatif lebih tinggi dibandingkan rokok putih).

Karena banyaknya dan hampir tidak diketahuinya jumlah populasi (jumlah perokok yang menjadi obyek penelitian) maka penelitian dilakukan secara sampling, yaitu penelitian yang dilakukan terhadap sampel. Sampel diambil secara random pada daerah-daerah pemukiman maupun tempat-tempat yang pada umumnya banyak dikunjungi oleh

masyarakat, misalnya terminal bus, stasiun kereta api, tempat pertunjukkan, toko-toko, pasar dan sebagainya yang dapat dijangkau oleh petugas lapangan.

Dalam pelaksanaan pengumpulan data, peneliti dibantu oleh para petugas lapangan yang tugasnya khusus hanya mengumpulkan data di lapangan. Data dikumpulkan dari 250 responden (sampel) dengan menggunakan angket dan wawancara (wawancara sebagai pelengkap saja) di lokasi sampel (sampel area). Angket yang digunakan sebagai alat pengumpulan data tersebut menggunakan jenis pertanyaan terbuka maupun tertutup, khusus untuk pertanyaan tertutup sebagian besar menggunakan skala Likert dengan empat jenjang, sehingga skor dari setiap item adalah 4, 3, 2 dan 1.

Data yang telah terkumpul kemudian dianalisis secara kuantitatif dengan menggunakan 2 cara, yaitu (1) distribusi frekuensi kategoris maupun numerik yang tujuannya untuk memperoleh gambaran umum secara deskriptif tentang ciri atau karakteristik para perokok, terutama mengenai identitas dan pengetahuannya tentang rokok itu sendiri ditinjau dari sudut kesehatan, (2) analisis inferensial, yaitu dengan uji hipotesis dua rataan amatan ulangan yang tujuannya untuk mengetahui apakah ada perbedaan volume rokok yang diisap oleh seseorang antara sebelum dan sesudah adanya Surat Keputusan dari pemerintah tentang informasi bahaya merokok yang ada pada setiap bungkus rokok. Analisis ini sekaligus membuktikan apakah benar bahwa dengan peringatan tersebut para perokok akan mengurangi volume merokoknya atau bahkan berhenti merokok dalam rangka menghindari penyakit yang dapat ditimbulkan oleh rokok.

E. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Dari hasil pengolahan data secara deskriptif dapat diperoleh berbagai informasi sehubungan dengan identitas responden, diantaranya adalah :

a) Umur responden.

Umur dapat mempengaruhi seseorang dalam pengambilan keputusan pembelian. Seringkali mereka yang masuk dalam kategori usia muda lebih bersifat emosional dibandingkan dengan mereka yang sudah dewasa/tua dalam hal pengambilan keputusan pembelian. Orang yang masuk golongan dewasa atau tua pada umumnya mempunyai wawasan yang luas sehingga pengambilan keputusannya pun lebih rasional. Dari hasil penelitian dapat diperoleh informasi bahwa sebagian besar responden (perokok) berusia antara 30 - 35 tahun (36,4%). Usia ini merupakan usia yang produktif dan lepas dari jenjang usia muda, sehingga mereka masih ingin menunjukkan ciri-ciri kelelakiannya. Secara rinci hal tersebut dapat diikuti pada tabel berikut:

TABEL 1.
KEADAAN UMUR RESPONDEN.

Kategori Umur (tahun)	Jumlah (orang)	%
20 < 25	25	10,0
25 < 30	63	25,2
30 < 35	91	36,4
35 < 40	48	19,2
>= 40	23	9,2
Jumlah	250	100,0

Sumber : data primer

b) Tingkat pendidikan dan status pekerjaan.

Ditinjau dari tingkat pendidikannya (dari ijazah yang dimilikinya), maka sebagian besar adalah berpendidikan SLTA (43,2%).

Mereka ini termasuk yang mempunyai pekerjaan (bekerja), maupun yang tidak/belum mempunyai pekerjaan.

Ternyata tingkat pendidikan juga mempunyai andil untuk mengambil keputusan merokok atau tidak. SLTA adalah salah satu jenjang pendidikan formal yang dapat dicapai oleh kebanyakan orang, karena mungkin dengan pendidikan SLTA tersebut orang sudah dapat memperoleh pekerjaan yang dapat menghidupi diri maupun keluarganya.

Ditinjau dari sudut pendidikannya, walaupun mereka ini kebanyakan berpendidikan SLTA ternyata 77,2% telah mempunyai pekerjaan tetap.

Sedang sisanya 12% belum memperoleh pekerjaan dan yang 10,8% adalah masih berstatus sebagai mahasiswa. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa perokok itu kebanyakan adalah mereka yang sudah mempunyai pekerjaan, yaitu dengan membelanjakan sebagian uangnya untuk membeli rokok.

Kedua data tersebut (tingkat pendidikan dan status pekerjaan) secara rinci dapat diikuti dalam tabel berikut :

TABEL 2.
TINGKAT PENDIDIKAN RESPONDEN

Pendidikan	Jumlah	%
Sklh. Dasar	18	7,2
SLTP	75	30,0
SLTA	108	43,2
Akademi / PT	49	19,6
Jumlah	250	100,0

Sumber : data primer

TABEL 3.
STATUS PEKERJAAN RESPONDEN.

Status Pekerjaan	Jumlah	%
Tidak/Belum Bekerja	30	12,0
Bekerja	193	77,2
Mahasiswa	27	10,8
Jumlah	250	100,0

Sumber : data primer

c) Pengetahuan tentang bahaya merokok.

Seringkali orang merokok karena mereka tidak mengetahui atau tidak mau tahu dengan bahaya yang dapat diakibatkan oleh rokok terhadap kesehatan dirinya. Tetapi juga sangat dimungkinkan bahwa mereka yang merokok itu sebenarnya mengetahui akan bahayanya merokok, tetapi karena kebiasaan (kecanduan) maka mereka tetap saja merokok. Secara

rinci mereka yang mengetahui akan bahaya merokok sebanyak 21,2%: yang agak tahu sebanyak 39,2; yang tak mau tahu (acuh) sebanyak 32,0% sedang yang tidak tahu sama sekali sebanyak 7,6% (lihat tabel 4). Jadi memang sebagian besar responden masih belum mengetahui benar tentang bahaya merokok terhadap kesehatannya.

TABEL 4.
PENGETAHUAN TERHADAP
BAHAYA MEROKOK.

Keterangan	Jumlah	%
Tahu benar	53	21,2
Agak tahu	98	39,2
Tak mau tahu	80	32,0
Tidak sama sekali	19	7,6
Jumlah	250	100,0

Sumber : data primer

d) Perhatian terhadap label.

Sehubungan dengan usaha pemerintah untuk menyelamatkan rakyat, maka setiap bungkus rokok yang dijual harus ditempeli label yang berbunyi "PERINGATAN PEMERINTAH : MEROKOK BISA MERUGIKAN KESEHATAN". Ternyata sebagian besar responden (42,0%) mempunyai perhatian terhadap label tersebut, sehingga maksud dan tujuan ditempelkannya label tersebut dapat sesuai Surat Keputusan yang bersangkutan. Secara keseluruhan data mengenai perhatian konsumen terhadap label tersebut adalah :

TABEL 5.
PERHATIAN KONSUMEN TERHADAP
LABEL PERINGATAN PEMERINTAH.

Tingkat perhatian	Jumlah	%
Memperhatikan	105	42,0
Kurang memperhatikan	93	37,2
Tak mau tahu	46	18,4
Sama sekali tak memperhatikan	6	2,4
Jumlah	250	100,0

Sumber : data primer

e) Dampak peraturan.

Seperti apa yang diharapkan oleh Surat Keputusan tersebut, maka diharapkan para perokok akan menyadari akan bahaya merokok kemudian berhenti atau paling tidak mengurangi volume merokoknya. Dari hasil penelitian ternyata setelah konsumen memperhatikan label tersebut masih belum bersedia untuk berhenti dari merokok, tetapi mereka telah dengan sadar mau mengurangi volume merokoknya. Hal ini kita sadari bahwa berhenti merokok berarti merubah kebiasaan. Merubah kebiasaan adalah hal sulit jika tidak diikuti dengan motivasi yang tinggi. Secara keseluruhan dampak tersebut dapat diikuti pada tabel berikut :

TABEL 6.
KEADAAN UMUR RESPONDEN

Keterangan	Jumlah	%
Berhenti merokok	0	0,0
Mengurangi rokok	110	44,0
Tidak mengurangi tapi ragu-ragu	75	30,0
Sama sekali tidak mengurangi	65	26,0
Jumlah	250	100,0

Sumber : data primer

Dari hasil analisis deskriptif di atas tampak bahwa label peringatan pemerintah pada bungkus rokok sudah memberikan dampak positif terhadap para perokok, artinya dengan informasi tersebut para perokok paling tidak selalu diingatkan akan bahaya dan kemudian secara mereka mengurangi volume rokoknya, walaupun belum mampu menggugah hati mereka untuk sama sekali tidak merokok.

Untuk menunjang analisis secara deskriptif tersebut, ternyata hasil analisis secara inferensial juga memberikan kesimpulan yang sama. Hal ini dapat ditunjukkan oleh hasil uji statistik yang nilainya adalah 6,252 yang signifikan pada taraf signifikansi 1%. Jadi memang setelah ada peraturan pemerintah tersebut ada kecenderungan para perokok untuk mengurangi volume rokok yang diisapnya

F. Implikasi Kebijakan.

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis di atas, maka peneliti mencoba

untuk menyampaikan beberapa pemikiran yang kiranya dapat digunakan sebagai pertimbangan penyusunan kebijaksanaan bagi manajer perusahaan rokok khususnya dalam mengatasi masalah turunnya volume penjualan sebagai akibat adanya peraturan pemerintah tentang label informasi di bungkus rokok.

a) Manajemen hendaknya selalu memperhatikan perilaku konsumen, khususnya melalui sikap, sehingga jika terjadi perubahan sikap, manajemen segera dapat mengetahui dan melakukan penyesuaian-penyesuaian.

b) Merokok adalah suatu kebiasaan (kecanduan), oleh karena itu perusahaan dapat memanfaatkan kondisi ini dengan melakukan terobosan-terobosan baru dalam bidang promosi, misalnya dengan memberikan informasi yang jelas mengenai kadar nikotin yang terkandung dalam rokok tersebut, sehingga konsumen dapat menilai dan mempertimbangkan.

c) Mencari terobosan-terobosan baru di bidang produksi untuk memberikan alternatif bagi perokok, misalnya dengan membuat pipa sambungan rokok yang dapat menyaring nikotin, atau membuat filter rokok yang berkualitas tinggi sehingga kadar nikotin akan tersaring dengan baik.

d) Lebih memanfaatkan bagian R & D dalam rangka pengembangan produk, misalnya membuat campuran rokok yang menghasilkan rokok dengan rasa sama tapi bebas atau mengandung nikotin yang relatif sangat kecil.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdulrahman Ritonga, *Statistika Terapan untuk Penelitian*, Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia, Jakarta, 1987.
- Basu swasta, DH. T. Hani Handoko, *Manajemen Pemasaran, Analisa Perilaku Konsumen*, Liberty, Yogyakarta, 1982.
- Keputusan Menteri Kesehatan, *Pengawasan Produk Tembakau*, No. 225 tahun 1991.
- Saifuddin Azwar, *Reabilitas dan Validitas*, Pendidikan Tenaga Kependidikan, Jakarta 1989.
- SUP, *PPRK Kudus Minta Tunda Label "Merokok itu Mengganggu Kesehatan"*, Kompas, Mei, 1991.
- Zainal Mustafâ EQ, *Analisa Data Komparasional*, BPFU-UII, Yogyakarta, 1991.
-