BAB 1
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pendapatan negara yang paling besar selain dari sektor pajak adalah pendapatan penerimaan cukai rokok. Pemerintah memastikan akan kembali menaikkan tarif cukai rokok pada tahun ini demi mengejar target penerimaan yang naik. Kenaikan tarif cukai paling cepat berlaku mulai Juli. Mengingat, mulai awal Januari 2015, tarif cukai rokok sudah lebih dahulu naik. Mantan Direktur Penerimaan dan Kepabeanan Bea Cukai Kementrian Keuangan (Kemkeu) Susiwijono Moegiarso, pemerintah akan hati-hati menaikkan tarif cukai rokok. Tujuannya, untuk mencegah polemik di tingkat pengusaha, karena tarif cukai sudah naik pada awal tahun.Mengingatkan saja, berdasarkan Peraturan Menteri Keuangan (PMK) Nomor 205/PMK.011/2014, pada awal tahun ini tarif cukai Sigaret Kretek Mesin (SKM), Sigaret Kretek Tangan (SKT), dan Sigaret Putih Mesin (SPM) naik sekitar 8,72% dari tarif sebelumnya. Sementara untuk segala jenis tembakau naik 10%. "Kenaikan tarif cukai rokok baru saja berlangsung, makanya untuk dinaikkan lagi, paling mungkin pada Juli atau Agustus," ujar Susiwijono yang baru saja dilantik menjadi Staf Ahli Menteri Keuangan bidang Organisasi Birokrasi dan Teknologi Informasi, Jumat (6/2).Sebab, waktu enam bulan adalah masa yang cukup bagi industri untuk melakukan adjustment harga di pasar. Apalagi, yang terjadi selama ini, setiap perubahan tarif akan ada jeda waktu hingga enam bulan untuk menyesuaikan harga jual di pasar.

Menurut Susiwijono, Kemkeu sudah memiliki angka kenaikan tarif cukai rokok yang baru. Namun, ia merahasiakannya. "Lebih kecil dari kenaikan sebelumnya (8,72%)," jelas Susiwijono. Dengan kenaikan tarif, maka target penerimaan cukai tahun 2015 yang naik menjadi Rp 147 triliun, dari Rp 118 triliun di tahun lalu, bisa terpenuhi. Namun jika tarif tak naik, dipastikan target penerimaan cukai gagal tercapai. Soalnya, untuk mengejar tambahan target sekitar Rp 27 triliun, pemerintah tak bisa mengandalkan dari kenaikan volume produksi rokok. Tahun lalu, produksi rokok mencapai 354 miliar batang, sedangkan tahun inidiperkirakan hanya 358 miliar batang. "Pertumbuhan produksi rokok sudah memasuki pelambatan, tak seperti tahun-tahun terdahulu yang mencapai 7% per tahun," terang Susi. Ketua Umum Gabungan Produsen

Rokok Putih Muhaimin Moeftie, menolak rencana kenaikan itu. Alasan Moefti, kenaikan cukai rokok selama dua kali dalam setahun akan merugikan pengusaha. Soalnya, pengusaha pun tidak bisa seenaknya menaikkan harga jual rokok meskipun cukai kembali naik. Selain itu, selama ini sudah banyak kebijakan menekan pengusaha rokok. Ada pajak rokok di daerah, hingga larangan iklan.

Rokok adalah silinder dari kertas berukuran panjang antara 70 hingga 120 mm (bervariasi tergantung negara) dengan diameter sekitar 10 mm yang berisi daun-daun tembakau yang telah dicacah. Rokok dibakar pada salah satu ujungnya dan dibiarkan membara agar asapnya dapat dihirup lewat mulut pada ujung lainnya (Wikipedia.org. 2013). Seiring berkembangnya zaman para produsen berlomba - lomba menciptakan inovasi-inovasi produk rokok, salah satunya adalah jenis rokok Kretek yang digandrungi oleh orang-orang dewasa dan rokok kretek masih mampu mencetak pertumbuhan pendapatan dan laba dibandingkan kuartal pertama 2014 yang saat itu memang kinerja penjualannya sedang buruk. Sepanjang triwulan pertama tahun ini, penjualan bersih mencapai Rp21,6 triliun atau tumbuh 17,7% dan laba bersih naik tipis 3,5% menjadi Rp2,9 triliun dibandingkan periode yang sama 2014 menurut *Philip Morris international*28 april 2015.

Rokok Kretek adalah Rokok yang menggunakan tembakau asli yang dikeringkan, di padukan dengan saus cengkeh dan saat dihisap terdengar bunyi kretek-kretek. Rokok kretek berbeda dengan rokok yang menggunakan tembakau buatan. Jenis crutu merupakan symbol rokok kretek yang luar biasa, semuanya alami tanpa ada campuran apapun, dan pembuatannya tidak bisa mengguanakan mesin, masih memanfaatkan tangan pengrajin Penjualan rokok *Kretek* telah mendominasi pasar rokok di Indonesia. Saat ini, rokok Tinggi tar dan nikotin tersebut menguasai 20% dari total produksi rokok nasional, yang pada kuartal pertama 2009 mencapai 59,567 miliar batang. Berdasarkan data Gabungan Perserikatan Pabrik Rokok Indonesia (GAPRI)[3] pada 24 Mei 2009, rata-rata pertumbuhan pasar rokok *Kretek* sebesar 2% per tahun. Penjualan rokok jenis itu saat ini sebesar 20% dari total pasar rokok nasional. *Share* rokok *Kretek* terus

membesar dibanding dua tahun lalu yang hanya 15%[3]. Pertumbuhan konsumsi rokok Tinggi tersebut dipacu oleh pertumbuhan perokok muda dan saat ini menjadi *trend*[4]. Pada tahun 1980 an orang beralih dari rokok klobot ke rokok kretek, kemudian sekarang dari rokok kretek ke rokok mild. Pasar rokok kretek mulai tumbuh sejak 10 tahun terakhir. Tetapi perkembangan paling gencar terjadi selama lima tahun terakhir. Pesatnya perkebangan rokok *Kretek* juga mendorong produsen beramai-ramai masuk ke pasar rokok tersebut. Diantaranya, PT. HM. Sampoerna Tbk, PT. Djarum, PT. Bantoel Prima, PT. Gudang Garam Tbk, dan PT. Nojorono Tobacco Co Ltd[4]

Peneliti kretek dari Universitas Gadjah Mada (UGM), mengatakan, kretek mengandung nilai kepusakaan, tidak hanya aspek kesehatan, Kepusakaan kretek betul-betul memenuhi semua unsur yang menjadi standar warisan budaya Indonesia, bahkan dunia. Sangat mungkin kretek menjadi warisan dan pusaka nusantara. Setiap tahun ada 260 miliar batang rokok menjadi konsumsi masyarakat Indonesia, mendorong perusahaan menciptakan dan memproduksi berbagai macam rokok sehingga memberikan kesempatan yang lebih luas kepada konsumen untuk memilih dan mengkonsumsi rokok sesuai keinginannya, Ghifari Yuristiadhi suaramerdeka.com 20 April 2015 22:30 WIB. Hal ini meninbulkan persaingan antar perusahaan yang semakin ketat karena mereka tidak hanya dihadapkan pada bagaimana mempertahankan hidupnya tapi juga berusaha mengungguli perusahaan rokok lain dengan melaksanakan program pemasaran yang efektif. Persaingan yang dilakukan perusahaan yaitu menciptakan bermacam-macam produk baru yang dapat diterima oleh pasar. Semakin banyaknya perusahaan menciptakan produk baru, maka semakin ketat pula persaingan antar perusahaan. Berdasarkan pada pra penelitian, di ketahui bahwa merek rokok yang banyak digunakan di kota Kabupaten Jember yaitu terdiri dari lima produk yang diantaranya produk rokok merek Dji sam soe, Sampoerna, Tali Jagat, Djarum 76 dan Toppas. Kelima merek produk rokok tersebut mempunyai keunggulan masing-masing. Keunggulan antar produk tersebut menimbulkan persaingan ketat antar perusahaan. Persaingan yang ketat antar perusahaan rokok

ini menimbulkan strategi segmentasi konsumen yang berbeda pada setiap perusahaan, dengan melakukan segmentasi pasar perusahan dapat mengetahui segmen-segmen mana yang perlu mendapatkan pelayana khusus sehingga diharapkan perusahaan dapat melayani konsumen lebih baik lagi dan dapat memperbaiki posisi kompetitif perusahaan. Berikut ini adalah data jumlah data penduduk dan jumlah data perokok di kecamatan ajung, kecamatan sumbersari, dan kecamatan jenggawah.

Tabel 1.2: Jumlah Penduduk Menurut Kec.Ajung, Kec.Sumbersari dan Kec.Jenggawah dan Jenis Kelamin

Kecamatan	Laki-laki	Perempuan	Total
1. Jenggawah	40.408	41.937	82.345
2. Ajung	37.370	37.984	75.354
3. Sumbersari	62.605	65.269	127.874
Jumlah	**140.383**	**145.190**	**285.673**

Sumber : http://desaajung.blogspot.co.id/p/kependudukan.html Hasil Proyeksi Penduduk Tahun 2015

Tabel 1.3: Jumlah Penduduk Laki-laki Menurut Kec. Ajung, Kec. Sumbersari dan Kec. Jenggawah dan Jumlah Perokok

Kecamatan	Laki-laki	Perokok
1. Jenggawah	40.408	14.608
2. Ajung	37.370	14.631
3. Sumbersari	62.605	23.074
Jumlah	**140.383**	**52.313**

Sumber : http://desaajung.blogspot.co.id/p/kependudukan.html Hasil Proyeksi Penduduk Laki - Laki Dan Jumlah Perokok Di Kecamatan Sumbersari, Kecamatan Ajung dan Kecamatan Jenggawah Tahun 2015

Dari tabel 1.3 terlihat dari banyaknya penduduk laki-laki dalam tiga kecamatan perokok paling banyak dikalangan laki-laki, sedangkan jumlah perokok paling banyak sebagian besar dari kecamatan sumbersari diantara kecamatan ajung dan kecamatan jenggawah.

Masyarakat Kabupaten Jember, pada khususnnya masyarakat perokok aktif yang dapat menjadi pasar yang potensial dalam memasarkan produk rokok dari perusahaan-perusahaan rokok yang ada sehingga dari tiap-tiap perusahaan rokok

bersaing untuk mendapatkan konsumen sebanyak-banyaknya. Beberapa hasil penelitian seperti Sardjono (2001), Mutika (2002) dan De irman setiawan (2012) M. Ayson T. A (2013). Untuk mengungguli perusahaan rokok pesaing khususnya produsen rokok kretek harus melakukan segmentasi pasar terlebih dahulu agar anggaran lebih efektif dan efisien nantinya (Gitosudarno, 2008). Dengan melakukan segmentasi pasar perusahaan dapat mengetahui segmen-segmen mana yang perlu mendapatkan pelayanan khusus sehingga diharapkan perusahaan dapat melayani konsumen lebih baik lagi dan dapat memperbaiki posisi kompetitif perusahaan.

1.2 Perumusan Masalah

Rumusan masalah merupakan hulu dari penelitian, dan merupakan rangkaian penting dan pekerjaan yang sulit dalam penelitian ilmiah (Nazir, 2009:111). Berdasarkan latar belakang yang diuraikan, maka yang menjadi pokok permasalahan adalah ;

1) Bagaimana segmen pasar produk rokok kretek yang terbentuk di Kota Jember?
2) Terdapat berapa kelompok rokok kretek berdasarkan pada tingkat kemiripan antar rokok kretek di Kota Jember?

1.3 Batasan Masalah

Produk rokok kretek yang dijadikan obyek penelitian dibatasi pada lima produk rokok kretek yaitu Dji Sam Soe, Sampoerna, Tali Jagat, Djarum 76 dan Toppas. Pemilihan kelima produk rokok kretek tersebut dengan alasan dan berdasarkan pertimbangan bahwa :

1) Berdasarkan observasi awal pada saat penelitian yang telah dilakukan pada bulan November 2015, kelima merek tersebut merupakan merek terkenal dan banyak digunakan oleh masyarakat Jember.
2) Kelima merek tersebut pada saat ini promosinya sedang gencar dilakukan melalui periklanan baik cetak maupaun elektronik.

1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.4.1 Tujuan Penelitian

Penelitian bertujuan untuk mengubah kesimpulan-kesimpulan yang telah diterima, ataupun mengubah dalil-dalil dengan adanya aplikasi baru dari dalil-dalil tersebut (Nazir, 2009:13). Dari uraian permasalahan, maka tujuan penelitian ini adalah :

1) Untuk mengetahui segmen pasar produk rokok kretek yang terbentuk di Kota Jember.
2) Untuk mengetahui kelompok rokok kretek berdasarkan pada tingkat kemiripan antar rokok kretek di Kota Jember.

1.4.2 Manfaat Penelitian

Adapun penelitian ini dapat diharapkan memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang berkaitan, antara lain :

1) Bagi pihak instansi

   Memberikan tambahan informasi sebagai bahan pertimbangan dalam perencanaan dan pengambilan keputusan pemasaran strategis, khususnya bidang segmentasi bagi produsen rokok Kretek.
2) Bagi pihak peneliti

   Sebagai wacana tambahan mengenai praktik-praktik pemasaran, khususnya segmentasi pasar dalam melakukan penelitian.
3) Bagi kalangan akademis

   Bahan referensi bagi peneliti selanjutnya atau bagi mereka yang berminat pada bidang pemasaran.
4) Bagi Universitas

   Penulis berharap bahwa penelitian ini dapat memberikan tambahan wacana ilmiah bagi Universitas Muhammadiyah Jember sebagai bahan acuan dan atau pertimbangan dalam penulisan karya ilmiah.