BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Kebiasaan merokok di Indonesia memiliki prevalensi yang tinggi dan telah menjadi masalah kesehatan masyarakat yang signifikan. Berdasarkan data dari Global Adult Tobacco Survey (GATS) 2021, Indonesia mencatatkan angka perokok tertinggi di dunia, dengan prevalensi perokok pria mencapai 74,3% (GATS-Disease Control, 2021). Penelitian oleh (Turnip et al., 2020) juga menunjukkan bahwa kebiasaan merokok di kalangan pria dewasa Indonesia telah menjadi pola budaya yang sangat kuat, yang menyebabkan tingginya prevalensi merokok meskipun berbagai kebijakan kesehatan telah diterapkan. Meskipun ada kebijakan seperti kenaikan cukai rokok, prevalensi merokok masih tinggi di Indonesia, yang menunjukkan bahwa kebijakan tersebut belum sepenuhnya efektif dalam menurunkan angka perokok (Kemenkes, 2022). Merokok tidak hanya berdampak pada kesehatan individu, tetapi juga mempengaruhi perekonomian keluarga. Penelitian oleh (Muhammad & Nursani, 2023) menyebutkan bahwa pengeluaran untuk rokok menyumbang proporsi yang signifikan dalam anggaran rumah tangga di Indonesia, yang berdampak pada pengurangan daya beli masyarakat untuk kebutuhan lain, termasuk kesehatan. (World Health Organization, 2020) juga menyoroti bahwa biaya kesehatan terkait merokok, baik dalam perawatan medis langsung maupun dalam kehilangan produktivitas, memiliki dampak ekonomi yang besar pada individu dan negara. Dengan prevalensi merokok yang tinggi, Indonesia menghadapi tantangan besar dalam mengatasi dampak kesehatan dan ekonomi yang ditimbulkan oleh kebiasaan merokok.

Meskipun ada banyak penelitian mengenai prevalensi merokok dan dampaknya terhadap kesehatan dan ekonomi, masih kurang penelitian yang mengkaji hubungan antara kebiasaan merokok dan keputusan konsumen dalam membeli produk terkait merokok atau produk pengganti. Penelitian sebelumnya banyak berfokus pada efek kesehatan dan ekonomi merokok, serta kebijakan pengendalian tembakau, seperti penelitian oleh (Chokshi et al., 2017) yang

menunjukkan dampak negatif merokok terhadap kesehatan masyarakat dan kebijakan pemerintah untuk mengurangi prevalensinya. Namun, masih sedikit penelitian yang membahas bagaimana kebiasaan merokok mempengaruhi keputusan pembelian konsumen terhadap produk-produk yang mendukung proses berhenti merokok, seperti terapi pengganti nikotin, rokok elektronik, atau produk berbasis herbal. Beberapa penelitian, seperti yang dilakukan oleh (Schneider&Diehl,2016), telah mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen untuk beralih ke rokok elektronik, tetapi belum ada yang secara khusus menghubungkan kebiasaan merokok dengan pembelian produk untuk berhenti merokok. Gap ini penting untuk diisi, karena pemahaman yang lebih dalam tentang perilaku konsumen dalam konteks ini dapat membantu merancang strategi pemasaran yang lebih efektif dan berbasis kebutuhan konsumen yang lebih relevan. Terutama dalam konteks produk yang mendukung proses berhenti merokok, memahami faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian sangat penting untuk merancang intervensi pemasaran yang bisa lebih efektif dalam membantu mengurangi prevalensi merokok di Indonesia.

Studi ini bertujuan untuk mengkaji pengaruh kebiasaan merokok terhadap keputusan konsumen dalam memilih produk berhenti merokok, seperti produk pengganti rokok (misalnya, rokok elektronik, terapi pengganti nikotin) dan produk berbasis herbal yang mendukung proses berhenti merokok. Mengisi gap ini sangat penting karena memahami pengaruh kebiasaan merokok terhadap perilaku pembelian produk-produk ini dapat memberikan wawasan baru yang lebih mendalam tentang faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen. Dengan demikian, riset ini diharapkan dapat memberikan kontribusi penting bagi perusahaan dalam merancang strategi pemasaran yang lebih efektif dan berbasis pada pemahaman yang lebih baik terhadap psikologi konsumen.

Penelitian ini akan mengidentifikasi faktor-faktor psikologis, emosional, dan sosial yang dapat mempengaruhi perilaku konsumen dalam memilih produk berhenti merokok, seperti motivasi untuk berhenti, persepsi terhadap efektivitas produk, serta pengaruh lingkungan sosial dan keluarga. Selain itu, dengan mengkaji kebiasaan merokok dan keputusan pembelian produk pengganti, studi ini juga

berpotensi memberikan implikasi praktis dalam merancang program pemasaran yang lebih personal dan terarah, yang dapat membantu perusahaan untuk lebih memenuhi kebutuhan konsumen dalam proses berhenti merokok.

1.2 Research Question

Berikut adalah pertanyaan penelitian (*research question*) yang digunakan dalam untuk menggali lebih dalam tentang pengaruh kebiasaan merokok terhadap keputusan konsumen dalam memilih produk berhenti merokok :

1. Bagaimana kebiasaan merokok mempengaruhi keputusan konsumen dalam memilih produk pengganti rokok, seperti rokok elektronik atau terapi pengganti nikotin?
2. Faktor psikologis, emosional, dan sosial apa saja yang mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli produk yang mendukung proses berhenti merokok?
3. Sejauh mana pengaruh intensitas kebiasaan merokok terhadap preferensi konsumen dalam memilih jenis produk pengganti rokok?
4. Bagaimana persepsi konsumen terhadap efektivitas produk pengganti rokok mempengaruhi keputusan pembelian mereka?
5. Apa peran pengaruh lingkungan sosial (keluarga, teman, komunitas) dalam keputusan konsumen untuk memilih produk pengganti rokok?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengidentifikasi bagaimana kebiasaan merokok mempengaruhi keputusan konsumen dalam memilih produk pengganti rokok, seperti rokok elektronik atau terapi pengganti nikotin.
2. Untuk mengeksplorasi faktor psikologis, emosional, dan sosial yang mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli produk yang mendukung proses berhenti merokok.
3. Untuk menganalisis sejauh mana pengaruh intensitas kebiasaan merokok terhadap preferensi konsumen dalam memilih jenis produk pengganti rokok.

4. Untuk memahami bagaimana persepsi konsumen terhadap efektivitas produk pengganti rokok mempengaruhi keputusan pembelian mereka.
5. Untuk Menjelaskan peran pengaruh lingkungan sosial (keluarga, teman, komunitas) dalam keputusan konsumen untuk memilih produk pengganti rokok.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini antara lain :

1. Secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan mampu menambah literatur mengenai pengaruh kebiasaan merokok terhadap keputusan konsumen dalam konteks produk pengganti rokok. Dan dapat memberikan kontribusi pada penelitian terkait perilaku konsumen dan kesehatan masyarakat.

2. Secara Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat membantu produsen produk pengganti rokok dalam merancang strategi pemasaran yang lebih efektif dan sesuai dengan kebutuhan konsumen. Dan memberikan wawasan bagi pembuat kebijakan dalam merumuskan program atau intervensi yang lebih tepat sasaran untuk menurunkan prevalensi merokok.