

ROKOK II 

Murah
Rayu
PARA
Pemula

SURVEI PROMOSI HARGA ROKOK DI 10 KOTA



Prevalensi perokok anak di Indonesia menunjukkan kecenderungan yang terus meningkat. 75,7% perokok mulai merokok sebelum usia 19 tahun, jumlahnya mencapai 16,4 juta dan yang paling tinggi adalah kelompok usia 15-19 tahun. Namun kecenderungan ini mulai bergeser ke usia yang lebih muda, yaitu kelompok usia 10-14 tahun, dalam kurun waktu 10 tahun ini, trennya meningkat 2 kali lipat ⁽ⁱ⁾ Maraknya iklan, promosi dan sponsor rokok meningkatkan persepsi positif anak-anak terhadap rokok dan mempengaruhi keinginan untuk merokok. 46% remaja berpendapat iklan rokok mempengaruhi mereka untuk mulai merokok ⁽ⁱⁱ⁾ Selain itu, harga rokok yang murah, bisa beli batangan dan tersedia di mana saja semakin mempermudah keterjangkauan anak-anak terhadap rokok.

Dibandingkan dengan negara-negara di ASEAN, Indonesia termasuk harga rokoknya lebih terjangkau (affordable) ⁽ⁱⁱⁱ⁾

Tentu ini sangat mengkhawatirkan, karena dampak konsumsi rokok baru akan dirasakan 15-20 tahun mendatang, saat mereka mencapai usia produktif. Jika permasalahan ini terus dibiarkan, Indonesia akan terus mendapatkan berbagai ancaman bagi masa depan bangsanya yaitu ancaman kesehatan dan juga ancaman untuk tidak dapat menikmati bonus demografi pada tahun 2020 - 2030.

i) Susenas 1995,2004, SKRT 2001, Riskesdas 2007, 2010, 2013 dan BPS Proyeksi Penduduk Indonesia 2010-2035

ii) Studi Uhamka dan Komnas Anak tahun 2007

iii) Atlas Tobacco ASEAN, SEATCA 2014

SURVEI PROMOSI HARGA ROKOK

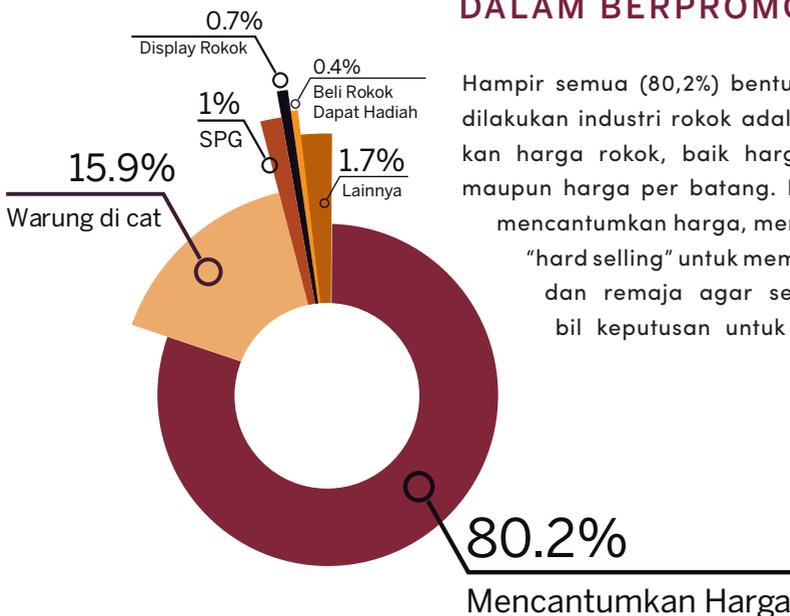
Survei promosi harga rokok dilakukan pada Mei - Juni 2017 di 10 kota (iv), oleh Yayasan Lentera Anak bekerjasama dengan 10 Forum Anak, mengamati 1.379 spanduk, billboard, umbul-umbul, poster, stiker hingga videotron dan bentuk lain reklame luar ruang. Survei bertujuan untuk mengetahui harga rokok yang dipromosikan industri rokok melalui reklame luar ruang.

iv) Banjarmasin, Semarang, Kota Batu, Tangerang Selatan, Pekanbaru, Bekasi, Bandar Lampung, Kabupaten Pasaman Barat, Mataram, Kupang



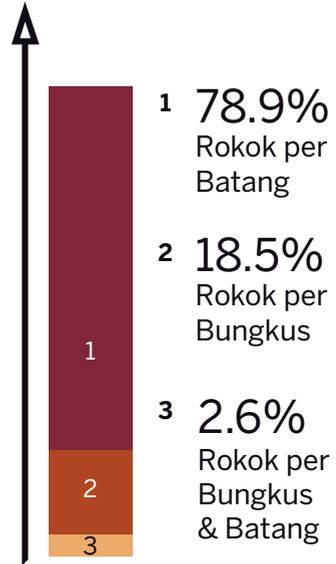
STRATEGI INDUSTRI ROKOK DALAM BERPROMOSI

Hampir semua (80,2%) bentuk promosi yang dilakukan industri rokok adalah mencantumkan harga rokok, baik harga per bungkus maupun harga per batang. Promosi dengan mencantumkan harga, merupakan strategi "hard selling" untuk mempengaruhi anak dan remaja agar segera mengambil keputusan untuk membeli rokok



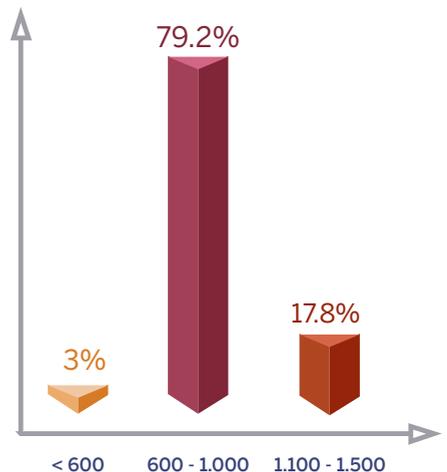
PROMOSI PENCANTUMAN HARGA

Hampir semua promosi mencantumkan harga rokok per batang (78,9%), 18,5% mencantumkan harga per bungkus dan sisanya (2,6%) mencantumkan harga perbatang dan perbungkus bersamaan. Pencantuman harga rokok merangsang masyarakat untuk membeli rokok sehingga mendorong peningkatan konsumsi rokok. Ini bertentangan dengan spirit UU Cukai, dimana rokok sebagai produk tidak normal yang pemakaiannya berdampak negatif bagi masyarakat dan lingkungan hidup sehingga konsumsinya harus dikendalikan dan peredarannya harus diawasi.



RENTANG HARGA ROKOK PER BATANG

Sebagian besar Industri rokok (79,2%) mempromosikan harga rokok perbatang berkisar Rp 600,- hingga Rp 1.000,-. Bahkan ada harga rokok kurang dari Rp 600,- perbatang (3%) Promosi harga rokok per batang membuat keterjangkauan anak-anak terhadap rokok semakin mudah. Sehingga akan terus mendorong meningkatnya jumlah perokok pemula, terutama dari kalangan anak-anak. Dengan rata-rata uang jajan Rp 10.000/hari untuk siswa SD, Rp 13.000/hari untuk siswa SMP dan Rp 27.000 untuk siswa SMA (survey online uang jajan siswa – Lentera Anak 2017) maka anak-anak dapat membeli rokok, apalagi dipromosikan secara massif.



RENTANG HARGA ROKOK PER BUNGKUS

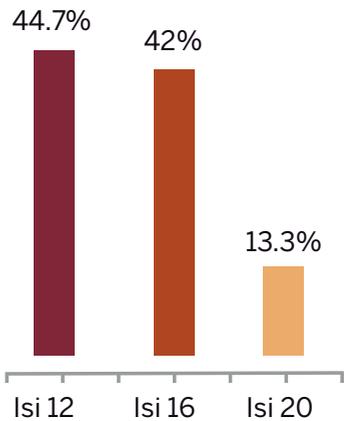


"Industri rokok mempromosikan harga rokok per bungkus dengan harga murah. Sebagian besar (63%) harga rokok perbungkus berkisar antara Rp 10.000,- hingga Rp15.000,- Bahkan kurang dari Rp 10.000,- (17,5%). Dengan rata-rata uang jajan siswa SMP Rp 13.000/hari dan siswa SMA Rp 27.000 (survey online uang jajan siswa- Lentera Anak 2017) maka masih terjangkau oleh anak-anak.



VARIAN JUMLAH ROKOK PER BUNGKUS

Sebagian besar (86.7%) isi rokok dalam satu bungkus kurang dari 20 batang. Dengan isi kurang dari 20 batang maka harga rokok per bungkus menjadi lebih murah, sehingga dapat dijangkau oleh anak-anak. PP 109/2012 mengharuskan rokok putih mesin tidak boleh kurang dari 20 batang perbungkus. Ini dimaksudkan agar harga rokok tidak mudah terjangkau oleh konsumen. Sementara itu, data BPOM 80% rokok yang beredar adalah rokok keretek mesin yang isi per bungkusnya kebanyakan kurang dari 20 batang.



TAWARAN HARGA DARI 10 MEREK ROKOK YANG PALING BANYAK BERPROMOSI

No.	Merek Rokok	Isi/harga perbungkus	Harga per batang
1		12 batang/Rp11.000	916.67
2		16 batang/Rp. 20.000	1250
3		12 batang/Rp 10.000	833.34
4		12 batang/Rp 11.000	900
5		16 batang/Rp. 13.000	812.5
6		16 batang/Rp.13.000	812.5
7		12 batang/Rp.12.000	1000
8		16 batang/Rp 15.000	937.5
9		12 batang/Rp.12.000	1000
10		16 batang/Rp 15.000	937.5

10 merek rokok yang paling banyak melakukan promosi dengan menawarkan harga rokok murah melalui iklan luar ruang adalah produksi dari 5 perusahaan rokok besar di Indonesia yaitu,PTDjarum,PTHMSampoerna,PT.GudangGaram,BAT danPT.Nodjorono.

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

Industri rokok mempromosikan harga rokok sangat murah sehingga terjangkau anak-anak. Sekalipun dipromosikan harga perbungkus, harganya tetap terjangkau oleh anak-anak. Karena sebagian besar kemasan rokok berisi hanya 12 batang, maka harga rokok tetap saja murah dan terjangkau. Murahannya harga rokok dan dipromosikan secara massif akan mempengaruhi anak-anak untuk mulai merokok sehingga mendorong peningkatan konsumsi rokok dan laju perokok pemula. Karena itu survei ini merekomendasikan sebagai berikut :

1. Mendesak pemerintah menaikkan harga rokok setinggi-tingginya melalui kebijakan cukai agar tidak dapat terjangkau oleh anak-anak
2. Mendesak pemerintah melarang penjualan rokok batangan serta melarang iklan, promosi dan sponsor rokok untuk melindungi anak-anak menjadi target pasar industri rokok
3. Mendesak pemerintah melarang kemasan rokok kurang dari 20 batang, agar tidak dapat terjangkau oleh anak-anak.



Y A Y A S A N
L E N T E R A A N A K
(L E N T E R A A N A K F O U N D A T I O N)

Yayasan Lentera Anak
www.lenteraanak.org
Fanpage : Lentera Anak

Twitter : @lenteraanak_
IG : @lenteraanak_
www.fctcuntukindonesia.org