

URGENSI UNDANG-UNDANG PENGENDALIAN DAMPAK PRODUK TEMBAKAU TERHADAP KESEHATAN

SEHAT itu HAK Rakyat

Memenuhi kebutuhan rakyat dengan baik merupakan tugas pokok Negara yang tercantum dalam UUD. Negara dibentuk untuk menyelenggarakan hidup yang baik bagi semua warganya, yaitu kemakmuran bagi seluruh rakyat. Salah satu indikator kemakmuran itu adalah tingginya derajat kesehatan masyarakat dengan keserasian lingkungan. Sehat merupakan idaman setiap orang, yaitu kondisi dimana jiwa dan raga bebas dari penyakit. Bagi sebuah bangsa, kesehatan adalah investasi pembangunan sekaligus modalitas untuk meningkatkan produktivitas. Tanpa kesehatan, semua tujuan hidup tidak akan tercapai dengan baik.

**Sehat memang bukan segala-segalanya,
tetapi tanpa kesehatan segalanya bukan apa-apa.**

Dengan demikian, kesehatan adalah indikator utama kualitas kehidupan suatu bangsa. Kesulitan utama dalam pembangunan kesehatan adalah karena bidang ini tidak pernah menjadi isu politik utama. Apalagi jika menyangkut peningkatan upaya kesehatan melalui pengendalian dampak produk tembakau, meski disadari bahwa hidup sehat merupakan hak azasi manusia.

Tembakau dan produk-produk turunannya sudah menjadi masalah yang kompleks, terutama masalah kesehatan. Besarnya populasi dan tingginya prevalensi merokok telah menempatkan Indonesia pada urutan ketiga di antara negara-negara dengan konsumsi tembakau tertinggi di dunia (WHO, 2008).

Rokok memiliki 4000 zat kimia beracun, yang dapat menyebabkan kematian, jika dikonsumsi dalam jangka panjang. Tiap tahun orang mati yang diindikasikan penyebabnya oleh rokok sebanyak 400 ribu di Indonesia.

Hasil penelitian menunjukkan, bahwa nikotin dalam tembakau menyebabkan adiksi (ketagihan) dan substansi kimia lainnya yang dikandung dalam tembakau maupun yang ada dalam asapnya merupakan faktor resiko yang menyebabkan gangguan kesehatan dan kematian oleh karena kanker, stroke, dan penyakit lainnya.

KONDISI yang Mengkhawatirkan

Dari tahun ke tahun, ternyata jumlah perokok selalu bertambah. Berdasarkan survey ekonomi nasional Badan Pusat Statistik pada periode 2001-2004, terjadi lonjakan pada perokok pemula pada usia di bawah 10 tahun dari 0,4 persen naik menjadi 2,8 persen. Komisi Nasional Perlindungan Anak juga mendapatkan angka sebesar 90 persen remaja Indonesia merokok karena iklan. Remaja menjadi sasaran utama bagi kalangan industri rokok.

Data tahun 1995 menunjukkan, bahwa rata-rata usia mulai merokok adalah 18,8 tahun yang kemudian menurun menjadi 18,4 tahun pada tahun 2001. Bahkan, menurut Global Youth Tobacco Survey 2006 versi WHO, menyebutkan bahwa 37,3 persen pelajar laki-laki dan perempuan di Indonesia mengaku pernah merokok serta 24,5 persen pelajar laki-laki bahkan telah menjadi perokok aktif.

PERLUKAH Diatur ?

Beberapa hal yang patut dipertimbangkan, mengapa tembakau dan produk turunannya seperti rokok perlu diatur, antara lain adalah :

Pertama, pertumbuhan jumlah perokok pemula yang terus meningkat, bahkan telah ditemukan perokok pemula yang berusia antara 5-9 tahun. Kondisi ini tentu saja sangat mengkhawatirkan. Pertumbuhan jumlah perokok pemula ini dimungkinkan, karena mudahnya mendapatkan rokok di setiap tempat, dimanapun, kapanpun, bahkan dapat diperoleh secara batangan.

Kedua, ternyata rokok itu dinikmati oleh kalangan menengah ke bawah yang dicirikan oleh penghasilan dan tingkat pendidikan yang rendah, sehingga merokok identik dengan kemiskinan.

Survei Sosial Ekonomi Nasional 2006 menunjukkan, bahwa tiga dari empat keluarga di Indonesia memiliki pengeluaran untuk membeli rokok. Keluarga termiskin, justru mempunyai prevalensi merokok lebih tinggi dari pada kelompok pendapatan terkaya. Proporsi belanja bulanan rokok keluarga termiskin perokok adalah kedua terbesar (12%) setelah beras (22%). Belanja bulanan rokok keluarga termiskin setara dengan 15 kali biaya pendidikan (0,8%) dan 9 kali bagi kesehatan (1,3%). Dibandingkan pengeluaran untuk makanan bergizi, jumlah itu setara dengan 5 kali pengeluaran untuk telur dan susu (2,3%), 2 kali pengeluaran untuk ikan (6,8%) dan 17 kali pengeluaran untuk daging (7%).

Ketiga, diperkirakan, lebih dari separuh rumah tangga di Indonesia memiliki paling sedikit satu anggota keluarga yang merokok, dan hampir merokok di rumah ketika sedang bersama dengan anggota keluarga lainnya. Bahaya asap tembakau lingkungan tidak banyak diketahui orang. Penggunaan produk tembakau oleh anggota rumah tangga menimbulkan dampak negatif majemuk terhadap kesehatan terutama anak-anak.

Keempat, sebenarnya dalam skala global, Sidang Majelis Umum atau *World Health Assembly* yang ke-56 di Geneva bulan Mei 2003, secara aklamasi telah menyepakati Naskah *Framework Convention on Tobacco Control* (FCTC) atau Konvensi Pengendalian Masalah Tembakau (KPMT). Kendati pun Pemerintah Indonesia aktif dalam upaya ini, baik dalam pertemuan-pertemuan internasional sebagai negara anggota WHO, maupun dalam pertemuan regional sebagai anggota WHO kawasan Asia Tenggara (WHO-SEARO) maupun sebagai anggota ASEAN, namun disayangkan, Indonesia tidak ikut mendatangi FCTC ini. FCTC ini merupakan instrumen hukum internasional pertama yang dibuat oleh WHO, dan merupakan terobosan dalam upaya pengendalian masalah tembakau secara global. Untuk Indonesia, FCTC ini sangat penting, oleh karena akan merupakan kerangka pengendalian masalah tembakau secara nasional.

Oleh karena itu, upaya sejumlah anggota dewan perwakilan rakyat untuk mengajukan sejumlah aturan untuk membatasi rokok, perlu didukung semua pihak.

Aturan ini diharapkan membatasi, mengontrol persoalan rokok dan membatasi kegiatan yang melibatkan anak muda. Aturan ini juga menuntut kenaikan cukai pajak rokok hingga 60 persen untuk memperkecil orang membeli rokok. Dan mendorong untuk memperbanyak penelitian mengenai dampak merokok bagi kesehatan.

KEKHAWATIRAN yang Tidak Perlu

Banyak kalangan yang mengkhawatirkan adanya dampak sosial jika persoalan tembakau ini diatur dalam undang-undang, yaitu :

Pertama, akan berakibat langsung terhadap perekonomian. Hal ini sesungguhnya tidak terjadi, karena dengan menaikkan harga produk tembakau akan mengurangi konsumsi, terutama pada anak-anak golongan berpenghasilan rendah dan perokok tidak tetap; meningkatkan penerimaan pemerintah dari cukai tembakau; meringankan beban penyakit yang disebabkan oleh tembakau. Sepanjang sejarah kenaikan harga produk tembakau belum pernah menimbulkan penurunan penerimaan pemerintah manapun di dunia.

Kedua, kekhawatiran di sektor tenaga kerja juga tidak beralasan sama sekali, karena hanya 2% atau sekitar 2 juta orang tenaga kerja formal yang bergantung pada pertanian dan produksi tembakau untuk kelangsungan hidupnya.

Data Departemen Pertanian menunjukkan, bahwa jumlah petani tembakau 684 ribu orang sama dengan 1,6% dari total pekerja sektor pertanian. Sementara jumlah petani cengkeh tahun 2005 adalah 1,1 juta orang atau 2,6% dari jumlah tenaga sektor pertanian dan 1% dari total tenaga kerja.

Jumlah pekerja industri rokok tahun 2004 adalah 249 ribu orang, yaitu 1,2% dari total pekerja industri atau 0,3% dari jumlah tenaga kerja. Jumlah ini menurun dari tahun 1995 sebesar 346 ribu orang.

Menurut data BPS dalam Statistik Upah tahun 2005, memperlihatkan bahwa pada awal tahun 2004 rata-rata upah bulanan pekerja industri rokok adalah Rp. 670 ribu. Upah ini lebih rendah dari rata-rata upah pekerja industri makanan, yaitu Rp. 851 ribu dan pekerja semua industri Rp 962 ribu.

Ketiga, juga terdapat kesan, bahwa penurunan penjualan rokok diduga akan menghilangkan jutaan pekerja secara permanen, sementara pengenaan pajak yang tinggi pada tembakau akan mengakibatkan rendahnya pendapatan pemerintah, atau bahkan penetapan harga tinggi untuk rokok akan mendorong penyelundupan rokok secara besar-besaran. Padahal, di dunia mana pun, cukai rokok pasti tinggi, misalnya Thailand, cukai rokoknya mencapai 75 persen dari harga rokok, dibandingkan Indonesia yang hanya maksimal hanya 30 persen. Harga rokoknya menjadi amat murah, sehingga dapat diakses oleh anak-anak dan orang miskin, yang sebenarnya tidak layak mengonsumsi rokok.

Hasil estimasi menunjukkan, bahwa kenaikan cukai sampai dengan 70 persen dari harga jual akan mencegah kematian sebanyak 2,5 juta sampai 5,9 juta, atau sekitar 9 persen sampai 21 persen kematian yang akan terjadi pada kelompok perokok saat ini.

Akhirnya, masihkah kita menunda-menunda pengaturan tembakau yang jelas-jelas merugikan kita, terutama terhadap kesehatan ?





PERTUMBUHAN Industri Rokok

Industri rokok merupakan salah satu sumber penerimaan negara terbesar. Untuk tahun 2006 saja target cukai yang ditetapkan adalah sebesar Rp 38,5 triliun dan ditahun 2007 ditargetkan sebesar Rp 42,03 triliun. Target-target ini bukanlah angka yang ambisius, karena pada saat krisis ekonomi tahun 1998 saja, dari industri rokok yang mencapai 4416 industri, produksi rokok kreteknya mencapai 190,9 miliar batang. Jumlah ini terus meningkat dan mencapai puncaknya tahun 2000 dengan 206,39 miliar batang.

Konsumsi rokok nasional telah mencapai 240 miliar batang pada 2008, melampaui proyeksi produksi rokok pada *roadmap* kebijakan industri rokok nasional. Pemerintah memproyeksikan produksi rokok 240 miliar batang pada 2010, sesuai dengan *roadmap* industri hasil tembakau. Namun, tahun ini saja produksi itu sudah tercapai (Dirjen Industri Agro dan Kimia Departemen Perindustrian (<http://www.tempointeraktif.com/hg/bisnis/2009/07/05/brk,20090705-185332,id.html>)).

Pesatnya pertumbuhan industri rokok ini, paling tidak disebabkan oleh tidak adanya peraturan perundangan yang dikeluarkan pemerintah yang melarang perokok berusia muda, terutama remaja dan anak-anak. Kalangan industri rokok gencar beriklan dengan sasaran utama kalangan remaja ini. Jika tidak segera diantisipasi, maka jumlah perokok di kalangan anak dan remaja akan terus meningkat pesat dalam beberapa tahun ke depan. Akibatnya, dapat dipastikan generasi penerus bangsa akan menjadi pecandu rokok, menghabiskan uang yang harusnya digunakan untuk membeli makanan bergizi, pendidikan, dan kesehatan.

Di sisi lain, pemerintah terkesan mendorong peningkatan pajak bea cukai rokok dan kurang memperhatikan efek jangka panjang rokok dari segi kesehatan, perilaku masyarakat, ekonomi dan pendidikan. Bahkan pada tahun 2007, jajaran instansi pemerintah, Departemen Keuangan, Depnakertrans, dan Departemen Pertanian bersama Asosiasi Produsen Rokok (GAPPRI dan GAPRINDO), menetapkan kebijakan *Road Map* Industri Hasil Tembakau dan Kebijakan Cukai tahun 2007 hingga 2020 untuk meningkatkan laju produksi rokok hingga mencapai 240 milyar batang pada tahun 2007 – 2010 dan 260 milyar batang pada tahun 2015 – 2020.

Angka statistik tentang rokok menunjukkan data-data yang mencengangkan. Selama kurun waktu **2004-2008**, pertumbuhan produksi rokok adalah **18.6%** atau rata-rata tumbuh 4.6% tiap tahunnya. Lebih **225 miliar batang rokok** diproduksi tiap tahun. Tidak kurang **dari Rp 100 triliun** uang habis dibakar untuk merokok.

Industri Besar

Pangsa pasar industri rokok di Indonesia didominasi tiga perusahaan besar. PT Gudang Garam Tbk, berada pada peringkat pertama yang hingga bulan Juli 2006, mencatat penguasaan pasar sebesar 32%, dengan total penjualan rokok kretek sebesar 36,7 miliar batang. Peringkat kedua adalah Djarum dengan pangsa pasar 25%, dan HM Sampoerna dengan pangsa pasar 19%. Namun, setelah akuisisi Sampoerna oleh Philip Moris pada pertengahan Tahun 2005, kuartal pertama tahun 2007 pangsa pasarnya menduduki peringkat pertama mengalahkan Gudang Garam.

Besarnya laba yang diperoleh Sampoerna-Philip Moris yang meningkat 100% dari Rp 1,99 trilyun menjadi Rp 3,89 trilyun, mendorong *British American Tobacco* membeli 85% saham Bentoel senilai Rp 5 trilyun pada Juni 2009.

Akuisisi industri rokok Indonesia oleh pengusaha Asing terjadi, karena adanya kesadaran kesehatan yang tinggi dan berbagai aturan rokok yang makin ketat di negaranya, sehingga membuat industri rokok Negara maju mengalihkan fokus ekspansinya ke Negara berkembang, seperti Indonesia yang sama sekali tidak mempunyai peraturan tentang pengendalian konsumsi rokok.

Arti Industri Rokok bagi Negara

Salah satu alasan penting yang mendasari keterlibatan pemerintah dalam pengendalian pasar tembakau adalah untuk menciptakan penerimaan pemerintah dari cukai. Cukai rokok memberikan sumber pendapatan yang penting bagi pemerintah, yang menyumbang 5,7 persen dari penerimaan total pemerintah Indonesia di tahun 2007.

Hal ini berarti, bahwa keberadaan industri rokok mengambil peranan penting bagi negara, dengan memberikan kontribusinya yang besar dari cukai rokok. Untuk tahun 1997, hasil cukai rokok sebesar Rp 4,792 triliun, dan tahun 2007 mencapai angka Rp 42 triliun. Artinya, secara ekonomis, pemerintah memperoleh antara Rp 45-55 triliun per tahun dari bea dan cukai produk tembakau seperti rokok. Namun, sesungguhnya, dengan harga rokok rata-rata Rp 500/batang, angka pendapatan APBN Rp 55 triliun tersebut sangatlah kecil dibanding uang yang harus dibayarkan masyarakat untuk membeli rokok yang melebihi Rp 115 triliun per tahun.

Sesungguhnya, dengan kebijakan menargetkan penerimaan APBN dari cukai rokok, secara tidak langsung mendorong industri rokok semakin bergairah dan akan terus

mempromosikan rokok. Besarnya jumlah penduduk Indonesia, terutama yang berusia muda, membuat Indonesia menjadi pangsa pasar yang menjanjikan.

PERLUNYA Pengaturan Produksi dan Penjualan

Kendatipun industri rokok memberikan sumbangan yang cukup besar terhadap penerimaan Negara, namun untuk mengurangi dampak yang makin serius terhadap kesehatan, perlu dilakukan pengendalian terhadap produksi dan penjualan rokok.

Pengaturan terhadap produksi dilakukan agar melindungi konsumen dari bahaya kandungan zat berbahaya dari rokok. Sedangkan pengaturan terhadap penjualan dilakukan agar dapat mengurangi jumlah perokok pemula yang umumnya berusia muda.

Pengaturan terhadap produksi, menyangkut hal-hal sebagai berikut:

1. Pengaturan yang ketat terhadap izin industri rokok, termasuk aturan akuisisi oleh Negara asing.
2. Pemeriksaan jenis dan kadar kandungan isi dan emisi pada setiap hasil produksinya, melalui laboratorium yang sudah terakreditasi dan hasilnya dilaporkan kepada pejabat yang berwenang;
3. Larangan menggunakan bahan tambahan yang tidak memenuhi persyaratan kesehatan dalam proses produksi, kecuali bahan yang sudah digunakan dalam produksi rokok kretek.
4. Kewajiban mendaftarkan semua produk tembakaunya sekali sebelum diedarkan.

Sementara dalam hal penjualan produk tembakau dan turunannya, perlu dilakukan pengaturan terhadap:

1. Larangan menjual produk tembakau kepada anak di bawah usia 18 (delapan belas) tahun;
2. Larangan anak di bawah usia 18 (delapan belas) tahun menjual atau membeli produk tembakau.
3. Larangan menyuruh anak di bawah usia 18 (delapan belas) tahun untuk menjual dan membeli produk tembakau.
4. Larangan menjual rokok secara batangan kepada konsumen
5. Larangan penjualan produk tembakau dengan menggunakan mesin layan diri (otomatis)



PERINGATAN

Kesehatan dalam Bentuk GAMBAR



BUNGKUS Rokok sebagai SARANA Promosi

Industri rokok seringkali menggunakan bungkus rokok sebagai sarana promosi. Kesadaran masyarakat akan dampak buruk merokok umumnya rendah, bahkan di negara-negara dengan kampanye anti rokok yang cukup luas. Studi Hammond (2007) membuktikan bahwa:

- a. Sebagian besar perokok tidak dapat mengingat secara rinci hubungan antara dampak kesehatan dan merokok.
- b. Para perokok yang mengerti akan bahaya merokok cenderung meremehkan dampak buruk rokok terhadap kesehatan.
- c. Sebagian besar perokok beranggapan bahwa orang lain yang merokok akan terkena risiko lebih berat dibandingkan dirinya sendiri.
- d. Perokok cenderung kurang menyadari akan bahaya asap rokoknya pada orang lain.

Ruang yang terbatas untuk pelabelan pada produk tembakau digunakan untuk dua kepentingan yang saling bertolak-belakang:

- a) peringatan kesehatan dan informasi konsumen.
- b) promosi merk dan pernyataan produsen.

Tanpa regulasi yang tegas mengenai ukuran dan jenis peringatan kesehatan, industri tembakau cenderung membuat peringatan kesehatan dengan ukuran sedemikian kecil dengan maksud menyediakan lebih banyak tempat untuk mempromosikan produk mereka.

Hal tersebut tentu saja tidak dapat dibenarkan. Seharusnya bungkus rokok digunakan untuk sarana pendidikan masyarakat. Melalui peringatan kesehatan, maka perokok mendapatkan informasi mengenai bahayanya mengonsumsi rokok.

Peringatan kesehatan di bungkus rokok merupakan merupakan salah satu sarana komunikasi kepada publik tentang resiko kesehatan akibat merokok.

Label peringatan kesehatan pada kemasan dan iklan produk tembakau membantu memberikan informasi kepada konsumen mengenai dampak negatif penggunaan tembakau. Efektivitas peringatan kesehatan sangat tergantung pada ukuran pesan, warna dan jenis huruf, serta apakah pesan itu selalu sama atau berganti-ganti.

Sayangnya, aturan peringatan kesehatan pada bungkus rokok yang berlaku saat ini adalah peringatan dalam bentuk tulisan. Pada kenyataannya, pesan kesehatan di bungkus rokok dalam bentuk tulisan tidak efektif karena di samping karena tulisannya terlalu kecil, bunyi pesan kesehatan tersebut malah berubah fungsi menjadi iklan.

Ke depan, perlu ada perubahan regulasi yaitu dengan menambahkan peringatan kesehatan berbentuk gambar. Nantinya, peringatan kesehatan harus berbentuk gambar dan tulisan. Peringatan kesehatan berbentuk gambar merupakan sarana efektif untuk mengomunikasikan resiko merokok bagi perokok. Oleh karena itu, produsen rokok wajib mencantumkan peringatan kesehatan pada label di setiap kemasan produk tembakau yang dijual di Indonesia dengan penempatan yang jelas dan mudah dibaca pada sisi lebar di bagian muka dan belakang.

KALAU Industri Rokok Indonesia Patuh dengan Peraturan Negara Lain, Mengapa Tidak di Indonesia?

Pada praktiknya, rokok-rokok produksi Indonesia yang diekspor ke Singapura dan negara-negara lain telah mengikuti peraturan setempat dengan menerapkan peringatan kesehatan dalam bentuk gambar. Sementara, produk yang sama yang dijual di dalam negeri tidak mencantumkan peringatan bergambar, dengan alasan belum ada peraturan.

Persyaratan peringatan kesehatan bergambar yang harus dipenuhi:

- a. dicantumkan pada setiap kemasan pada sisi lebar bagian muka dan belakang;
- b. ukurannya 50 % atau lebih dari kemasan;
- c. disetujui oleh lembaga pemerintah yang berwenang;
- d. diganti secara periodik; dan
- e. digunakan huruf besar, jelas, kelihatan, dan meyakinkan.

BAGAIMANA Agar Label Peringatan Kesehatan Lebih EFEKTIF?

- **UKURAN BESAR.** *Framework Convention on Tobacco Control* (FCTC) mensyaratkan agar sedikitnya 30% - dan yang ideal adalah 50% - dari permukaan kemasan produk digunakan untuk label peringatan kesehatan.
- **MUDAH DIBACA.** Warna hitam dan putih sangat kontras dan mudah dibaca.

Beberapa negara mensyaratkan jenis huruf dan ukuran peringatan kesehatan secara khusus.

- **JELAS KATA-KATANYA.** Kebanyakan perokok meremehkan resiko kesehatan yang berkaitan dengan merokok. Pesan harus sederhana dan tegas.
- **ROTASI.** Pesan-pesan kesehatan harus dirotasi. Masyarakat menjadi terbiasa dengan pesan yang tiap kali sama, sehingga pesan kehilangan dampaknya.
- **DISERTAI GAMBAR.** Gambar lebih efektif daripada kata-kata, khususnya untuk perokok dengan tingkat pendidikan rendah.

MENGAPA Merk “Light” dan “Low” Tar dan Nikotin MENIPU Konsumen?

Standar yang digunakan saat ini untuk mengukur kadar tar dan nikotin berdasarkan standar industri tembakau dan tidak mencerminkan dampak kesehatan.

Saat ini penilaian tar, nikotin dan karbonmonoksida pada rokok ditentukan melalui tes mesin (standar ISO) yang dipromosikan oleh industri tembakau pada tahun 1967.

Metoda ini untuk menilai tar, nikotin dan karbonmonoksida dan tidak meramalkan pemasukan yang sebenarnya – atau perubahan perilaku yang dikaitkan dengan perokok yang merokok berbagai jenis rokok.

Kenyataannya, rokok rendah tar mempunyai kadar nikotin yang rendah pula. Namun karena orang merokok untuk mencapai kadar nikotin tertentu yang dapat memuaskan kecanduannya, maka rokok “rendah tar” malahan mengakibatkan konsumsi dan pembelian lebih banyak rokok lagi. Hal ini menyesatkan konsumen sehingga percaya bahwa dampak kesehatan dari “mild” dan “light” tidak terlalu berbahaya.

Framework Convention on Tobacco Control (FCTC) melarang penggunaan istilah yang menyesatkan, seperti “light”, “mild” atau “low” tar. Secara singkat, menamakan rokok sebagai “light” dan “low” telah menjadi teknik pemasaran industri tembakau yang umum digunakan untuk meyakinkan perokok bahwa mereka mengisap produk yang kurang berbahaya.

Rokok adalah produk berbahaya dan adiktif. Rokok mengandung 4000 zat kimia, 69 diantaranya adalah karsinogenik (pencetus kanker). Beberapa zat berbahaya yang terkandung dalam rokok antara lain tar, sianida, arsen, formalin, karbonmonoksida, dan nitrosamin.



HARGA dan CUKAI



Harga Rokok di Indonesia Sangat Murah

Tingkat cukai Indonesia adalah sebesar 38% yang merupakan terendah setelah Cambodia. Akibatnya konsumsi rokok senantiasa meningkat. Oleh karena murah, rokok dikonsumsi oleh semua lapisan masyarakat. Tujuh puluh persen rumah tangga Indonesia memiliki pengeluaran bulanan untuk tembakau dan sirih.

“Dari berbagai upaya, perpajakan adalah yang paling efektif. Sementara pembatasan dalam bidang pemasaran dan pelarangan merokok di tempat umum memang dapat menekan konsumsi, tetapi dari pengalaman kami, kebijakan perpajakan menekan lebih jauh lagi” (Dokumen Philip Morris).

Rendahnya cukai rokok menyebabkan harga rokok murah, yang akan meningkatkan akses masyarakat untuk merokok. Dampaknya semakin buruknya status kesehatan, pendidikan dan ekonomi masyarakat, terutama masyarakat miskin (TCSC-IAKMI, 2008)

Pada tahun 2005, keluarga miskin membelanjakan 11,5% pengeluarannya untuk membeli rokok, sementara keluarga kaya 9,7%. Uang yang dibelanjakan oleh keluarga miskin untuk konsumsi tembakau mempunyai *opportunity cost* yang sangat tinggi karena keterbatasan sumber ekonomi keluarga miskin untuk memenuhi kebutuhan pokok (lembaga Demografi Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia, 2008).

Berbagai penelitian menunjukkan bahwa kelompok miskin sensitif terhadap harga. Peningkatan cukai dan harga rokok yang tinggi akan meningkatkan pendapatan pemerintah dan melindungi keluarga miskin. Harga rokok yang mahal juga mengurangi keterjangkauan anak-anak membeli rokok. Dengan demikian, Pemerintah menetapkan kebijakan harga rokok dan cukai produk tembakau untuk mengendalikan dampak buruk akibat konsumsi produk tembakau.

Industri selalu mempengaruhi parlemen dan pemerintah agar cukai rokok diupayakan tetap rendah dan tidak sampai pada batas maksimal

Tidak ada aturan baku mengenai besaran cukai. Namun rata-rata negara maju, menerapkan cukai sekitar 70 persen. Dalam RUU Pengendalian Tembakau, besarnya cukai produk tembakau serendah-rendahnya 65% dari harga jual eceran.

Tingkat cukai saat ini di Indonesia masih berada di bawah tingkat cukai yang dimandatkan oleh UU No. 39/2007 tentang Cukai.

UU Cukai menetapkan tingkat cukai maksimum untuk produk tembakau sebesar 250% dari biaya produksi perusahaan atau 57% dari harga jual eceran (HJE)

Selanjutnya, diatur pula ketentuan mengenai *earmark tax*. Maksudnya adalah dari total penerimaan cukai produk tembakau, maka dialokasikan sebesar 10% untuk kepentingan masyarakat secara nasional. Kepentingan itu antara lain untuk:

- a. pemberian informasi dan edukasi dampak negatif produk tembakau;
- b. pembiayaan penelitian yang berkaitan dengan pengendalian dampak produk tembakau;
- c. pemberian jasa konseling dan penyediaan klinik/pusat yang mengajarkan cara berhenti merokok;
- d. pemberian bantuan biaya pengobatan yang terkena dampak produk tembakau; dan/atau
- e. penyelenggaraan kegiatan lainnya yang berkaitan dengan prevensi dan promosi kesehatan.

Pada keluarga perokok, pengeluaran untuk tembakau merupakan pengeluaran nomor dua setelah padi-padian yang besarnya rata-rata 10,4% atau 4 kali lebih besar daripada pengeluaran untuk membeli daging, telur dan susu. Pengeluaran untuk tembakau 3 kali lebih tinggi dari biaya pendidikan (3,2%), dan hampir 4 kali lipat biaya kesehatan (2,7%). Hal ini berarti terjadi divestasi di rumah tangga perokok, karena pengeluaran untuk membeli rokok yang sifatnya pemborosan dan merusak kesehatan lebih besar dari pengeluaran untuk investasi (Lembaga Demografi Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia, 2008).

MENGAPA Rokok Dikenakan Cukai?

Undang-undang Nomor 39 tahun 2007 tentang Cukai antara lain menetapkan bahwa cukai berfungsi untuk mengurangi konsumsi dan mengendalikan distribusi produk tembakau karena produk tersebut berakibat buruk bagi kesehatan. Namun dalam praktiknya, faktor utama yang diperhatikan ketika menetapkan tarif cukai tembakau adalah target penerimaan pemerintah tahunan.

Cukai dikenakan pada barang-barang "berdosa" atau biasa dikenal dengan "*sin tax*", yang dapat memberikan dampak buruk terhadap kesehatan, sosial, dan ekonomi. Barang-barang yang biasa dikenakan cukai di Indonesia adalah rokok, alkohol, dan etil alkohol.

Guna mengendalikan konsumsi sekaligus melindungi golongan miskin mengonsumsi rokok, maka alternatif kebijakan yang harus dilakukan adalah meningkatkan cukai rokok. Peningkatan cukai produk tembakau adalah satu-satunya intervensi yang paling efektif untuk meningkatkan penerimaan pemerintah dan mengurangi permintaan tembakau.

Dengan meningkatkan cukai rokok, maka manfaat yang kita dapat adalah:

1. Mengurangi konsumsi rokok masyarakat terutama yang berpenghasilan rendah, perokok tidak tetap dan perokok pemula. Dengan keuangan yang

terbatas, harga rokok yang mahal menjadi tidak terjangkau oleh kelompok masyarakat rentan seperti remaja dan masyarakat miskin. Hal ini akan menyelamatkan mereka dari dampak kesehatan akibat rokok dan mencegah pemborosan keuangan rumah tangga yang sudah terbatas untuk membeli zat adiktif. Harga rokok yang mahal akan mencegah perokok tidak tetap dan perokok pemula untuk membeli rokok.

2. Meningkatkan penerimaan pemerintah dari cukai. Menurut Bank Dunia, peningkatan harga riil rokok 10% akan menaikkan penerimaan pemerintah dari cukai tembakau sebesar 7%. Karena rokok bersifat adiktif, maka persentase penurunan konsumsi selalu lebih sedikit dari peningkatan penerimaan pemerintah. Di Indonesia, peningkatan harga rokok 10% akan meningkatkan penerimaan pemerintah dari cukai tembakau sebesar 6,7% sampai dengan 9%. Proporsi ini lebih tinggi daripada proporsi penurunan konsumsi. Sementara itu, peningkatan cukai 2 kali lipat (100%) dari tarif sekarang maka akan meningkatkan penerimaan 82% dan menurunkan konsumsi sebesar 8,9%.
3. Menurunkan beban biaya sosial. Tembakau telah membunuh separuh dari penggunaannya, dan mengurangi sedikitnya 20-25 tahun produktif. Penurunan konsumsi akan mengurangi biaya kesehatan dan kerugian akibat hilangnya produktifitas karena sakit dan kematian.

Dari berbagai studi, termasuk di Indonesia, menunjukkan bahwa peningkatan cukai akan meningkatkan penerimaan negara. Di samping itu, peningkatan cukai juga akan menurunkan konsumsi rokok yang terjadi secara sangat perlahan. Kebijakan ini bahkan dapat digunakan sebagai opsi untuk meningkatkan penerimaan APBN.

“... Kenaikan harga yang terjadi pada tahun 1982-83 mengakibatkan dua juta orang dewasa berhenti merokok dan mencegah 600.000 remaja untuk mulai merokok...kita tidak perlu mengalami hal semacam itu lagi.” (Dokumen Philip Morris 2045447810, www.pmdocs.com)

Peningkatan cukai di Thailand dari 70% (1999) menjadi 75 (2004) telah menaikkan penerimaan dari 26,7 milyar Baht menjadi 36,3 milyar Baht. Prevalensi merokok turun dari 43% menjadi 37%, tetapi volume penjualan tetap meningkat dari 1,8 milyar bungkus menjadi 2,1 milyar bungkus. Kenaikan cukai di Thailand tersebut juga tidak menyebabkan penurunan tenaga kerja. Fenomena ini sesuai dengan alasan bahwa rokok adalah adiktif dan tingkat permintaannya in-elastis. Dengan penambahan jumlah penduduk, konsumsi rokok total akan tetap naik. Dengan demikian, penerapan cukai rokok tinggi sebenarnya tidak mengganggu perekonomian negara, dan justru sangat baik bagi perlindungan kesehatan masyarakat, serta menjadi solusi seimbang bagi negara untuk tetap memperoleh penerimaan dari cukai rokok.





PERLINDUNGAN Terhadap Perokok Pasif

Berdasarkan data Susenas 2004, di atas 70 persen penduduk Indonesia merupakan perokok pasif di dalam rumah. Perokok pasif di dalam rumah ini terdiri dari perempuan dan anak-anak berumur 0-14 tahun. Untuk itu, perlu adanya perlindungan kesehatan bagi perokok pasif dengan diterapkannya Kawasan Tanpa Rokok.

Yang dimaksud Kawasan Tanpa Rokok (KTR) adalah tempat atau ruangan yang dinyatakan dilarang untuk merokok, mempromosikan, mengiklankan, menjual, dan/atau membeli produk tembakau.

Kawasan Tanpa Rokok meliputi:

- a. fasilitas kesehatan;
- b. tempat proses belajar mengajar;
- c. tempat anak bermain;
- d. tempat ibadah;
- e. angkutan umum;
- f. tempat kerja;
- g. tempat umum; dan
- h. tempat umum lainnya, meliputi taman kota, tempat rekreasi, halte, terminal angkutan umum, stasiun kereta api, tempat olahraga dan pasar tradisional.

34,5% orang Indonesia merokok dan 62,2% laki-laki dewasa merokok, sehingga bisa disimpulkan bahwa dua dari tiga orang bapak merokok dan 43 juta anak-anak dan 65,6 juta perempuan terpapar asap rokok atau menjadi perokok pasif (*secondhand smokers*).

Sudah saatnya masyarakat dan pengambil keputusan untuk memikirkan kepentingan dan melindungi hak asasi perokok pasif dengan memberlakukan peraturan 100% kawasan bebas asap rokok bagi tempat-tempat umum. Hak untuk mendapatkan udara bersih, bebas dari asap rokok adalah hak asasi umat manusia.

“Implikasi langsung larangan merokok bagi bisnis kita sangat jelas: jika konsumen mempunyai peluang lebih sedikit untuk menikmati produk kita, mereka akan merokok lebih jarang dan hal ini akan berdampak merugikan bagi usaha kita.” (Philip Morris, 1994)

Data penelitian membuktikan bahwa para pekerja di tempat-tempat kerja dengan larangan merokok mengonsumsi rokok lebih sedikit, dan lebih mungkin untuk berhenti merokok dibandingkan dengan para pekerja di tempat-tempat kerja tanpa kebijakan udara bersih.

Penelitian juga menunjukkan secara nyata bahwa larangan atau pembatasan ketat merokok di tempat kerja justru lebih bermanfaat secara ekonomi. Biaya pembersihan, perawatan, risiko kebakaran dan kerusakan properti karena asap tembakau, menurun.

Global Youth Tobacco Survey (2006) yang dilakukan pada anak sekolah usia 13-15 tahun menunjukkan bahwa 89% anak terpapar asap rokok di tempat-tempat umum. Anak-anak yang terpapar asap rokok mengalami pertumbuhan paru yang lambat, dan lebih mudah terkena infeksi saluran pernapasan dan telinga, serta asma. Kerusakan kesehatan dini tersebut dapat menyebabkan kesehatan yang buruk pada masa dewasa.

Organisasi Kesehatan Dunia (WHO) telah berkesimpulan bahwa asap rokok, sekecil apapun jumlahnya, tetaplah berbahaya. WHO bahkan memperkirakan hampir sekitar 700 juta anak atau sekitar setengah dari seluruh anak di dunia ini terpaksa mengisap udara yang terpolusi asap rokok. Ironisnya, hal itu justru terjadi lebih banyak di dalam rumah mereka sendiri. Sedangkan menurut Kosen (Badan Penelitian dan Pengembangan Kesehatan, Departemen Kesehatan, 2005) menyatakan bahwa 43 juta anak-anak Indonesia dan 65,6 juta perempuan terpapar asap rokok (perokok pasif).

Alasan paling penting kenapa kita membutuhkan KTR adalah karena tidak ada batasan aman untuk paparan asap rokok. Sedikit atau banyak, asap rokok tetap saja membahayakan kesehatan.

Menerapkan kebijakan 100% merupakan langkah yang sangat tepat, dengan cara tidak menyediakan ruang untuk merokok.

Berbagai bukti ilmiah menunjukkan bahwa adanya ruang merokok, baik menggunakan ventilasi, penghisap dan saringan udara terbukti tidak efektif melindungi secara penuh paparan asap rokok. Bahkan Philip Morris, industri rokok raksasa dunia, juga mengakui bahwa sistem ini tidak melindungi kesehatan.

“Tujuan kita adalah membatasi diperkenalkannya kebijakan larangan merokok dan memelihara tersebarluasnya penerimaan masyarakat terhadap perilaku merokok di Asia” (Philip Morris 1989)

MANFAAT Menerapkan Kebijakan KTR

- KTR di tempat kerja akan membantu untuk memotivasi perokok untuk berhenti dan memotivasi non-perokok untuk tidak menjadi perokok. Studi membuktikan bahwa kebijakan KTR akan memangkas 4% prevalensi merokok.
- KTR juga membantu menurunkan konsumsi tembakau. Bank Dunia memperkirakan KTR dapat menurunkan konsumsi tembakau antara 4 – 10 %. KTR di tempat kerja dapat menurunkan konsumsi tembakau sebesar 29 %.
- Kebijakan KTR dapat menurunkan penjualan rokok sebagaimana terjadi di Irlandia, Norwegia, dan Italia.
- Anak-anak semakin berkurang terpapar asap rokok bila jumlah orang dewasa yang merokok berkurang.
- Kebijakan KTR cenderung meningkatkan jumlah rumah tangga yang bebas asap rokok.



BAHAYA

PENCITRAAN Rokok Melalui IKLAN



IKLAN: Membangun Citra

Iklan merupakan salah satu strategi bisnis industri, tidak terkecuali industri rokok. Melalui iklan inilah pencitraan publik terhadap produk industri dilakukan. Strategi pencitraan ini akan mengikuti situasi yang berbeda, tergantung pada wilayah pengembangannya. Industri bekerja menyusun dan menentukan kelompok targetnya, mempermudah kebijakan politik yang mendukung bisnisnya baik yang datang dari pemerintah ataupun parlemen, bekerja sama dengan siapapun untuk melakukan upaya promosi dan membentuk pasar secara maksimal.

Industri rokok membangun citranya melalui berbagai cara, mulai dari iklan yang menciptakan komunikasi langsung dengan konsumen dengan memasang produk rokoknya melalui papan iklan, iklan media cetak dan elektronik, poster, aksesoris, gerai warna dan logo yang menimbulkan citra produk rokok tersebut.

Di samping itu, industri rokok juga melakukan aktivitas promosi dengan membagikan sampel rokok secara gratis, menawarkan kupon, kontes, undian berhadiah, tiket menonton pertandingan olah raga dan balapan, konser musik, mendanai pembuatan film, talkshow, pesta jalanan hingga aktivitasnya dalam bentuk tanggung jawab sosial perusahaan atau *Corporate Social Responsibility (CSR)*, yang mendukung pemberian beasiswa, proyek bantuan lingkungan dan kegiatan lainnya di bawah nama perusahaan atau nama produk industri rokok tersebut. Termasuk memberikan beasiswa kepada wartawan dan anak-anak sekolah yang berprestasi.

AC Nielsen, menunjukkan angka yang mencengangkan untuk belanja iklan rokok pada tahun 2006 sebesar Rp 1,6 triliun, satu angka yang tidak mungkin ditolak media.

Media mana yang mau kehilangan tawaran uang sebesar itu? Beberapa media di Indonesia mungkin sadar dan memilih untuk tidak menerima iklan rokok dan sejauh mana kekuatan media ini akan bertahan, dan menahan diri dari gempuran iklan rokok ?

TERNYATA Efektif

Pencitraan rokok melalui iklan yang menarik hati dengan kata-kata yang menawarkan kesuksesan, berpengaruh sangat besar terhadap anak-anak dan remaja. Industri rokok menawarkan kesuksesan semu melalui rokok, sebagai salah satu jalan bagi tiap orang untuk keluar dari jerat kemiskinan untuk segera meraih kesuksesan hidup.

Kemiskinan telah menjadi lahan untuk meraih keuntungan, dan industri rokok sadar betul dengan kondisi ini. Kemiskinan, lemahnya parlemen, pemerintah, rendahnya kesadaran politik, dan peran media yang tidak berdaya pada iklan rokok, telah dimanfaatkan dengan sangat baik oleh industri rokok untuk meraih keuntungan yang sangat besar.

Ternyata, pencitraan rokok dalam iklan dan CSR, efektif untuk meningkatkan jumlah perokok pemula ini. Para remaja terjebak pada banyaknya program-program yang ditawarkan oleh industri rokok, *sponsorship* untuk kegiatan olah raga dan musik, serta banyaknya iklan rokok yang mudah dijumpai.

Iklan meningkatkan konsumsi tembakau dengan menciptakan situasi di mana pemakaian tembakau dianggap baik dan biasa.

Selain itu Iklan cenderung (a) mengurangi motivasi perokok untuk berhenti merokok; (b) mendorong anak-anak untuk mencoba merokok; dan (c) mengurangi peluang diskusi terbuka tentang bahaya penggunaan tembakau karena adanya pendapatan dari iklan industri tembakau

Secara ringkas dapat dikatakan, bahwa dampak dari iklan rokok dalam meningkatkan konsumsi dilakukan dengan cara

- Mendorong anak-anak dan remaja untuk mencoba-coba merokok sehingga kemudian menjadi pengguna tetap
- Mendorong perokok untuk meningkatkan konsumsinya
- Mengurangi motivasi perokok untuk berhenti merokok
- Mendorong mantan perokok untuk mulai merokok lagi
- Membatasi diskusi terbuka dan menyeluruh tentang bahaya merokok akibat ketergantungan media pada pendapatan dari iklan rokok.
- Menghambat upaya pengendalian tembakau karena ketergantungan organisasi-organisasi penerima sponsor pada perusahaan tembakau.
- Menciptakan lingkungan dimana merokok diterima dan dianggap wajar tanpa menghiraukan peringatan bahaya rokok bagi kesehatan dengan cara pemasangan iklan di berbagai tempat, promosi dan pemberian sponsor.

Strategi tersebut tampaknya berhasil di Indonesia, yang terlihat dari adanya peningkatan jumlah perokok Indonesia terlihat dari survey ekonomi nasional Badan Pusat Statistik pada periode 2001-2004, yang memperlihatkan lonjakan pada perokok pemula dan usia di bawah 10 tahun dari 0,4 persen naik menjadi 2,8 persen. Komisi Nasional Perlindungan Anak juga mendapatkan angka bahwa 90 persen remaja Indonesia merokok karena iklan. Remaja menjadi sasaran utama bagi kalangan industri rokok.

IKLAN Rokok Perlu Diatur

Dalam sebuah survei penelitian yang dilakukan SEATCA (*The Southeast Asia Tobacco Control Alliance*) tentang aturan status kontrol soal promosi, iklan, CSR dan sponsorship di tujuh negara ASEAN pada tahun 2007. Di antaranya di Cambodia, Indonesia, Laos, Malaysia, Philippines, Thailand dan Vietnam. Lima negara memiliki aturan yang cukup ketat dalam mengatur masalah iklan, promosi, *sponsorship* dan CSR, yaitu Laos, Malaysia, Philippines, Vietnam dan Thailand. Sementara dua negara lainnya, yaitu Cambodia dan Indonesia adalah yang paling bebas, tidak ada aturan main, tidak terkendali dan tidak punya batasan.

Cambodia dan Indonesia adalah surga untuk industri rokok, yang memiliki kekuatan dan modal untuk mendongkrak bisnisnya dan meraup keuntungan sebesar-besarnya.

Industri rokok menawarkan ramuan mimpi iklan dan promosinya kepada publik untuk keluar dari jerat kemiskinan. Mereka mempromosikan rokok sebagai komoditi yang identik dengan glamor dan energi. Kesan yang menyesatkan ini menghubungkan rokok dengan hal-hal mewah, menarik bagi lawan jenis, dan sensasi petualangan. Iklan, promosi, dan pemberian sponsor rokok menargetkan sasarannya dengan menciptakan citra keliru tentang tembakau yaitu sebagai sesuatu yang trendy dan indah. Sehingga, larangan menyeluruh terhadap iklan merupakan bagian penting dari program pengendalian tembakau untuk mengurangi remaja mulai mengkonsumsi tembakau dengan menjadikan tidak merokok sebagai norma sosial.

Oleh karena itu, diperlukan seperangkat aturan yang membatasi perusahaan rokok untuk mengembangkan `jaring pemasaran tembakau` agar dapat menyelamatkan jutaan orang generasi muda, agar diperoleh derajat kesehatan yang sangat baik.

Pelarangan total segala bentuk iklan, promosi, dan sponsor rokok di media cetak, media elektronik, dan/atau media lainnya adalah langkah yang efektif dalam upaya melindungi anak-anak dan remaja. Demikian pula diperlukannya larangan pemberian promosi yang dilakukan dengan memberikan secara cuma-cuma atau hadiah rokok dan/atau produk lainnya yang mencantumkan merek dagang rokok

Satu hal yang perlu juga diperhatikan adalah larangan pemberian sponsor produk tembakau pada setiap kegiatan, baik kegiatan pada tingkat daerah maupun tingkat nasional, yang meliputi sponsor dalam bentuk dana, produk rokok, dan/atau produk lainnya yang mencantumkan merek dagang rokok tersebut. Namun, perlu dipertimbangkan, pengecualian terhadap pemberian sponsor yang tanpa mencantumkan merek dagang atau nama perusahaan rokok tersebut.

