

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Rokok adalah jenis barang yang unik terutama cara mengkonsumsinya. Rokok secara definisi 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.¹ Merokok adalah membakar tembakau kemudian dihisap, baik menggunakan rokok maupun pipa.

Bagi sebagian orang, rokok sudah menjadi semacam kebutuhan primer yang harus dipenuhi. Bahkan muncul statemen yang mengatakan dari pada tidak merokok, lebih baik tidak makan. Fenomena semacam ini tentu merupakan salah satu bentuk pergeseran rokok dalam kehidupan manusia yang pada awalnya hanya merupakan kebutuhan sekunder sekarang berubah menjadi kebutuhan primer.² Tidak dapat kita pungkiri bahwa salah satu kebiasaan masyarakat saat ini yang dapat ditemui hampir di setiap kalangan masyarakat adalah perilaku merokok. Rokok tidaklah suatu hal yang baru dan asing lagi dimasyarakat, baik itu laki-laki maupun perempuan, tua maupun muda. Orang merokok mudah ditemui, seperti di rumah, kantor, *cafe*, tempat-tempat umum, di dalam kendaraan, bahkan hingga di sekolah-sekolah.

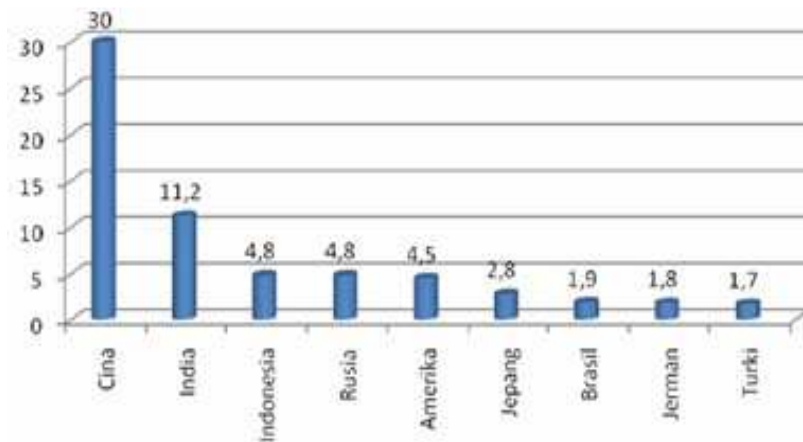
¹ Muhammad Jaya, *Pembunuh Berbahaya Itu Bernama Rokok*, (Yogyakarta: Riz'ma, 2009), hlm. 14

² M Yusus BS, *Kitab rokok, Nikmat dan Mudharat, yang Menghalalkan atau mengharamkan* (Yogyakarta, Kutub wacana, 2009), hal 2

Dari data WHO, Indonesia dinobatkan sebagai negara dengan konsumsi rokok terbesar nomor ketiga setelah China, India dan di atas Rusia dan Amerika Serikat. Padahal dari jumlah penduduk, Indonesia berada di posisi ke-4 yakni setelah China, India dan Amerika Serikat. Berbeda dengan jumlah perokok Amerika yang cenderung menurun, jumlah perokok Indonesia justru bertambah dalam 9 tahun terakhir. Pertumbuhan rokok Indonesia pada periode 2000-2008 adalah 0.9 % per tahun.³ Hal tersebut dapat dilihat pada gambar sebagai berikut:

Grafik 1.1

Sembilan Negara dengan Konsumsi Rokok Terbesar



Dalam suatu perekonomian pasar bebas, pemerintah pada umumnya membiarkan rakyat memutuskan apa yang akan mereka beli dengan uangnya dan demi kepentingan kebebasan pribadi pemerintah harus menghormati preferensi-preferensi mereka. Dalam beberapa hal, secara hati-hati dan dengan keraguan yang besar, pemerintah memutuskan untuk

³<http://www.cancerhelps.co.id/Hot-News/daftar-10-negara-perokok-terbesar-di-dunia.html>. akses 4 Februari 2014

mengesampingkan keputusan-keputusan pribadi orang dewasa. Hal ini menyangkut *merit goods*, yaitu barang yang konsumsinya dianggap bermanfaat secara intrinsik, dan *demerit goods* yaitu barang yang konsumsinya dianggap membahayakan.

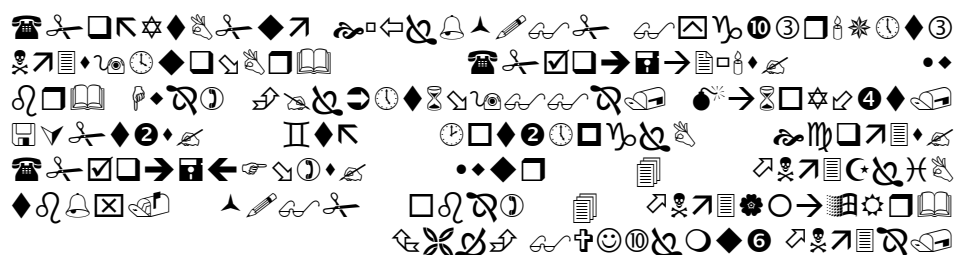
Salah satu hal paling kontroversial mengenai *demerit goods* berkenaan dengan kecanduan. Rokok adalah jenis barang yang mengandung zat adiktif. Perokok berat yang kecanduan mungkin sangat menyesali kebiasaan yang diperoleh itu, namun seperti itulah tabiat kecanduan, sulit untuk menghilangkan kebiasaan itu jika sudah menjadi mapan. Pasar untuk zat-zat adiktif adalah bisnis besar.

Konsumsi rokok di Indonesia pada tahun 2002 sempat mengalami penurunan karena adanya peraturan dalam UU No. 23 Tahun 2002 tentang batasan penyiaran produksi rokok. Akan tetapi konsumsi rokok di Indonesia kembali meningkat pada tahun 2003 dan mencapai 240 milyar batang tahun 2008. Tingkat konsumsi rokok yang tinggi di masyarakat ini menunjukkan bahwa rokok merupakan produk yang permintaannya tinggi dan sudah menjadi salah satu kebutuhan masyarakat. Berdasarkan Data Kementerian Tesehatan tahun 2010, pada 2001 tercatat perokok aktif berjumlah 31,5 persen dari penduduk, sedang pada tahun 2010 angkanya sudah melonjak menjadi 34,7 persen. Artinya, sepertiga orang indonesia adalah perokok aktif.⁴

⁴ Artikel: *pelersentase Jumlah Perokok Usia Muda Meningkat Tajam, 2011*

Merokok merupakan salah satu bentuk perilaku yang kurang baik karena masyarakat sudah mengetahui dengan jelas bahaya kesehatan yang ditimbulkan oleh rokok. Beberapa penyakit yang disebabkan oleh kebiasaan merokok antara lain jantung, gangguan pembuluh darah, kanker mulut, kanker paru-paru, kanker laring, kanker oesofagus, kanker pankreas, bronchitis, tekanan darah tinggi, impotensi serta gangguan kehamilan hingga cacat pada janin. Penyakit yang semakin parah memerlukan biaya penyembuhan yang semakin besar.

Di dalam rokok yang sedang dihisap si perokok atau disebut juga asap utama (*mainstream smoke*), terdapat sekitar 400 jenis bahan kimia⁵, 200 diantaranya berbahaya terhadap kesehatan manusia.⁵ Adapun asap rokok yang keluar dari ujung rokok yang terbakar yang diisap oleh orang sekitar perokok disebut asap sampingan (*sidestream smoke*).⁶ Di dalam asap *sidestream* dijumpai adanya banyak bahan kimia yang bersifat karsinogenik,⁷ berupa N nitrosodimetilamin dan N nitrosodietilamin serta berbagai jenis logam berat. Dalam firman Allah.



Artinya : *Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang Berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. dan*

⁵ Mangku Sitepoe, *Kekhususan Rokok Indonesia*, (Jakarta: PT Gramedia, 2000).hal. 25

⁶ Muhammad Jaya, *Pembunuh Berbahaya Itu Bernama Rokok*, (Yogyakarta: Riz' ma,2009), hlm.49

⁷ Tjandra Yoga Aditama, *Rokok dan Kesehatan*, (Jakarta: UI Press, 1992), hlm. 19

janganlah kamu membunuh dirimu; Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu. ” [QS. An-Nisa. 4: 29].

Merokok merupakan salah satu bentuk perilaku manusia, yang dalam teorinya dikenal sebagai teori perilaku konsumen (*the theory of consumer behavior*). Salah satu konsep penting dalam studi perilaku konsumen adalah sikap konsumen. Sikap konsumen akan menentukan perilaku pembeliannya, sehingga untuk mempengaruhi perilaku ini, dilakukan terlebih dahulu pengaruh kepada sikapnya. Sikap merupakan ekspresi yang menunjukkan apakah seseorang menginginkan atau tidak terhadap suatu obyek, seperti produk, kategori produk, dan merek. Sikap terbentuk dari pengalaman langsung terhadap produk, informasi yang diperoleh dari orang lain, dan pengenalan melalui media massa (iklan). Perilaku merokok yang terbentuk juga berawal dari persepsi konsumen terhadap rokok, di mana persepsi tersebut berupa kesan (*image*) dan informasi tentang rokok. Selain itu, perilaku konsumen juga menjelaskan bagaimana konsumen mengalokasikan pendapatan mereka untuk membeli berbagai macam barang dan jasa. Konsumen memilih barang-barang yang dapat memaksimalkan kepuasan mereka. Di mana barang tersebut bergantung pada pendapatan dan harga barang itu sendiri. Selain pendapatan dan harga barang itu sendiri, harga barang substitusi dan komplementer juga ikut mempengaruhi jumlah barang yang diminta. Dalam teori ekonomi mikro, apabila hubungan antara harga barang dengan permintaannya negatif maka barang itu disebut dengan barang normal (*normal good*). Namun jika hubungan tersebut positif maka barang tersebut dinamakan dengan barang inferior (*inferior good*).

Ketika disebut kata “rokok” yang terbayang adalah sebuah komoditas yang laris. Yang ampang diundang menjadi sponsor dan lain sebagainya. Sangat jarang toko atau warung yang tidak menjual rokok. Bahkan beberapa pemilik toko besar atau kecil pernah mengungkapkan rokok bisa mengisi 40 % sampai 50 % barang terlaris yang terjual setiap harinya.⁸

Merokok itu haram oleh Majelis tarjih dan Tajdid Pimpinan Pusat (PP) Muhammadiyah adalah suatu bukti yang dapat menunjukkan bagaimana suatu institusi media mengalami kesulitan dalam mengemas berita yang objektif kepada khalayak. Bagaimana media mengemas atau mengkonstruksi sebuah peristiwa dalam bentuk berita yang akan dikonsumsi oleh khalayak luas.

Dalam skripsi yang ditulis oleh Miftahul Akla (2010) yang berjudul *Hukum rokok menurut MUHAMMADYAH dan NU*. Tentang muhammadiyah lewat Majelis Terjihnya telah menetapkan hokum merokok haram, sedangkan Nahdlatul Ulama (NU) menetapkan hukum rokok hanya sebatas makruh. Perbedaan pendapat semacam ini tentunya merupakan sesuatu yang menarik untuk ditelisik lebih jauh lagi. Terlebih kedua organisasi ini merupakan organisasi terbesar yang ada di Indonesia dan memiliki pendukung fanatik sendiri-sendiri, sehingga apapun yang menjadi keputusan pasti akan dijalankan semuanya.⁹

⁸ Abu umar Basyir, mengapa Ragu Untuk Tinggalkan Rokok, (Jakarta, Pustaka At-Tazkia, 2006) hal.1-2

⁹ Miftahul Akla, *Hukum rokok menurut MUHAMMADYAH dan NU*.(Jogjakarata Fakultas Syariah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga.2010)

Namun berbeda dengan pendapat yang dikeluarkan oleh Muhammadiyah yang merupakan organisasi terbesar di Indonesia mengatakan bahwa memang meskipun rokok hukumnya tidak dijelaskan secara rinci dalam al-qur'an atau hadist, jika melihat dari berbagai aspek yang ada di dalamnya serta berbagai pertimbangan maka rokok itu hukumnya haram. Sebab dibandingkan dengan manfaatnya, rokok lebih banyak mudharat yang didatangkan dalam kehidupan. Muhammadiyah memahami nas berdasarkan pada makna ayat yang tersirat sehingga merokok dianggap merupakan sesuatu yang buruk dan membayakan. Oleh karena itu rokok dihukumi haram, selain tentunya dilandasi berbagai penelitian yang menyatakan bahwa dalam rokok mengandung berbagai unsur berbahaya yang bisa merusak tubuh dan bahkan berujung kematian.

Jadi seluruh faktor diatas mulai dari harga sampai fatwa yang telah ditetapkan ternyata tidak membuat konsumsi rokok di Indonesia menurun. Tercatat dari sebuah data surat kabar bahwa tergambar peningkatan konsumsi rokok pada kalangan muda. Jika pada 1995, perokok remaja (usia 15-19 tahun) adalah tujuh persen dari populasi, pada 2010 jumlahnya meroket menjadi 19 persen. Begitu juga dengan para perokok di kalangan anak-anak (10-14 tahun). Pada 1995, jumlah perokok anak sekitar 71 ribu. Pada 2010, jumlahnya melompat menjadi sekitar 425 ribu. Dengan kata lain, jumlah perokok anak naik enam kali lipat dalam 15 tahun terakhir. Dengan adanya fatwa-fatwa yang ada, mereka yang telah terlanjur menjadi perokok wajib

melakukan upaya dan berusaha sesuai dengan kemampuannya untuk berhenti dari kebiasaan merokok.

Berdasarkan uraian tersebut maka penulis tertarik untuk meneliti bagaimana tingkat konsumsi rokok dikalangan mahasiswa yang bergabung dalam Organisasi IAIN WALISONGO SEMARANG setelah adanya fatwa haram rokok dari MUI, bahaya rokok begitu besar dan harga begitu mahal. Maka peneliti mengambil judul *“Pengaruh Fatwa Haram Rokok Oleh Pimpinan Pusat MUHAMMADYAH Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Mahasiswa” (Studi Kasus Mahasiswa IMM dan HMI IAIN Walisongo Semarang)*

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka yang menjadi masalah pokok penelitian ini adalah:

1. Apakah variabel fatwa haram rokok berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen mahasiswa?
2. Apakah variabel harga rokok berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen mahasiswa?
3. Apakah variabel fatwa haram rokok, harga rokok secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen mahasiswa?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut di atas, maka tujuan yang penulis ingin capai dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui apakah variabel fatwa haram rokok oleh Pimpinan Pusat Muhammadiyah berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen mahasiswa?
2. Untuk mengetahui apakah variabel harga rokok berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen mahasiswa?
3. Untuk mengetahui apakah variabel fatwa haram rokok, harga rokok secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen mahasiswa?

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi informasi yang menarik dan bahan masukan bagi masyarakat, pihak-pihak atau pun badan atau instansi yang terkait dalam melihat perkembangan permintaan rokok di masa yang akan datang.
2. Sebagai suatu karya ilmiah yang diharapkan dapat memperkaya khasanah ilmu pengetahuan dan sebagai salah satu bahan bacaan yang berharga bagi peneliti berikutnya.
3. Bagi peneliti sendiri merupakan sebuah pengalaman yang sangat berharga dalam upaya menerapkan ilmu pengetahuan yang diperoleh selama pendidikan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Walisongo Semarang.

1.5 Sistematika Penulisan

Untuk memperoleh pembahasan yang sistematis, maka penulis perlu menyusun sistematika sedemikian rupa sehingga dapat menunjukkan hasil penelitian yang baik dan mudah dipahami. Adapun sistematika tersebut adalah sebagai berikut:

Bab I. Pendahuluan

Dalam bab ini menguraikan tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian serta sistematika penulisannya.

Bab II. Tinjauan Pustaka

Dalam bab ini menguraikan tentang *marketing* (pemasaran), produk, harga, minat membelimeliputi peran pembelian konsumen, perilaku pembelian, tahap-tahap proses keputusan pembelian, karakteristik yang mempengaruhi perilaku pembelian, faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran teoritis serta hipotesis.

Bab III. Metode Penelitian

Dalam bab ini menguraikan metode penelitian yang digunakan dalam penulisan skripsi ini, yang meliputi: jenis penelitian, jenis dan sumber data, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, variabel penelitian dan pengukuran serta teknik analisis data.

Bab IV. Analisis Data

Dalam bab ini penulis akan membahas tentang profil obyek penelitian, pengujian dan hasil analisa data, pembuktian hipotesis dan pembahasan hasil analisa data.

Bab V. Kesimpulan

Bab ini merupakan bab penutup yang berisi kesimpulan dan saran- saran dari hasil analisis data pada bab-bab sebelumnya yang dapat dijadikan masukan bagi berbagai pihak yang berkepentingan.