

## **STRUKTUR KERAGAAN EKONOMI PADA INDUSTRI ROKOK KRETEK DI INDONESIA : SUATU STUDI PUSTAKA**

**Dr. Suharyono, SE., M.Si<sup>1</sup>**

### ***Abstract***

*Keragaan analysis of economics structure to industry smoke in Indonesia indicate that this industry have given contribute which good signifikan as spillway peacemaker of absorbtion of labour and also as one of the source of acceptance of state from within country. But that way affect cigarette to environment and health require to get serious attention. Cigarette industry have request price elasticity which is in elastic, market structure which is oligopoly, good pursuant to consentration ratio and also of Herfindahl Index. Characteristic product at industry smoke is heterogeneous, and also the existence of industrial kluster in unlucky and holy enable the existence of production efficiency. New entry barrier represent one of the characteristic found on industry smoke in Indonesia.*

*Keyword : keragaan of economics structure, elasticity, market structure, concentration ratio, herfindahl index, efficiency and cluster industrial*

## **I. PENDAHULUAN**

### **1.1. Sejarah Singkat Industri Rokok Kretek di Indonesia**

Sejarah rokok kretek di Indonesia berkaitan erat dengan ditemukannya tembakau oleh Christophorus Colombus di tahun 1492. Budiman dan Onghokham 1987 dalam Mudrajad Kuncoro (2004) menyebutkan bahwa pada awalnya penduduk asli Benua Amerika senang menghisap tembakau untuk mengusir rasa letih. Disamping itu, daun tembakau juga dimanfaatkan untuk keperluan upacara ritual dan bahan pengobatan di kalangan Suku Indian. Pada akhirnya, para pedagang dan penjelajah dari Eropa mulai menghisap daun tembakau, sehingga kebiasaan ini menyebar ke seluruh penjuru dunia.

---

<sup>1</sup> Dosen Tetap Fakultas Ekonomi, Universitas Nasional

Keberadaan rokok di Indonesia sudah ada sejak jaman dahulu, dan hingga saat ini sudah mengakar. Mudrajad Kuncoro (2004) menyebutkan bahwa legenda percintaan antara Roro Mendut dan Pranacitra yang menampilkan ikon rokok sebagai obyek cerita yang ada di Jawa, membuktikan bahwa keberadaan rokok di tanah Jawa khususnya dan di Indonesia pada umumnya sudah mengakar.

Kebiasaan merokok mulai menyebar di Pulau Jawa karena adanya kabar bahwa kebiasaan merokok dapat menyembuhkan penyakit bengek atau sesak.

Mudrajad Kuncoro (2004) mengemukakan pendapat Budiman dan Onghokham (1987) bahwa seorang penduduk di kota Kudus yang bernama Haji Djamari, dengan naluri bisnisnya membuat “rokok obat” yang diproduksi dalam skala industri rumah tangga. Pada kenyataannya, produksi rokok tersebut mendapatkan tanggapan yang antusias oleh pasar pada saat itu. Pada perkembangannya “rokok obat” tersebut berganti nama menjadi “rokok kretek”.

Mudrajad Kuncoro (2004) menyebutkan data yang bersumber dari majalah Gatra (2005:54), bahwa perkembangan rokok kretek di Indonesia dimulai pada tahun 1890 di kota Kudus. Perkembangan industri rokok kretek ini kemudian menyebar ke berbagai daerah lain di provinsi Jawa Tengah, antara lain Magelang, Surakarta, Pati, Rembang, Jepara, Semarang dan ke daerah Istimewa Yogyakarta.

Di satu sisi industri rokok merupakan katup pengaman tenaga kerja karena sifatnya yang *labor intensive* dengan jumlah penyerapan tenaga kerja pada tahun 2004 mencapai 18 juta pekerja (Gatra, 2005), Sebagai salah satu penyumbang penerimaan negara khususnya dari sektor pajak (cukai rokok) industri ini pada tahun 2004 menyumbang 7,16% dari penerimaan dalam negeri atau senilai Rp 29,173 triliun dari Rp 407,558 triliun (BI, Mei 2006). Pada sisi lainnya industri rokok dari aspek kesehatan dan lingkungan hidup dinilai menjadi persoalan tersendiri dan bahkan dianggap dapat menurunkan tingkat kualitas hidup sumber daya manusia dan menurunkan tingkat kualitas lingkungan hidup. Inilah sebabnya industri rokok bagaikan dua mata pedang yang mempunyai sisi yang berbeda, di satu sisi sangat diharapkan keberadaannya, namun di sisi lainnya tidak dapat dibiarkan berkembang tanpa pengawasan yang memadai.

Berdasarkan uraian tersebut maka tidaklah berlebihan jika penelitian mengenai industri rokok di Indonesia cukup menarik untuk dilakukan antara

lain menjelaskan performa guna mengkaji “ Struktur Keragaan Ekonomi pada Industri Rokok Kretek di Indonesia”.

## **1.2. Data dan Metode**

Data yang digunakan dalam tulisan ini adalah data sekunder yang diambil dari beberapa sumber, yaitu :

1. Laporan tahunan Bank Indonesia, 1998/1999
2. Data Survei Industri Indonesia, yang dilakukan Biro Pusat Statistik (BPS), 2003
3. Statistik Ekonomi Keuangan Indonesia, Bank Indonesia, Vol IV No.10 Oktober 2002, Vol V No.11 November 2003, dan Vol VIII No.5 May 2006
4. Data Industri Rokok, yang bersumber dari internet. Makalah dan data pada Kajian ekonomi dan keuangan Vol VII no.2 Juni 2003
5. Data tentang daya saing Industri Indonesia, yang bersumber dari majalah Agribisnis, Manajemen dan Teknologi, Volume II tahun 2006, dan data Laporan Penelitian Indef.

Metode analisis yang digunakan adalah metode deskriptif dengan pendekatan model regresi multiple dan kajian teori ekonomi mikro, antara lain elastisitas dan Herfidahl Index (HI) untuk membahas struktur keragaan ekonomi industri rokok di Indonesia.

## **II. STRUKTUR KERAGAAN EKONOMI INDUSTRI ROKOK KRETEK DI INDONESIA**

### **2.1. Perkembangan Industri**

Survei industri Indonesia yang dilakukan Biro Pusat Statistik pada tahun 2002, rokok dimasukkan dalam kelompok produk makanan. Perkembangan industri rokok di Indonesia ditandai dengan berdirinya perusahaan rokok yang berskala besar, antara lain adalah (1) PT Gudang Garam di Kediri; (2) PT Djarum di Kudus; (3) PT H.M Sampoerna di Surabaya; (4) PT Bentoel di Malang; dan (5) PT Nojorono yang berpusat di Kudus (Mudrajad Kuncoro, 2004).

Industri rokok merupakan industri padat karya yang banyak menyerap tenaga kerja. Penelitian Mudrajad Kuncoro (2004) menyebutkan bahwa tenaga kerja yang dibutuhkan pada industri rokok meliputi penanaman tembakau dan cengkeh di perkebunan, pengeringan tembakau dan cengkeh, perajangan tembakau dan pelinting rokok di pabrik – pabrik rokok, agen –

agen rokok hingga pedagang asongan yang memasarkan rokok di jalanan. Oleh karena itu, industri rokok di Indonesia mampu menyerap tidak kurang dari 600.000 tenaga kerja, yang bekerja langsung pada pabrik rokok. Mudrajad Kuncoro (2004) menduga bahwa jika ditambah dengan jumlah pekerja yang terlibat pada seluruh rantai industri rokok, jumlahnya mencapai 18 juta pekerja (Gatra, 2000: 48). Perkembangan teknologi dalam produksi rokok yang dipelopori PT Bentoel di tahun 1968, tidak banyak pengaruhnya terhadap penyerapan tenaga kerja, karena terdapat jenis rokok yang harus tetap dikerjakan oleh tenaga manusia yaitu Sigaret Kretek Tangan (SKT). Rokok jenis ini memiliki cita rasa dan kualitas (tidak keras) yang khusus (spesifik).

Keberadaan industri rokok di Indonesia memang berada dipersimpangan, disatu sisi industri ini merupakan katup pengaman penyerapan tenaga kerja, namun disisi lain rokok dianggap sebagai produk yang merusak kesehatan dengan kandungan “tar” yang dapat menyebabkan timbulnya penyakit kanker dan “nikotin” sebagai sumber dari penyakit jantung koroner dan sejumlah senyawa zat kimia lainnya yang sangat membahayakan kehidupan manusia dan lingkungannya. Di Amerika Serikat, produsen rokok tidak diperbolehkan mengiklankan produknya.

Bahkan, dalam peraturan pemerintah RI nomor 19 tahun 2003, disebutkan bahwa rokok merupakan salah satu zat adiktif yang bila digunakan dapat mengakibatkan bahaya bagi kesehatan individu dan masyarakat sehingga perlu dilakukan berbagai upaya pengamanan dengan tujuan.(1) melindungi kesehatan dari bahaya akibat merokok, (2) membudayakan hidup sehat, (3) menekan perokok pemula, dan (4) melindungi kesehatan perokok pasif.

Namun demikian, jika dilihat dari aspek ekonomi, industri rokok Indonesia memegang peranan yang sangat penting, baik sebagai sumber pendapatan negara maupun sebagai wadah penyerapan tenaga kerja. Disamping itu, dibandingkan industri lainnya, maka industri rokok mempunyai tingkat stabilitas yang paling baik. Krisis ekonomi yang melanda Indonesia dan menyebabkan industri-industri di Indonesia mengalami stagnan, maka industri rokok justru berkembang. Ada kecenderungan bagi masyarakat Indonesia bahwa menghisap rokok akan memberikan *prestise* tersendiri dalam pergaulan, dan bahkan dianggap sebagai pelepas kepenatan dan stress, serta mampu membangkitkan imajinasi untuk melakukan berbagai pemikiran positif yang sebelumnya sangat sulit untuk dipikirkan.

Dari aspek pendapatan negara dapat dikemukakan bahwa pada tahun 1994, penerimaan negara dari cukai rokok saja mencapai Rp. 3,153 triliun, dan meningkat menjadi Rp. 4,263 triliun di tahun 1996, serta menjadi Rp. 4,807 triliun saat awal krisis di tahun 1997. Setelah krisis ekonomi melanda Indonesia, penerimaan negara dari cukai bahkan mampu mengalami peningkatan hingga menjadi Rp. 7,974 triliun di tahun 1998, dan mengalami peningkatan kembali menjadi Rp. 29,173 triliun di tahun 2004 (Tabel 1).

Tabel 1 Perkembangan Penerimaan Negara Indonesia dari Cukai Rokok, Periode Sebelum dan Sesudah Krisis

<b>Periode</b>	<b>Penerimaan Negara Dari Cukai Rokok</b>	<b>Penerimaan Negara Dari DN</b>	<b>Cukai Rokok Thd Penerimaan D N</b>
<b>1. Sebelum Krisis</b>			
1994 <sup>1)</sup>	Rp. 3,153 triliun	Rp. 69,119 triliun	4,56%
1996 <sup>2)</sup>	Rp. 4,263 triliun	Rp. 90,669 triliun	4,70%
<b>2. Sesudah Krisis</b>			
1998 <sup>1)</sup>	Rp. 7,974 triliun	Rp. 158,905 triliun	5,02%
2004 <sup>2)</sup>	Rp. 29,173 triliun	Rp. 407,558 triliun	7,16%

Sumber : 1) Laporan Tahunan Bank Indonesia, 1998/1999

2) Statistik Ekonomi Keuangan Indonesia, Bank Indonesia, Vol VIII No. 5 May 2006

Berdasarkan data pada tabel 1, terlihat bahwa perkembangan penerimaan negara dari cukai rokok baik secara absolut maupun relatif mengalami peningkatan yang sangat signifikan. Hal tersebut merupakan salah satu indikasi bahwa kinerja industri rokok Indonesia mempunyai kinerja yang prima, setidaknya – tidaknya hal ini ditunjukkan oleh data FEER 2002 sebagaimana dikutip oleh Mudrajat Kuncoro (2004) bahwa dari 10 perusahaan yang masuk dalam kategori berkinerja prima untuk 200 perusahaan terbaik di kawasan Asia, tiga diantaranya adalah perusahaan rokok kretek di Indonesia (Tabel 2).

Tabel 2 Peringkat Sepuluh Besar Pada beberapa Perusahaan Indonesia  
Versi Far Eastern Economic Review tahun 2001

Nomor Urut	Nama Perusahaan	Point (Nilai)	Peringkat
1	Astra	6,06	1
2	Indofood	5,90	2
<b>3</b>	<b>Sampoerna</b>	<b>5,72</b>	<b>3</b>
<b>4</b>	<b>Gudang Garam</b>	<b>5,55</b>	<b>4</b>
5	Indosat	5,42	5
<b>6</b>	<b>Djarum</b>	<b>5,10</b>	<b>6</b>
7	Telkomsel	5,03	7
8	Satelindo	4,97	8
9	Sosro	4,95	9
10	SCTV	4,94	10

Sumber : FEER, 23 April 2002, di dalam Mudrajad Kuncoro (2004)

## 2.2. Struktur Biaya dan Skala Ekonomi

Struktur biaya tergantung dari klasifikasi biaya yang dipergunakan. Dalam hal ini, klasifikasi biaya dapat diartikan bermacam – macam, tergantung bagaimana biaya tersebut digunakan (*different cost for different purposes*). Oleh karena itu dalam membuat keputusan – keputusan manajerial diperlukan konsep biaya yang relevan dengan kebutuhannya. Lindolin Arsyad (1999) menyebutkan mengenai beberapa konsep biaya yang relevan untuk membuat keputusan manajerial, yaitu (1) konsep biaya oportunitas, (2) konsep biaya eksplisit dan implisit, (3) konsep biaya inkremental dan *sunk cost*, serta (4) konsep biaya jangka pendek dan jangka panjang.

Vincent Gaspersz (2003) menjelaskan bahwa biaya produksi atau biaya operasional dalam sistem industri memegang peranan yang sangat penting, karena akan menciptakan keunggulan kompetitif dalam persaingan antar industri, terutama dalam hubungannya dengan pasar global. Dengan demikian, strategi penetapan struktur biaya mengacu pada skenario pencapaian tujuan : (1) melaksanakan aktivitas produksi pada tingkat biaya minimum, (2) menetapkan harga produk yang kompetitif dipasar, (3) memperluas pangsa pasar melalui keunggulan kompetitif, (4) memperoleh penerimaan total dan keuntungan total yang terus menerus meningkat, dan (5) meningkatkan kesejahteraan bagi *stakeholder*.

Jika dikaitkan dengan industri rokok yang menjadi bahan kajian dalam tulisan ini, dapat dikemukakan bahwa industri rokok merupakan industri padat karya (*labor intensive*) termasuk pada kelompok sigaret kretek mesin dan sigaret putih mesin (Tabel 3). Mengacu pada klasifikasi biaya jangka pendek dan jangka panjang, terdapat konsep biaya tetap dan biaya variabel sementara diantara keduanya terdapat biaya semi variabel. Pada industri rokok (*manufaktur*) secara garis besar dapat dikelompokkan dalam biaya produksi, biaya penjualan (biaya pemasaran), dan kelompok biaya lainnya. Ketiga kelompok biaya tersebut dapat diklasifikasikan sebagai biaya tetap, biaya variabel maupun biaya semi variabel. Perkiraan struktur biaya pada industri rokok sebagaimana dimaksud dalam tulisan ini ditampilkan pada Tabel 3.

Tabel 3. Perkiraan Struktur Biaya Pada Industri Rokok di Indonesia

No. Urut	Kelompok Biaya Produksi	Klasifikasi	No. Urut	Kelompok Biaya Penjualan & Lainnya	Klasifikasi
1.	Biaya Bahan Baku	Variabel	1.	Biaya Modal	Tetap
2.	Biaya Bahan Penolong	Variabel	2.	Biaya Iklan	Variabel
3.	Biaya Tenaga Kerja Langsung	Variabel	3.	Biaya Pegawai Administrasi (Termasuk Manajer)	Tetap
4.	Biaya Tenaga Kerja Tidak Langsung	Semi Variabel	4.	Biaya Deviden	Variabel
5.	Biaya Pemeliharaan Mesin & Pabrik	Tetap	5.	Biaya Distribusi Produk	Variabel
6.	Biaya Pembuatan Alat Pelinting Rokok	Semi Variabel	6.	Biaya Cukai Rokok	Variabel
7.	Biaya Asuransi Bahan Baku dan	Semi Variabel	7.	Biaya Pengemasan	Variabel

	Bahan Penolong			Rokok	
8.	Biaya Gudang Bahan Baku dan Bahan Penolong	Tetap	8.	Biaya Listrik, Telepon, dan Air (Kantor)	Semi Variabel
9.	Biaya Pengembangan Produk (Riset dan Pengembangan)	Tetap (dianggarkan )	9.	Biaya Pembelian Alat – Alat Tulis Kantor (ATK)	Semi Variabel
10.	Biaya Listrik, Telepon, dan Air (Di Pabrik)	Semi Variabel	10.	Biaya Pelatihan Pegawai Administrasi	Tetap
11.	Biaya Pelatihan Karyawan Pabrik	Tetap	11.	Biaya Transportasi/ Antar Jemput Karyawan Bagian Administrasi	Tetap
12.	Biaya Penyusutan Mesin dan Pabrik	Tetap	12.	Pajak Pendapatan	Variabel
13.	Biaya Transportasi/ Antar Jemput Buruh Pabrik	Tetap			

Sumber : Diolah dari berbagai sumber

Keterangan :

### **Kelompok Biaya Produksi**

1. Terdiri atas tembakau, saos/ aroma rokok dan cengkeh, klembak & menyan;
2. Terdiri atas kertas rokok, klobot, perekat;
3. Merupakan buruh (pekerja) pabrik;
4. Terdiri atas mandor (pengawas) pabrik dan penjaga gudang;
5. Khusus untuk rokok buatan tangan (sigaret kretek tangan, cerutu, rokok kelembak menyan, dan tembakau iris);
6. Biaya operasional kendaraan yang disediakan oleh pabrik untuk antar jemput buruh pabrik.



### **Kelompok Biaya Penjualan dan Lainnya**

1. Terdiri atas biaya modal pinjaman dan biaya modal sendiri (*debt & equity*);
2. Terdiri atas iklan langsung (advertensi) dan iklan tidak langsung (potongan harga), pembagian produk gratis, sumbangan – sumbangan dan lobi – lobi;
3. Untuk pemegang saham biasa (*common stock*) dan pemegang saham istimewa (*preferred stock*);
4. Merupakan biaya operasional kendaraan untuk mendistribusikan produk (rokok) ke konsumen (pasar);
5. Biaya operasional kendaraan yang disediakan oleh kantor untuk antar jemput karyawan (biaya semi variabel merupakan biaya – biaya yang secara totalitas mengalami perubahan yang tidak proporsional dengan perubahan volume produksi/penjualan).

Selanjutnya mengacu pada pendapat Vincent Gaspersz (2003), bahwa proporsi biaya produksi pada industri manufaktur dapat mencapai 70% - 90% dari biaya keseluruhan. Dengan demikian jika dikaitkan dengan industri rokok yang bersifat padat tenaga kerja (*labor intensive*) maka pengeluaran eksplisit untuk biaya tenaga kerja dapat diperkirakan mencapai sekitar 70% dari biaya produksi keseluruhan (Tabel 4).

Tabel 4 Perkiraan Biaya Eksplisit Menggunakan Proporsi Biaya Produksi, Biaya Penjualan dan Biaya Lainnya, Menurut Kelompok Biaya Maupun Total

No. Urut	Kelompok Biaya	Proporsi	
		Kelompok	Total
1.	Biaya Produksi (Kelompok 1)	<b>BP</b>	70%
	1.1 Biaya Bahan Mentah dan Penolong	20%	
	1.2 Biaya Tenaga Kerja	50%	
	1.3 Biaya Overhead	15%	
	1.4 Biaya Research & Development	10%	
	1.5 Biaya Lainnya	5%	
		100%	
2.	Biaya Penjualan dan Biaya Lainnya (Kelompok 2)	<b>BJ+BL</b>	30%
	2.1 Biaya Iklan	20%	

	2.2 Biaya Pegawai Administrasi	40%	
	2.3 Biaya Modal	20%	
	2.4 Pajak	10%	
	2.5 Biaya – biaya lainnya	10%	
	Total Biaya Keseluruhan	<b>BT</b>	100%

Sumber : Diolah Dari Data Tabel 3

Berdasarkan struktur biaya yang ditampilkan pada tabel 3, maka total biaya eksplisit (biaya akuntansi) yang dikeluarkan perusahaan (**BT**) merupakan penjumlahan dari biaya produksi (**BP**) biaya penjualan (**BJ**) serta biaya lainnya (**BL**) atau **BT = BP + BJ + BL**. Jika mengikuti batasan yang diberikan Dominick Salvatore (2004) bahwa biaya manajerial atau *marginal cost* (MC) merupakan perubahan biaya total per unit perubahan *output* atau  $MC = \frac{\partial TC}{\partial Q}$ , maka dalam industri rokok ini biaya marginalnya adalah

$$\frac{\partial BT}{\partial Q} = \frac{\partial BP}{\partial Q} + \frac{\partial BJ}{\partial Q} + \frac{\partial BL}{\partial Q}$$

Selanjutnya, berdasarkan data pada Tabel 4 dan merujuk pada pendapat Dominick Salvator (2004) bahwa biaya eksplisit merupakan biaya yang benar – benar dikeluarkan perusahaan untuk membeli atau menyewa input yang dibutuhkan, maka dapat diperkirakan bahwa 70% biaya eksplisit yang dikeluarkan industri rokok adalah biaya produksi, sementara sebagian besar (50%) dari total biaya produksi adalah biaya tenaga kerja, 20% biaya bahan mentah dan bahan penolong serta sisanya (30%) merupakan biaya *overhead*, biaya *research and development* dan biaya – biaya lainnya. Disamping itu dari seluruh biaya penjualan dan biaya lainnya yang dikeluarkan perusahaan, diperkirakan 40%nya adalah biaya pegawai administrasi, 20% biaya modal (bunga) dan sisanya tidak termasuk dalam biaya pegawai administrasi dan biaya modal. Dengan demikian, berdasarkan proporsinya dapat diperkirakan bahwa biaya – biaya yang signifikan dalam industri rokok adalah : biaya tenaga kerja, baik pada divisi produksi maupun divisi administrasi, biaya bahan baku (bahan mentah), biaya modal dan biaya untuk mempromosikan produk (rokok).

Berdasarkan perkiraan struktur biaya industri rokok Indonesia yang disajikan pada Tabel 4, dapat diduga bahwa penetapan struktur biaya tersebut diperoleh dengan mempertimbangkan prinsip-prinsip efisiensi dan

opportunitas. Dalam hal ini Lincoln Arsyad (1999) menjelaskan bahwa biaya oportunitas ditentukan oleh nilai penggunaan alternatif yang terbaik dari sumber daya tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa biaya oportunitas memberikan pertimbangan khusus terhadap prinsip efisiensi. Penggunaan modal asing (*debt*) sudah dipastikan memperhitungkan biaya modal terendah, dibandingkan penggunaan jenis lainnya dengan menggunakan prinsip "*financial structure optimal*". Pilihan menggunakan bahan baku berkualitas dan mengeluarkan biaya *research and development* serta biaya promosi (iklan), antara lain sudah memperhitungkan pilihan terbaik atas pengeluaran itu dibandingkan jika dipergunakan untuk pengeluaran yang lain. Dalam hal ini, perusahaan telah mempertimbangkan biaya oportunitas.

Di samping itu, Lincoln Arsyad (2004) berpendapat bahwa setiap biaya yang tidak dipengaruhi oleh alternatif – alternatif pada keputusan manajerial yang tersedia bagi seorang manajer dan tidak relevan dengan tujuan keputusan itu, adalah *sunk cost*. Oleh sebab itu, *sunk cost* merupakan potensi atau kekayaan yang melatarbelakangi diambilnya suatu keputusan manajerial. Ilustrasinya adalah, sebuah perusahaan rokok menghadapi lonjakan permintaan yang mengharuskan tambahan produksi dengan nilai Rp 20 juta, dan untuk itu diperlukan tambahan biaya tenaga kerja Rp 14 juta. Jika sebelumnya perusahaan mempunyai persediaan rokok yang siap dipasarkan seharga Rp 8 juta, yang dalam hal ini dapat dianggap sebagai *sunk cost*. Jika kondisi pasar mengakibatkan harga persediaan itu turun menjadi Rp 5 juta, maka perusahaan menderita kerugian Rp 3 juta. Dengan demikian, jika perusahaan mengambil keputusan manajerial untuk memenuhi lonjakan permintaan tersebut, maka perusahaan akan mendapatkan laba sebesar Rp 3 juta. Keputusan manajerial dengan kensekuensi menambah biaya tenaga kerja (dalam hal ini 14 juta) telah memperhitungkan *sunk cost*. (produk yang tersedia senilai Rp 8 juta).

Dalam hal ini Lincoln Arsyad (2004) menjelaskan bahwa setiap keputusan manajerial yang memperhitungkan "*sunk cost*" akan memberikan hasil yang lebih baik dan lebih menguntungkan perusahaan. Selanjutnya, berdasarkan data pada Tabel 3 dan biaya – biaya yang diperkirakan merupakan biaya tetap (*fixed cost*) ditampilkan pada Tabel 5.

Tabel 5. Perkiraan Biaya Tetap pada Industri Rokok Indonesia

No. Urut	Perkiraan Biaya Tetap	Kelompok
1.	Biaya pemeliharaan mesin & pabrik	Biaya produksi
2.	Biaya gudang bahan baku & bahan penolong	Biaya produksi
3.	Biaya pelatihan karyawan pabrik	Biaya produksi
4.	Biaya penyusutan mesin dan pabrik	Biaya produksi
5.	Biaya antar jemput buruh pabrik	Biaya produksi
6.	Biaya Reserch and Development	Biaya Produksi
7.	Biaya modal (bunga)	Biaya penjualan & lainnya
8.	Biaya (gaji) pegawai administrasi	Biaya penjualan & lainnya
9.	Biaya pelatihan pegawai administrasi	Biaya penjualan & lainnya
10.	Biaya antar jemput karyawan administrasi	Biaya penjualan & lainnya

Sumber : Diolah dari Data Tabel 4

### 2.3. Zona Produksi, Skala Ekonomis dan Skope Ekonomis

Zona produksi (*production zone*) ditentukan dengan mempertimbangkan biaya jangka pendek. Dengan demikian, analisis biaya jangka pendek sangat penting untuk menentukan apakah suatu perusahaan telah beroperasi pada zona kerja (zona rasional) yang berada pada daerah *decreasing rate*, bukan berada di daerah yang tidak memerlukan pertimbangan karena semuanya menguntungkan (zona 1) atau daerah yang tidak pernah menguntungkan pada *decreasing rate* (zona irrasional).

Disisi lain, skala ekonomis (*economies of scale*) ditentukan dengan mempertimbangkan biaya jangka panjang. Dengan demikian, maka analisis biaya jangka panjang sangat penting untuk menentukan apakah suatu perusahaan telah beroperasi pada skala usaha yang ekonomis (*economies of scale*) atau justru berada pada skala yang tidak ekonomis (*diseconomies of scale*). Lincoln Arsyad (2004) menjelaskan bahwa skala usaha ekonomis (*economies of scale*) terjadi ketika perluasan usaha atau peningkatan output dapat menurunkan biaya rata – rata jangka panjang (*LAC*), sementara skala usaha tidak ekonomis (*diseconomies of scale*) terjadi ketika perluasan usaha atau peningkatan output justru meningkatkan biaya rata – rata jangka panjang (*LAC*).

Vincent Gaspersz (2004), menjelaskan bahwa dalam mengembangkan usaha yang berbeda dengan produk yang sekarang diproduksi (diversifikasi usaha), maka yang harus diperhatikan bukan skala usahanya, tetapi lingkup usaha yang ekonomis (*economies of scale*). Lebih lanjut, sumber ini juga menjelaskan bahwa lingkup usaha ekonomis (*economies of scope*) terjadi jika diversifikasi suatu usaha, dalam memproduksi dua atau lebih jenis produk secara bersama, akan mengeluarkan biaya produksi total bersama (*joint total production cost*) yang lebih kecil daripada penjumlahan biaya produksi dari masing – masing jenis produk itu, jika diproduksi secara terpisah. Sementara, lingkup usaha tidak ekonomis (*diseconomies of scope*) terjadi ketika suatu diversifikasi usaha, dalam memproduksi dua atau lebih jenis produk secara bersama, mengeluarkan biaya produksi total bersama (*joint total production cost*) yang lebih besar daripada penjumlahan biaya produksi dari masing – masing jenis produk tersebut, jika diproduksi secara terpisah.

Berdasarkan penjelasan tersebut, dapat dibuat scenario keputusan manajerial yang berkaitan dengan pengendalian biaya jangka pendek dan jangka panjang, dengan pendekatan zona produksi, skala ekonomis (*economies of scale*), dan dengan skope ekonomis (*scope of economies*), sebagaimana ditampilkan pada Tabel 6, Tabel 7, dan Tabel 8.

Tabel 6 Strategi Pembuatan Keputusan Manajerial Berdasarkan Kondisi Zona Produksi (Analisis Biaya Jangka Pendek)

Nomor	Situasi	Akibat pada AC	Kondisi (Zona Produksi)	Keputusan Manajerial
1.	$MC > AC$	$Ec = \frac{MC}{ATC} > 1$ , Elastis	AC Meningkat, <i>Decreasing Returns</i>	Menurunkan Produksi
2.	$MC = AC$	$Ec = \frac{MC}{ATC} = 1$ , Unitari	AC minimum, <i>Constant Returns</i>	Tidak Merubah Produksi
3.	$MC < AC$	$Ec = \frac{MC}{ATC} < 1$ , Inelastis	AC menurun, <i>Increasing Return</i>	Meningkatkan Produksi

Sumber : Vincent Gaspersz (2004), dimodifikasi

$MC = \text{Short – run Manajerial Cost}$

$AC = \text{Short Run Average Cost}$

$EC = \text{Elastisitas Biaya}$

Dalam jangka pendek, biaya-biaya yang dikeluarkan dikelompokkan kedalam biaya tetap dan biaya variabel.

Tabel 7 Strategi Pembuatan Keputusan Manajerial Berdasarkan Kondisi Skala Ekonomis (Analisis Biaya Jangka Panjang)

No	Situasi	Akibat pada LAC	Kondisi (Skala Ekonomi)	Keputusan Manajerial
1.	$LMC > LAC$	LAC Meningkat	<i>Diseconomies of Scale</i> ( $E_C > 1$ , <i>Decreasing Return to Scale</i> )	Menurunkan Produksi
2.	$LMC = LAC$	LAC Minimum	<i>Constant Return to Scale</i> ( $E_C = 1$ )	Tidak Merubah Produksi
3.	$LMC < LAC$	LAC Menurun	<i>Economies of Scale</i> ( $E_C < 1$ , <i>Increasing Return to Scale</i> )	Meningkatkan Produksi

Sumber : Vincent Gaspersz (2004), Dimodifikasi

Keterangan :  $LMC = \text{Long - Run Marginal Cost}$

$LAC = \text{Long - Run Average Cost}$

$E_C = \text{Elastisitas Biaya}$

Dalam jangka panjang, seluruh biaya adalah variabel

Tabel 8 Strategi Pembuatan Keputusan Manajerial Berdasarkan Kondisi Scope Economies

No	Situasi	Kondisi ( <i>Scope Economies</i> )	Keputusan Manajerial
1	$C(X,Y) > C(X) + C(Y)$	<i>Diseconomies of Scope</i>	Tidak melakukan diversifikasi X,Y
2.	$C(X,Y) < C(X) + C(Y)$	<i>Economies of Scope</i>	Melakukan Diversivikasi X dan Y

Sumber : Vincent Gaspersz (2004), dimodifikasi

Keterangan :  $C(X,Y)$  adalah biaya total bersama dari aktivitas usaha X dan Y (joint total cost)

$C(X)$  adalah biaya total untuk aktivitas usaha X

$C(Y)$  adalah biaya total untuk aktivitas usaha Y

## **2.4. Permintaan Konsumen**

Permintaan suatu komoditas merupakan salah satu aspek terpenting dalam ekonomi manajerial. Perusahaan tidak mungkin mempertahankan kelangsungan hidupnya (*going concern*) jika permintaan terhadap produknya tidak ada. Dominick Salvatore (2004) menjelaskan bahwa kurva permintaan pasar merupakan agregasi atau penjumlahan dari semua permintaan konsumen individual. Sumber ini juga menjelaskan bahwa permintaan total pasar atau industri yang dihadapi oleh suatu perusahaan, tergantung pada jumlah perusahaan didalam industri dan pada struktur pasar atau bentuk organisasi pasar dari industri tersebut.

Permintaan terhadap komoditas rokok cenderung mengikuti pola permintan barang – barang normal, karena rokok juga merupakan salah satu jenis barang normal. Teori permintaan konsumen (*consumer demand theory*) mempostulatkan bahwa jumlah komoditas yang diminta merupakan suatu fungsi atau tergantung pada harga komoditas tersebut, harga barang lain (substitusi atau komplemen) dan pendapatan konsumen (Tabel 9).

Dalam tulisan ini akan dilakukan pendugaan terhadap permintaan rokok kretek mesin yang diproksi dengan konsumsi rokok kretek mesin (C), menggunakan variabel predictor harga rokok kretek mesin (X1), harga rokok kretek tangan (X2), harga rokok putih mesin (X3) dan variabel income (X4). Dengan demikian, prediksi fungsi permintaan terhadap permintaan rokok kretek mesin  $Y = f(X1, X2, X3, X4)$ , yang dalam persamaannya dinyatakan sebagai  $Y = b_0 + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e$

Data yang digunakan untuk memprediksi fungsi permintaan rokok tersebut, ditampilkan pada lampiran. Disamping itu, analisis statistic deskriptif menggunakan program software MINITAB untuk masing – masing variabel kajian, menghasilkan ukuran – ukuran statistik deskriptif sebagaimana ditampilkan pada Tabel 10

Tabel 9 Ukuran-Ukuran Statistik Deskriptif Pada Industri Rokok Di Indonesia

No.	Variabel	Ukuran – Ukuran Statistik Deskriptif				
		Mean	Kuartil 1	Median	Kuartil 3	Standar Deviasi
1.	Konsumsi Rokok Kretek Mesin (Miliar Batang)	101,074	80, 678	102,649	116, 597	21, 478
2.	Harga Rokok Kretek Mesin (Rp /Boks)	5820,00	4500,00	6000,00	7000,00	1519,02
3.	Harga Rokok Kretek Tangan (Rp/Boks)	5493,33	4800,00	5900,00	6500,00	897,19
4.	Harga Rokok Putih Mesin (Rp/Boks)	6500,00	5100,00	6400,00	7800,00	1103,24
5.	Income (Pendapatan) (Triliun Rp)	83,425	46,300	84,759	127,734	38,993

Sumber : Hasil pengolahan data dengan program MINITAB

Berdasarkan data pada Tabel 9, menunjukkan bahwa selama tahun 1990 s/d 2004 rata – rata konsumsi rokok kretek mesin, mencapai 101,074 miliar batang (mean) hingga 102,649 miliar batang (median). Sementara, dari 15 periode data yang ditelaah, terdapat sekurang – kurangnya sebelas periode dengan jumlah konsumsi rokok 116,597 miliar batang. Jika dalam pertumbuhan penduduk Indonesia pada periode 1990 s/d 2004 berkisar 1,42% per tahun, maka pertumbuhan konsumsi rokok yang mencapai 3,15 % per tahun menunjukkan bahwa, pertumbuhan konsumsi rokok mencapai lebih dari dua kali pertumbuhan penduduk.

Disisi lain, harga rokok kretek mesin selama periode 1990 s/d 2004 rata –rata sebesar Rp 5820 per boks hingga Rp 6000 per boks, namun sekitar sebelas dari 15 periode pengamatan berada pada harga Rp 7000,- per boks. Sementara harga rokok kretek tangan dan harga rokok putih mesin masing – masing berkisar antara Rp 5493,33 per boks hingga Rp 5900 per boks, dan Rp 6400 per boks hingga Rp 6500 per boks. Pada periode yang sama,



pendapatan nasional (national income) rata – rata mencapai Rp 83, 425 triliun hingga Rp 84,759 triliun. Selama periode 1990 s/d 2004, harga rokok kretek mesin mengalami kenaikan rata – rata 5,79% per tahun, harga rokok kretek tangan 1,75 % per tahun, sementara harga rokok putih mesin dan pendapatan nasional masing – masing meningkat 3,45% per tahun dan 9,57% pertahun. Gambaran deskriptif dari seluruh variabel yang dimasukkan dalam model persamaan permintaan rokok kretek mesin, secara lengkap disajikan dalam lampiran.

Disamping itu, output hasil pengolahan data dengan program MINITAB menghasilkan estimasi (prediksi) model persamaan garis regresi permintaan rokok kretek mesin dalam bentuk model persamaan berganda (*multiple regression*) dan ditampilkan dalam format *ANOVA regression*.

Tabel 10 Anova Regression Fungsi Permintaan Rokok Kretek Mesin pada Industri Rokok Kretek di Indonesia

**Pers. Regression :  $Y = 80,90 - 0,00163 X1 + 0,0205 X2 - 0,0197 X3 + 0,520 X4$**

Uji Student (t)	:	(1,83)	(- 0,27)	(1,93)	(-2,48)	(1,76)
Probabilitas		(0,097)	(0,792)	(0,082)	(0,038)	(0,109)
SE Coeficient (Sbi)		(45,28)	(0,0060)	(0,0106)	(0,0080)	(0,2954)
SE Regression (S)		13,43				
Koefisien		Determinasi ( $R^2$ ) = 72,10%				
		Determinasi Disesuaikan ( $R^2_{adj}$ ) = 60,90%				
Uji Fisher ( F )		6,45				
Probabilitas ( P )		0,008				

Berdasarkan output yang ditampilkan pada tabel 10 menunjukkan bahwa secara bersama – sama, variabel harga rokok kretek mesin (X1), harga rokok kretek tangan (X2), harga rokok putih mesin (X3) dan pendapatan nasional (X4) berpengaruh nyata terhadap permintaan rokok kretek mesin yang di proksi dengan data konsumsi rokok tersebut (Y), pada level dibawah 10%. Dengan demikian model persamaan garis regresi tersebut dinyatakan valid secara statistic sebagai alat analisis. Dalam hal ini, 72,10% variasi perubahan jumlah permintaan rokok kretek mesin, dapat dijelaskan oleh seluruh variabel predictor yang dimasukkan dalam model persamaan tersebut. Jika seluruh variabel predictor dalam persamaan permintaan tersebut pada tahun 2007 mengalami peningkatan 15% tahun 2004, maka permintaan rokok kretek mesin (SKM) pada tahun 2007 diperkirakan akan mencapai 128,79 miliar batang atau meningkat 25,47 % dari permintaan

tahun 2004. Akan tetapi, perkiraan ini dimungkinkan akan mengalami kesalahan sekitar 13,43 miliar batang.

Namun demikian model persamaan permintaan rokok tersebut juga menunjukkan bahwa dari empat variabel prediktor yang dimasukkan dalam model, hanya dua variabel yang secara statistik berpengaruh terhadap permintaan rokok kretek mesin (SKM) pada level signifikansi dibawah 10%, yaitu variabel harga rokok sigaret kretek tangan ( SKT ) dan harga rokok sigaret putih mesin ( SPM ), sementara tiga variabel yang lain secara statistik dapat diabaikan.

## 2.5. Elastisitas Permintaan Rokok Kretek

Dominick Salvatore (2004) menjelaskan bahwa elastisitas permintaan terhadap harga (*price elasticity of demand*) merupakan persentase perubahan kuantitas komoditas yang diminta dibagi dengan persentase perubahan harganya, dengan menjaga semua variabel yang lainnya dalam fungsi permintaan itu agar tidak berubah. Sumber ini juga menjelaskan bahwa kepekaan respons dari kuantitas komoditas yang diminta terhadap perubahan harga merupakan faktor yang sangat penting bagi perusahaan, terutama dalam kaitannya dengan keputusan manajerial mengenai penentuan menaikkan atau menurunkan harga jual.

Berdasarkan batasan yang telah dikemukakan tersebut, maka elastisitas permintaan ( $E_p$ ) pada titik tertentu dapat dihitung dengan formula

$\frac{\frac{\partial Q}{\partial P}}{\frac{Q}{P}}$  atau  $\frac{\partial Q}{P} \times \frac{P}{Q}$ . Jika ingin menghitung elastisitas pada kondisi

perubahan maka formulanya adalah  $\frac{\partial Q}{\partial P} \times \frac{\bar{P}}{\bar{Q}}$ , sementara untuk menghitung

elastisitas permintaan suatu barang (A) dengan adanya perubahan pada harga

barang lain (B) adalah  $\frac{\partial Q_A}{\partial P_B} \times \frac{\bar{P}_B}{\bar{Q}_A}$ . Dengan demikian pada model persamaan

fungsi permintaan  $Y = b_0 + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + E$  maka

elastisitas perubahan  $X_i$  terhadap  $Y$  adalah  $EX_{i-Y} = \frac{\partial X_i}{\partial Y} \times \frac{\bar{Y}}{\bar{Y}_i}$ . Formula

tersebut, jika dipergunakan untuk menghitung elastisitas pada model persamaan fungsi permintaan rokok kretek mesin adalah  $Y = 82,9 -$

$0,00163X_1 + 0,0205X_2 - 0,0197X_3 + 0,520X_4$ , hasilnya nampak pada Tabel 11.

Tabel. 11 Elastisitas Terhadap Permintaan Rokok Kretek Mesin

No	Variabel Prediktor	Elastisitas Variabel Prediktor Thd Jumlah yang diminta (Y)	Sifat Elastisitas
1.	Harga Rokok Sigaret Kretek Mesin (SKM) = X1	$E_{x_1-y} = -0,94$	Inelastis
2.	Harga Rokok Sigaret Kretek Tangan (SKT) = X2	$E_{x_2-y} = 1,114$	Elastis
3.	Harga Rokok Sigaret Putih Mesin (SPM) = X3	$E_{x_3-y} = -1,269$	Elastis
4.	Pendapatan Nasional (I) = X4	$E_{x_4-y} = 0,429$	Inelastis

Sumber : Hasil Analisis

Berdasarkan angka elastisitas tersebut, dapat dijelaskan bahwa kenaikan harga rokok kretek mesin (SKM) sebesar 10% akan menurunkan konsumsi atas permintaan rokok jenis ini sebesar 0,94%. Angka ini berbeda dengan hasil penelitian Djuata Harta et, al (2002) sebagaimana ditulis oleh Mudrajad Kuncoro (2005) yang berkisar 3,5%. Sementara, kenaikan harga rokok kretek tangan (SKT) 10% akan mendorong kenaikan konsumsi rokok SKM 11,14%, sedangkan kenaikan harga rokok putih (SPM) sebesar 10% justru menurunkan konsumsi rokok SKM 12,69%.

Dengan demikian SKT merupakan substitusi dari SKM, dan SPM menjadi komplemen SKM. Selanjutnya, jika pendapatan nasional meningkat 10%, diperkirakan akan meningkatkan konsumsi rokok SKM 4,29%. Perpedoman pada elastisitas harga permintaan yang inelastis, maka kebijakan meningkatkan harga jual akan lebih menguntungkan bagi perusahaan ini, karena hal tersebut akan meningkatkan pendapatan perusahaan. Jika biaya dalam perusahaan tersebut *ceteris paribus*, maka menaikkan harga jual akan berdampak pada kenaikan keuntungan.

## **2.6. Preferensi Konsumen Rokok Kretek**

Beberapa studi empiris menunjukkan bahwa konsumen rokok akan loyal pada suatu merek. Oleh karena itu, konsumen rokok tidak akan sensitif terhadap perubahan harga (*inelastis*). Strategi pemasaran yang perlu mendapatkan perhatian memadai adalah mempertahankan kualitas produk, mengkomunikasikan penyesuaiannya terhadap selera konsumen melalui iklan dan menjaga ketersediaan produk di pasar.

Dengan keluarnya Peraturan Pemerintah Republik Indonesia nomor 19 tahun 2003 tentang Pengamanan Rokok Bagi Kesehatan, maka setiap perokok sadar akan bahaya rokok. Namun demikian, mereka mengambil resiko ini karena dengan merokok akan diperoleh kepuasan, bahkan sering dipersepsikan sebagai pendorong gairah (*motivator*) dalam melakukan pekerjaan yang dibebankan kepadanya.

Menurut Mudrajat Kuncoro (2004), iklan rokok merupakan 7% dari total penerimaan semua jenis iklan utama di televisi untuk tahun 2002. Dengan demikian, semua pihak berpendapat bahwa preferensi seseorang untuk merokok merupakan pilihannya sendiri berdasarkan pengetahuan yang cukup dan menyadari sepenuhnya mengenai bahaya merokok, dan yakin bahwa keputusannya tidak mempengaruhi orang lain, kecuali bagi anak – anak dan remaja yang merokok karena pengaruh lingkungan dan iklan rokok. Diperkirakan, jika pemerintah melarang iklan rokok, tidak akan banyak pengaruhnya terhadap turunnya preferensi merokok. Namun demikian, hal tersebut dapat mengurangi kecenderungan kompetisi (*perang*) iklan diantara produsen rokok.

## **2.7. Tingkat Konsentrasi Industri Rokok Kretek di Indonesia**

### **1. Tingkat Konsentrasi Industri Berdasarkan Pangsa Pasar**

Tingkat konsentrasi industri yang didasarkan pada proporsi pangsa pasar akan menentukan struktur pasar dimana suatu perusahaan berada didalam industri tersebut. Struktur pasar suatu industri yang diukur dengan tingkat dominasi beberapa perusahaan besar dalam industri tersebut, dapat ditentukan dengan *concentration ratio* (CR) atau *Herfindahl Index* (HI) (Dominick Salvatore, 2004). Sumber ini juga menyebutkan bahwa suatu industri yang memiliki empat perusahaan dengan nilai CR lebih tinggi dari 60% dapat dikatakan oligopolistik.

Sementara itu, indeks Herfindahl (HI) dihitung dengan menjumlahkan kuadrat persentase pangsa pasar masing – masing perusahaan dalam industri.

Kelebihan indeks Herfindahl dibandingkan rasio konsentrasi karena Indeks Herfindahl menggunakan informasi pada semua perusahaan dalam industri. Kuncoro et al (1997), menjelaskan bahwa indeks Herfindahl bernilai lebih dari nol hingga 1. Jika indeks Herfindahl mendekati nol, maka struktur pasar dalam suatu industri itu cenderung ke persaingan, sedangkan jika mendekati 1 cenderung kepada struktur pasar monopoli.

Dalam tulisan ini, dengan menggunakan data sekunder 1995 – 2003 (lampiran), terlihat bahwa empat perusahaan rokok kretek yaitu Gudang Garam dan Djarum, Sampoerna dan Bentoel mempunyai rasio konsentrasi diatas 60% selama periode tersebut. Dengan demikian berdasarkan rasio konsentrasi, industri rokok kretek di Indonesia adalah oligopoli.

Sementara itu indeks Herfindahl (HI) yang dihitung secara absolut adalah 2611 ditahun 1995 dan turun menjadi 2010 pada tahun 2003. Jika hanya berdasarkan nilai HI yang dinyatakan secara absolut, tidak mungkin diberikan interpretasi yang tepat mengenai struktur pasar yang dinilai dengan HI. Oleh karena itu, dalam tulisan ini akan dihitung HI secara relatif sebagaimana yang digunakan oleh Cluvich & Ware (2000), Blair & Kaserman (1985), Kuncoro et al (1997) dan Hasibuan (1993), sesuai dengan rujukan yang dikemukakan Kuncoro dan Bambang Sumarsono Simon (2004). Pedoman penentuan struktur pasar dalam industri mengacu pada pendapat Kuncoro et al (1997). Hasil perhitungan konsentrasi industri berdasarkan metode *concentration ratio* dengan 4 (empat) perusahaan (CR4) dan metode *Herfindahl Index* (HI) ditampilkan pada Tabel 12

Tabel. 12 Hasil Perhitungan CR4 dan HI pada Industri Rokok Kretek di Indonesia (1995-2003)

<b>Tahun</b>	<b>CR 4</b>	<b>HI</b>	<b>Jumlah Perusahaan</b>	<b>Struktur Pasar</b>
1995	79%	0,2611	224	Oligopoli
1996	76%	0,2558	228	Oligopoli
1997	75%	0,2645	226	Oligopoli
1998	75%	0,2531	238	Oligopoli
2003	76%	0,2010	245 <sup>x)</sup>	Oligopoli
Rata - Rata	76,20%	0,2471		

Sumber : Hasil Analisis Data pada Lampiran.

Keterangan : <sup>x)</sup> angka estimasi

Berdasarkan hasil perhitungan tersebut, dapat dikemukakan bahwa selama tahun 1995 – 2003 tidak terjadi perubahan yang berarti pada struktur pasar industri rokok kretek di Indonesia, sekalipun pada saat itu terjadi krisis ekonomi. Struktur pasar tetap oligopoly dengan konsentrasi moderat tinggi, jika digunakan pangsa pasar 4 (empat) perusahaan rokok kretek sebagai wakil dari industri rokok.

Namun demikian, data pangsa pasar pada lampiran menunjukkan bahwa pangsa pasar perusahaan rokok kretek Gudang Garam menurun tajam dari 47% ditahun 1995 menjadi hanya 32 % di tahun 2003. Sementara pangsa pasar perusahaan rokok kretek Djarum naik signifikan dari 16% di tahun 1995 menjadi 25% pada tahun 2003. Jika mengikuti perkembangan jumlah perusahaan rokok yang relatif kecil, dapat diduga bahwa turunnya pangsa pasar dari beberapa perusahaan rokok kretek tersebut akibat terjadinya perubahan selera dan preferensi konsumen yang berpindah pada rokok kretek merek lain atau mungkin pindah pada rokok putih yang dianggap memiliki resiko kesehatan yang lebih sedikit dibandingkan rokok kretek.

## **2. Tingkat Konsentrasi Industri Berdasarkan Geografi**

Tingkat konsentrasi industri berdasarkan sebaran industri menurut geografi akan membentuk pengelompokan industri (*industrial clusters*). Menurut Kuncoro (2002), bahwa *urbanization economies* terjadi bila biaya produksi suatu perusahaan menurun ketika produksi seluruh perusahaan dalam suatu wilayah yang sama meningkat. Penghematan karena berlokasi di wilayah ini terjadi akibat dari skala perekonomian suatu wilayah yang besar, dan bukan akibat skala ekonomi suatu industri.

Pendapat Kuncoro (2002) sebenarnya mempunyai implikasi yang sama dengan apa yang dikemukakan oleh Daryanto, Arief (2007) bahwa salah satu strategi penigkatan suatu sektor (peternakan), yang dipandang relatif tepat untuk meningkatkan daya saing adalah melalui pendekatan cluster. Daryanto, Arief (2007) juga menjelaskan bahwa pendekatan kluster dapat berguna untuk meningkatkan efisiensi dan efektifitas dengan menurunkan komponen biaya dari hulu sampai hilir dalam produksi suatu komoditi, antara lain dengan mengurangi biaya transaksi dan transportasi antar subsistem.

Salah satu indikasi adanya kluster industri adalah banyaknya perusahaan dalam suatu wilayah. Penyebaran industri rokok kretek di Jawa pada tahun 1995 dan 1999 ditampilkan pada Tabel 13.

Tabel 13. Konsentrasi Geografis pada Industri Rokok Kretek di Indonesia

Daerah		Jumlah Perusahaan			
Propinsi	Kabupaten	1996	Relatif	1999	Relatif
Jawa Tengah	Kudus	51	59,30%	53	61,63%
Jawa Timur	Kediri	2	2,42%	2	2,32%
Jawa Timur	Surabaya	3	3,49%	3	3,49%
Jawa Timur	Malang	30	34,88%	28	32,56%
		86	100,00%	86	100,00%

Sumber : Mudrajad Kuncoro, 2004 ( diolah )

Pada Tabel 13 terlihat bahwa pada tahun 1995 dari 86 pabrik rokok kretek di Jawa, 51 diantaranya (59,30%) berada di Jawa Tengan dan tepatnya di Jawa pada tahun 1995, 30 diantaranya (34,88%) berada di Jawa Timur, tepatnya di Kabupaten Malang, dan turun menjadi 28 perusahaan (32,56%) ditahun 1999.

Selanjutnya data pada tabel 13 juga menunjukkan bahwa selama tahun 1995 dan 1999 jumlah perusahaan rokok kretek yang berlokasi di Kudus dan Malang jumlahnya tidak berubah yaitu sebanyak 81 (94,19%) dari 86 perusahaan.

### **III. DESKRIPSI *ENTRY* DAN PROSES *EXIT* DALAM INDUSTRI ROKOK**

Tingkat kesulitan pada proses *entry* dan *exit* pada suatu industri menunjukkan pada posisi mana struktur pasar industri itu berada. Pada industri dengan struktur pasar oligopoli atau monopoli terdapat *barrier of entry* yang sangat ketat, sementara pada pasar persaingan hal tersebut tidak terjadi. Namun demikian, jika perusahaan lain dapat masuk ke dalam industri dan menanggung biaya yang sama persis dengan perusahaan yang telah ada, dan jika keluar dari industri benar – benar bebas biaya, maka industri tersebut beroperasi seperti pada pasar persaingan sempurna (Dominick Salvatore, 2004).

Data yang ditampilkan pada tabel 14, menunjukkan bahwa selama tahun 1993 hingga 2002 jumlah perusahaan rokok yang terbanyak adalah perusahaan rokok kretek mesin (SKM) dan perusahaan rokok kretek tangan (SKT) yang jumlahnya mencapai 180 dari 214 perusahaan rokok di tahun 1993 dan menjadi 208 dari 244 perusahaan rokok ditahun 2002. Pada data tersebut juga menunjukkan bahwa jumlah perusahaan yang masuk dalam

industri rokok SKM dan SKT jauh lebih banyak dibandingkan yang keluar. Sementara untuk industri rokok putih dan lainnya relative konstan. Pertumbuhan Industri SKM dan SKT selama kurun waktu 1993 hingga 2002 mencapai 1,62% per tahun, sementara SPM dan lainnya sekitar 1,17% per tahun. Sementara itu secara total industri rokok mengalami pertumbuhan 1,45% per tahun selama kurun waktu yang sama (lihat Tabel 14 ).

Tabel 14. Perkembangan Jumlah Perusahaan Rokok pada Industri Rokok di Indonesia, 1993 – 2002

Tahun	SKM + SKT	SPM	KLM + KLB + CRT	Total
1993	180	9	25	214
1994	201	11	27	239
1995	188	10	26	224
1996	192	10	26	228
1997	190	10	26	226
1998	200	10	28	238
1999	209	10	28	247
2000	210	10	27	247
2001	209	11	26	246
2002	208	10	26	244

Sumber: Kajian Ekonomi dan Keuangan Vol 7 No 2, Juni 2003

Ket :

SKM = Rokok Sigaret Kretek Mesin

SKT = Rokok Sigaret Kretek Tangan

SRM = Rokok Sigaret Putih Mesin

KLM = Rokok Kelompok Menyan

KLB = Rokok Kelobot

CRT = Rokok Cerutu

#### **IV. SIMPULAN DAN REKOMENDASI KEBIJAKAN**

##### **Simpulan**

Berdasarkan hasil analisis pada keragaan ekonomi industri rokok di Indonesia, dapat disimpulkan hal – hal sebagai berikut :

1. Bahwa industri rokok adalah industri padat karya (labor intensive), yang dapat berfungsi sebagai katup pengaman penyerapan tenaga kerja, maupun sebagai sumber penerimaan negara dari cukai rokok dan cukai



- tembakau, yang proporsinya cukup signifikan terhadap penerimaan negara dari dalam negeri.
2. Bahwa struktur biaya pada industri rokok, diduga sebagian besar proporsinya ada pada biaya produksi yang didominasi oleh biaya tenaga kerja langsung yang bersifat variabel.
  3. Bahwa zona produksi berkaitan dengan analisis biaya jangka pendek, sementara skala ekonomi produksi dan skope ekonomi berkaitan dengan analisis biaya jangka panjang. Namun demikian seluruh teknis analisis biaya tersebut ditujukan untuk membuat pertimbangan pada keputusan manajerial dalam hal meneruskan atau tidak meneruskan suatu kegiatan produksi.
  4. Permintaan rokok (konsumsi rokok) bersifat inelastis, sementara preferensi konsumen terhadap rokok menunjukkan adanya loyalitas terhadap merek. Dari sisi konsumen, rokok kretek tangan merupakan substitusi terhadap rokok kretek mesin, sementara rokok putih menjadi komplemen terhadap rokok kretek mesin.
  5. Berdasarkan metode C4 dan HI dapat dinyatakan bahwa industri rokok di Indonesia cenderung mempunyai struktur pasar yang oligopoli pada tingkat moderat tinggi, disamping itu terdapat hambatan yang cukup kuat untuk masuk dalam industri (*barrier of entry*). Produk rokok merupakan produk yang heterogen karena setiap konsumen dapat dengan mudah membedakan produk rokok merek tertentu dengan produk rokok merek lainnya. Hal ini juga ditunjukkan dengan adanya loyalitas terhadap merek.
  6. Berdasarkan sebaran konsentrasi geografisnya, maka industri rokok di Jawa merupakan industri pada kluster industri, sehingga dimungkinkan adanya efisiensi biaya dari hulu hingga hilir. Kluster industri rokok kretek di Jawa berada di Jawa Tengah (Kudus) dan juga di Jawa Timur (Malang).

### **Rekomendasi Kebijakan**

Berdasarkan kesimpulan tersebut maka rekomendasi kebijakan yang dapat disampaikan adalah :

1. Bahwa industri rokok perlu dikembangkan dengan memperhatikan pengamanan kesehatan bagi perokok dan lingkungannya, dengan mensosialisasikan Peraturan Pemerintah Nomor 19 Tahun 2003 tentang Pengamanan Rokok Bagi Kesehatan.

2. Bahwa sebagai katup pengaman penyerapan tenaga kerja dan sumber penerimaan negara dari dalam negeri, industri rokok Indonesia dapat dikembangkan dengan menggunakan pendekatan kluster industri untuk mendapatkan efisiensi biaya.
3. Jika diperlukan, pemerintah dapat menerbitkan undang – undang larangan iklan rokok, untuk membatasi perkembangan perokok dibawah usia atau perokok remaja yang sangat rentan terhadap pengaruh iklan.

### **REFERENSI**

- Daryanto, Arief.2007. *Peningkatan Daya Saing Industri Peternakan*. PT Permata Wacana Lestari. Jakarta. April 2007.
- Mudrajad Kuncoro dan Bambang Suwarno. 2004. *Struktur, Kinerja dan Kluster Industri Rokok Kretek Indonesia*. Akses Data Internet 17 Mei 2007.
- Gaspersz Vincent. 2003. *Ekonomi Manajerial. Pembuatan Keputusan Bisnis. Manajerial Bisnis Total*. PT Gramedia Pustaka Utama. Maret 2003. Jakarta.
- Sugema, dkk. 2003. *Pertumbuhan Tanpa Daya Saing. Kajian Tengah Tahunan Ekonomi dan Bisnis*. Pustaka Indef. Jakarta.
- Lincolin Arsyad. 1999. *Ekonomi Manajerial. Ekonomi Mikro Terapan untuk Manajemen Bisnis*. BPFE Yogyakarta. November 1999.
- Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 19 Tahun 2003 Tentang Pengamanan Rokok bagi Kesehatan.
- Salvator Dominick. 2004. *Managerial Economics in Global Economy*. Fifth Edition. Thomson. South Western.
- Statistik Ekonomi Keuangan Indonesia. Bank Indonesia. Vol IV No. 10 Bulan Oktober 2002. Vol. V. No. 11 Novemver 2003 dan Vol. VIII No. 5 Bulan Mei 2006.
- Tri Wibowo. *Potret Industri Rokok di Indonesia*. Kajian Ekonomi dan Keuangan Vol. 7, No. 2 Juni 2003. Akses Internet 16 Mei 2007.