

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Industri hasil tembakau tergolong sebagai sektor manufaktur dengan peran strategis bagi aktivitas ekonomi global. Meskipun berbagai yurisdiksi terus memperketat kebijakan pengendalian tembakau melalui regulasi fiskal serta kampanye kesehatan, sektor ini tetap menunjukkan ketahanan yang relatif kuat. Di Indonesia, tingkat konsumsi rokok masih tergolong tinggi. Berdasarkan Profil Kesehatan Indonesia (2023) yang diterbitkan oleh Kementerian Kesehatan RI, Indonesia menempati peringkat ketiga dunia setelah Tiongkok dan India, dengan proporsi perokok dewasa mencapai 28,6%, terutama pada kelompok usia produktif. Fakta ini menegaskan bahwa rokok bukan sekadar menjadi komoditas ekonomi, melainkan turut melekat dalam kehidupan sosial dan budaya masyarakat Indonesia.

Industri tembakau memiliki keterkaitan langsung dengan keberlangsungan ekonomi masyarakat pedesaan karena sebagian besar petani di daerah penghasil tembakau menggantungkan mata pencahariannya pada sektor ini (Yaqin et al., 2025). Di samping itu, sektor ini turut mendukung peningkatan kesejahteraan masyarakat melalui Dana Bagi Hasil Cukai Hasil Tembakau (DBHCHT) yang diperuntukkan bagi pembangunan sosial dan ekonomi daerah. Dalam konteks Jawa Timur, termasuk wilayah seperti Nganjuk, keberadaan industri tembakau tidak hanya menopang sektor pertanian, tetapi juga membentuk dinamika sosial-ekonomi lokal yang kuat. Pengolahan tembakau berperan penting dalam memperkuat identitas budaya lokal serta

meningkatkan daya saing ekonomi daerah melalui pendekatan berbasis kearifan lokal (Purmiyati et al., 2023). Dengan demikian, industri hasil tembakau di Indonesia memiliki peranan strategis bukan hanya sebagai penyumbang utama penerimaan negara melalui cukai, tetapi juga sebagai penopang penting bagi kesejahteraan masyarakat dan pelestarian budaya lokal.

Sektor hasil tembakau juga memberikan kontribusi besar terhadap pendapatan negara. Menurut Kementerian Perindustrian (2023) sektor ini menyumbang lebih dari 9% pendapatan negara melalui penerimaan cukai, serta menjadi sumber mata pencaharian bagi lebih dari enam juta tenaga kerja yang tersebar dalam rantai produksi, distribusi, hingga pemasaran. Namun, dalam beberapa tahun terakhir, industri rokok menghadapi dinamika pasar yang semakin menantang. Pemerintah terus memperketat regulasi melalui kebijakan kenaikan tarif cukai yang berdampak signifikan terhadap kinerja industri hasil tembakau (Agustin, 2025). Selain itu, penguatan pengendalian rokok juga dilakukan melalui pembatasan iklan, promosi, dan sponsor produk tembakau, serta penerapan kewajiban peringatan kesehatan bergambar pada kemasan (Media Indonesia 2024). Peringatan bergambar terbukti meningkatkan kesadaran visual konsumen terhadap bahaya merokok dan menurunkan minat konsumsi (Qushoyyi et al., 2023).

Kebijakan kenaikan tarif cukai yang berkelanjutan menekan daya saing industri dan memengaruhi struktur keuangan perusahaan besar seperti PT Gudang Garam Tbk. Zafar et al., (2025) menunjukkan bahwa kebijakan kenaikan cukai pada periode 2024–2025 berdampak langsung terhadap

penurunan margin keuntungan perusahaan rokok, melemahnya daya beli masyarakat, serta pergeseran perilaku konsumen menuju produk dengan harga lebih terjangkau.

Tabel 1. 1 Pendapatan Bersih Per Tahun (2021-2025)



Sumber: Gudang Garam Web

Data pada Tabel 1.1 menunjukkan bahwa pendapatan bersih PT Gudang Garam Tbk mencatat kecenderungan penurunan yang signifikan pada rentang waktu 2021 hingga 2024. Kondisi ini mencerminkan adanya tekanan eksternal akibat kebijakan kenaikan tarif cukai yang mendorong lonjakan harga jual eceran di pasar nasional. Secara empiris, peningkatan cukai dan harga rokok terbukti berpengaruh terhadap penurunan keputusan pembelian serta memicu perubahan perilaku konsumen (Pratama, 2024). Apabila kenaikan harga tersebut tidak diikuti perbaikan mutu produk serta penguatan reputasi merek, konsumen cenderung mengurangi konsumsi atau memilih produk pesaing dengan harga yang lebih ekonomis (Pratama, 2024).

Namun demikian, kenaikan harga tidak selalu menurunkan keputusan pembelian. Dalam perilaku konsumen, aspek yang lebih menentukan adalah persepsi harga, yang mencerminkan penilaian konsumen terhadap kewajaran harga serta kesesuaiannya dengan kualitas dan manfaat yang dirasakan. Temuan ini selaras dengan hasil penelitian Astutik dan Sutedjo (2022) yang menunjukkan bahwa persepsi harga memberikan pengaruh positif dan signifikan dalam mendorong keputusan pembelian. Temuan tersebut mengindikasikan bahwa konsumen tidak semata-mata mempertimbangkan besarnya harga secara nominal, melainkan kesesuaian antara harga dan nilai produk yang diterima. Ketika harga dianggap sesuai dengan manfaat yang dirasakan, peluang terjadinya pembelian cenderung semakin besar. Sejalan dengan temuan tersebut, penelitian Wijaya dan Windasari (2025) menegaskan bahwa harga memberikan pengaruh dominan terhadap keputusan pembelian, namun mutu produk serta reputasi merek tetap berperan sebagai faktor pendukung yang memperkuat keyakinan konsumen. Jika produk mampu memenuhi kebutuhan dan harapan konsumen, maka kecenderungan pembelian akan semakin kuat.

Dengan demikian, penurunan pendapatan perusahaan tidak hanya disebabkan oleh faktor internal, tetapi juga oleh perubahan persepsi harga, kualitas produk, dan citra merek yang secara signifikan memengaruhi keputusan pembelian. Perubahan perilaku konsumen menunjukkan kecenderungan yang semakin selektif dalam memilih produk, termasuk dalam industri rokok. Konsumen tidak lagi hanya mempertimbangkan harga, tetapi

juga kualitas produk dan citra merek dalam menentukan keputusan pembelian. Pada penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Mashudy (2024) menemukan bahwa persepsi harga dan citra merek berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian rokok Gudang Garam Surya. Selain itu pada penelitian yang dilakukan oleh Harjoni (2023) juga menegaskan bahwa kualitas produk, seperti rasa, aroma, dan daya tahan, berperan penting dalam keputusan pembelian rokok kretek Dji Sam Soe. Sementara itu, Alfiani et al. (2024) menunjukkan bahwa citra merek memiliki pengaruh kuat terhadap keputusan pembelian pada produk rokok herbal. Dari temuan-temuan tersebut mengindikasikan bahwa persepsi harga, kualitas produk, dan citra merek merupakan faktor penting yang secara konsisten memengaruhi keputusan pembelian dalam berbagai segmen industri rokok.

Dalam konteks lokal, Kecamatan Kertosono di Kabupaten Nganjuk merupakan wilayah pedesaan dengan mayoritas penduduk bermata pencaharian pada sektor pertanian dan perdagangan (BPS Kabupaten Nganjuk, 2025). Karakteristik pekerjaan di kedua sektor tersebut umumnya bersifat informal dan bergantung pada hasil panen, kondisi pasar, serta tingkat penjualan harian, sehingga pendapatan masyarakat cenderung tidak tetap. Sementara itu, sebagian masyarakat yang bekerja di sektor industri memperoleh Upah Minimum Kabupaten (UMK) Nganjuk Tahun 2025 sebesar Rp2.310.000 (BPS Kabupaten Nganjuk, 2025), yang relatif lebih rendah dibandingkan beberapa kabupaten/kota lainnya di Jawa Timur. Kondisi tersebut mengindikasikan bahwa kemampuan daya beli masyarakat masih

terbatas, sehingga lebih selektif dalam melakukan pengeluaran dan perubahan harga menjadi salah satu pertimbangan utama dalam menentukan keputusan pembelian.

Penyesuaian tarif Cukai Hasil Tembakau (CHT) selama 2020–2024 memperkuat urgensi penelitian mengenai pengaruh persepsi harga, kualitas produk, dan citra merek terhadap keputusan pembelian rokok Gudang Garam. Pemerintah menaikkan tarif cukai rata-rata sebesar 23% pada 2020, 12,5% pada 2021, 12% pada 2022, serta masing-masing 10% pada 2023 dan 2024 (Kementerian Keuangan RI, 2019, 2020, 2021, 2022). Kebijakan ini mendorong peningkatan harga jual rokok di tingkat konsumen dan berpotensi menekan daya beli, terutama di daerah dengan tingkat pendapatan relatif lebih rendah seperti Kecamatan Kertosono. Pada saat yang sama, perusahaan juga mengalami penurunan pendapatan bersih selama 2021–2024, yang menunjukkan adanya tekanan terhadap kinerja industri. Kondisi ini menunjukkan bahwa perubahan kebijakan fiskal dan keterbatasan daya beli berdampak pada dinamika keputusan konsumen dalam melakukan pembelian, yang tidak semata-mata ditentukan oleh harga, melainkan juga oleh kualitas produk serta citra merek.

Meskipun penelitian mengenai pengaruh persepsi harga, kualitas produk, dan citra merek terhadap keputusan pembelian telah banyak dilakukan, sebagian besar penelitian tersebut berfokus pada wilayah perkotaan dengan tingkat daya beli relatif lebih tinggi. Penelitian yang mengaitkan kenaikan CHT periode 2020–2024 dengan kondisi ekonomi masyarakat pedesaan masih

terbatas. Oleh karena itu, penelitian ini berupaya mengisi kesenjangan tersebut dengan mengambil lokasi di Kecamatan Kertosono. Dengan adanya dinamika kenaikan CHT, penurunan pendapatan perusahaan, serta keterbatasan daya beli masyarakat di Kecamatan Kertosono, penelitian mengenai pengaruh persepsi harga, kualitas produk, dan citra merek terhadap keputusan pembelian rokok Gudang Garam menjadi relevan dan penting untuk dilakukan. Kesenjangan antara tekanan fiskal yang mendorong kenaikan harga rokok dan kondisi ekonomi masyarakat pedesaan yang relatif terbatas menunjukkan adanya gap penelitian yang signifikan. Kondisi tersebut membuka celah penelitian sekaligus menjadi urgensi untuk meneliti lebih mendalam sejauh mana pengaruh persepsi harga, kualitas produk, dan citra merek terhadap keputusan pembelian konsumen rokok Gudang Garam di Kecamatan Kertosono.

1.2 Rumusan Masalah

1. Apakah persepsi harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian rokok Surya Gudang Garam di Kecamatan Kertosono, Kabupaten Nganjuk?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian rokok Surya Gudang Garam di Kecamatan Kertosono, Kabupaten Nganjuk?
3. Apakah citra merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian rokok Surya Gudang Garam di Kecamatan Kertosono, Kabupaten Nganjuk?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh persepsi harga terhadap keputusan pembelian rokok Gudang Garam di Kecamatan Kertosono, Kabupaten Nganjuk.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian rokok Gudang Garam di Kecamatan Kertosono, Kabupaten Nganjuk.

3. Untuk mengetahui pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian rokok Gudang Garam di Kecamatan Kertosono, Kabupaten Nganjuk.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoretis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu manajemen pemasaran dan perilaku konsumen, khususnya mengenai hubungan antara persepsi harga, kualitas produk, dan citra merek terhadap keputusan pembelian, serta menambah referensi empiris di bidang pemasaran produk tembakau lokal yang masih terbatas dalam kajian akademik.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi PT Gudang Garam Tbk dan pelaku usaha lokal dalam menyusun strategi pemasaran yang lebih efektif, dengan mempertimbangkan faktor-faktor yang paling berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen di wilayah Kertosono, sehingga dapat meningkatkan daya saing dan keputusan pembelian berulang konsumen.

3. Manfaat Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan referensi dan acuan penelitian selanjutnya yang ingin meneliti topik serupa di bidang pemasaran, serta membantu mahasiswa dan peneliti memahami hubungan antarvariabel dalam konteks perilaku pembelian produk konsumen, khususnya di industri rokok lokal Indonesia.