

Perceptions of Cigarette Traders Around Schools on Cigarette Retail Policies and Cigarette Advertising in Badung Regency

Persepsi Pedagang Rokok Sekitar Sekolah terhadap Kebijakan Ritel Rokok dan Pemasangan Iklan Rokok di Kabupaten Badung

I Made Angga Pranata Putra¹, Ni Made Kurniati^{2*}, Kadek Fina Aryani Putri³

¹²³Prodi Kesehatan Masyarakat, Universitas Dhyana Pura, Bali, Indonesia

(*) Corresponding Author : nimadekurni@undhira.ac.id

Article info

<p>Keywords: Cigarette retailing, Cigarette advertising, Youth</p>	<p style="text-align: center;">Abstract</p> <p><i>Cigarette retail policy is important to implement to reduce the purchase of cigarettes by teenagers. It is known that there are still high cases of smoking in adolescents, because it is still easy for teenagers to get access to cigarettes such as retail cigarettes. This study aims to determine the perceptions of cigarette traders around schools towards cigarette retail policies and cigarette advertisements in Badung Regency based on functional factors, personal factors, external factors. This type of research is descriptive qualitative research. The determination of informants was carried out using a purposive sampling technique of seven informants, including six cigarette traders around the school and the head of the P2PTM section. Data collection was carried out by in-depth interviews and observation. The results of the study show that on the functional factor, cigarette traders have started selling for one year to 27 years and have been selling cigarettes since the beginning of opening a stall. On the personal factor, traders regret that teenagers smoke, but they also cannot prohibit teenagers from buying cigarettes. As well as external factors, traders do not agree if this cigarette retail policy is implemented. The conclusion from this study is that most traders do not agree with the cigarette retail policy if this policy is implemented. Efforts that can be made, namely from the government can initiate a policy of prohibiting the sale of cigarettes around schools.</i></p>
<p>Kata kunci: Ritel rokok, Iklan rokok, Remaja</p>	<p style="text-align: center;">Abstrak</p> <p>Kebijakan ritel rokok penting dijalankan untuk mengurangi pembelian rokok oleh remaja. Diketahui bahwa masih tingginya kasus merokok pada remaja, karena masih mudahnya remaja mendapatkan akses rokok seperti rokok eceran. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui persepsi pedagang rokok sekitar sekolah terhadap kebijakan ritel rokok dan pemasangan iklan rokok di Kabupaten Badung berdasarkan faktor fungsional, faktor personal, faktor eksternal. Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif deskriptif. Penentuan informan dilakukan dengan teknik purposive sampling sebanyak tujuh informan, meliputi enam pedagang rokok yang berada di sekitar sekolah dan kepala seksi P2PTM. Pengumpulan data dilakukan dengan wawancara mendalam dan observasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pada faktor fungsional pedagang rokok sudah mulai berjualan selama satu tahun sampai 27 tahun</p>

dan sudah berjualan rokok dari awal buka warung. Pada faktor personal pedagang menyayangkan remaja yang merokok namun mereka juga tidak bisa melarang remaja membeli rokok. Serta pada faktor eksternal pedagang belum setuju jika kebijakan ritel rokok ini dijalankan. Kesimpulan dari penelitian ini sebagian besar pedagang belum setuju dengan kebijakan ritel rokok jika kebijakan ini dijalankan. Upaya yang dapat dilakukan yaitu dari pemerintah bisa menginisiasi kebijakan larangan menjual rokok di sekitar sekolah.

PENDAHULUAN

Masa remaja adalah masa pertumbuhan dan perkembangan fisik, psikologis, dan intelektual yang pesat. Masa remaja yang sangat singkat ditandai dengan masa kritis, masa peralihan, masa perubahan, masa kesusahan, masa pencarian jati diri, masa-masa dewasa yang menakutkan, tidak realistis dan membatasi. Ini adalah waktu yang sangat rentan terhadap pengaruh negatif yang sangat berbahaya. Kita dapat mengetahui dan menegaskan jika masa remaja ini merupakan masa yang sangat rentan terhadap diawalinya suatu kebiasaan perilaku merokok yang bisa merugikan dari segi ekonomi ataupun kesehatan. Jika pada masa ini remaja mempelajari kebiasaan-kebiasaan negatif seperti merokok, kebiasaan tersebut menjadi kebiasaan yang relatif berjangka panjang dan dapat merugikan remaja (Fadhila et al., 2019).

Berdasarkan dengan data Riskesdas tahun 2018 dinyatakan bahwa prevalensi merokok pada usia remaja rentang 10-18 tahun sebanyak 9,1%, hal ini menunjukkan masih belum dapat mencapai target RPJMN tahun 2020-2024 yakni 8,7%. Diketahui pula di tahun 2018 perokok laki-laki usia diatas 15 tahun pada masih tinggi yakni 62,9 % dan menjadi yang tertinggi di dunia bagi perokok remaja laki-laki. Proporsi merokok pada penduduk ≥ 10 tahun di provinsi Bali yang merokok setiap hari yaitu 18,9%. Dengan rata-rata kelompok umur khusus 15 tahun keatas mencapai 24,3%. Jika dilihat dari kategori umur, diantara kelompok umur 15-19 tahun diketahui bahwa umur ≥ 10 tahun yang memiliki prevalensi tertinggi yakni 45,9% (Kemenkes RI, 2018).

Berdasarkan karakteristik yang dimiliki remaja maka industri rokok menjadikan remaja sebagai sasaran pemasaran rokok mengingat remaja selalu mengikuti trend fashion termasuk rokok. Mudah terpengaruh oleh sesuatu yang baru, unik dan menarik, segmen pasar yang besar, akan menempel pada merek rokok pertama yang dihisap remaja, semoga menjadi generasi yang kecanduan beberapa merek tembakau dan merokok jangka panjang, sehingga pabrik rokok meraup untung lebih besar di masa remaja target (Kemenkes RI, 2017). Berdasarkan dengan hasil wawancara terhadap pedagang rokok disekitar sekolah, diketahui bahwa rokok dapat dijual secara eceran tentunya dengan harga yang lebih murah jika dibandingkan membeli rokok satu kotak, sehingga hal ini dapat memudahkan remaja untuk membeli rokok eceran.

Beberapa studi memperlihatkan bahwa iklan, promosi, dan sponsor rokok meningkatkan kemauan untuk mengawali perilaku merokok di kalangan remaja, membuat perokok menjadi untuk ingin terus merokok, dan membuat remaja untuk berhenti merokok. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Lestari dkk (2020) pemasangan iklan rokok dianggap keren oleh remaja sehingga berhasil membuat remaja ingin mencoba merokok (Nurhajati et al., 2020). Penelitian yang dilakukan Fildza dkk (2021) 57,6% remaja percaya bahwa iklan tembakau memiliki peran dalam keinginan dan perilaku merokok, sementara beberapa remaja percaya bahwa iklan tembakau memiliki peran yang kecil dalam keinginan dan perilaku merokok. 42,4% (Fadhila et al., 2019).

Undang-Undang Kesehatan Nomor 36 Tahun 2009 menuangkan upaya perlindungan dari asap rokok berupa penerapan Kawasan Tanpa Rokok (KTR). Dengan ketentuan lebih lanjut mengenai KTR diatur dalam Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 109 Tahun 2012 tentang pengamanan bahan yang mengandung zat adiktif berupa produk tembakau bagi kesehatan, pemerintah dan pemerintah daerah wajib menerapkan KTR (RI, 2012). Pemerintah Daerah Bali mewujudkan kawasan tanpa rokok dengan mengeluarkan Peraturan Daerah Nomor 10 Tahun 2011 tentang Kawasan Tanpa Rokok (KTR). Kawasan Tanpa Rokok adalah ruangan atau area yang dinyatakan dilarang untuk kegiatan merokok atau kegiatan memproduksi, menjual, mengiklankan, dan/atau mempromosikan produk tembakau (Bali, 2011). Kabupaten di Bali juga sudah menerapkan KTR salah satunya Kabupaten Badung, yang tertuang dalam Peraturan Daerah Kabupaten badung Nomor 10 Tahun 2017 atas Perubahan Peraturan Daerah Nomor 8 Tahun 2013 tentang Kawasan Tanpa Rokok (Badung, 2017).

Dalam Peraturan Daerah KTR terdapat larangan mengiklankan dan mempromosikan rokok. Perlu didukung dengan pengendalian produk tembakau yang disebut Framework Convention Tobacco Control (FCTC). Salah satu bagiannya mengatur tentang Tobacco Advertising, Promotion and Sponsorship (TAPS) atau larangan iklan, promosi, dan pemberian sponsor rokok. Hal ini menjadi salahsatu upaya mengurangi perilaku merokok pada perokok pemula khususnya remaja (Putra Eka et al., 2017). Indonesia sudah menerapkan TAPS di Kota Bogor dengan adanya peraturan daerah nomor 10 tahun 2018 tentang Kawasan Tanpa Rokok (KTR) pada pasal 16 (Daerah & Bogor, 2018), dan di Depok dengan adanya peraturan daerah tentang Kawasan Tanpa Rokok (KTR) pada pasal 13 (Depok, 2020). Salah satu Kabupaten di Bali yang sudah menerapkan TAPS yaitu Kota Denpasar sejak tahun 2014. Penerapannya dengan tidak ada lagi iklan rokok dalam bentuk baliho, spanduk, poster, maupun videotron. Melalui penerapan TAPS dapat membantu Perda KTR dalam mengimplementasikan pelarangan iklan, promosi, dan sponsor rokok. Dengan begitu juga masyarakat dapat mematuhi peraturan yang ditetapkan oleh KTR.

Penerapan TAPS juga perlu dilakukan di Kabupaten Badung dengan melakukan pengkajian terhadap pemerintah, industri rokok, masyarakat, pendidikan, dan tidak kalah penting pedagang rokok sekitar sekolah. Oleh karena itu, penting untuk menggali persepsi dan informasi dari pihak terkait salah satunya pedagang rokok sekitar sekolah. Sehingga penulis tertarik untuk mengetahui Persepsi Pedagang Rokok Sekitar Sekolah Terhadap Kebijakan Ritel Rokok Dan Pemasangan Iklan Rokok Di Kabupaten Badung.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. bertujuan untuk menggambarkan tentang suatu peristiwa secara objektif dan peneliti berperan sebagai instrumen kunci dengan teknik pengumpulan data yang dilakukan meliputi observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Penelitian ini dilaksanakan di Kabupaten Badung pada bulan Maret hingga bulan Juli 2023. Penentuan informan dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*, informan yang dipilih adalah yang mengetahui permasalahan dengan jelas terdiri dari 6 pedagang rokok yang berada di sekitar sekolah dan petugas P2PTM Dinas Kesehatan Kabupaten Badung. Variabel yang akan dibahas yaitu persepsi terhadap pengalaman (lama pedagang menjual rokok), pengalaman (lama usaha warung), sikap (persepsi pedagang terkait perilaku merokok pada remaja), kepentingan

(keuntungan dari penjualan produk rokok), kedekatan (pedagang rokok yang berada di sekitar sekolah), dan latar belakang (kebijakan dari iklan rokok). Selanjutnya teknik analisis data yang digunakan adalah *flow model analysis* yang terdiri dari pengumpulan data, triangulasi, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Informan Penelitian

Informan pada penelitian ini berjumlah tujuh orang, dipilih berdasarkan hubungan langsung dengan program IBM. Adapun karakteristik informan pada penelitian ini sebagai berikut:

Tabel 1. Karakteristik Informan

Kode Informan	Jenis kelamin	Lama Berjualan (tahun)	Lokasi
Informan 1 (i.1)	P	6	Di dekat SMPN 5 Kuta Selatan
Informan 2 (i.2)	P	1	Di dekat SMAN 2 Kuta
Informan 3 (i.3)	P	24	Di dekat SMPN 1 Abiansemal
Informan 4 (i.4)	P	5	Di dekat SDN 3 Carangsari
Informan 5 (i.5)	P	27	Di dekat SMAN 1 Mengwi
Informan 6 (i.6)	L	8	Di dekat SD No 3 Dalung
Informan 7 (i.7)	L	-	P2PTM Dinas Kesehatan Kabupaten Badung

A. Faktor Fungsional Faktor Pengalaman

Persepsi dan pengalaman dapat saling berdampingan atau bersama-sama dalam berkontribusi mempengaruhi keputusan, dalam hal ini pengalaman dikaitkan dengan sub tema yang didapat yaitu lama pedagang berjualan rokok dan lama usaha warung. Berdasarkan hasil penelitian ini, rata-rata pedagang menjual rokok dari awal pedagang membuka warung dan dapat dilihat pada pernyataan berikut:

“Dari baru buka, kalau buka warung gak ada rokok kan kurang” (i.1)

“Dari awal buka warung langsung jualan rokok” (i.2)

“Dari awal buka warung, pakai pelengkap” (i.5)

Berdasarkan hasil penelitian ini, rata-rata lama usaha warung yang sudah dijalankan yaitu 1-27 tahun dan dapat dilihat pada pernyataan berikut:

“Baru satu tahun saya buka warung disini, belum lama” (i.2)

“Sudah lama, sudah 26 mau 27 tahun ini” (i.5)

Pedagang-pedagang rokok yang berada di sekitar sekolah sudah mulai membuka warungnya selama 1 tahun sampai dengan 27 tahun, dan mereka juga sudah berjualan rokok dari awal mereka membuka warung. Berdasarkan pernyataan di atas dapat disimpulkan bahwa pengalaman pedagang dalam menjual rokok akan mempengaruhi persepsi pedagang untuk mengambil keputusan terkait kebijakan ritel rokok yang nantinya akan direalisasikan. Pengalaman pedagang yang sudah lama menjual rokok bahkan sejak awal merintis usaha hingga saat ini, membuktikan bahwa penjualan rokok tersebut membawa keuntungan di samping pedagang menjualkan produk lainnya dengan kata lain rokok masih menjadi salah satu produk yang dicari dan diminati oleh konsumen. Pengalaman pedagang dalam menjual rokok tidak menutup kemungkinan untuk pedagang tersebut menjualkan rokok kepada remaja, karena jika dilihat dari hasil observasi produk rokok yang dominan dijual adalah jenis rokok yang memang banyak diminati oleh remaja.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Akhbar, mengatakan bahwa lamanya seseorang pedagang menekuni usahanya maka akan meningkat pula penegetahuannya dan akan berpengaruh pada tingkat pendapatannya. Dengan kata lain, semakin lama seorang pelaku bisnis menekuni bidang usaha perdagangan maka akan semakin meningkat pula pengetahuan mengenai perilaku konsumen dan perilaku pasar. Keterampilan berdagang semakin bertambah maka semakin banyak pula relasi bisnis maupun pelanggan yang berhasil dijaring (Priyandka, 2017).

B. Faktor Personal

Faktor Sikap

Pada setiap individu melihat hal yang sama, tetapi mereka akan menafsirkannya dan menyikapi secara berbeda. Berdasarkan hasil penelitian yang didapat, banyak pedagang yang menyayangkan berkaitan dengan remaja yang merokok namun pedagang juga tidak bisa melarang remaja untuk tidak membeli rokok dan dapat dilihat pada pernyataan berikut:

“Biang kadang bilangim dikit-dikit merokok, yeh biang uang-uang saya” (i.1)

“Ya terserah mereka sih, tapi kadang kalau terlalu kecil ya ditegur sama saya” (i.2)

“Kalau dibawah umur sih kurang saya litanya, karna saya tidak merokok juga.

Tapi kalau emang mereka ingin beli yaitu terserah mereka” (i.6)

Berkaitan dengan hal tersebut. Peranan keluarga sangatlah penting untuk mencegah atau melakukan suatu antisipasi agar nantinya anak tidak merokok. Bagi orangtua untuk tetap terus berperan dalam mengawasi, membimbing dan menjaga anak dari pergaulan-pergaulan yang tidak baik bagi anaknya seperti rokok, miras, pergaulan bebas dan sebagainya. Menjaga komunikasi tetap berjalan dengan baik dan hubungan harmonis yang sudah tercipta antara orangtua dan anak. Serta memberikan teladan anak agar dapat membentuk karakter yang baik pada anak. Memperhatikan pergaulan anak sebagai orang tua, ada baiknya orang tua mengenali dengan siapa dan di lingkungan seperti apa anak banyak menghabiskan waktu dekatkan diri pada anak dengan bertanya seputar teman-temannya

Hal ini serupa dengan penelitian yang dilakukan oleh Sartika Kalemben bahwa hak dan urusan mereka, sudah menjadi kebutuhan serta karena mereka merokok memakai uang mereka sendiri, karena itu hak mereka jadi mau merokok juga tidak ada masalahnya (Sartika, 2016).

Berdasarkan hasil penelitian yang didapat, menurut petugas P2PTM budaya sangat mempengaruhi perilaku merokok terhadap remaja dan dapat dilihat pada pernyataan berikut:

“Budaya dan itu untuk merubah perilaku itu susah, kecuali kita harus intens kasi pengertian rokok tu apa dari sedini mungkin ini dari SD harusnya kayak rokok itu ga bagus. Tapi kalau sudah budaya itu susah dengan teman sebaya dia gaya-gayaan merokok pada saat kondangan merokok susah karna mindsetnya belum dirubah” (i.7)

Kebiasaan merokok bukan hanya menjadi permasalahan yang dominan terjadi pada kalangan dewasa akan tetapi telah menjadi fenomena baru bagi para remaja dan bahkan anak-anak. Kebanyakan perokok dewasa memulai perilaku merokok pada masa remaja. Sama seperti halnya di Bali saat ada kegiatan adat ataupun upacara adat pasti disuguhkan rokok, dan disana remaja berkumpul bersama teman-temannya merokok agar terlihat keren. Budaya yang seperti itu suangat sulit untuk dirubah karena sudah mejadi budaya sejak lama.

Hal ini serupa dengan penelitian yang dilakukan oleh Reza Monica bahwa sulitnya mengubah kebiasaan merokok. Merokok telah menjadi kebiasaan sebagian besar masyarakat. Budaya merokok tidak terlepas dari rasa turun temurun. Lingkungan budaya juga dapat berpengaruh secara tidak langsung dalam perilaku merokok remaja melalui konstruksi yang dibangun. Remaja laki-laki di Taiwan, Thailand, dan Korea Selatan memiliki persepsi bahwa merokok identik dengan laki-laki sukses, gagah, dan pintar (Monica & Pambudi, 2017).

Hal ini serupa dengan penelitian yang dilakukan oleh Yazid Anwar bahwa alasan mereka merokok itu timbul dari dalam diri masing-masing individu penasaran ingin coba-coba merasakan bagaimana rasa rokok, merasakan kenikmatan tersendiri dari rasa nikmat, enak, tidak ada beban lepas dari masalah, ingin tau rasanya dan juga remaja merokok karena pengaruh oleh teman sebaya, mereka melakukan merokok pada saat lagi nongkrong, ada juga yang memaksakan untuk merokok (Anwar et al., 2021).

Faktor Kepentingan

Kepentingan dari setiap individu berbeda, apa yang dicatat satu orang di dalam sebuah situasi dapat berbeda dengan apa yang dipersepsikan oleh orang lain. Berdasarkan hasil penelitian yang didapat, keuntungan terbanyak penjualan rokok dari pedagang di sekitar sekolah adalah 5 juta dan terdapat beberapa pedagang yang tidak memperhitungkan keuntungan dari penjualan rokok dan dapat dilihat pada pernyataan berikut:

“Dari penjualan warung sehari bisa 5 juta, kalau dari penjualan rokok untungnya 1 slop itu 15 ribu kalau 1 bungkus 1500, 1000 ada kalau ngecer sama-sama lah” (i.6)

“Gak kenak sehari berapa, yang ini laku dikit yang ini laku dikit. Kalau perbungkus ada yang 1000, 1500” (i.1)

Berdasarkan hasil penelitian yang didapat, produk yang paling laku dijual adalah rokok dan produk lainnya seperti minuman dan es dan dapat dilihat pada pernyataan berikut:

*“Rokok, mie instant. Kalau disini orang cari rokok pasti cari minuman juga”
(i.1) “Kayak bir segalanya disini, rokok juga yang bungkus, eceran” (i.6)*

Keuntungan dari penjualan rokok yang didapat pedagang rokok yang berada di sekitar sekolah tidak menentu karena keuntungan dari satu bungkus rokok itu dari 1000 sampai dengan 2000 tergantung dari merek rokok dan tidak menentu berapa bungkus yang terjual dalam sehari. Produk-produk yang paling laku di warung mereka rata-rata salah satunya itu rokok bungkus atau rokok eceran.

Hal ini serupa dengan penelitian yang dilakukan oleh Zahratul, dkk bahwa akses merupakan faktor yang sangat berperan dalam perilaku merokok para perokok. Para pedagang mengatakan rokok adalah barang jualan yang cepat laku dan paling banyak dicari oleh para pembeli (Hayati et al., 2017).

Hal ini serupa dengan penelitian yang dilakukan oleh Hartono dari sisi produk, rokok menempati produk penjualan tertinggi dibandingkan dengan komoditas lainnya seperti sembako maupun jajanan, rokok batangan masih relatif mudah diakses untuk dapat dibeli oleh masyarakat maupun anak-anak usia sekolah (Hartono et al., 2021).

C. Faktor Eksternal

Faktor Kedekatan

Objek-objek yang berdekatan satu sama lain akan cenderung dipersepsikan bersama-sama bukannya terpisah. Berdasarkan hasil penelitian yang didapat, masih terdapat banyak warung di sekitar sekolah dan dapat dilihat pada pernyataan hasil berikut:

“Banyak, warung madura uh ada lebih 10. Kalau dulu cuman bertiga saja, sekarang banyak” (i.6)

“Ya ada warung disini, di timur di selatan ada warung juga” (i.4)

Berdasarkan pernyataan di atas dapat disimpulkan bahwa masih banyak terdapat warung atau toko di sekitar sekolah dan juga menjual rokok. Banyaknya warung yang berada di sekitar sekolah dapat memudahkan para remaja untuk mendapatkan rokok.

Hal ini serupa dengan penelitian yang dilakukan oleh Hesti Yuningrum bahwa sarana dan prasarana yang berupa tersedianya tempat membeli rokok dan uang saku serta harga yang terjangkau merupakan faktor pendukung karena fasilitas tersebut mendukung atau memungkinkan remaja dapat dengan bebas memperoleh rokok dan menjadi perokok (Yuningrum & Trisnowati, 2022).

Hal ini serupa dengan penelitian yang dilakukan oleh Hartono bahwa radius dengan lokasi sekolah, masih terdapat akses yang mudah bagi anak-anak usia sekolah untuk melakukan pembelian rokok secara batangan. Hal tersebut disebabkan karena masih terdapat warung rokok dengan radius ≤ 100 meter di sekitar area sekolah. Lokasi yang dekat dengan area sekolah ini merupakan lokasi yang strategis karena dapat berpotensi meningkatkan penjualan rokok batangan. Ternyata dengan masih banyaknya warung yang berjualan rokok di sekitar sekolah, memudahkan remaja untuk mendapatkan rokok (Hartono et al., 2021).

Faktor Latar Belakang

Hubungan suatu target dengan latar belakangnya mempengaruhi persepsi, seperti kecenderungan kita untuk mengelompokkan benda-benda yang berdekatan atau mirip. Berdasarkan hasil penelitian yang didapat, pendapat pedagang mengenai pemasangan iklan rokok bahwa pemasangan iklan rokok tidak berpengaruh terhadap penjualan rokok namun

pemasangan tersebut mendapat imbalan rokok gratis dan dapat dilihat pada pernyataan berikut:

“Biasa aja tidak terlalu berpengaruh, karna kalau ada proyek baru ramai kalau gak ada biasa-biasa aja. Anak-anak disini aja” (i.1)

“Gak apa sih, karna juga dikasih rokok gratis. Gak cuma-cuma dia pasang” (i.5)

Berdasarkan pernyataan diatas dapat disimpulkan bahwa pedagang rokok yang berada di sekitar sekolah merasa pemasangan iklan pada warung mereka sah saja, karena dari pemasangan iklan di warungnya para pedagang mendapatkan keuntungan tidak hanya cuma-cuma saja, mereka mendapatkan keuntungan seperti mendapat rokok gratis.

Hal ini serupa dengan penelitian yang dilakukan oleh Sartika Kalembe bahwa rata-rata informan mengatakan setuju terhadap adanya iklan rokok dengan alasan yang bervariasi. Kebanyakan informan mengatakan setuju karena iklan rokok merupakan cara yang dilakukan oleh perusahaan yang memproduksi rokok agar rokok produksi mereka dapat memiliki daya tarik konsumen (Sartika, 2016).

Hasil observasi dilapangan juga menunjukkan bahwa terdapat beberapa iklan di setiap warung yang di tempel di tembok ataupun digantung di depan warungnya, Adapun iklan yang berbentuk poster dan juga banner.

Menurut Peraturan Daerah Kabupaten Badung Nomor 10 Tahun 2017 tentang perubahan atas Peraturan Daerah Nomor 8 Tahun 2013 Tentang Kawasan Tanpa Rokok bahwa Kawasan Tanpa Rokok Pasal 1 angka 5 bahwa Kawasan Tanpa Rokok yang selanjutnya disingkat KTR adalah ruangan atau area yang dinyatakan dilarang untuk kegiatan merokok atau kegiatan memproduksi, menjual, mengiklankan, dan/atau mempromosikan produk tembakau (Badung, 2017).

Berdasarkan hasil penelitian yang didapat, pendapat pedagang tentang kebijakan ritel rokok dan perluasan area KTR di sekitar sekolah masih banyak pedagang yang kurang setuju dan merasa keberatan terkait perluasan area KTR di sekitar sekolah dan dapat dilihat pada pernyataan berikut:

“Kalau menurut ibu keberatan ya, gak ada bapak-bapak jarang belanja kesini jadinya. Ini kan penarik bapak-bapak orang umum belanja” (i.3)

“Saya sih kurang setuju dan keberatan ya soalnya kalau di warung gak ada rokok kurang ya” (i.2)

Hal ini serupa dengan penelitian yang dilakukan oleh Rizal bahwa lingkungan ekonomi, sosial dan politik kurang begitu baik dapat menjadi kegagalan dalam implementasi kebijakan publik. Pada saat ini rokok sudah menjadi salah satu kebutuhan sekunder yang menempati posisi primer bagi sebagian kalangan di masyarakat. Dari sisi ekonomi rokok merupakan salah satu sumber pendapatan dari para pedagang dan juga salah satu pengeluaran terbesar bagi para konsumen (Rizal et al., 2021).

Berdasarkan hasil penelitian yang didapat, pendapat petugas P2PTM bahwa memang seharusnya begitu di kawasan sekolah diterapkan KTR tidak boleh menjual rokok, namun banyak faktor yang membuat itu susah terjadi dan dapat dilihat pada pernyataan berikut:

“Harusnya kan begitu di kawasan sekolah tidak boleh jualan rokok tapi gak bisa, itu susahnyanya. Ada pertukaran ekonomi yang besar disana.” (i.7)

“Ndak mungkin stop rokok ada ekonomi disana berapa uang ada disana. Petani tembakau segitu banyak berapa pekerja itu di industri rokok berapa triliun itu cukai rokok.” (i.7)

Dapat disimpulkan bahwa memang sudah seharusnya diberlakukan kebijakan berkaitan dengan larangan menjual rokok disekitar sekolah. Namun hal ini masih dipandang sulit untuk diterapkan dikarenakan faktor ekonomi, diketahui bahwa cukai penjualan rokok masih penyumbang pajak terbesar untuk negara. Yang dimana cukai hasil tembakau (CHT) ini dituangkan dalam dana hasil bagi (DBH) yang dibagikan kepada provinsi penghasil cukai dan tembakau. Alokasi dana hasil bagi cukai hasil tembakau (DBH CHT) ini dibagi menjadi tiga aspek utama yaitu untuk bidang kesejahteraan 50%, bidang penegak hukum 10%, dan salah satunya yaitu bidang kesehatan 40% (Kementerian Keuangan Republik Indonesia, 2022).

Berdasarkan hasil penelitian yang didapat, pendapat pedagang mengenai pedagang harus mempunyai lisensi bahwa semua pedagang mengikuti bahwa pedagang harus mempunyai lisensi untuk berjualan rokok dan dapat dilihat pada pernyataan berikut:

“Ijinnya kalau kena pajak sih keberatan ya, dagangannya kan rokoknya ga begitu juga untungnya. Kalau ijinnya gak bayar uang sih gak masalah” (i.3)

“Ya orang semua beli rokok, ya ikut saja kalau emang harus perlu ijinnya” (i.2)

“Ya kalau sudah ada ijinnya kan tenang jadinya gak masalah” (i.4)

“Ya mengikuti aja, kalau masih banyak peminatnya lanjut kalau sudah gak ada gak jualan rokok” (i.5)

Tidak sedikit pedagang yang menyetujui apabila nantinya diberlakukan izin ataupun linsensi terkait penjualan rokok dikarenakan memang rokok adalah salah satu produk yang membawa keuntungan dan selalu dicari oleh konsumen, sehingga pedagang pun tidak keberatan apabila nantinya harus disertakan izin berjualan rokok dan pedagang tidak ada rasa takut untuk berjualan rokok lagi karena sudah memiliki izin yang jelas. Namun tidak dapat dipungkiri masih terdapat pedagang yang tidak menyetujui adanya izin ataupun linsensi terkait penjualan rokok dikarenakan ketakutan pedagang apabila dalam izin tersebut disertakan dengan biaya pajak karena untung dari penjualan rokok tidak sebanyak pajak yang nantinya akan dibayarkan. Dapat disimpulkan bahwa, apabila nantinya akan diterapkan izin ataupun lisensi berjualan rokok diharapkan agar izin tersebut tidak memberatkan pedagang tetapi tepat dapat menjangkau tujuan dari pemberlakuan izin tersebut yaitu tidak menjualkan rokok kepada remaja.

Berdasarkan hasil penelitian yang didapat, pendapat petugas P2PTM terhadap penerapan KTR di Kabupaten Badung masih belum maksimal dalam melakukan sidak KTR dan dapat dilihat pada pernyataan berikut:

“KTR dilarang merokok di kawasan itu aja di luar ya merokok. Penegakannya penegakan perdanya masih kurang, kurang greget kalau orang sidak KTR, orang disini temen-temen banyak ngerokok, di lingkungan kesehatan ini. Badung kan sudah punya perda ya semua perda Satpol pp yang melaksanakan” (i.7)

Hal ini serupa dengan penelitian yang dilakukan oleh Agus Supriyadi dan Widyanto bahwa penerapan KTR masih belum optimal. Masih ada oknum atau pegawai yang belum taat dan mengikuti peraturan daerah tersebut dan merokok di area kawasan tanpa rokok. Pelaksana kebijakan belum sepenuhnya mendukung kebijakan Kawasan tanpa rokok hal ini karena masih kurangnya komitmen dari pelaksana kebijakan untuk menaati kebijakan tersebut (Supriyadi & Widyanto, 2018).

Berdasarkan hasil penelitian yang didapat, pendapat petugas P2PTM mengenai kebijakan pelarangan iklan rokok di Kabupaten Badung bahwa sudah dilaksanakan dan tidak ada lagi penerbitan iklan di luar ruangan dan dapat dilihat pada pernyataan berikut:

“Kalau di Badung sudah tidak ada penerbitan iklan di luar ruangan, sudah ada surat edaran, dinas perijinan juga sudah tidak mengeluarkan ijin untuk iklan rokok, karna itupun himbauan dari sekda provinsi” (i.7)

Hal ini serupa dengan penelitian yang dilakukan oleh Winengan bahwa sejak diberlakukan tersebut sudah tidak ada lagi ditemukan iklan rokok, karena adanya sanksi yang tegas bagi pelanggarnya (Winengan, 2017).

Berdasarkan hasil penelitian yang didapat, pendapat petugas P2PTM terhadap pedagang yang menjual rokok ke remaja bahwa itu masih susah dikontrol karena mereka berjualan pasti melayani dan dapat dilihat pada pernyataan berikut:

“Ya susah, kalau namanya pedagang pasti dia melayani dan juga dia kan mencari keuntungan” (i.7)

Diketahui bahwa hal ini serupa dengan beberapa pendapat dari pedagang, dimana pedagang tidak bisa membatasi remaja untuk membeli rokok. Disamping hal tersebut bukan hak pedagang untuk melarang remaja membeli rokok, pedagang juga perlu mendapatkan pemasukan dari rokok yang dijual, pedagang juga beranggapan bisa saja rokok yang dibeli mungkin bukan untuk dirinya sendiri melainkan orang lain. Maka dari itu lebih banyak pedagang yang hanya melayani saja apabila terdapat remaja yang membeli rokok dan pedagang mendapatkan keuntungan dari penjualan rokok tersebut.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diuraikan, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Pedagang rokok di sekitar sekolah masih belum setuju dan merasa keberatan jika kebijakan ritel rokok dan perluasan KTR dan pelarangan penjualan rokok di sekitar sekolah diberlakukan, karena bagi mereka rokok merupakan sumber keuntungan di warung.
2. Pedagang rokok di sekitar sekolah menganggap iklan rokok tidak berpengaruh terhadap anak untuk membeli rokok dan juga pedagang mendapatkan keuntungan dari iklan rokok yang ditempel di warung.
3. Salah satu faktor penghambat apabila terkait kebijakan ritel rokok diterapkan yaitu masih banyaknya remaja yang mencari rokok dan juga karena rokok sebagai pelengkap di warung mereka, selain itu rokok menjadi daya tarik pembeli untuk membeli produk lainnya selain rokok.

DAFTAR PUSTAKA

- Anwar, Y., Nababan, D., & Tarigan, F. L. (2021). Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Merokok Pada Remaja Di Desa Tawar Sedenge Kecamatan Bandar Kabupaten Bener Meriah Factors Affecting Smoking Behavior In Adolescents In Tawar Sedenge Village Bandar Bener Meriah District. *Journal of Healthcare Technology and Medicine*, 7(2), 2615–109.
- Badung, P. D. K. (2017). Peraturan Daerah Kabupaten Badung Nomor 10 Tahun 2017

- Tentang Perubahan Atas Peraturan Daerah Nomor 8 Tahun 2013 Tentang Kawasan Tanpa Rokok Dengan.
- Bali, P. D. (2011). Peraturan Daerah Provinsi Bali Nomor 10 Tahun 2011 Tentang Kawasan Tanpa Rokok.
- Daerah, P., & Bogor, K. (2018). Peraturan Daerah Kota Bogor Nomor 10 Tahun 2018 Tentang Perubahan Atas Peraturan Daerah Nomor 12 Tahun 2009 Tentang Kawasan Tanpa Rokok.
- Depok. (2020). Peraturan Daerah Kota Depok Nomor 2 Tahun 2020 Tentang Perubahan Atas Peraturan Daerah Nomor 3 Tahun 2014 Tentang Kawasan Tanpa Rokok. 1–26.
- Fadhila, F., Widiati, S., & Fatah, M. Z. (2019). Pengaruh iklan rokok terhadap perilaku merokok remaja di daerah kota dan desa kabupaten pamekasan. 029, 2–11.
- Hartono, R. K., Meirawan, R. F., Nurhasana, R., & Dartanto, T. (2021). Densitas dan Aksesibilitas Rokok Batangan Anak-anak Usia Sekolah di DKI Jakarta: Gambaran dan Kebijakan Pengendalian.
- Hayati, Z., Suryo Prabandari, Y., & Lestari, T. (2017). Persepsi masyarakat kota Bima terhadap inisiasi kawasan tanpa rokok di terminal Dara. *Berita Kedokteran Masyarakat (BKM Journal of Community Medicine and Public Health)*, 33(1), 19–24.
- Kemendes RI. (2017). Hidup Seha Tanpa Rokok (pp. 11–13).
- Kemendes RI. (2018). Laporan Riskesdas 2018 Kementerian Kesehatan Republik Indonesia. In *Laporan Nasional Riskesdas 2018* (Vol. 53, Issue 9, pp. 154–165). [http://www.yankes.kemkes.go.id/assets/downloads/PMK No. 57 Tahun 2013 tentang PTRM.pdf](http://www.yankes.kemkes.go.id/assets/downloads/PMK%20No.%2057%20Tahun%202013%20tentang%20PTRM.pdf)
- Kementerian Keuangan Republik Indonesia. (2022). Manfaat Penerimaan Cukai dalam DBH CHT. <https://www.kemenkeu.go.id/informasi-publik/publikasi/berita-utama/Ini-Manfaat-Penerimaan-Cukai-DBH-CHT>
- Lestari, D. A., Tandelilin, R. T. C. and Rahman, F. A. (2020) ‘Degree of Acidity ,Salivary Flow Rate and Caries Index in Electronic Cigarette Users in Sleman Regency , Indonesia’, 6183, pp. 37–41. doi: 10.32793/jida.v3i1.449.
- Monica, R., & Pambudi, A. (2017). Implementasi Kebijakan Kawasan Tanpa Rokok Di Kota Yogyakarta. *Adinegara*, 6(2), 129–140. <http://journal.student.uny.ac.id/ojs/index.php/adinegara/article/viewFile/8934/8588>
- Nurhajati, L., Soewarso, K., & Wijayanto, X. A. (2020). Remaja Perkotaan sebagai Sasaran Masif Terpaan Iklan Rokok di Media Online Lestari. *Jurnal Interact*, 8(2019), 168–169.
- Priyandka, A. N. (2017). Analisis Pengaruh Jarak, Lama Usaha, Modal, dan Jam Kerja Terhadap Pendapatan Pedagang Kaki Lima Konveksi (Studi Kasus Di Kelurahan Purwodinatan Kota Semarang). In *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Diponegoro*.
- Putra Eka, A., Astuti, Duana, Suarjana, Mulyawan, & Bam. (2017). Dampak Moratorium Iklan, Promosi Dan Sponsor Rokok Terhadap Kepatuhan Perda Ktr Dan Pendapatan Asli Daerah Di Kota Denpasar. November.
- Ri, P. P. (2012). Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 109 Tahun 2012 Tentang Pengamanan Bahan Yang Mengandung Zat Adiktif Berupa Produk Tembakau Bagi Kesehatan Dengan.
- Rizal, D. K., Dania, D. M., & Sunarya, E. (2021). Implementasi Kebijakan Peraturan Daerah Tentang Kawasan Tanpa Rokok Di Kota Sukabumi. *Jurnal Ilmiah Muqoddimah: Jurnal Ilmu Sosial, Politik Dan Hummanioramianora*, 6(1), 69. <https://doi.org/10.31604/jim.v6i1.2022.69-76>
- Sartika. (2016). Perilaku Merokok Pada Mahasiswi Di Universitas Hasanuddin Kota

- Makassar. <http://repository.unhas.ac.id/handle/123456789/19009>
- Supriyadi, A., & Widyanto. (2018). Implementasi Kebijakan Kawasan Tanpa Rokok Di Kota Cirebon (Studi Kasus Di Kantor Dinas Perhubungan). *Jurnal Ilmiah Indonesia ± ISSN : 2541-0849*, 3(6), 1–13.
- Winengan. (2017). Implementasi Kebijakan Kawasan Tanpa Asap Rokok Di Kota Mataram. *Jurnal Ilmu Administrasi: Media Pengembangan Ilmu Dan Praktek Administrasi*, 14(1), 1–16. <https://doi.org/10.31113/jia.v14i1.13>
- Yuningrum, H., & Trisnowati, H. (2022). Gambaran Faktor Pemicu Penggunaan Rokok Konvensional Pada Anak Sekolah di Kota Yogyakarta. 4(1), 41–48. <https://prosiding.respati.ac.id/index.php/PSN/article/view/420>