

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan ekonomi global saat ini ditandai oleh sistem yang saling terhubung dan dinamis, di mana setiap sektor industri dituntut untuk mampu beradaptasi dengan perubahan yang terjadi secara cepat. Salah satu sektor yang turut merasakan dampaknya adalah industri hasil tembakau. Di Indonesia, sektor ini berperan penting dalam mendukung penerimaan negara melalui Cukai Hasil Tembakau (CHT), serta menjadi mata pencaharian bagi jutaan tenaga kerja, baik secara langsung maupun tidak langsung. Namun demikian, industri ini juga menghadapi berbagai tantangan serius, salah satunya adalah meningkatnya peredaran rokok ilegal yang berdampak langsung terhadap stabilitas pasar dan kinerja para pelaku usaha resmi.

Rokok ilegal menjadi permasalahan yang sangat kompleks. Produk ini biasanya dijual tanpa pita cukai, menggunakan pita cukai palsu, atau dijual di bawah harga pasaran karena tidak tunduk pada regulasi perpajakan. Keberadaannya menyebabkan ketidakseimbangan dalam struktur persaingan di pasar, merugikan produsen dan distributor resmi, serta menurunkan penerimaan negara dari sektor cukai. Rahma Angely (2025), menjelaskan bahwa salah satu masalah utama peredaran rokok ilegal adalah persaingan yang tidak sehat, yang membahayakan industri rokok legal dan mengurangi penerimaan negara dari cukai. Selain itu, rokok ilegal juga berisiko lebih tinggi terhadap kesehatan konsumen karena tidak melewati proses pengawasan mutu dari instansi yang berwenang.

Menurut studi yang dilakukan oleh (Diansyah, 2024) tentang distribusi, promosi, dan harga rokok Clasmild di Semarang, permasalahan utama perusahaan adalah perbedaan harga dengan pesaing dan kurangnya saluran distribusi rokok Clasmild di Semarang. Dari segi harga, rokok Clasmild dijual dengan harga yang lebih tinggi dibandingkan produk pesaing. Akibatnya, pelanggan lebih suka produk dengan kualitas yang sebanding dengan harganya, yang mengurangi daya saing perusahaan dan minat beli pelanggan.

sehingga penjualan Clasmild menurun, menunjukkan bahwa strategi manajemen harga dan saluran distribusi yang lebih tepat diperlukan untuk membantu pelanggan membuat keputusan pembelian yang lebih baik dan bijak

Salah satu pelaku usaha yang terdampak secara langsung oleh maraknya peredaran rokok ilegal adalah CV. Pasifik Ganisigaret, yang beroperasi sebagai distributor di Kota Gunungsitoli yang berlokasi di Jl. Diponegoro No. 129, Pasar Gunungsitoli, Kecamatan Gunungsitoli, Kota Gunungsitoli, Sumatera Utara, Indonesia. Perusahaan ini menjual berbagai produk rokok legal salah satunya ialah rokok Surya Coklat 16. Berdasarkan hasil wawancara dengan Direktur perusahaan, Bapak Philip Gan, diketahui bahwa penurunan penjualan khususnya rokok Surya Coklat 16 terjadi secara drastis dalam beberapa bulan terakhir.

Tabel 1. 1 Tabel Penjualan Rokok Surya Coklat 16

Bulan	Penjualan Rokok Surya Coklat 16
Agustus 2024	Rp. 574.473.000
September 2024	Rp. 540.743.500
Oktober 2024	Rp. 673.969.000
November 2024	Rp. 379.826.000
Desemberr 2024	Rp. 294.826.000

Sumber : CV. Pasifik Ganisigaret

Tabel 1. 2 Harga Rokok Surya Coklat

No	Nama Barang	Harga Perbungkus/Kaleng
1	Surya Coklat 16	Rp. 33.500
2	Surya Coklat 12	Rp. 24.500

Sumber : CV. Pasifik Ganisigaret

Tabel 1. 3 Harga Rokok Pesaing (Ilegal)

No	Nama Barang	Harga Perbungkus
1	Most	Rp. 17.000
2	Cahayaku	Rp. 14.000
3	Luffman	Rp. 15.000
4	Lato	Rp. 12.000
5	Exbol	Rp. 10.000
6	Prioritas	Rp. 9.000

Sumber : Diolah oleh Peneliti

Salah satu penyebab utama adalah harga rokok ilegal yang sangat rendah. Sebagai contoh, rokok ilegal seperti merek “Most” dijual bebas dengan harga sekitar Rp 17.000 per bungkus, jauh di bawah harga pasar pada umumnya. Situasi ini mengakibatkan konsumen lebih tertarik membeli produk ilegal karena alasan keterjangkauan, tanpa mempertimbangkan aspek legalitas dan dampaknya terhadap perekonomian.

Masalah ini diperparah oleh sistem distribusi yang masih menghadapi kendala di wilayah-wilayah pedesaan dan pelosok. CV. Pasifik Ganisigaret mengandalkan sistem penjualan melalui motoris atau sales keliling yang langsung mengunjungi toko-toko di desa. Namun, karena kondisi jalan yang rusak, atau bahkan tidak dapat diakses oleh kendaraan, distribusi menjadi tidak merata dan sering mengalami keterlambatan. Akibatnya, konsumen tidak mendapatkan pasokan produk tepat waktu dan lebih mudah beralih kepada produk yang tersedia di pasar, termasuk rokok ilegal yang sudah tersebar luas.

Fenomena tersebut menegaskan bahwa dua faktor utama harga dan saluran distribusi memegang peran strategis dalam memengaruhi keputusan pembelian konsumen. Ketika harga produk di pasaran tidak bersaing dengan harga produk ilegal, dan distribusi tidak berjalan optimal, maka peluang konsumen untuk beralih ke produk ilegal semakin besar. Kondisi ini menciptakan tantangan besar bagi pelaku usaha yang ingin bertahan dan bersaing secara sehat di pasar.

Meskipun banyak penelitian, seperti yang dilakukan Fadhilah Nur Diansyah (2024), Eksan Budianto, Dewi Pujiani (2021), Andirwan dkk. (2024), yang menunjukkan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Namun hasil yang berbeda ditemukan oleh Angga Zudys Pratama (2024) yang menyatakan bahwa harga tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Perbedaan temuan ini dapat disebabkan oleh perbedaan konteks penelitian, seperti karakteristik responden, jenis produk, tingkat persaingan, persepsi nilai konsumen, serta kondisi ekonomi pada saat penelitian dilakukan. Selain itu, variasi dalam metode penelitian, teknik pengukuran, dan periode pengumpulan data juga

dapat memengaruhi hasil. Adanya perbedaan hasil ini menunjukkan bahwa pengaruh harga terhadap keputusan pembelian bersifat kontekstual, sehingga memerlukan penelitian lebih lanjut untuk memperjelas hubungan tersebut dalam konteks yang berbeda, termasuk pada industri rokok Surya Coklat 16 di CV. Pasifik Ganisigaret.

Pada variabel saluran distribusi, penelitian yang dilakukan oleh Dzulfikri Azis Muthalib, Ambo Masse, (2025), secara konsisten membuktikan pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Berbagai studi mengidentifikasi bahwa kemudahan akses, ketersediaan produk, cakupan distribusi, dan kecepatan pengiriman menjadi faktor utama yang mendorong terjadinya pembelian. Efektivitas saluran distribusi menjadikan produk lebih mudah dijangkau konsumen, baik melalui jalur distribusi tradisional maupun modern, sehingga meningkatkan peluang pembelian. Konsistensi temuan ini mempertegas bahwa saluran distribusi merupakan elemen strategis dalam bauran pemasaran yang memengaruhi perilaku konsumen, termasuk pada industri rokok Surya Coklat 16 di CV. Pasifik Ganisigaret.

Penelitian ini mengangkat secara empiris fenomena distribusi produk legal yang harus bersaing dengan produk ilegal di wilayah dengan infrastruktur terbatas. Sistem distribusi menggunakan sales motoris yang harus menjangkau daerah pelosok menghadirkan perspektif yang belum banyak diteliti, terutama dalam kaitannya dengan efektivitas saluran distribusi terhadap keputusan pembelian. Penelitian ini juga menggunakan pendekatan lapangan secara langsung dan metode sampel jenuh yang mencakup seluruh populasi yang relevan, sehingga hasilnya lebih menggambarkan kondisi aktual.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk memberikan kontribusi ilmiah dan praktis dalam memahami faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian di tengah maraknya rokok ilegal dan tantangan distribusi. Oleh karena itu, Peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Harga dan Saluran Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Rokok Surya Coklat 16 di CV. Pasifik**

Ganisigaret, Kota Gunungsitoli”. Temuan dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan bagi perusahaan dan juga pemerintah daerah dalam merancang kebijakan harga, strategi distribusi, serta pengawasan pasar yang lebih efektif.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan konteks di atas, tantangan-tantangan berikut telah diidentifikasi sebagai hal penting dalam penelitian ini :

1. Meningkatnya ketersediaan rokok ilegal dengan harga yang lebih rendah telah menyebabkan penurunan penjualan merek-merek legal seperti Surya Coklat 16.
2. Saluran distribusi yang tidak efektif, terutama di daerah pedesaan dengan infrastruktur jalan yang terbatas, menghambat efisiensi distribusi dan memengaruhi keputusan pembelian konsumen.

1.3 Batasan Masalah

Studi ini mengkaji dampak harga dan saluran distribusi terhadap keputusan pembelian rokok Surya Coklat 16 yang dipasarkan oleh CV. Pasifik Ganisigaret di Kota Gunungsitoli, sebagaimana disebutkan dalam latar belakang penelitian. Studi ini hanya mempertimbangkan dua faktor : harga dan saluran distribusi, dan tidak membahas aspek strategi pemasaran lainnya seperti promosi atau pengembangan produk. Sampel dalam studi ini adalah seluruh pelanggan yang membeli rokok Surya Coklat 16 dari CV. Pasifik Ganisigaret di Kota Gunungsitoli.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, maka yang dijadikan rumusan masalah untuk penelitian ini adalah :

1. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk rokok Surya Coklat 16 di CV. Pasifik Ganisigaret, kota Gunungsitoli?

2. Apakah saluran distribusi berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk rokok Surya Coklat 16 di CV. Pasifik Ganisigaret, Kota Gunungsitoli?
3. Apakah harga dan saluran distribusi berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk rokok Surya Coklat 16 di CV. Pasifik Ganisigaret, kota Gunungsitoli?

1.5 Tujuan Penelitian

Dengan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian produk rokok Surya Coklat 16 di CV. Pasifik Ganisigaret, kota Gunungsitoli.
2. Untuk mengetahui pengaruh saluran distribusi terhadap keputusan pembelian produk rokok Surya Coklat 16 di CV. Pasifik Ganisigaret, kota Gunungsitoli.
3. Untuk mengetahui pengaruh harga dan saluran distribusi terhadap keputusan pembelian produk rokok Surya Coklat 16 di CV. Pasifik Ganisigaret, kota Gunungsitoli.

1.6 Manfaat Penelitian

1.6.1 Manfaat Teoritis

Studi ini diharapkan dapat membantu dalam menyusun strategi pemasaran, khususnya dalam memahami bagaimana harga dan saluran distribusi memengaruhi keputusan pembelian. Temuan studi ini, yang menyediakan data empiris tentang hubungan antara variabel-variabel ini, berpotensi memperluas cakupan gagasan yang sudah ada. Lebih lanjut, temuan ini dapat menjadi landasan bagi penelitian mendatang tentang teknik pemasaran di sektor rokok dan produk terkait.

1.6.2 Manfaat Praktis

1. Bagi Penulis

Penelitian ini memberikan kesempatan berharga untuk mendapatkan pemahaman yang lebih baik tentang teori pemasaran dan penerapannya dalam situasi dunia nyata, serta untuk mengembangkan keterampilan analitis dan riset.

2. Bagi CV. Pasifik Ganisigaret

Penelitian ini dapat digunakan untuk merancang strategi pemasaran yang lebih baik, khususnya yang melibatkan manajemen harga dan saluran distribusi, guna meningkatkan penjualan dan daya saing produk di pasar.

3. Bagi Universitas Nias

Penelitian ini dapat berkontribusi pada literatur ilmiah di bidang pemasaran, khususnya dampak penetapan harga dan saluran distribusi terhadap keputusan pembelian, dan dapat digunakan sebagai referensi dalam kegiatan akademik.

4. Bagi Peneliti Selanjutnya

Di masa mendatang, penelitian ini dapat digunakan sebagai dasar untuk mengeksplorasi strategi pemasaran, khususnya harga dan saluran distribusi.

1.7 Sistematika Penulisan

Berikut adalah sistematika penulisan dalam rancangan penelitian ini :

BAB I : PENDAHULUAN

Menggambarkan masalah secara keseluruhan, termasuk latar belakang, identifikasi, batasan, rumusan, tujuan, dan manfaat.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Gagasan dasar penelitian, hasil penelitian sebelumnya, kerangka konseptual, dan formulasi hipotesis dibahas dalam bab ini.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bagian ini menjelaskan jenis penelitian, variabel yang diteliti, populasi dan sampel, instrumen yang digunakan, metode pengumpulan data dan teknik analisis data, dan lokasi dan waktu penelitian.

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

Penulis menjelaskan hasil analisis data dan hasil penelitian di bagian ini.

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

Dalam bab terakhir, kesimpulan umum dan saran yang dibuat berdasarkan hasil penelitian disajikan.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN