

PERUSAHAAN ROKOK CV. ULUNG BOJONEGORO TAHUN 1993-2015

Olyvia Dian Hapsari

Jurusan Pendidikan Sejarah
Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum
Universitas Negeri Surabaya
Email: olyviahapsari@mhs.unesa.ac.id

Wisnu

S-1 Jurusan Pendidikan Sejarah, Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum
Universitas Negeri Surabaya
Email: wisnu@unesa.ac.id

Abstrak

Perusahaan Rokok CV. Ulung di Kabupaten Bojonegoro menarik sekali untuk diteliti karena eksistensinya masih bertahan hingga sekarang. Meskipun telah banyak merk-merk rokok baru yang bermunculan serta adanya larangan pemerintah tentang larangan merokok karena kandungan bahan baku pembuatan rokok yang berbahaya semua diatur pada Peraturan Pemerintah Republik Indonesia No. 81 Tahun 1999 sebagai lanjutan Undang-undang No. 23 Tahun 1992 pasal 44 yang mengatur tentang Pengamanan Produk Rokok Bagi Kesehatan. Perusahaan Rokok CV. Ulung memproduksi dua jenis rokok yakni sigaret kretek kertas dan rokok kelobot dengan merek Cap Oeloeng. Oleh karena itu bertahannya perusahaan rokok ini menarik perhatian penulis untuk mencari informasi lebih banyak mengenai latar belakang perusahaan rokok CV. Ulung dari mulai berdiri hingga usahanya agar tetap eksis di tengah – tengah penikmat rokok dari tahun 1993 hingga 2015.

Sehingga didapatkan rumusan masalah yang terkait dengan pembahasan yakni 1. Bagaimana dinamika Perusahaan Rokok CV. Ulung dari tahun 1993-2015 ? 2. Faktor-faktor apa saja yang menjadi pendukung dan penghambat pertumbuhan dan perkembangan Perusahaan Rokok CV. Ulung ? 3. Bagaimana strategi yang dikembangkan sehingga Perusahaan Rokok CV. Ulung mampu bertahan ?

Permasalahan yang didapatkan akan diteliti menggunakan metode penelitian sejarah dan terbagi menjadi empat tahapan yaitu heuristik (pengumpulan sumber), kritik (verifikasi), interpretasi (penafsiran) dan historiografi (penulisan sejarah). Hasil yang didapat selama penelitian menunjukkan bahwa bertahannya perusahaan rokok CV. Ulung dikarenakan adanya upaya Perusahaan Rokok CV. Ulung dalam melakukan strategi dengan perbaikan kualitas produknya, menjalin komunikasi yang baik dengan komunitas kretek Indonesia dan adanya konsumen – konsumen yang masih begitu setia mengkonsumsi rokok Cap Oeloeng. Konsumen paling banyak dari masyarakat usia tua yang dulu ketika muda telah mengkonsumsi rokok Cap Oeloeng. Selain itu masyarakat kalangan ekonomi bawah sebagai konsumen setia dari rokok Cap Oeloeng.

Kata Kunci: Rokok, CV Ulung, Rokok Oeloeng

Abstract

CV. Ulung as a cigarette company in Bojonegoro is very interested to researched, because of its existence still holding till now. Although there are so many merk of cigarette which grew up. And its also has a problem from goverment ban because of its raw material is very dangerous. All of them are regulated in Government Regulation of the Republic of Indonesia Number 81 of 1999 as a continuation of Law number 23 of 1992 article 44 which regulates the safety of cigarette products for health. CV. Ulung Cigarette Company produces two types of cigarettes, there are paper kretek cigarettes and kelobot cigarettes under the brand name Cap Oeloeng. Thats why, the survival of this company, interested the author to found more information about the background of the CV. Ulung as a cigarette company from its build and how the strategy to keep exist with the smoker from 1993 till 2015.

So we get the formulation problems that are 1. How do the dynamics of CV. Ulung as a cigarette company from 1993-2015 ? 2. What are the factors that support and inhibit the growth and development of CV. Ulung as a cigarette company ? 3. How is the strategy developed that the CV. Ulung as a cigarette company can survive?

The problems of this research will be examined using historical research methods and are divided into four stages. There are heuristics (source collection), criticism (verification), interpretation (interpretation) and historiography (writing history). The results obtained during the study indicate that the survival of the CV. Ulung as a cigarette company due to the efforts in carrying out the strategy by improving the quality of its products, establishing good communication with the Indonesian Kretek Community and the existence of consumers who are still loyal to consuming Cap Oeloeng cigarettes. Most of the consumers are from old age people who used to consume Cap Oeloeng cigarettes when they were young. In another side, people from the lower economic class also very loyal to consume cigarette from Cap Oeloeng.

Keywords: Cigarettes, CV Ulung, Oeloeng Cigarettes

PENDAHULUAN

Rokok adalah produk yang terbuat dari tembakau yang dikeringkan dan dirajang, kemudian dibungkus menggunakan daun jagung atau kertas setelah itu dapat dikonsumsi dengan cara dibakar ujungnya lalu dihisap aromanya pada sisi yang lain. Dalam kebiasaan dan kultur sosial masyarakat Indonesia rokok adalah salah satu produk yang banyak digemari dari masa ke masa. Rokok hampir tidak pernah lalai menjadi sajian setelah jamuan makan dalam setiap acara kenduri dan sering ditawarkan ketika akan memulai suatu obrolan hangat.

Rokok memiliki berbagai macam dan jenis. Di Indonesia rokok yang paling banyak ditemukan dimasyarakat adalah jenis rokok sigaret kertas yang memiliki filter maupun tidak, rokok kelobot maupun rokok putih yang banyak diimpor dari luar negeri. Rokok khas dari Indonesia yang sudah terkenal sejak zaman Belanda adalah kretek, yang berkembang dari Kudus. Adapun perbedaan antara rokok biasa dengan kretek. Apabila bahan dasar rokok adalah tembakau murni yang digulung dengan daun jagung atau kelobot dan dibakar begitu saja ketika akan dihisap, kretek menggunakan tambahan cengkeh dan saus yang khas. Sehingga rasa yang dihasilkan kretek lebih nikmat dan memiliki aroma rempah.

Bojonegoro merupakan salah satu daerah penghasil tembakau yang pernah menjadi rujukan perusahaan rokok dari Kudus, Malang dan Surabaya. Selain tembakau rakyat, Bojonegoro memiliki komoditas tembakau Virginia yang banyak diminati oleh perusahaan. Bojonegoro tidak melahirkan perusahaan rokok besar seperti di Kudus. Perusahaan rokok di Bojonegoro tergolong industri skala menengah dan kecil. Namun tidak berarti Bojonegoro tidak memiliki perusahaan besar. Pada tahun 1946 berdiri perusahaan rokok yang cukup berpengaruh di Bojonegoro yang terletak di daerah Sumberrejo. Perusahaan rokok tersebut diberi nama Rokok Indonesia Merdeka oleh pendirinya, HM. Sahlan. Nama yang cukup revolusioner ini didasari oleh semangat nasionalisme pendirinya untuk menandai perlawanan terhadap Belanda yang pada tahun itu sedang gencarnya mengadakan Agresi Militer I.

Rokok Indonesia Merdeka merupakan *prototype* perusahaan rokok tradisional di Bojonegoro. Hingga kini perusahaan ini masih berdiri dan menjaga kerbertahanannya di tengah kelindan ekonomi global. Rokok Indonesia Merdeka mengalami pergantian nama menjadi Cap Telor pada tahun 1948 ketika Agresi Militer I juga mengadakan operasi di bidang industri komoditas termasuk tembakau. Nama yang cenderung revolusioner tersebut harus diganti untuk menyelamatkan keberlangsungan perusahaan. Pada tahun 1951, nama Cap Telor diubah kembali menjadi CV. Ulung yang artinya adalah elang dan handal. Hingga memasuki era Orde Baru perusahaan ini masih menjadi primadona rokok lokal di Bojonegoro.

Kejayaan rokok dan kretek terus berkembang pesat setelah pemerintahan Orde Baru menyadari potensi industri yang besar pada pabrik rokok dan kretek. Era 1970 hingga 1980 banyak variasi rokok dan kretek yang

menyesuaikan kebutuhan dan kesehatan rakyat. Misalnya adalah dengan munculnya inovasi rokok putih yang dibungkus kertas dan menggunakan filter. Selain itu muncul juga rokok yang rendah tar dan nikotin.

Pada awal tahun 1990 pemerintah mulai gencar mengadakan kampanye kesehatan melalui Undang-undang No. 23 Tahun 1992 pada pasal 44 menerangkan tentang pengamanan penggunaan bahan yang termasuk zat adiktif sehingga produksi, peredaran dan penggunaannya harus meliputi standar yang ditentukan. Setelah itu pemerintah mengeluarkan Peraturan Pemerintah Republik Indonesia No. 81 Tahun 1999 sebagai lanjutan Undang-undang No. 23 Tahun 1992 pasal 44 yang mengatur tentang Pengaman Produk Rokok Bagi Kesehatan. Dalam peraturan ini dijelaskan bahwa rokok merupakan zat adiktif yang apabila digunakan dapat menimbulkan masalah kesehatan individu maupun dalam masyarakat. Pengamanan produk rokok ini meliputi kegiatan produksi, iklan hingga tempat-tempat yang tidak boleh digunakan untuk merokok.

Selain melalui pengamanan kesehatan, pemerintah juga membatasi industri rokok ini dengan menaikkan pajak cukai rokok secara perlahan. Pemerintah mengeluarkan Undang-undang No. 39 Tahun 2007 mengenai kenaikan tarif cukai terhadap perusahaan rokok sebagai salah satu cara untuk mengendalikan konsumsi rokok. Seiring dengan kampanye kesehatan yang digalakkan sejak tahun 1992, pemerintah mulai membuka pintu lebar untuk produk rokok filter dan mild hingga produk rokok luar negeri yang menawarkan nikotin dan tar dengan kadar yang rendah. Hal ini kemudian menimbulkan dampak besar bagi perusahaan rokok di Indonesia termasuk pula Bojonegoro. Tidak hanya cukai rokok yang semakin mahal industri rokok skala kecil mulai tidak mampu melanjutkan usahanya dan memilih gulung tikar. Industri rokok skala kecil juga menghadapi pemogokan tenaga kerja sehingga terjadi PHK.

Memasuki era globalisasi yang semakin kuat sehingga berdampak pada semua aspek kehidupan baik bidang sosial, budaya, teknologi, politik bahkan dampak yang paling di rasakan adalah globalisasi dibidang ekonomi, dimana dampak tersebut bisa berdampak positif maupun negatif. Dalam bidang ekonomi, perdagangan Internasional menunjukkan perkembangan yang sangat pesat hal itu dapat kita cermati dari berbagai kegiatan dunia usaha, misalnya pertukaran produk atau barang tertentu tidak memiliki batasan antar negara, kemajuan teknologi sebagai media mempermudah perdagangan Internasional. Banyak bahan-bahan rokok filter diimpor dari luar sehingga berpengaruh pada produk lokal.

Hal yang sama juga menjadi tantangan yang berat untuk Perusahaan Rokok CV. Ulung. Perusahaan Rokok CV. Ulung merupakan perusahaan bersama yang dimiliki keluarga. Memasuki tahun 2000, Perusahaan Rokok CV. Ulung dituntut pula untuk menjaga kekeluargaan supaya perusahaan tetap stabil dalam menjalankan kegiatan produksi serta pemasaran. Permasalahan umum seperti menyempitnya ruang pemasaran dan pengurangan jumlah produksi menjadi lebih mudah dengan kerjasama keluarga yang saling pengertian dan mencurahkan kerja kerasnya.

Oleh karenanya Perusahaan Rokok CV. Ulung memiliki sistem perusahaan yang unik untuk menjalankan usahanya. Sistem perusahaan keluarga umunya sangat sulit dijaga hingga generasi ketiga. Namun Perusahaan Rokok CV. Ulung menunjukkan kemampuannya dalam menjaga keberlanjutannya hingga generasi keempat.¹

Sejauh ini belum ada penelitian terkait Perusahaan Rokok CV. Ulung yang menggunakan metode penelitian sejarah. Ada beberapa skripsi dan karya ilmiah yang menggunakan Perusahaan Rokok CV. Ulung sebagai objek penelitian. Diantaranya adalah :

Zaenal Fanani (1991) dalam karyanya *Sistem Pengendalian Intern terhadap Penjualan dan Piutang, Studi Kasus pada Perusahaan Rokok CV. Ulung Sumberejo, Bojonegoro, Jawa Timur*. Penelitian ini mengulas tentang permasalahan sistem pengendalian intern terhadap penjualan dan piutang yang dihadapi perusahaan rokok CV. Ulung dan mengevaluasi sebab terjadinya penunggakan piutang perusahaan.

Mochammad Ibnu Hamzah (2000) meneliti tentang *Hubungan Kedisiplinan Kerja Karyawan terhadap Peningkatan Produktivitas Kerja pada CV. Ulung Bojonegoro*. Karya ini berisi penelitian tentang hubungan antara kedisiplinan kerja karyawan terhadap produktivitas kerja.

Adapun beberapa penelitian dan referensi yang menjadi rujukan penulis untuk melakukan kajian terhadap dinamika dan strategi upaya keberlanjutan Perusahaan Rokok CV. Ulung tahun 1993-2015. Penulis telah mendapatkan beberapa penelitian terdahulu serta akan direview terkait dengan judul penelitian, baik yang diterbitkan dalam bentuk buku maupun skripsi.

Beberapa sumber yang digunakan diantaranya;

Ayu Oktaviawardhani (2017) dalam karyanya yang berjudul *Perkembangan Pabrik Rokok Cempaka Kabupaten Tulungagung tahun 1982-201* diulas tentang perkembangan pabrik rokok Cempaka yang notabene adalah produk lokal Tulungagung. Dari skripsi ini peneliti memperoleh informasi mengenai manajemen perusahaan rokok dan masalah-masalah umum yang terjadi pada pabrik rokok Cempaka.

Wahyu Maulandari (2017) dalam karyanya *Perkembangan Industri Kecil di Kecamatan Gedangan tahun 1975-2015*. Skripsi ini membahas tentang industri kecil yang berkembang di Kecamatan Gedangan yakni industri topi dan sepatu lokal. Penulis memperoleh informasi tentang pengetahuan bagaimana pola industri produk lokal dan pengaruh industri kecil di Kecamatan Gedangan terhadap kehidupan ekonomi, sosial, budaya dan lingkungan masyarakat untuk menganalisis pola industri rokok lokal di Bojonegoro.

Amen Budiman dan Onghokham (2016) dalam bukunya yang berjudul *Hikayat Kretek* membahas tentang penemuan dan penyebaran tembakau dan kebiasaan merokok pertama kali di Eropa, Asia hingga Indonesia. Kemudian dibahas pula lahirnya industri rokok di Eropa dan Amerika hingga perkembangan kretek di Kudus yang menyebar sampai ke perkembangan

industri kretek di daerah lain.

S. Margana dkk (2014) di dalam buku *Kretek Indonesia: Dari Nasionalisme hingga Warisan Budaya* menjelaskan bahwa tembakau dan kretek juga memiliki makna politis karena mempelajari kretek juga berarti mempelajari sejarah pergerakan, revolusi serta sejarah ekonomi sosial. Kretek Indonesia dilahirkan dan dibesarkan dalam konteks penjajahan ketika dominasi kekuatan ekonomi kolonial tidak memberikan ruang bagi bumiputera untuk tumbuh dan berkembang. Kelahiran dan pertumbuhan industri kretek Indonesia memunculkan dimensi lain dari perjuangan bangsa Indonesia untuk memperoleh kebebasan dan membangun kemandirian.

Dari paparan di atas penulis memutuskan untuk melakukan kajian penelitian mengenai perkembangan dan permasalahan yang terkait dengan rokok Cap Oeloeng yang masih diproduksi hingga kini dengan judul "Perusahaan Rokok CV. Ulung 1993-2015".

Adapun rumusan masalahnya sebagai berikut :

1. Bagaimana dinamika Perusahaan Rokok CV. Ulung dari tahun 1993-2015 ?
2. Faktor-faktor apa saja yang menjadi pendukung dan penghambat pertumbuhan dan perkembangan Perusahaan Rokok CV. Ulung ?
3. Bagaimana strategi yang dikembangkan sehingga Perusahaan Rokok CV. Ulung mampu bertahan ?

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah metode penelitian sejarah, yang terdiri dari empat tahapan yakni heuristik, verifikasi, interpretasi dan historiografi.²

Tahap pertama ialah heuristik atau pengumpulan data, dalam penelitian ini digunakan teknik pengumpulan data berupa sejarah lisan (wawancara) dengan beberapa informandiantaranya Bapak Ahmad Hubalah selaku Direktur Utama PR CV. Ulung dan tiga konsumen penikmat rokok Cap Oeloeng dari berbagai profesi seperti seniman, wiraswasta serta penjual kopi dan makanan. Alat bantu lain yang dipergunakan yaitu pedoman wawancara dan hasil angket untuk mengetahui minat merokok masyarakat di Bojonegoro. Adapun data-data pendukung lain berupa dokumen arsip, buku, berita, dan jurnal ilmiah serta berbagai sumber sekunder lainnya yang tentunya relevan dengan tema penelitian.

Tahap kedua adalah kritik yakni memverifikasi sumber yang didapat. Dalam penelitian ini menggunakan kritik intern dan ekstern. Kritik intern dilakukan untuk mengetahui kebenaran isi dari suatu sumber yang berhasil diperoleh dengan membandingkan sumber, sedangkan kritik ekstern melalui cara menguji subjek dan objek penelitian yakni dengan melihat biografi informan, tempat produksi rokok klobot, tempat pemasaran rokok berkaitan.

Tahapan ketiga adalah interpretasi, melalui penggabungan fakta-fakta yang diperoleh selama wawancara dan sumber data lainnya kemudian

¹Wawancara dengan Ahmad Hubalah, tanggal 10 Juli 2018 di Kecamatan Sumberejo, Bojonegoro.

²Aminudin Kasdi, *Memahami Sejarah*. Surabaya: Unesa University Press, 2011. hlm 10.

dihubungkan dengan hasil angket minat merokok masyarakat Bojonegoro.

Tahap keempat adalah historiografi, mensintesiskan fakta-fakta yang sudah ditafsirkan kemudian dituangkan dalam bentuk tulisan sejarah dalam bentuk artikel ilmiah menggunakan analisis deskriptif dengan tata bahasa baik dan benar, supaya mudah dipahami pembaca. Tahap ini ialah tahapan akhir pada proses penelitian sejarah dengan memuat hasil dan kesimpulan menyeluruh dari proses penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Geografis Bojonegoro

a. Letak Geografis

Kabupaten Bojonegoro merupakan Kabupaten yang berada di Jawa timur. Kabupaten Bojonegoro memiliki luas daerah 230.706 hektar, Bojonegoro terletak pada 112° 25' sampai 112° 09' Bujur Timur (BT) dan 6° 59' sampai 7° 37' Lintang Selatan (LS).³ Dengan geografis yang dimiliki Bojonegoro dikenal sebagai salah satu penyumbang tembakau terbaik. Fakta ini didukung dengan karakteristik wilayah yang sesuai untuk pertanian tembakau, karena bagian timur wilayah Bojonegoro yang dilewati aliran sungai Bengawan Solo cukup subur. Biasanya di musim hujan sawah ditanami padi sedangkan musim kemarau berganti dengan tembakau. Bojonegoro berbatasan langsung dengan kota-kota di sekitarnya.

1. Bagian Selatan berbatasan dengan Kabupaten Nganjuk, Madiun dan Jombang
2. Bagian Barat berbatasan dengan Kabupaten Blora dan Ngawi
3. Bagian Utara berbatasan dengan Kabupaten Tuban
4. Bagian Timur berbatasan dengan Kabupaten Lamongan.⁴

Ketinggian suatu wilayah dan posisi geografis yang dialiri sungai besar memengaruhi jenis tanah. Jenis tanah di Kabupaten Bojonegoro terbagi menjadi empat yakni tanah grumusol, alluvial, litosol dan mediteren.⁵ Tanah grumusol paling mendominasi dibanding jenis tanah lainnya terutama di wilayah Kabupaten Bojonegoro bagian timur dan selatan. Tanah grumusol memiliki ciri seperti tanah liat dan berwarna hitam. Apabila musim hujan dan tanah menjadi basah jenis tanah ini akan mengembang dan liat. Sedangkan di musim kemarau tanah ini akan cenderung menjadi kering dan membuat rekahan hingga sedalam satu meter. Saat musim hujan jenis tanah ini akan menjadi subur dan biasa ditanami padi, jagung, tebu dan tembakau pada musim kemarau.

Jenis tanah lain yang juga mendominasi adalah tanah alluvial. Kawasan yang terlantasi sungai Bengawan Solo ini merupakan daerah rawan banjir. Jenis tanah di kawasan ini cenderung subur berkat endapan alluvial yang dapat menyuburkan tanaman. Disamping itu asupan air yang disuplai dari sungai Bengawan Solo memberikann manfaat yang besar bagi pertanian di

wilayah ini. Tidak sama dengan tanah grumusol, penanaman padi dapat dilakukan kapan saja karena irigasi yang didapatkan dari sungai sangat mencukupi kebutuhan pertumbuhan tanaman. Beberapa wilayah juga menanam tembakau lahan dekat pinggir bengawan. Tembakau yang ditanam disebut juga sebagai tembakau *tlatah*. Tembakau ini memiliki ciri bentuk, tekstur dan rasa yang berbeda dari tembakau yang tumbuh di ladang dataran tinggi.

Jenis tanah mediteren adalah tanah sedimen hasil pelapukan batu-batu kapur. Tanah ini berwarna merah dan kecokelatan ini sangat cocok untuk penanaman pohon-pohon besar karena dapat mengikat air dalam jumlah besar. Jenis tanah ini tersebar di hampir seluruh Kabupaten Bojonegoro terutama di kawasan hutan seperti di wilayah timur, selatan, barat bahkan sebagian di utara berbatasan diantara Kabupaten Blora dan Kabupaten Tuban. Kawasan hutan ini didominasi dengan pohon jati dan sono. Pohon jati adalah salah satu aset besar dalam industri daerah.

Tanah litosol merupakan jenis tanah muda yang berasal dari pelapukan batu. Tanah ini cenderung keras sehingga sulit untuk ditanami tanaman yang membutuhkan banyak air. Tanah ini dapat digunakan untuk penanaman palawija yang mudah tumbuh tanpa membutuhkan banyak air. Karakteristik tanah litosol memiliki kemampuan mengikat air dan menahan tanah dari erosi dan longsor.

Kabupaten Bojonegoro berlokasi di jalur Surabaya – Cepu - Semarang. Bojonegoro juga dilintasi oleh jalur kereta api Surabaya – Semarang - Jakarta. Kurang lebih ada dua puluh kecamatan di Kabupaten Bojonegoro yaitu Kasiman, Padangan, Ngraho, Purwosari, Ngambon, Tambakrejo, Ngasem, Dander, Bubulan, Sugihwaras, Kedungadem, Baureno, Kanor, Kepohbaru, Sumberjo, Balen, Kapas, Bojonegoro, Kalitidu, Malo. Akan tetapi pada tahun 1982 terbentuk kecamatan baru yakni Temayang.⁶

b. Sejarah Tembakau di Kabupaten Bojonegoro

Menurut sejarah tembakau telah ada di Bojonegoro sejak masa penjajahan Belanda saat di Nusantara, ketika itu tembakau menjadi tanaman yang memiliki kegunaan begitu besar untuk kemajuan perekonomian masyarakat Bojonegoro. Hal didukung karena sistem pertanahan yang cocok untuk tanaman tembakau dan musim kemarau yang dimiliki, sehingga banyak pabrik rokok berdiri di kabupaten Bojonegoro. Karena jauh sebelumnya tembakau menjadi bagian komoditi utama beberapa negara maju dunia khususnya dari Hindia Belanda.

⁶Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 28 Tahun 1982 tentang Pembentukan Kecamatan Gedangan, Kecamatan Kertoyudo di Kabupaten Daerah Tingkat II Malang Kecamatan Sawahan, Kecamatan Wonoasridi Daerah Tingkat II Madiun, Kecamatan Tarokan, Kecamatan Kunjang di Kabupaten Daerah Tingkat II Kediri, Kecamatan Pitu, Kecamatan Bringin, Kecamatan Pangkur di Kabupaten Daerah Tingkat II Ngawi, Kecamatan Temayang di Kabupaten Daerah Tingkat II Bojonegoro, Kecamatan Sumbermalang Lakarsantri, Kecamatan Kenjeran dan Kecamatan Benowo di Kota madya Daerah Tingkat II Surabaya dalam Wilayah Propinsi Daerah Tingkat I Jawa Timur

³Badan Pusat Statistika (BPS) Kab. Bojonegoro. Bojonegoro dalam Angka 1993.

⁴Badan Pusat Statistika (BPS) Kab. Bojonegoro. Bojonegoro dalam Angka 1997.

⁵*Ibid*

Bagian yang dimanfaatkan terletak pada daun tembakau yang memenuhi syarat perindustrian tembakau Eropa.⁷

Saat Tanam Paksa berlangsung dengan pengagasannya Van den Bosch saat itulah mulai penanaman tembakau mulai diterapkan di Hindia Belanda. Tanaman tembakau mulai dibudidayakan secara luas pada pulau Jawa, Madura, dan beberapa wilayah luar Jawa. Tahun 1870-1940 perkebunan tembakau telah ada di Kedu, Kediri dan sekitar daerah Batu Kapur antara wilayah Semarang dan Surabaya.

Bojonegoro termasuk kedalam salah satu wilayah penghasil tembakau di Provinsi Jawa Timur, hal tersebut dikarenakan tanaman tembakau menjadi jenis tanaman yang dapat dikelola oleh pihak pemerintah dan masyarakat di pedesaan.⁸ Perkembangan tembakau di Kabupaten Bojonegoro tidak terlepas dari peran Pemerintah Kabupaten Bojonegoro yang perhatian untuk melaksanakan pembinaan kepada masyarakat, seperti diadakannya penyuluhan agar dapat menghasilkan jenis tembakau terbaik. Terbukti dengan adanya kegiatan tersebut jenis tembakau yang berasal dari Amerika yakni tembakau Virginia sebagai jenis tembakau dengan harga jual begitu tinggi berhasil ditanam di beberapa wilayah Kabupaten Bojonegoro dan menjadi sektor yang sangat mempengaruhi jumlah tenaga kerja di kabupaten tersebut. Hal tersebut dibuktikan dengan banyaknya tenaga kerja yang berhasil diserap untuk dijadikan buruh pada sektor perkebunan atau pabrik tembakau.

Kata tembakau sendiri berasal dari bahasa Portugis yakni *tabako* atau *tumbaco*, sedangkan dalam bahasa Belanda tembakau adalah *tabak*.⁹ Tembakau merupakan salah satu tanaman perkebunan dalamsistem tanam paksa Belanda dari tahun 1830 sampai 1940.¹⁰ Maka dari itu masyarakat Jawa biasa menyebut tembakau dengan istilah *bako* atau *mbako* menurut sebagian wilayah di Jawa. Setiap tahunnya tanaman tembakau di Bojonegoro mengalami perkembangan dan terus mengalami peningkatan, di tahun 1930 areal untuk tanaman tembakau kurang lebih hanya mempunyai lahan seluas 200 Ha, lalu meningkat pesat di tahun 1940 hingga mempunyai lahan tembakau seluas 5.000 Ha dan pada 1954 menjadi 12.365 Ha. Demi mendukung pengembangan tanaman tembakau tersebut, pada tahun 1938 Belanda bekerja sama dengan Krosok Central bagian *Gemmen Proef Station Voor de Landbouw* dan mendirikan sebuah Balai Penyelidikan Tembakau tepatnya di Kecamatan Sumberejo, Bojonegoro. Balai tersebut memiliki tugas serta fungsi yakni melayani para petani tembakau perihal informasi teknik budidaya tembakau, khususnya tembakau Virginia.

Indonesia sebagai negara yang memiliki masyarakat pengkonsumsi rokok cukup tinggi tidak heran jika fakta ini berbanding lurus dengan banyaknya petani tembakau di Indonesia. Kualitas tembakau Indonesia diakui sangat

baik sehingga tidak jarang petani tembakau Indonesia mengeksport tembakau ke berbagai negara. Daerah penghasil tembakau di Bojonegoro yang cukup terkenal ialah kecamatan Kanor di sana tembakau merupakan komoditi penting selain padi. Selain Kanor ada kecamatan Ngasem, apabila berkunjung ke sana maka akan dengan mudah ditemukan tanaman tembakau sejauh mata memandang dan bau tembakau juga akan menyeruak di indera penciuman diberbagai sudut desa Ngantru Kecamatan Ngasem.

Banyaknya perkebunan tembakau juga berpengaruh pada keberadaan-keberadaan perusahaan rokok di Bojonegoro. Selain Kudus, Bojonegoro cukup dikenal karena banyaknya industri rokoknya.

c. Sejarah Pabrik Rokok di Bojonegoro

Budaya menghisap rokok sudah dikenal sejak lama. Kebiasaan ini bermula di Jawa terutama di lingkungan Keraton Mataram. Sultan Agung merupakan seorang perokok berat yang suka menghisap melalui pipa perak. Orang-orang Jawa menyukai merokok dari tembakau yang dibungkus daun jagung atau biasa disebut kelobot. Konon kebiasaan ini sudah banyak dijumpai dikalangan masyarakat setelah huru-hara meletusnya Gunung Merapi dan pecahnya perang Diponegoro sekitar tahun 1822 dan 1825-1830.¹¹

Pada masa pergerakan nasional masyarakat mulai mengikuti kebiasaan menghisap cerutu yang dipopulerkan oleh masyarakat kelas atas Eropa. Masyarakat Indonesia memiliki rokok khas sendiri yang terbuat dari tembakau dan dibungkus kelobot. Selain itu juga ada rokok lain yang menjadi kebanggaan masyarakat Indonesia, yakni kretek. Adapun perbedaan antara rokok biasa dengan kretek. Apabila bahan dasar rokok adalah tembakau murni yang digulung dengan daun jagung atau kelobot dan dibakar begitu saja ketika akan dihisap, kretek menggunakan tambahan cengkeh dan saus yang khas. Sehingga rasa yang dihasilkan kretek lebih nikmat dan memiliki aroma rempah.

Seperti halnya rokok kelobot, kretek juga menjadi wujud nasionalisme bagi masyarakat Indonesia. Kretek disebut sebagai bentuk perlawanan terhadap kolonialisme dan neokolonialisme. Hanya komoditas ini yang tidak dapat dikuasai oleh Belanda dan telah dibesarkan oleh pribumi. Bahkan ketika pabrik kretek milik Nitisemito berjaya, ia bahkan mampu membayar akuntan Belanda di perusahaannya. Bahan dasar kretek yang kaya rempah dengan bungkus daun kelobot merupakan perlawanan terhadap rokok khas Eropa yang menggunakan cerutu.¹²

Kejayaan rokok dan kretek terus berkembang pesat setelah pemerintahan Orde Baru menyadari potensi industri yang besar pada pabrik rokok dan kretek. Era

⁷Soegijanto Padmo. *Perananan Tembakau Rakyat dan Dampaknya terhadap Ekonomi dan Masyarakat di Kab. Kedu Jateng dan Bojonegoro Jatim 1900-1980*. Yogyakarta: Fakultas Sastra, 1990. hlm 326.

⁸Arsip Dinas Perhutanan dan Perkebunan Bojonegoro tahun 1993.

⁹Sartono Kartodirjo dan Suryo Djoko. *Sejarah Perkebunan di Indonesia*. Yogyakarta: Aditya Media, 1991. hlm 25.

¹⁰Booth, Anne, dkk. *Op cit*.

¹¹Elizabeth D. Inandiak & Lady Lesmana, *Centhini: Minggatnya Cebolang*. Yogyakarta : Galang Press, 2005. hlm104. Seorang Administrator Belanda pernah melihat Sultan Agung menghisap tembakau dari pipa perak saat beliau dan rombongannya berkunjung di istana Mataram tahun 1622 dan 1623.

¹² S. Margana dkk., *Kretek Indonesia : Dari Nasionalisme hingga Warisan Budaya*. Yoyakarta: Puskindo Jurusan Sejarah FIB UGM, 2014. hlm 56.

1970 hingga 1980 banyak variasi rokok dan kretek yang menyesuaikan kebutuhan dan kesehatan rakyat. Misalnya adalah dengan munculnya inovasi rokok putih yang dibungkus kertas dan menggunakan filter. Selain itu muncul juga rokok yang rendah tar dan nikotin.

Masyarakat Bojonegoro memiliki ciri khas rokok yang tidak menggunakan campuran cengkeh dengan hanya dilinting menggunakan daun jagung. Campuran cengkeh pada kretek tidak begitu diminati oleh masyarakat Bojonegoro. Pengusaha rokok pertama di Bojonegoro diketahui berasal dari daerah Padangan. Yakni pada tahun 1927 seorang warga Tionghoa mencoba mengumpulkan sisa-sisa tembakau yang banyak ditinggalkan di sekitar lahan. Padangan pada saat itu termasuk daerah penanaman tembakau yang terkenal. Dengan sisa-sisa tembakau tersebut kemudian dibuat rokok dan dijual.¹³

Bojonegoro tidak melahirkan perusahaan rokok besar seperti di Kudus. Perusahaan rokok di Bojonegoro tergolong industri skala menengah dan kecil. Namun tidak berarti Bojonegoro tidak memiliki perusahaan besar. Pada tahun 1946 berdiri perusahaan rokok yang cukup berpengaruh di Bojonegoro yang terletak di daerah Sumberrejo. Perusahaan rokok tersebut diberi nama Rokok Indonesia Merdeka oleh pendirinya, HM. Sahlan. Nama yang cukup revolusioner ini didasari oleh semangat nasionalisme pendirinya untuk menandai perlawanan terhadap Belanda yang pada tahun itu sedang gencarnya mengadakan Agresi Militer I. Perusahaan rokok ini merupakan cikal bakal berdirinya pabrik rokok CV. Ulung Bojonegoro.

B. Sejarah Perusahaan Rokok CV. Ulung

a. Dari Industri Rumahan hingga Pendirian Pabrik

Perkembangan kretek di Bojonegoro dipengaruhi dari perjalanan kretek Kudus. Sebuah budaya yang tidak jauh dari Jawa Tengah. Letak Bojonegoro yang strategis membuat kabupaten ini bukan hanya sebagai produsen tembakau akan tetapi juga sebagai pusat perdagangan karena di kelilingi sungai Bengawan Solo. Wilayah tersebut disebut Karesidenan Jipang pada masa Hindia Belanda yakni; Babat, Kanor, Banjarejo, Kalitidu, Padangan dan Cepu. Lokasi perdagangan kretek masa itu adalah Kudus, Demak, Jepara hingga memasuki wilayah Cepu dan masuk ke Bojonegoro. Lokasi Bojonegoro sebagai daerah penghasil tembakau dan wilayah perdagangan ini memang memiliki potensi memunculkan pembuat rokok dengan usaha kalangan kecil karena rata-rata masyarakat di daerah pinggiran sungai Bengawan Solo memiliki gudang-gudang penyimpanan tembakau.

Perusahaan Rokok CV. Ulung pertama kali berdiri pada tahun 1946 dengan pendirinya bernama HM. Sahlan dan Ibu Fatimah yang merupakan pasangan suami istri. Perusahaan rokok CV. Ulung berawal dari *home industry* kecil di desa Sarangan, Kecamatan Kanor, Kabupaten Bojonegoro.

Berawal dari tahun 1946, HM. Sahlan dan istrinya adalah penjual tembakau di daerah setempat. Hasil perkebunan tembakau tersebut kemudian dijual ke Nganjuk, Ngawi, Lamongan, Tuban dan Cepu. Ide membuat rokok pertama kali berawal dari istri HM. Sahlan yang memiliki keinginan untuk memanfaatkan sisa tembakau yang tidak berguna lagi di lahan untuk diolah menjadi rokok kelobot yang diracik sendiri. Setelah berhasil meracik, kemudian rokok tersebut diperkenalkan kepada beberapa orang dan di luar dugaan rokok racikan beliau begitu disukai dan mulai diproduksi kecil-kecilan untuk selanjutnya dapat dijual dan dititipkan pada warung-warung.

Tidak membutuhkan waktu lama, penjualan rokok kelobot berkembang cukup pesat. Rokok tersebut mudah dikenal karena banyak masyarakat yang menyebarkannya dari mulut ke mulut dan membuat permintaan produksi meningkat. Akhirnya dalam waktu singkat HM. Sahlan mulai mempekerjakan orang sekitar sebagai karyawan dan memutuskan mendirikan pabrik rokok pertama di Jl. Stasiun Sumberejo.

Pada tahun 1948 HM. Sahlan semakin menyeriusi perkembangan usahanya. Pabrik pertama didirikan di lokasi Jl. Stasiun Sumberejo untuk mendekati tenaga kerja dan kemudahan akses dalam distribusi, karena di Desa Sarangan posisinya jauh dari jalan raya. Untuk pertama kalinya produk rokok kelobot diberi nama Rokok Indonesia Merdeka (RIM). Pemberian nama tersebut memiliki alasan khusus, sebagai bentuk perlawanan terhadap Belanda karena pada masa tersebut terjadi Agresi Militer I yang menyerang wilayah Jawa dan Madura karena ingin menguasai potensi alam dan ekonomi salah satunya tembakau.

Di tahun 1949 pertama kalinya nama perusahaan Rokok Indonesia Merdeka mengalami perubahan nama karena akan dicopot oleh Belanda. Nama diganti menjadi Cap Telor. Pada saat itu nama-nama usaha yang mengandung unsur perlawanan terhadap Belanda pasti diancam akan dicopot ijin usahanya oleh Belanda. Akhirnya penggantian nama dilakukan untuk menghindari hal-hal yang tidak diinginkan.

Tahun 1951 mendirikan pabrik kedua di Jl. Baureno. Alasan utama sama untuk mendekati tenaga kerja dan kemudahan akses distribusi. Poros jalan raya Sumberejo dan Baureno dinilai ideal karena merupakan jalan raya antar kota. Terjadi pergantian namadari Cap Telor menjadi Cap Oeloeng, nama tersebut dipilih sebagai bentuk ciri dan cita-cita perusahaan. Oeloeng atau wulung berarti burung elang, mengusung filosofi cerdas, tajam dan kuat. Nama ini tertuang dalam prasasti pembangunan pabrik di Jl. Baureno dan pahatan relief simbol Oeloeng di dinding depan pabrik pertama Jl. Stasiun Sumberejo. Untuk seterusnya nama ini digunakan sampai sekarang.

Pendirian pabrik di luar kota juga dilakukan yakni di Sukodadi Lamongan dan Nganjuk pada tahun 1970an alasannya untuk mendekati konsumen terbesar yang berada di luar kota. Namun perusahaan di luar kota hanya mampu bertahan sebentar dan harus tutup awal tahun 1980.

¹³ Amen Budiman dan Onghokham. *Hikayat Kretek*. Jakarta : Kepustakaan Populer Gramedia, 2016. hlm 152.

b. Pergantian Generasi dalam Sistem Perusahaan Rokok CV. Ulung

Perusahaan Rokok CV. Ulung termasuk perusahaan yang legendaris karena telah berdiri selama puluhan tahun. Tepatnya setelah kemerdekaan RI di tahun 1946 dan tetap bertahan hingga saat ini dengan perjalanan yang dilalui tidaklah mudah. Berawal dari sebuah *home industri* kemudian beralih menjadi Persekutuan Komanditer atau Commanditer Vennotschap (CV).

Tahun 1981, HM. Sahlan selaku pendiri perusahaan meninggal dunia. Kemudian perusahaan dipegang sepenuhnya oleh anak ketiga yakni Bapak Hasbullah yang telah masuk ke perusahaan pada tahun 1977.

Sejak masuk generasi kedua sistem perusahaan berubah menjadi CV. Perusahaan CV. memiliki arti Persekutuan Komanditer atau Commanditer Vennotschap (CV) merupakan suatu usaha persekutuan yang dibentuk oleh seorang atau lebih, yang mempercayakan dana atau asetnya dikelola oleh seseorang atau lebih agar tujuan masing – masing dapat tercapai secara bersamaan.

Pemodal yang berada dalam lingkup CV. ada dua macam, pemodal aktif merupakan pemodal yang memberikan modal sekaligus ikut serta menuangkan ide-idenya untuk kemajuan perusahaan, jenis pemodal selanjutnya adalah pasif yakni adalah pemodal yang hanya menyetorkan modal atau asetnya kepada perusahaan. Namun kedua pemodal tersebut akan tetap mendapatkan keuntungan yang telah disepakati oleh kedua belah pihak. Setiap tiga tahun sekali tepatnya saat rapat saham selalu diadakan voting pemilihan direktur, yang dihadiri oleh keluarga dan beberapa komanditer terkait pergantian pimpinan serta masa jabatan. Proses pemilihan direktur berdasarkan pada kepemilikan saham terbesar dan mampu mempertahankan besaran sahamnya di perusahaan tersebut.

Tahun 1993, disiapkannya generasi ketiga di saat perusahaan menghadapi persaingan ketat dari merk rokok lain yakni maraknya jenis rokok filter. Bapak Ahmad Hubalah masuk ke perusahaan dibantu oleh ayahnya Bapak Sujat yakni ipar dari Bapak Hasbullah, sebagai pemegang saham terbesar. Tahun 2014 Bapak Hasbullah meninggal.

Tahun 2010, pabrik pertama di Jl. Stasiun Sumberejo harus tutup dan pindah ke Jl. Sumberejo, sekitar 500 meter dari lokasi pabrik pertama. Tempat sekarang terletak di pinggir jalan raya sehingga lebih strategis, lokasi ini dijadikan sebagai kantor utama urusan administrasi perusahaan.

Tahun 2015 Perusahaan Rokok CV. Ulung masih dipimpin oleh Bapak Ahmad Hubalah dan saat ini tengah disibukkan dengan persiapan untuk generasi keempat.

c. Pasang Surut Perusahaan Rokok CV. Ulung (1993-2015)

Kejayaan di era tahun 1980-1990

Sejak awal berdiri hingga tahun 2015 Perusahaan Rokok CV. Ulung pastinya telah mengalami banyak pasang surut dan silih berganti roda kehidupan setiap tahun. Berikut ini adalah perjalanan panjang sebuah perusahaan rokok kelobot Ulung.

Perjalanan panjang dan masa emas Perusahaan Rokok CV. Ulung juga didasari oleh perkebunan tembakau yang merupakan komoditi utama bagi petani tahun 1970-1995. Tahun 1970 petani tembakau sering mengalami hasil panen tembakau yang memuaskan dikarenakan setiap tahun hasil panen tembakau selalu mengalami peningkatan dan puncak panen tembakau terjadi pada tahun 1982. Peristiwa ini juga terjadi di kabupaten Bojonegoro serta berpengaruh pada Perusahaan Rokok CV. Ulung. Sedangkan untuk harga di tahun 1970 daun tembakau basah yang bagian daun bawah dan atas sekitaran 20-50 rupiah, sedangkan untuk daun bagian tengah sekitar 150 rupiah setiap 1 kilonya. Di tahun 1970 juga harga daun tembakau mulai tinggi hingga tahun 1980. Puncak kejayaan harganya terjadi di tahun 1982 dimana harga mengalami kenaikan begitu tinggi, untuk harga 1 kg daun kering sebesar Rp. 1.000 sedangkan daun bagian tengah 1 kg diberi harga Rp. 3.500.

Pada masa ini perusahaan rokok CV. Ulung memiliki karyawan sejumlah 1500 orang dari dua pabrik, produksi meningkat, karyawan lembur hingga kewalahan. Mampu memproduksi 200 juta batang pertahun. Pesaing besar dari jenis rokok kelobot di era ini adalah Cap Gawang yang sempat terkenal dan besar di tahun 1960-1970an, kemudian Cap Semangka dan Cap Bangau di tahun 1970 hingga 1980an. Mulai tahun 1990 mengalami dinamika penurunan dan kenaikan yang terus berganti.

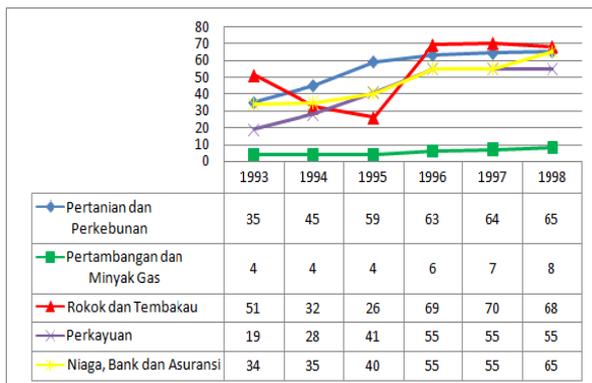
Tahun 1993-1998

Pada awal tahun 1993 Perusahaan Rokok CV. Ulung mengalami krisis penjualan dan penumpukan produksi karena gencarnya persaingan rokok filter seperti Djarum, Gudang Garam, Sampoerna dan usaha rokok baru. Banyak sekali konsumen yang beralih ke rokok sigaret kertas dan rokok filter daripada rokok kretek kelobot.

Memasuki dekade tahun 1990 selain masuknya UU Nomor 23 Tahun 1992 oleh pemerintah pada saat itu dan semakin gencar mengadakan kampanye kesehatan dan memerangi rokok. Untuk mewujudkan derajat kesehatan yang optimal bagi masyarakat tersebut, diselenggarakan berbagai upaya kesehatan dimana salah satu upaya dimaksud adalah pengamanan rokok zat adiktif yang diatur dalam Pasal 44 Undang-undang Nomor 23 Tahun 1992 tentang Kesehatan. Rokok merupakan salah satu zat adiktif yang bila digunakan dapat mengakibatkan bahaya kesehatan bagi individu maupun masyarakat, oleh karena dalam rokok terdapat kurang lebih 4.000 karsinogenik yang dapat mengakibatkan berbagai penyakit antara lain, kanker, penyakit jantung, impotensi, penyakit darah, enfisema, bronchitis dan gangguan kehamilan. Dalam peraturan tersebut dijelaskan beberapa poin dalam setiap pasal, tujuannya: (1) melindungi kesehatan dari bahaya akibat merokok; (2) membudayakan hidup sehat; (3) menekan perokok pemula; (4) melindungi kesehatan perokok pasif.

Hal ini berakibat pada produksi rokok CV. Ulung yang kian menurun. Bersamaan dengan itu, krisis moneter tengah terjadi membuat banyak bahan pangan tidak stabil. Namun hal ini berbeda dengan fakta yang didapatkan

penulis mengenai pertumbuhan jumlah perusahaan tembakau dan rokok sebagai berikut.



Sumber: Olah Data Hasil Penelitian, 2018

Gambar 1. Grafik Perbandingan Jumlah Perusahaan Industri Lokal di Bojonegoro Tahun 1993-1998

Dari tabel di atas dapat disimpulkan bahwa industri di bidang Rokok dan Tembakau mengalami dinamika yang berbeda dari industri yang lainnya. Pada tahun 1993 hingga tahun 1995 industri ini mengalami penurunan. Akan tetapi memasuki tahun 1996 hingga tahun 1998 industri rokok dan tembakau ini justru mengalami peningkatan yang signifikan. Krisis ekonomi dunia yang juga melanda Indonesia pada kisaran tahun 1996 hingga mencapai puncak di tahun 1998 mengakibatkan banyak industri yang mengalami kolaps. Namun tidak sama halnya dengan industri rokok dan kretek. Mereka masih bertahan dan mencoba untuk tetap memenuhi kebutuhan masyarakat. Bahkan pada era ini banyak industri rokok yang berkembang termasuk pula di Bojonegoro. Bojonegoro memiliki potensi besar dalam perindustrian tembakau dan rokok. Di masa inilah perindustrian rokok di Bojonegoro mengalami kegemilangan.

Kegemilangan industri rokok ini juga dirasakan oleh Perusahaan Rokok CV. Ulung. Bahkan ketika ekonomi nasional sedang tidak menentu dan harga kebutuhan pokok sedang naik, Perusahaan Rokok CV. Ulung justru mengalami peningkatan penjualan. Ketika ekonomi mengalami ketidakstabilan, daya beli masyarakat cenderung turun. Jika masyarakat terbiasa memenuhi kebutuhan dengan produk dengan harga yang mahal maka masyarakat akan menurunkan daya belinya dengan mencari produk pengganti dengan harga ekonomis untuk tetap bisa memenuhi kebutuhannya. Perusahaan Rokok CV. Ulung mematok harga yang terbilang murah untuk saat itu. Satu bungkus rokok berisi enam batang dipatok harga hanya Rp. 3.000.

Salah satu faktor lainnya adalah rokok merupakan produk yang menggunakan bahan baku yang dapat disimpan hingga bertahun-tahun. Para pengusaha rokok biasanya membeli bahan baku tembakau untuk jangka penggunaan yang lama hingga hampir lima tahun. Rokok yang diproduksi akan menggunakan tembakau yang disimpan di gudang bertahun-tahun sebelumnya. Gejala harga pada saat krisis ekonomi tidak mempengaruhi harga bahan baku untuk produksi rokok.

Selepas Krisis Moneter tahun 1999 hingga tahun 2001

Perusahaan mengalami penurunan penjualan kembali seiring perbaikan ekonomi dan kenaikan daya beli masyarakat karena tidak kemampuannya bersaing dengan merek rokok besar dan hanya mampu mempertahankan konsumen setia untuk selalu mengadakan proses produksi. Selain itu selepas krisis moneter CV.Ulung mencoba peruntungan dengan memproduksi kretek sigaret kertas Cap Oeloeng namun penjualan tidak dapat melampaui produksi jenis rokok kelobot.

Pemerintah mengeluarkan Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 81 Tahun 1999 tentang Pengamanan Rokok Bagi Kesehatan yang berisi tentang anjuran takaran nikotin dan tar yang dikandung dalam produk rokok. Penjelasan tentang kandungan nikotin dan tar ini wajib disertakan dalam bungkus rokok. Nikotin adalah senyawa kimia organik kelompok alkaloid yang terdiri dari karbon, hidrogen, nitrogen dan oksigen. Zat ini berasal dari tumbuh-tumbuhan salah satunya adalah tembakau. Tar adalah senyawa kimia yang terkumpul dari asap hasil pembakaran tembakau atau rokok. Kadar kandungan nikotin dan tar pada batang rokok yang beredar di wilayah Indonesia tidak boleh melebihi 1,5 mg untuk kandungan nikotin dan 20 mg untuk kandungan tar.

Bersamaan dengan ini gerakan antirokok dan penelitian tentang bahaya rokok semakin merebak. Rokok impor yang kerap disebut rokok putih dinilai memiliki kandungan nikotin dan tar yang rendah. Persaingan dengan perusahaan rokok besar juga dimulai, mereka mencoba memproduksi rokok filter dengan berbagai inovasi dan promosi kandungan nikotin dan tar rendah. Efek yang diberikan pada rokok putih dan filter ini lebih ringan saat dihisap dibandingkan dengan rokok kretek atau rokok tanpa filter. Sehingga masyarakat terdoktrin dengan adanya aturan tersebut, disamping itu tawaran efek yang ringan ini dinilai lebih cocok dan enak.

Kenaikan daya beli dan perubahan ekonomi yang kian baik juga mengakibatkan masyarakat beralih kembali ke rokok putih atau rokok filter walaupun dipatok harga yang jauh lebih mahal dari rokok kretek dan rokok kelobot.

Tahun 2002-2015

Seiring perkembangan zaman tidak dipungkiri bahwa Perusahaan Rokok CV. Ulung terus mengalami penurunan. Tidak seperti pada masa krisis, rokok kelobot semakin berkurang peminatnya. Hanya orang-tertentu seperti orang lanjut usia dan mereka yang pernah mengenal rokok kelobot masih setia membeli. Hal ini disebabkan oleh beberapa hal yakni perubahan selera masyarakat juga adanya kampanye antirokok yang disambut baik oleh WHO maupun pemerintah dalam mengadakan pengendalian terhadap produk hasil tembakau dan rokok. Pemerintah berupaya menggaungkan bahaya kandungan nikotin dan tar dalam rokok bagi kesehatan dengan mengeluarkan beberapa peraturan.

Munculnya kubu antirokok membuat pemerintah mengeluarkan beberapa aturan yang membatasi peredaran produk hasil tembakau. Tembakau dijadikan pesakitan jika merujuk pada capaian ketiga dalam Sustainable

Development Goals (SDG's)¹⁴ yakni menjamin kehidupan yang sehat serta mendorong kesejahteraan hidup untuk seluruh masyarakat disegala umur. Selain hasil SDG's, pemerintah juga mengendalikan peredaran tembakau dalam bentuk rokok guna membangun kesadaran, kemauan dan kemampuan untuk hidup sehat bagi setiap penduduk, agar dapat mewujudkan derajat kesehatan yang optimal dengan membentuk Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 19 tahun 2003 tentang Pengamanan Rokok Bagi Kesehatan.

Selain membuat kebijakan yang mengatur tentang peredaran produk tembakau, pemerintah juga mengeluarkan peraturan mengenai tarif cukai tembakau termasuk rokok sebagai produk hasil tembakau. Sesuai dengan Keputusan Menteri Keuangan Nomor 449/KMK.04/2002, tarif cukai ini dimasukkan kedalam harga penjualan rokok percer atau perbungkus dengan ini tarif rokok dibebankan kepada konsumen. Akibatnya harga jual rokok percer dapat mengalami kenaikan karena ditambah dengan tarif cukai.

Bersambung dengan hal itu pemerintah mengeluarkan Undang-undang Republik Indonesia No. 39 Tahun 2007 mengenai kenaikan tarif cukai terhadap perusahaan rokok sebagai salah satu cara untuk mengendalikan konsumsi rokok. Pada pasal 2 dijelaskan bahwa barang yang dikenai cukai memiliki sifat yang konsumsinya perlu dikendalikan, peredarannya perlu diawasi, pemakaiannya dapat menimbulkan dampak negatif bagi masyarakat atau lingkungan hidup, dan pemakaiannya perlu pembebanan pungutan negara demi keadilan dan keseimbangan. Rokok merupakan salah satu produk jenis barang yang diawasi dan dikenakan cukai selain alkohol dan minuman yang mengandung alkohol.

Setiap tahun tarif cukai yang mengalami kenaikan akhirnya disesuaikan dengan biaya produksi dan tenaga kerja yang berdampak pada harga jual. Perusahaan rokok mencoba berbagai cara untuk mencegah kenaikan harga jual yang melonjak. Perusahaan Rokok CV. Ulung memilih menekan biaya produksi. Satu bungkus rokok dikenakan penarikan sekitar 40% untuk cukai. Jika harga jual satu rokok sebesar Rp. 3.000, sekitar 40% akan disalurkan untuk pembayaran cukai. Perusahaan rokok CV. Ulung menyumbang sebesar Rp. 21 juta pada periode tahun 2015-2016 berdasar jumlah rokok sigaret kretek kertas dan kretek kelobot produksi pertahunnya.

Selain itu hasil olahan tembakau berupa rokok juga diatur ketat oleh pemerintah dalam hal promosi dan kemasan serta cukai. Pengendalian terhadap peredaran produk tembakau berupa rokok ini dengan jelas diatur dalam Peraturan Pemerintah Nomor 109 tahun 2012 Pasal 26 ayat 1 yang berbunyi Pemerintah melakukan pengendalian Iklan Produk Tembakau. Pengendalian Iklan Produk Tembakau sebagai dimaksud pada ayat 1 dilakukan pada media cetak, media penyiaran, media teknologi informasi, dan/atau media luar ruang. Selanjutnya peraturan mengenai izin iklan produk

tembakau tersebut dijelaskan dalam Pasal 27 yakni, (a) mencantumkan peringatan kesehatan dalam bentuk gambar dan tulisan sebesar paling sedikit 10 % (sepuluh persen) dari total durasi iklan dan/atau 15% (lima belas persen) dari total luas iklan; (b) mencantumkan penandaan/tulisan "18+" dalam iklan produk tembakau; (c) tidak memperagakan, menggunakan, dan/atau menampilkan wujud atau bentuk Rokok atau sebutan lain yang dapat diasosiasikan dengan merek produk tembakau; (d) tidak mencantumkan nama produk yang bersangkutan adalah rokok; (e) tidak menggambarkan atau menyarankan bahwa merokok memberikan manfaat bagi kesehatan; (f) tidak menggunakan kata atau kalimat yang menyesatkan; (g) tidak merangsang atau menyarankan orang untuk merokok; (h) tidak menampilkan anak, remaja, dan/atau wanita hamil dalam bentuk gambar dan/atau tulisan; (i) tidak ditujukan terhadap anak, remaja, dan/atau wanita hamil; (j) tidak menggunakan tokoh kartun sebagai model iklan; dan (k) tidak bertentangan dengan norma yang berlaku dalam masyarakat.

Sebuah penelitian yang diadakan Badan Kebijakan Fiskal dan Kementerian Keuangan Republik Indonesia pada tahun 2017 yang disampaikan pada acara The 4th Indonesian Conference on Tobacco or Health (ITCOH)¹⁵ menjelaskan bahwa tren pertumbuhan produksi rokok cenderung fluktuatif sepanjang tahun 2006 hingga 2016. Selama sepuluh tahun itu pertumbuhan produksi rokok mengalami penurunan pada tahun 2009 hingga 2010 dan turun signifikan pada tahun 2013 hingga 2016. Penerapan undang-undang, peraturan pemerintah dan kebijakan Kementerian Keuangan yang mengatur sedemikian rupa pada rokok sebagai produk hasil tembakau rupanya juga berdampak pada berkurangnya jumlah pabrik rokok di Indonesia. Dalam penelitian tersebut juga menjelaskan mulai tahun 2007 hingga 2016 jumlah pabrik rokok terus menurun, dari 4669 pabrik menjadi 728 pabrik. Hal ini menandakan pabrik rokok mengalami banyak tekanan untuk berusaha bertahan memproduksi sesuai dengan peraturan-peraturan yang digalakkan pemerintah.

Tren penurunan jumlah pabrik rokok juga terlihat di Bojonegoro. Menurut data dari Kementerian Perindustrian Republik Indonesia, jumlah perusahaan rokok di Bojonegoro hanya tersisa sepuluh pada tahun 2019.

No	Nama Perusahaan	Alamat
1	PR 369	Jalan Raya Boureno, Bojonegoro
2	PT Alam Indomegah	Jalan Stasiun KA Bojonegoro
3	PT Barokah Angkling Darmo	Jalan Raya Kalitidu, Kecamatan Kalitidu
4	PR Cangkir Kopi	Jalan Raya Kapas, Bojonegoro
5	Dwi Artha Nugraha	Jalan Raya Ngemplak
6	PT Galan Gelora Jaya	Desa Sratujejo,

¹⁴ Suyoto. Perkembangan dan Kesejahteraan Bojonegoro: Padi, Tembakau dan Migas, <https://beritabojonegoro.com/read/16165-perkembangan-kesejahteraan-bojonegoro-padi-tembakau-dan-migas.html>, diakses 16 Juli 2019

¹⁵ BKF. Kebijakan Kenaikan Cukai dan Harga Rokok sebagai Instrumen Pengendali Prevalensi Perokok di Indonesia. http://ictohcscindonesia.com/wpcontent/uploads/2017/05/BKF_Kebijakan-Kenaikan-Cukai-dan-Harga-Rokok-sebagai-Instrumen-Pengendalian-Prevalensi-Perokok-di-Indonesia.pdf, diakses 12 Juli 2021

		Kecamatan Baureno
7	PR Gunung Mandiri	Raya Gang B. Umpil
8	Sidodadi	Desa Cangkan, Kecamatan Kanor
9	Sumber Air	Desa Pajeng, Bojonegoro
10	CV Ulung	Jalan Raya Baureno, Bojonegoro

Sumber : Kementerian Perindustrian Republik Indonesia, 2019

Tabel 1. Perusahaan Rokok di Bojonegoro

Fakta ini menjadi ancaman bagi perusahaan rokok yang masih tersisa. Dengan adanya kebijakan-kebijakan di atas Perusahaan Rokok CV. Ulung melakukan penyesuaian yang kiranya tidak melanggar peraturan dan tidak pula berdampak rugi bagi perusahaan dalam proses produksi, distribusi serta menentukan harga jual. Iklan-iklan yang dilakukan wajib menaati peraturan yang telah dibuat pemerintah. Selain itu perusahaan juga melampirkan stiker himbauan bahaya merokok pada kemasan. Adapun alasan mengapa Perusahaan Rokok CV. Ulung mantap terus memproduksi rokok kelobot Cap Oeloeng salah satunya adalah tarif cukai untuk golongan rokok kelobot relatif paling murah dibandingkan dengan rokok jenis sigaret kertas dan filter.

Salah satu pedagang toko kelontong yang juga menjual rokok Cap Oeloeng, Gunarto, menjelaskan bahwa mulai tahun 2010 hingga saat ini ia hanya ada tiga hingga empat pembeli rokok kelobot perhari dengan pembeli rentang usia lima puluh tahun keatas hingga enam puluh sampai tujuh puluh tahun. Ada juga generasi muda yang membeli dengan rentang usia kisaran tiga puluh tahun. Beberapa pembeli hanya penasaran ingin mencoba citarasa rokok Cap Oeloeng dan tidak untuk dijadikan sebagai rokok tetapnya. Selain itu citarasa rokok kelobot Cap Oeleng berbeda dengan citarasa rokok lain khususnya rokok filter karena bahan tembakau yang digunakan jauh lebih banyak sehingga menyebabkan rokok kelobot cenderung memiliki efek berat dan sesak di dada.

Adapun upaya yang tengah diusahakan oleh pengurus Perusahaan Rokok CV. Ulung adalah tetap memproduksi meskipun peminat sudah sangat sepi, tidak hanya itu perusahaan juga mulai mempersiapkan generasi ke empat untuk melanjutkan generasi berikutnya. Karyawan yang tersisa pada tahun 2015 adalah 360 orang untuk pabrik di Jl. Baureno yang memproduksi rokok kretek kelobot dan 50 orang di pabrik Jl. Sumberejo yang memproduksi sigaret kretek kertas. Jumlah produksi rokok sekitar 30-36 juta batang pertahun.

C. Faktor-faktor Pendukung dan Penghambat Perkembangan Perusahaan Rokok CV. Ulung

a. Faktor Pendukung

Faktor Konsumen

Konsumen memiliki peranan yang sangat besar ketika menentukan pilihan terhadap barang atau jasa dalam tindakan ekonomi. Berikut penjelasan secara terperinci peranan konsumen, yang pertama konsumen sebagai pengguna barang atau jasa dari produsen, kedua

konsumen adalah motivator bagi perusahaan-perusahaan ketiga, seorang konsumen mampu menciptakan efek berantai (*multiplier effect*) agar terciptanya peningkatan penjualan.

Konsumen merupakan orang terakhir yang memakai produk atau jasa yang disediakan. Karena elemen kegiatan perekonomian paling akhir adalah konsumsi. Tingginya tingkatan konsumsi rokok masyarakat Bojonegoro pastinya dipengaruhi oleh beberapa macam faktor dan adanya keputusan dari mereka untuk mengkonsumsi rokok yang didasarkan karena perilaku dalam mencapai sebuah kepuasan dan kenikmatan.

Berdasarkan hal tersebut maka analisis konsumsi pada penelitian ini pembahasannya terbagi menjadi dua yaitu perilaku konsumen dan faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen.

1. Perilaku Konsumen

Menurut Schiffmen dan Kanuk perilaku konsumen adalah proses yang dilakukan oleh mereka dalam menemukan, kemudian membeli, memakai dan terakhir mengevaluasi suatu produk/barang yang mampu memenuhi kebutuhannya.¹⁶ Jadi perilaku konsumen berupa tindakan proses pembelian suatu produk atau barang. Ada dua jenis sifat perilaku konsumen yakni perilaku konsumen yang bersifat rasional dan irasional. Perilaku konsumen rokok Cap Oeloeng hanya memiliki satu sifat saja, yaitu rasional.

Perilaku konsumen rokok Cap Oeloeng yang bersifat rasional cenderung memperhatikan aspek-aspek umum yakni sebagai berikut:

a) Kualitas Produk

Kualitas produk rokok kelobot CV. Ulung dapat dilihat dari berubah tidaknya citarasa rokok tersebut. Seorang konsumen bernama Destri Suratno memberikan pernyataan bahwa selama mengkonsumsi rokok kelobot produksi CV. Ulung rasanya tidak pernah berubah.¹⁷ Beliau sering menemukan bahan tembakau yang cenderung tidak tua juga tidak terlalu muda dan itulah tembakau yang bagus untuk rokok karena mudah menyala jika disulut api.

b) Harga Produk

Harga rokok kelobot yang lebih murah dibandingkan dengan harga rokok filter. Terbukti dengan fakta harga rokok Cap Oeloeng yang sangat murah yakni kisaran Rp 3000.- hingga 3.500.- per bungkusnya dengan isi enam batang. Harga rokok kelobot oeloeng menyesuaikan peminat rokok ini, yakni masyarakat ekonomi ke bawah.

c) Kebutuhan/Manfaat

Konstruksis sosial bagi masyarakat yang mengkonsumsi rokok adalah rasa semangat dan tenang ketika menghisapnya. Tidak terkecuali bagi penikmat rokok Cap Oeloeng, yang menurutnya dapat menghilangkan rasa penat ketika ataupun selesai bekerja, tutur Bu Yatemi konsumen rokok Cap Oeloeng.

Rokok sebagai salah satu produk bisnis yang tetap bertahan dari dulu hingga sekarang, akan tetapi seiring majunya era global, banyak sekali rokok merk baru

¹⁶M. Anang Firmansyah, *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Yogyakarta: Deepublish, 2018. hlm. 15.

¹⁷*Ibid*, Destri Suratno

bermunculan dan menggeser merk – merk lama. Rokok ialah salah satu hasil olahan tumbuhan tembakau dengan atau tidak menggunakan bahan tambahan.¹⁸ Merokok dapat dijelaskan sebagai sebuah kegiatan menghisap asap tembakau yang telah dibakar dalam tubuh dan kemudian menghembuskannya kembali keluar. Orang yang mengkonsumsi rokok disebut dengan *perokok*. Sedangkan definisi perokok menurut WHO untuk saat ini adalah mereka yang merokok rutin setiap hari dalam jangka waktu minimal 6 bulan selama hidupnya.¹⁹ Menurut beberapa ahli perokok didefinisikan dalam dua kategori yang perlu diketahui.

Pertama, perokok pasif atau yang disebut juga *involuntary smoking* adalah istilah yang diberikan kepada orang yang tidak merokok tapi ikut menghirup asap rokok yang dari orang yang merokok di sekitarnya.

Kedua, perokok aktif yaitu orang yang secara langsung melakukan aktivitas merokok. Kebiasaan merokok sudah menjadi kebiasaannya sehari-hari.²⁰

Meskipun kandungan dalam rokok tidak baik bagi kesehatan dan telah mendapat peringatan keras dari pemerintah, merk – merk rokok baru tetap saja hadir di tengah-tengah masyarakat. Tingginya minat perokok Indonesia menjadikannya sebagai negara ke tujuh dunia yang penduduknya mengkonsumsi rokok tertinggi di dunia. Akhirnya dengan fakta tersebut membuat banyak perusahaan rokok tidak mudah untuk mati dan sebisa mungkin akan terus berkembang dan berinovasi agar dapat bertahan dari tingginya persaingan antar perusahaan.

Pengakuan dunia tentang jumlah perokok terbanyak nomor tujuh. Pasti semakin menyadari bahwa tentunya hampir setiap wilayah di Indonesia tidak terkecuali Bojonegoro ikut andil dalam menyumbang masyarakat yang merokok. Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (BPS) sekitar 29,74% warga Bojonegoro kecanduan rokok, fenomena yang mengejutkan lainnya adalah beberapa diantaranya perokok berusia belasan tahun.

No	Usia	Merokok	
		Ya	Tidak
1	20 – 30	4	-
2	30 - 40	4	-
3	40 - 50	4	-
4	50 – 60	4	-
5	60 - 70	4	-
Total		20	0

Sumber: Olah Data Hasil Penelitian, 2019

Tabel 2. Hasil Angket Masyarakat Merokok di Bojonegoro

¹⁸Nurrahmah. Pengaruh Rokok terhadap Kesehatan dan Pembentukan Karakter Manusia. Prosiding Seminar Nasional Universitas Cokroaminoto Palopo. 2014. hlm 77-84.

¹⁹Mortality Attributable to Tobacco: WHO GlobalReport <http://www.who.int/tobacco/publications/surveillance>, diakses 25 Juni 2021 pukul 19.49 WIB

²⁰Inawati, Hakimi, M, Wibowo, T. Passive smoker pregnant mother as risk factor for low birth weight babies. Jurnal Gizi Klinik Indonesia. 2011. hlm 54-59.

Dari fakta tabel angket yang diberikan kepada beberapa masyarakat di Bojonegoro seluruhnya membuktikan bahwa mereka merokok. Maka dapat diambil sebuah garis besar, bahwa rokok sudah seperti kebutuhan wajib bagi beberapa kalangan masyarakat, yang akhirnya mengharuskan perusahaan-perusahaan rokok berinovasi setiap saat agar produk rokok milik mereka selalu mendapatkan hati para penikmat rokok. Tidak terkecuali yang dilakukan perusahaan CV. Ulung yang produk rokoknya tergolong jenis lama yakni rokok kelobot. Walaupun telah menjadi legenda perusahaan rokok di Bojonegoro, CV. Ulung tetap mempertahankan kegiatan dan kebiasaan dari dulu.

2. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen.

Keputusan konsumen dalam melakukan suatu pembelian dipengaruhi oleh beberapa faktor. Menurut Kotler, faktor mempengaruhi keputusan pembelian konsumen antara lain yaitu faktor sosial, faktor kebudayaan, faktor psikologis dan faktor pribadi.²¹

a) Faktor Sosial

Faktor sosial yang mempengaruhi keputusan pembelian rokok kelobot CV. Ulung adalah konstruksi sosial dari masyarakat. Konstruksi sosial muncul karena adanya interaksi dari kelompok kecil yang kemudian menyebar luas dalam kelompok masyarakat. Konstruksi sosial tersebut berupa anggapan bahwa rokok sebagai media untuk bersosialisasi dengan kumpul bersama, saat menghisap rokok dapat memberikan efek nyaman pada perasaan, rokok menciptakan hubungan kerja antar penikmat. Selain itu anggapan bahwa merokok adalah wujud kedewasaan dan tingkatan keren ialah stereotip yang susah sekali dihapus. Akhirnya anggapan seperti itu semakin mendorong masyarakat untuk mengkonsumsi rokok jenis apapun secara rutin.

b) Faktor Kebudayaan

Tidak ada faktor kebudayaan khusus mengenai alasan seseorang mengkonsumsi rokok Cap Oeloeng, namun jika diamati lebih jauh alasan seseorang merokok adalah adanya kepuasan saat menghisap rokok tersebut. Apalagi ketika berada dalam suatu acara berkumpul bersama teman atau komunitas, dengan merokok akan menambah kehangatan ketika berdiskusi. Ditambah lagi dengan pendapat menurut sebagian besar masyarakat jika seseorang menyeduh kopi maka pasangan yang pas adalah dengan sebatang rokok. Maka dengan adanya kebudayaan seperti ini akan semakin banyak masyarakat terutama para pemuda yang penasaran akan sensasi merokok itu sendiri.

c) Faktor Psikologis

Faktor psikologis yang mempengaruhi keputusan seseorang membeli rokok adalah kondisi lingkungan dan teman sebaya yang mempengaruhi motivasi untuk ikut merokok. Seperti yang terjadi pada Ibu Yatemi (76) beliau memutuskan merokok ketika sakit cacar di tahun 1956 dan terjadi hampir satu tahun lamanya, saat itu Bu Yatemi diberi kesempatan meminta apapun, karena lingkungan sekitar banyak masyarakat yang merokok

²¹Kotler dan Keller. *Managemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga, 2011. hlm. 202.

akhirnya Bu Yatemi yang melihatnya merasakan kenikmatan saat melihat para perokok, dengan alasan tersebut bu Yatemi memilih untuk diizinkan merokok dan hingga saat ini masih mengkonsumsi rokok kelobot CV. Ulung.²²

d) Faktor Pribadi

Faktor pribadi juga berpengaruh besar pada keputusan pembelian rokok kelobot Cap Oeloeng, seperti usia dan kepribadian. Rokok memiliki daya pikat luar biasa untuk sebagian kalangan masyarakat yang penasaran untuk mencoba banyak hal dari sesuatu yang dilihatnya, salah satunya adalah merokok. Berawal dari mencoba kemudian menjadi kebiasaan yang tidak pernah mampu ditinggalkan sampai dewasa. Bapak Destri Suranto (57) mengatakan bahwa ia sudah merokok selama 34 tahun, yakni ketika masih duduk di bangku Sekolah Menengah Pertama, bermula saat ayahnya menyuruh memintakan rokok yang sering dikonsumsi kepada sang paman.²³ Sejak saat itu Bapak Destri Suranto mulai menyukai rokok dan setelah mencoba banyak merk rokok, beliau memutuskan untuk terus mengkonsumsi rokok Cap Oeloeng. Maka kepribadian sangat berpengaruh besar dalam keinginan seseorang untuk merokok.

No	Usia	Jenis Rokok		
		Kretek	Filter	Putihan
1	20 – 30	-	4	-
2	30 - 40	-	4	-
3	40 - 50	2	2	-
4	50 – 60	2	2	-
5	60 - 70	4	-	-
Total		8	12	-

Sumber: Olah Data Hasil Penelitian, 2019

Tabel 3. Data Jenis Rokok Yang Dikonsumsi Menurut Usia

Dari data tersebut semakin memperjelas bahwa produksi dan proses distribusi rokok Cap Oeloeng kepada konsumen hanya menyesuaikan dengan minat masyarakat. Sebagian besar masyarakat yang membeli rokok kelobot adalah para orang tua yang menyukai citarasa khas rokok kelobot Cap Oeloeng. Beberapa konsumen tetap dari luar kota seperti di kabupaten Tuban hanya pada wilayah bagian pesisir, dengan konsumennya adalah para nelayan yang menyukai rokok produksi CV. Ulung, para nelayan memiliki alasan mengapa menyukai produk rokok kelobot Cap Oeloeng dikarenakan memiliki rasa berat sehingga ada kecocokan sebagai pelengkap stamina disaat bekerja. Sedangkan, di kabupaten Lamongan dipasarkan ke daerah Sendang dhuwur, masyarakat dataran tinggi cenderung lebih senang dengan rokok kretek dibandingkan rokok filter karena cocok dengan suhu lingkungan di sana.

Faktor Produksi

Dalam menjalankan sebuah kegiatan ekonomi, kegiatan produksi merupakan salah satu elemen inti dari tiga macam kegiatan pokok ekonomi yaitu produksi, distribusi, dan konsumsi. Menurut Iswardono, dalam buku karangannya menuliskan bahwa teori produksi merupakan sebuah teori perilaku konsumen atas pemilihan berbagai alternatif yang telah disediakan.¹³ Hal ini menyangkut hubungan keputusan yang akan diambil seorang produsen ketika menentukan pilihan atas alternatif tersebut. Seorang produsen akan selalu mencoba memaksimalkan produksi yang akan dicapai, contohnya ketika terkendala ongkos tertentu maka akan dicari alternatif lain supaya dihasilkan keuntungan yang lebih maksimum.

Selama memproduksi rokok kelobot puluhan tahun, inovasi pada produk sangat berpengaruh dan diperlukan, namun mempertahankan kualitas awal juga tidak kalah penting dilakukan oleh sebuah perusahaan. Sama halnya dengan yang dilakukan oleh Perusahaan Rokok CV. Ulung, pihak perusahaan tetap mempertahankan teknik tradisional yakni melalui keterampilan tangan dan hingga saat ini pihak perusahaan tidak menggunakan sistem Sigaret Kretek Mesin. Sigaret merupakan hasil tembakau yang pembuatannya dari tembakau yang dirajang kemudian dibalut dengan kertas melalui cara dilinting untuk dipakai, tanpa melihat bahan penggantinya atau bahan pendukung lain dalam proses pembuatan. Sigaret terbagi menjadi dua jenis yakni Sigaret Kretek Mesin dan Sigaret Kretek Tangan.

Sigaret Kretek Mesin (SKM) ialah sigaret yang proses pembuatannya dicampur dengan bahan cengkih baik itu asli maupun tiruan tanpa perlu memperhatikan jumlah pada pembuatan mulai dari pelintingan, pemasangan filter, pengemasan dalam kemasan bagi penjualan eceran, hingga pelekatan pita cukai, seluruh atau sebagian menggunakan mesin.

Sigaret Kretek Tangan (SKT) merupakan sigaret pada proses pembuatannya dicampur dengan cengkih baik asli maupun tiruan tanpa perlu memperhatikan jumlah dalam proses pembuatannya. Dari proses pelintingan, pemasangan filter, pengemasan kemasan bagi penjualan eceran, hingga pada pelekatan pita cukai, tanpa menggunakan mesin.¹⁴ Jadi pada CV. Ulung semua proses pembuatan rokok kelobot dilakukan secara manual dengan tangan dan melalui empat tahapan:

1. Proses Pengolahan Tembakau

Pertama, tembakau dan cengkih yang baru saja dibeli harus ditimbun dahulu di gudang selama kurang lebih dua hingga tiga tahun. Tembakau yang dibeli ini sudah melalui proses perajangan dan penjemuran tahap pertama pada petani. Penimbunan tembakau dan cengkih selama dua hingga tiga tahun tersebut merupakan waktu ideal pada proses penimbunan tembakau.

Kedua, pemilihan tembakau dikelompokkan sesuai gradanya kemudian dilakukan penggilingan kembali untuk memperhalus hasil dan dipisahkan dari tangkai serta tulang daunnya kemudian baru siap untuk diolah.

Ketiga, pencampuran beberapa jenis grade tembakau sesuai resep perusahaan.

²²Wawancara dengan Yatemi, tanggal 7 Januari 2019 di Kecamatan Sumberrejo, Bojonegoro.

²³Wawancara dengan Destri Suratno, tanggal 5 Januari 2019 di Kecamatan Sumberrejo, Bojonegoro.

Keempat, hasil pencampuran tembakau tersebut baru dicampur dengan cengkeh dan saus sebagai penambah rasa difermentasi selama 3 hari.

Kelima, racikan tembakau siap pakai akan langsung terjun pada proses pelinting.

2. Proses Pelinting

Tahap pertama adalah pemotongan klobot, terdiri dari dua tahapan yakni kelobot dipilih yang terbaik: tipis, keras dan kering. Kemudian kelobot dipotong dan dibentuk untuk memudahkan pelinting.

Tahap kedua, pemotongan kain untuk benang pengikat rokok, menggunakan kain merah berukuran 1 meter dipotong menjadi beberapa bagian dengan ukuran lima cm. Kemudian, benang pada kain tersebut dicabut satu persatu untuk pengikat rokok.

Tahap ketiga adalah pelinting yang mana racikan tembakau dijumpit lalu diletakkan di atas kelobot dan digiling. Melintangnya membentuk corong atau kerucut dengan bagian yang lebar memiliki diameter centimeter. Cara menggiling masih manual hanya menggunakan keterampilan tangan. Untuk berlatih melinting bagi karyawan baru bisa membutuhkan waktu tiga bulan, karena sulit dan harus dilakukan dengan cepat dan membutuhkan kerapian. Setelah itu diikat dengan benang merah disetiap ujungnya. Ujung rokok yang belum rapi digunting. Rokok yang sudah dilinting rapi disatukan dan diikat setiap sepuluh batang.

3. Penjemuran /pengovenan

Rokok dijemur selama satu hari di bawah terik matahari pada siang hari dan dioven pada malam hari. Apabila hujan maka harus perlu dioven saja selama satu hari penuh. Proses ini berguna agar rokok kering dan mudah dibakar. Selanjutnya rokok akan dioven dengan cara rokok diletakkan di dalam nampan lalu diletakkan di atas rak oven yang di bawahnya terdapat arang yang sudah dibakar dengan api menyala, ruangan ditutup.

4. Pengepakan

Proses pengepakan terbagi menjadi dua kegiatan. Pertama rokok dibungkus dalam kertas cokelat polos untuk melindungi dan menjaga kualitas aroma dan rasa. Kemudian untuk tahapan final rokok yang di bungkus kertas cokelat dimasukkan kedalam kertas logo yang tertera nama perusahaan dan siap didistribusikan.



Sumber: Dokumen Pribadi, 2019

Gambar 3. Proses Pembuatan Rokok Kelobot dengan Tangan

Perusahaan Rokok CV. Ulung memproduksi dua jenis rokok yang memiliki perbedaan dalam bahan baku dan

produksi antara Sigaret Kretek Kertas dengan Kretek Kelobot tentunya beda rasa beda beda pula karakter.

Berikut ini perbedaan bahan-bahan dua jenis rokok Perusahaan Rokok CV. Ulung tersebut.

1. Bahan baku Tembakau

- Sigaret kretek kertas menggunakan tembakau Virginia ditambah dengan tembakau Jawa sedikit dan rasa lebih ringan.
- Kretek kelobot menggunakan tembakau Jawa diambil dari Rengel, Temayang, Kedu, Magelang. Rasa gurih dan lebih berat.

2. Bahan pencampur

- Untuk pencampur tembakau menggunakan minimal tujuh sampai sepuluh jenis tembakau dari berbagai grade disemprot dengan suatu bahan dasar sebagai pengawet dan penguat rasa
- Untuk pencampur cengkeh menggunakan cengkeh lokal dari Banyuwangi, Dampit, Sulawesi dan impor dari Zanzibar.

3. Saus/flavor

Aroma dan rasa dari berbagai bahan buah, seperti pisang, sawo, mint dan melati. Dalam pencampuran sigaret kretek kertas menggunakan banyak bahan kimia sedangkan kretek kelobot benar-benar natural. Kertas untuk pembungkus kretek sigaret juga menggunakan pengawet supaya tahan lama.

Faktor Distribusi

Distribusi adalah elemen terpenting kedua dalam kegiatan ekonomi, distribusi bertujuan sebagai penyaluran hasil produksi dari produsen menuju konsumen. Maka dapat diambil garis besar jika distribusi ialah pemegang kendali atas tersedianya pemerataan di setiap wilayah.

Makna distribusi sendiri adalah kegiatan penyaluran hasil produksi berupa barang maupun jasa dari produsen kepada konsumen dalam terpenuhinya kebutuhan manusia. Distribusi memiliki tujuan sebagai wujud memastikan keberlangsungan kegiatan produksi dan kepastian bahwa produk telah diterima.

Menurut Tjiptono distribusi ialah serangkaian partisipan organisasional yang melakukan fungsi-fungsi yang dibutuhkan dalam menyampaikan produk atau jasa dari penjual ke pembeli akhir.²⁴ Menurut Daryanto distribusi adalah suatu perangkat organisasi yang saling bergantung dalam penyediaan suatu produk agar dapat digunakan atau dikonsumsi oleh konsumen atau penggunaannya.²⁵

Distribusi terbagi menjadi dua jenis distribusi langsung merupakan kegiatan distribusi yang langsung dilakukan pada masyarakat (konsumen) oleh produsen tanpa melalui perantara. Selanjutnya adalah distribusi tidak langsung, yang penyaluran produk kepada konsumen melalui perantara. Ada beberapa faktor yang mempengaruhi pemilihan distribusi.

²⁴Fandy Tjiptono. 2014. *Pemasaran Jasa – Prinsip Penerapan dan Penelitian*. Yogyakarta: Andi Offset., hlm 295.

²⁵Daryanto. 2011. *Manajemen Pemasaran: Sari Kuliah*. Bandung: Satu Nusa hal 63.

Pertama, faktor pasar yang dipengaruhi pada pola pembelian konsumen, jumlah konsumen, geografis suatu tempat, banyaknya pesanan dan kebiasaan dalam proses pembelian.

Kedua, faktor barang yakni pertimbangan segi barang yang bersangkutan paut dengan nilai per unit serta berat barang.

Ketiga, faktor perusahaan yaitu pertimbangan pada sumber dana atau pendanaan yang diperlukan.

Keempat, faktor kebiasaan seperti sikap terhadap kebijaksanaan produsen.²⁶

Adapun distribusi yang diterapkan oleh perusahaan rokok CV. Ulung adalah distribusi tidak langsung dengan melihat kondisi yang ada, bagi para pedagang di daerah Sumberrejo akan mengambil sendiri ke pabrik untuk stok. Bapak Ahmad Abdullah menjelaskan, jika proses distribusi rokok kelobot CV. Ulung ke toko – toko kelontong setiap tahunnya didasarkan pada minat konsumen. Karena sasaran pembeli saat ini hanya kepada orang lanjut usia yang cenderung menyukai citarasa dari rokok kelobot produksi CV. Ulung dan pada masyarakat pedesaan. Distribusi tersebar ke berbagai kabupaten, seperti Bojonegoro (merata ke seluruh kecamatan namun pendistribusian terbanyak di daerah Bojonegoro bagian timur dan pedesaan), Tuban (Kecamatan Widang, Soko, Rengel), Lamongan (Kecamatan Babat, Sukodadi, Sugiyo, Ngimbang), Jombang, Nganjuk dan Cepu.

Untuk wilayah terdekat rokok kelobot didistribusikan ke toko atau warung yang sering menjadi tempat berkumpulnya masyarakat itupun tidak semua warung ataupun toko. Menurut salah satu pemilik warung yang menjual rokok Cap Oeloeng, Gunarto, sebelum tahun 1990an beliau mampu menjual rokok Cap Oeloeng sebanyak tiga bal, kemudian memasuki awal tahun 2000an masih mampu menjual 1 bal meskipun sudah cukup susah dan memasuki tahun 2010 keatas telah mengalami penurunan yang signifikan, beliau mengatakan hanya dapat menjual satu slop dalam waktu lima hari dengan pembeli tiga sampai empat orang dalam satu hari. Dari dua jenis rokok yang dijual, rokok kelobotlah yang lebih laris dibanding rokok kretek.

b. Faktor Penghambat

Faktor Persaingan Industri

Banyaknya perusahaan rokok yang muncul menjadi perang terbuka bagi para produsen rokok untuk bisa memikat konsumen. Alhasil, banyak muncul terobosan-terobosan variasi rokok dan kretek yang menyesuaikan kebutuhan dan kesehatan masyarakat. Diantaranya muncul inovasi rokok putih yang dibungkus kertas dan menggunakan filter. Selain itu juga muncul rokok yang rendah tar dan nikotin. Banyaknya merk baru yang bermunculan, juga menggeser keberadaan merk-merk rokok lama. Selain itu, perusahaan lokal juga harus bersaing dengan perusahaan raksasa di pasar terbuka.

Beberapa perusahaan rokok lokal sesuai berjalannya waktu banyak yang gulung tikar. Industri rokok skala besar bahkan juga membuka pengolahan produksi di daerah yang dianggap memiliki banyak peminat. Kondisi

tersebut semakin membuat perusahaan rokok lokal terjepit. Sesuai dengan data dari Kementerian Perindustrian Republik Indonesia, hingga 2019 jumlah perusahaan rokok lokal di Bojonegoro ada sebanyak sepuluh perusahaan. Perusahaan rokok lokal yang bertahan biasanya sudah memiliki pasar tersendiri. Jumlah produksinya pun hanya memenuhi kebutuhan konsumennya.

Huballah, Direktur Utama Perusahaan Rokok CV Ulung, mengatakan, sekitar tahun 1998 dampak adanya kampanye anti rokok justru banyak dirasakan setelah Indonesia sembuh dari krisis moneter. Pada dasarnya rokok sudah dianggap racun bagi kesehatan masyarakat. Rokok kretek banyak diperangi karena dianggap tidak memenuhi standar kesehatan. Kadar nikotin dan tar dalam rokok kretek lebih tinggi jika dibanding dengan rokok filter. “Rokok kami sudah kalah bersaing dengan rokok filter. Penjualan tidak sebaik dahulu, oleh karenanya kami berusaha mempertahankan ciri khas rokok kelobot dan kretek kami,” katanya.

Faktor Aturan yang Kontra Terhadap Industri Rokok

Selain harus bersaing dengan perusahaan besar, perusahaan rokok skala kecil juga terkendala oleh sejumlah aturan yang membuat tingkat produksi, maupun pemasaran produknya terbatas. Hubungan pemerintah dengan pelaku industri tembakau dan rokok sejak dulu kurang harmonis. Keduanya memiliki hubungan seperti dua sisi mata uang yang berbeda. Sisi lain pemerintah mendapat penghasilan yang cukup besar dari industri tembakau dan rokok, sedangkan sisi lain rokok dinilai mengganggu kesehatan. Sehingga tidak jarang pemerintah menerbitkan peraturan yang kurang menguntungkan bagi pelaku industri rokok.

Diantara aturan yang erat kaitannya dengan pembatasan ruang gerak bagi perusahaan rokok adalah pencapaian derajat kesehatan yang optimal bagi seluruh Warga Negara Indonesia yang tertuang dalam Pasal 44 Undang-undang Nomor 23 Tahun 1992 tentang Kesehatan. Aturan tersebut juga dipertegas dengan Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 19 tahun 2003 tentang Pengamanan Rokok Bagi Kesehatan. Bahwa disebutkan rokok merupakan salah satu zat adiktif yang bila digunakan dapat mengakibatkan bahaya kesehatan bagi individu maupun masyarakat..

Pasang surut perusahaan rokok juga terpengaruh dengan aturan yang dibuat oleh pemerintah mengenai tembakau, pembatasan produksi, serta naik turunnya harga pita cukai. Dalam sistem cukai di Indonesia diatur dalam Undang-undang Nomor 11 tahun 1995 tentang Cukai yang kemudian mengalami perubahan pada Undang-undang No. 39 Tahun 2007. Sesuai dengan aturan tersebut, tiga jenis barang yang dikenakan cukai yaitu hasil tembakau (HT), etil alcohol (EA), dan minuman mengandung etil alcohol (MMEA). Perhitungan pengenaan cukai setiap jenis barang tersebut berbeda. Jenis hasil tembakau terdiri dari sigaret kretek mesin (SKM), sigaret putih mesin (SPM), sigaret kretek tangan (SKT), sigaret klembak menyan (KLM), Klobot (KLB),

²⁶Situs kementerian pendidikan dan kebudayaan Republik Indonesia

sigaret putih tangan (SPT), tembakau iris (TIS), Cerutu (CRT), dan hasil pengolahan tembakau lainnya (HPTL).

Melalui Keputusan Menteri Keuangan Nomor 449/KMK.04/2002 pemerintah mengatur penarikan cukai sesuai dengan harga jual eceran (HJE). Harga jual eceran (HJE) adalah instrumen yang paling sering digunakan, alasan tersebut bahwa cukai merupakan pajak yang tidak langsung, dengan demikian setiap ada kenaikan HJE maka beban cukai menjadi beban konsumen. Penetapan tarif dan HJE didasarkan pada jenis hasil tembakau dan strata golongan pabrik. Wacana yang timbul dalam penetapan kebijakan cukai hasil tembakau adalah perubahan sistem tarif spesifik yakni salah satu prinsip pengenaan pajak. Secara umum tarif spesifik sangat sederhana dan pemerintah tidak lagi mencampuri pasar dengan penetapan HJE.²⁷

Selain itu, hasil olahan tembakau berupa rokok juga diatur ketat oleh pemerintah dalam hal promosi dan kemasan serta cukai. Pengendalian terhadap peredaran produk tembakau berupa rokok ini dengan jelas diatur dalam Peraturan Pemerintah Nomor 109 tahun 2012 Pasal 26 ayat (1) yang berbunyi Pemerintah melakukan pengendalian Iklan Produk Tembakau.

Peraturan-peraturan yang dibuat pemerintah tersebut membuat perusahaan rokok mengalami banyak tekanan untuk berusaha bertahan memproduksi sesuai dengan peraturan-peraturan yang digalakkan pemerintah. Tak ayal bila aturan tersebut bisa menjadi ancaman besar bagi perusahaan rokok skala kecil yang berada di daerah. Semakin bertambah tahun jumlah pabrik dan perusahaan rokok semakin berkurang. Ketidakkampuan perusahaan dalam memainkan strategi untuk menyesuaikan dengan aturan tersebut dapat menyebabkan perusahaan itu akhirnya mati.

D. Strategi dan Upaya Bertahan Perusahaan Rokok CV.Ulung

Dalam dunia perdagangan setiap hari akan banyak tren baru bermunculan dan menyebabkan daya saing semakin besar. Sehingga mengharuskan para pemilik, pegawai suatu perusahaan berinovasi setiap harinya, agar produk yang mereka miliki tidak mudah dilupakan, tanpa perlu merubah ciri khas produk yang dimiliki ada banyak cara agar dapat bertahan di dunia bisnis termasuk Perusahaan Rokok CV. Ulung pasti memiliki triknya tersendiri untuk tetap mampu bertahan dalam dunia bisnis rokok, berikut beberapa hal yang selalu diterapkan oleh para pengurus dan karyawan Perusahaan Rokok CV. Ulung.

Awal tahun 1990 adalah awal mula perusahaan rokok CV. Ulung menghadapi masalah cukup pelik setelah masa keemasannya, ada dua masalah yang dapat digaribawahi yakni yang berasal dari luar perusahaan hingga dalam perusahaan yang wajar sekali terjadi dalam sebuah hubungan bisnis.

a. Permasalahan Internal

Permasalahan ini berkenaan dengan sesama pengurus. Sebagai perusahaan keluarga tentunya memiliki kesulitan

tersendiri dalam usahanya mempertahankan perusahaan yang telah dirintis dari puluhan tahun yang lalu. Berbagai upaya dilakukan untuk terus bertahan sekaligus tetap menjaga keharmonisan keluarga. Adapun kesulitan yang sering dihadapi adalah banyaknya ide-ide yang berbeda antar keluarga. Padahal tujuan dari mereka sama, yakni cara untuk mempertahankan perusahaan. Pemimpin dalam perusahaan dituntut mampu merangkul semua pihak agar tidak ada satu orangpun yang merasa dibedakan dalam perusahaan keluarga tersebut.²⁸

Dengan sikap yang dimiliki pimpinan dan para pengurus perusahaan kekompakan keluarga patut diapresiasi, karena tidak banyak perusahaan keluarga yang mampu bertahan sampai pada generasi ketiga. Menerapkan sikap saling pengertian dan tidak boleh iri dengan jabatan saudara yang lebih tinggi adalah kunci utama Perusahaan Rokok CV. Ulung sebagai perusahaan keluarga yang mampu bertahan hingga sejauh ini. Tidak hanya itu sikap profesional wajib juga diterapkan oleh setiap pengurus karena masing-masing memegang peranannya sendiri. Bapak Ahmad Hubalah menjelaskan, bahwa apapun masalahnya yang mereka hadapi ternyata selalu bermuara pada kesolidan karyawan keluarga. Hal tersebut sangat penting sekali karena jika tidak satu tujuan lagi maka penguatan perusahaan bisa melemah termasuk karyawan-karyawan diluar keluarga. Karyawan keluarga memiliki peran penting untuk bisa memotivasi para karyawan lainnya dalam bekerja.²⁹

Ada beberapa hal yang dilakukan untuk mengatasi permasalahan internal tersebut.

Pertama, setiap akhir tahun para pengurus dari direktur hingga penaruh saham mengadakan rapat besar, untuk mengevaluasi hasil penjualan dan ketenagakerjaan selama satu tahun;

Kedua, dalam rapat tersebut, setiap pengurus diwajibkan memberikan saran untuk perusahaan maupun produk rokok Cap Oeloeng sehingga tahu mana yang harus diperbaiki agar menjadi lebih baik lagi dalam proses produksi;

Ketiga, sebagai perusahaan yang dikelola oleh keluarga besar dan seluruh karyawan inti yang merupakan sanak keluarga sendiri, profesionalitas harus tetap menjadi prioritas.

Keempat, selalu menjaga loyalitas konsumen dengan cara menampung keluhan para konsumen mengenai adanya perubahan rasa dan lain-lain, serta selalu mengutamakan laporan dari supervisor dan melakukan pendekatan personal dan informal.

Kelima, pengadaan bimbingan pelatihan bagi tenaga kerja, pengadaan tunjangan kesehatan dengan Jamsostek, santunan kematian, pengadaan pengajian bulanan bagi tenaga kerja dan menjaga hubungan dengan tenaga kerja.

b. Permasalahan Eksternal

Permasalahan ini terjadi di luar kepengurusan yakni berhubungan dengan perkembangan zaman, rokok kelobot produksi CV. Ulung sempat mengalami masa kejayaan di tahun 1970-an. Saat itu rokok kelobot dan

²⁷ Muchsin Hidayat. *Pertembakauan di Indonesia*. Malang : Altpustaka, 2013. hlm 67.

²⁸ *Ibid*, Ahmad Hubalah

²⁹ *Ibid*. hlm 18.

sigaret kretek kretas sangat diminati oleh masyarakat. Perusahaan berkembang pesat dan membuka cabang di Lamongan serta Nganjuk. Pemasaran bisa mencapai luar pulau dan provinsi Lampung adalah salah satunya dan seiring perkembangan zaman selepas tahun 2000 perusahaan rokok CV. Ulung harus lebih legowo dengan penurunan peminat rokok produksi mereka karena banyak yang beralih pada rokok filter.

Adapun beberapa hal yang dilakukan untuk mengatasi permasalahan eksternal ini, terutama menjaga keberlanjutan kualitas produk hingga menjalin hubungan dengan komunitas dan lembaga.

1. Mempertahankan kualitas rasa dan produk

Dalam memasok tembakau dapat melalui dua cara, mitra dengan petani (Kanor, Rengel Tuban, Balen, Temayang, Bubulan) dan membeli bebas atau tidak terikat dengan petani dan pedagang tembakau. Meskipun kelemahan menggunakan bahan kelobot adalah daya airnya banyak sehingga dapat menimbulkan rokok yang tidak bisa menyala atau api mati tiba-tiba. Perusahaan akan tetap mencari jalan keluarnya untuk api yang lebih tahan lama. Kemudian kelobot tidak menggunakan pengawet kimia selama proses pengeringan, agar tidak mudah basi dan hancur. Campuran rasa dari racikan tembakau, cengkeh dan saus yang selalu dijaga komposisinya. Lalu kertas pembungkus dan lem dapat mempengaruhi seberapa tahan lama produk, jadi harus segera didistribusikan dan dihabiskan di pasaran agar menghindari penumpukan dan perubahan rasa.

Jika rasa berubah maka produksi akan dihentikan untuk penyesuaian rasa. Kretek kelobot cenderung memiliki rasa yang berat, terkadang bisa terlalu berat sehingga harus dilakukan penyesuaian untuk meringankan rasa. Selanjutnya melakukan pemilahan tembakau secara berkala berdasarkan kualitas dan grade. Bahan terjelek atau yang tidak digunakan lagi akan dipasok ke pabrik lain yang lebih membutuhkan.

2. Memfokuskan pemasaran

Sejauh ini pemasaran terbesar lebih mengedepankan jenis rokok kretek kelobot karena masih lebih diminati masyarakat dari pada sigaret kretek kertasnya. Masih bersaing dengan produksi perusahaan rokok lain yang sama-sama mengeluarkan kretek kelobot karena sebagian besar sudah mulai menurun produksinya seperti kretek kelobot keluaran Gudang Garam Kediri, Sukun dari Kudus, Kerbau dari Solo dan Bokor Mas dari Mojokerto. Pesaing lain yang masih bertahan adalah Cangkir Gading dari Nganjuk.

3. Mengandalkan komunikasi dan loyalitas

Permintaan yang sering dilayani juga adalah dari Komunitas Kretek Indonesia karena rokok kelobot Cap Oeloeng tergolong salah satu rokok legendaris. Pesanan dilakukan secara online yang dapat merambah ke Yogyakarta dan dikoleksi Museum Kretek serta diperjualbelikan. Kemudian pesanan online juga datang dari daerah Depok, Jakarta hingga Lampung yang sering langsung meminta satu bal untuk pesanan pribadi.

4. Bergabung dengan GAPPRI

Gabungan Perserikatan Perusahaan Rokok Indonesia dan APINDO (Asosiasi Pengusaha Indonesia) yang berpusat

di Jawa Timur. Lembaga ini memiliki koordinator di setiap kota dan mengadakan komunikasi antar perusahaan untuk membahas permasalahan umum seperti bagaimana menyikapi kebijakan-kebijakan baru dari pemerintah.

E. Dampak Perusahaan Rokok CV. Ulung Bojonegoro di Bidang Sosial dan Ekonomi

a. Dampak di Bidang Sosial

Dengan adanya perusahaan rokok CV. Ulung telah menyerap tenaga kerja yang banyak berasal dari masyarakat sekitar pabrik. Sebagian besar adalah kaum perempuan yang memiliki waktu luang banyak selain mengurus rumah tangga dan pertanian. Pekerjaan di Perusahaan Rokok CV. Ulung mayoritas diisi oleh karyawan bagian produksi. Penyerapan tenaga ini juga berdampak baik untuk mengentaskan pengangguran. Biasanya karyawan yang sudah bekerja akan mengajak saudara dan tetangga untuk sama-sama bekerja di perusahaan rokok CV. Ulung.

b. Dampak di Bidang Ekonomi

Sedangkan untuk dampak di bidang ekonomi, perusahaan CV. Ulung memberikan kontribusinya melalui Dana Bagi Hasil Cukai yang menyumbang Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kabupaten Bojonegoro. Penerapan cukai terhadap rokok di golongkan berdasarkan pada besar kecilnya produksi perusahaan. Golongan perusahaan ini terdiri dari tiga jenis yakni skala besar, skala kecil, sangat kecil.

Dana Bagi Hasil Cukai di Bojonegoro sebesar Rp. 40 miliar pertahun diperoleh dari perusahaan besar yang pabriknya berada di Bojonegoro hingga perusahaan kecil setempat. Setiap tahun perusahaan rokok diminta untuk mengaudit hasil cukai yang akan disetorkan perusahaan ke Bea Cukai yakni di bulan Oktober dan November bersamaan dengan rapat besar perusahaan-perusahaan rokok Bojonegoro dengan Bea Cukai dan Dinas Perindustrian dan Tenaga Kerja.

Penarikan cukai dikenakan berdasar harga satu pack atau bungkus rokok. Penarikan cukai mengalami kenaikan tiap tahun disesuaikan dengan biaya produksi dan tenaga kerja yang berdampak pada harga jual. Satu bungkus dikenakan penarikan sekitar 40% untuk cukai. Jika harga jual satu rokok sebesar Rp. 3.000, sekitar 40% akan disalurkan untuk Bea Cukai. Perusahaan rokok CV. Ulung menyumbang sebesar Rp. 21 juta pada periode tahun 2015-2016 berdasar jumlah rokok sigaret kretek kertas dan kretek kelobot produksi pertahunnya.

Dampak ekonomi lainnya adalah bertumbuhnya kemitraan dengan berbagai pihak untuk mendukung proses produksi. Seperti adanya pemasok tembakau dan kelobot dari Kelobot yang digunakan sebagai pembungkus tembakau disuplai dari kabupaten Nganjuk. Dalam satu tahun, perusahaan dapat menyuplai 200 karung dan setiap karungnya berisi 750 lembar kelobot.

Sedangkan untuk tembakau perusahaan hanya akan memilih kemudian mencampur tembakau terbaik dari para tengkulak karena tidak semua wilayah tembakaunya memiliki kualitas bagus. Jika demikian perusahaan akan mengambil tembakau dari wilayah lain agar kualitas

rokok dan cita rasa rokok produksi CV. Ulung tetap sama. Perbedaan tembakau tersebut dipengaruhi kondisi cuaca yang tidak menentu dan berbeda – beda. Saat ini perusahaan CV. Ulung hanya menerima pasokan tembakau dari kabupaten Bojonegoro, Tuban, Jombang dan terakhir Karangpilang. Walaupun demikian, proses pernyotiran tembakau terbaik terus dilakukan oleh pihak perusahaan agar kualitas tidak pernah berubah.

PENUTUP

Perusahaan rokok CV. Ulung dirintis pada tahun 1946 oleh HM. Sahlan, berawal sebagai pedagang tembakau di Bojonegoro yang memiliki inisiatif untuk membuat racikan rokok kelobot dari sisa-sisa tembakaunya hingga dapat mendirikan pabrik. Selama lebih dari setengah abad, perusahaan rokok CV. Ulung di Kabupaten Bojonegoro mampu bertahan dan memenuhi kebutuhan rokok kepada para konsumennya. Dalam rentang waktu tersebut perusahaan rokok CV. Ulung mengalami pertumbuhan dan hambatan.

Memasuki tahun 1993 hingga 2015, Perusahaan Rokok CV. Ulung mulai menghadapi permasalahan. Seiring dengan maraknya merek rokok baru, pemerintah mulai menggaungkan kampanye kesehatan bersamaan dengan misi WHO. Rokok masuk ke dalam salah satu golongan barang yang diawasi dan diatur peredarannya karena mengandung zat yang bersifat adiktif atau memunculkan candu bagi konsumennya. Beberapa peraturan pemerintah dikeluarkan untuk mengatur konsumsi masyarakat terhadap rokok, disamping itu telah terjadi pula pergeseran selera rokok pada masyarakat. Perusahaan rokok besar mengadakan terobosan dengan menawarkan rokok-rokok rendah nikotin dan tar yang lebih aman bagi kesehatan dan diminati. Sedangkan perusahaan rokok CV. Ulung yang tergolong perusahaan lokal berusaha semaksimal mungkin mempertahankan kekhasan produknya pada rokok kelobot Cap Oeloeng.

Generasi ketiga yang dipimpin Bapak Ahmad Hubalah bertanggungjawab untuk menghadapi permasalahan tersebut. Tidak mudah bagi perusahaan rokok CV. Ulung agar tetap bertahan. Berbagai upaya untuk mempertahankan keberlangsungan perusahaan dilakukan, mulai dari kebijakan manajemen, mengubah strategi promosi, menyesuaikan dengan peraturan yang berlaku, menjaga kualitas rasa, menjaga loyalitas pada pelanggan, hingga menjawab segala keluhan konsumen.

Strategi yang diterapkan memang tidak fantastis, namun cara tersebut cukup efektif untuk menjaga perusahaan tetap bertahan yakni menjaga konsumen setianya membutuhkan rokok Cap Oeloeng. Oleh karena itu perusahaan rokok CV. Ulung memilih fokus menjaga kualitas bahan, kekhasan rasa dan produknya. Tidak heran bila produk rokok Cap Oeloeng dari perusahaan rokok CV. Ulung dikenal sebagai salah satu rokok kelobot legenda. Dengan demikian bentuk konsistensi tersebut menjadi salah satu kunci bertahannya rokok Cap Oeloeng di tengah banyaknya rokok merk baru yang bermunculan di zaman sekarang. Rokok Cap Oeloeng akan selalu berhasil menemukan penikmatnya.

DAFTAR PUSTAKA

A. Arsip/ Dokumen/UU

- Arsip Dinas Perhutanan dan Perkebunan Bojonegoro tahun 1993.
- Badan Pusat Statistika (BPS) Kab.Bojonegoro. Bojonegoro dalam Angka 1993.
- Badan Pusat Statistika (BPS) Kab.Bojonegoro. Bojonegoro dalam Angka 1997.
- Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 28 Tahun 1982.
- Undang-undang Republik Indonesia Nomor 23 tahun 1992 Pasal 44 ayat 1-3.
- Peraturan Pemerintah Republik Indonesia No. 81 Tahun 1999.
- Keputusan Menteri Keuangan Nomor 449/KMK.04/2002.
- Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 19 tahun 2003 tentang Pengamanan Rokok Bagi Kesehatan.
- Undang-undang Republik Indonesia No. 39 Tahun 2007 Pasal 2.
- Peraturan Pemerintah Nomor 109 tahun 2012 Pasal 26 ayat 1 yang berbunyi Pemerintah melakukan pengendalian Iklan Produk Tembakau.

B. Jurnal

- Inawati, Hakimi,M, Wibowo, T. 2011. *Passive smoker pregnant mother as risk factor for low birth weight babies*. Jurnal Gizi Klinik Indonesia. hlm 54-59. Diakses pada tanggal 23 Juni 2021.

C. Buku

- Budiman, Amen dan Onghokham. *Hikayat Kretek*. Jakarta : Kepustakaan Populer Gramedia, 2016.
- Daryanto. *Manajemen Pemasaran: Sari Kuliah*. Bandung: Satu Nusa, 2011.
- Firmansyah, M. Anang. *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Yogyakarta: Deepublish. 2018.
- Hidayat, Muchsin. *Pertembakauan di Indonesia*. Malang : Altopustaka. 2013.
- Inandiak, Elizabeth D. & Lady Lesmana. *Centhini: Minggatnya Cebolng*. Yogyakarta : Galang Press. 2005.
- Iswardono. *Ekonomi Mikro*. Yogyakarta: UPP AMP YKPN. 2004.
- Kartodirdjo, Sartono dan Suryo Djoko. *Sejarah Perkebunan di Indonesia*. Yogyakarta: AdityaMedia. 1991.
- Kasdi, Aminudin. *Memahami Sejarah*. Surabaya: Unesa University Press. 2011.
- Kotler dan Keller. *Managemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga. 2011.
- Nurrahmah. Pengaruh Rokok terhadap Kesehatan dan Pembentukan Karakter Manusia. Prosiding Seminar Nasional Universitas Cokroaminoto Palopo. 2014.
- Padmo, Soegijanto. *Perananan Tembakau Rakyat dan Dampaknya terhadap Ekonomidan Masyarakat di Kab. Kedu Jateng dan BojonegoroJatim 1900-1980*. Yogyakarta: Fakultas Sastra. 1990.

- Pasaribu, Ali Musa. *Kewirausahaan Berbasis Agribisnis*. Yogyakarta: Andi. 2012.
- S. Margana dkk. *Kretek Indonesia : Dari Nasionalisme hingga Warisan Budaya*. Yogyakarta: Puskindo Jurusan Sejarah FIB UGM. 2014.
- Sugito. *Stop Merokok*. Jakarta: Penebar Swadaya. 2007.
- Tjiptono, Fandy. *Pemasaran Jasa – Prinsip Penerapan dan Penelitian*. Yogyakarta: Andi Offset. 2014.
- Tri, Agus dan Nano Prawoto. *Pengantar Teori Ekonomi*. Yogyakarta: Mitra Pustaka Nurani. 2014.

D. Wawancara Narasumber

- Wawancara dengan Destri Suratno, selaku warga Kecamatan Sumberrejo, Bojonegoro.
- Wawancara dengan Yatemi, selaku warga Kecamatan Sumberrejo, Bojonegoro.
- Wawancara dengan Gunarto, selaku warga Kecamatan Sumberrejo, Bojonegoro.
- Wawancara dengan Ahmad Hubalah, selaku Direktur Utama PR CV. Ulung.
- Wawancara dengan Ismail Hariadji, selaku Pimpinan Kantor Pabrik CV. Ulung Cabang Baureno.

E. Internet

- BKF. Kebijakan Kenaikan Cukai dan Harga Rokok sebagai Instrumen Pengendali Prevalensi Perokok di Indonesia. http://ictohtcscindonesia.com/wpcontent/uploads/2017/05/BKF_Kebijakan-Kenaikan-Cukai-dan-Harga-Rokok-sebagai-Instrumen-Pengendali-Prevalensi-Perokok-di-Indonesia.pdf/, diakses 12 Juli 2021 pukul 14.00 WIB.
- Kesesuaian Lahan Tembakau Virginia Di Kabupaten Bojonegoro <https://Sitembakau.Balittas.Or.Id/>, diakses 07 Juli 2021 Pukul 10.29 WIB.
- Mortality Attributable to Tobacco: WHO GlobalReport <http://www.who.int/tobacco/publications/surveillance/>, diakses 25 Juni 2021 pukul 19.49 WIB.
- Salinan Peraturan Menteri Keuangan Republik Indonesia <https://jdih.kemenkeu.go.id/>, diakses 24 Juni 2021 pukul 10.41 WIB.
- Suyoto. Perkembangan dan Kesejahteraan Bojonegoro: Padi, Tembakau dan Migas, <https://beritabojonegoro.com/read/16165-perkembangan-kesejahteraan-bojonegoro-padi-tembakau-dan-migas.html>, diakses 16 Juli 2019
- Penanggulangan Kebiasaan Merokok <https://sehatnegeriku.kemkes.go.id/>, diakses 23 Juni 2021 pukul 20.58 WIB.