

BAB I

PENDAHULUAN

I.1. Latar Belakang

Industri Rokok merupakan salah satu industri yang paling maju di Indonesia, karena cukai rokok memberikan kontribusi terbesar bagi pendapatan negara. Rokok merupakan salah satu sumber penerimaan yang paling besar di dalam negara ini, perlu diketahui bahwa penerimaan cukai di Indonesia di ambil dari ketiga jenis yakni, etil, alkohol dan hasil tembakau. Besar penerimaan cukai rokok untuk pemerintah terus meningkat setiap tahunnya, dari tahun 2011 sebesar 77 triliun rupiah sampai menjadi 87 triliun rupiah, sehingga besarnya jumlah penerimaan tersebut, menjadikan rokok sebagai penerimaan cukai terbesar di Indonesia.

<u>Tahun</u>	<u>Pendapatan Cukai Rokok Pemerintah</u>	<u>Nilai Penjualan Rokok di Indonesia</u>	<u>Total Volume Penjualan Rokok di Indonesia</u>
2013	<u>Rp. 87 Triliun</u>	<u>Rp. 224 Triliun</u>	<u>*260 Miliar batang</u>
2012	<u>Rp. 84 Triliun</u>	<u>Rp. 197 Triliun</u>	<u>263 Miliar batang</u>
2011	<u>Rp. 77 Triliun</u>	<u>Rp. 188 Triliun</u>	<u>294 Miliar batang</u>

*Diprediksikan

Tabel 1.1 Perkembangan Pendapatan Cukai Rokok Pemerintah, Nilai Penjualan, dan Total Volume Penjualan Rokok 2011-2013, (LIPUTAN 6, 2013)

Data di atas membuktikan perkembangan pendapatan cukai rokok, yang diterima oleh pemerintah tiap tahunnya. Jumlah penerimaan tersebut, dapat dilihat perkembangannya juga. melalui nilai penjualan rokok yang diprediksikan mencapai 224 triliun rupiah dan juga total volume penjualan rokok yang diprediksikan mencapai 260 miliar per batang di tahun 2013.

Dilihat dari data statistik yang di keluarkan oleh Biro Pusat Statistik (BPS) industri rokok dibagi menjadi 2, yaitu industri rokok kretek dan industri rokok putih. Dapat dilihat dari tabel dibawah perkembangan produksi rokok baik Sigaret Kretek Mesin SKM dan Sigaret Kretek Tangan SKT.

No	Uraian	Sigaret Kretek Tangan (SKT)			Sigaret Kretek Mesin (SKM)		
		2009	2010	2011	2009	2010	2011
1	Produksi Rokok (milyar batang)	16.7	17.0	18.0	142.9	144.7	157.1
2	Kebutuhan Cengkeh (teh)	46.973	46.904	52.146	67.872	73.445	79.738

Tabel 1.2 Perkembangan Jumlah Produksi Rokok dan Kebutuhan Cengkeh Tahun 2009-2011 Oleh GAPPRI, (KEMENPERIN 2011)

Jumlah produksi rokok yang dibagi dalam dua kategori, yakni Sigaret Kretek Tangan (SKT) dan Sigaret Kretek Mesin (SKM), berdasarkan data statistik yang diperoleh oleh KEMENPERIN 2011 di tahun 2011 jumlah produksi rokok meningkat 175,1 milyar per batang, maka itu jumlah produksi tersebut yang merupakan penyebab kebutuhan cengkeh yang meningkat tiap tahunnya. Dalam

hal ini menunjukkan kebutuhan rokok yang sangat besar dan merupakan industri yang memiliki keberhasilan besar di dalam negara Indonesia.

Industri rokok yang dinamis setiap tahunnya, namun sempat mengalami penurunan jumlah perusahaan ditahun 1990 pada saat Indonesia dalam kondisi krisis ekonomi, namun di tahun-tahun berikutnya industri tersebut kembali meningkat, dan bahkan menjadi industri yang memiliki pengaruh besar dalam perekonomian di Indonesia, dapat dilihat dari jumlah produksi milyar per batang rokok yang pada tahun 2011 mencapai angka 279,4 milyar batang dengan jumlah 1664 perusahaan.

Tahun	Jumlah Perusahaan (unit)	Produksi (milyar batang)
2007	4793	231,0
2008	3961	240,0
2009	3255	245,0
2010	1994	249,0
2011	1664	279,4

Tabel 1.3 Perkembangan Jumlah Perusahaan dan Produksi Industri Rokok tahun 2007-2011, (KEMENPERIN 2011)

Dari tabel di atas dapat dilihat jumlah perusahaan rokok menurun dari 4793 unit menjadi 1664 unit dikarenakan ketatnya regulasi pemerintah yang mengatur produksi, promosi, serta konsumsi rokok. Namun dalam jumlah

produksi, rokok mengalami peningkatan besar setiap tahunnya. Hal ini membuktikan akan besarnya kebutuhan rokok dalam negara ini.

Ada 3 industri rokok besar di Indonesia, yaitu PT. HM. Sampoerna. Tbk, PT. Gudang Garam dan PT. Djarum. Ketiga perusahaan tersebut memproduksi rokok yang memiliki nilai penjualan tertinggi di Indonesia, produk-produk tersebut antara lain : A-Mild, Djarum Super, Dji Sam Soe, dan Gudang Garam. Oleh karena itu pemilik perusahaan-perusahaan rokok tersebut termasuk dalam 10 kategori orang terkaya di Indonesia berdasarkan *Forbes Magazine 2013* terkecuali, PT H.M Sampoerna yang kepemilikannya jatuh ke tangan pengusaha asing di tahun 2005.

Peringkat	Nama	Perusahaan	Kekayaan Bersih (US\$)
1	Robert Budi Hartono	Djarum (rokok), Bank Central Asia	8.5 miliar
2	Michael Bambang Hartono	Djarum (rokok), Bank Central Asia	8.2 miliar
3	Sri Pakash Lohia	Indorama Ventures (poliester)	3.6 miliar
4	Chairul Tanjung	CT Corporation (Trans Corp, Carrefour)	3.4 miliar
5	Sukanto Tanoto	Raja Garuda Mas Pacific Oil & Gas	2.8 miliar
6	Peter Sondakh	Rajawali Group	2.5 miliar
7	Martua Sitorus	Wilmar International	2 miliar
8	Tahir	Bank Mayapada	2 miliar
9	Low Tung Kwok	Bayan Resources (pertambangan)	1.7 miliar
10	Theodore Rachmat	Triputra Agro Persada (batu bara)	1.7 miliar

Tabel 1.4 Daftar 10 Orang Terkaya di Indonesia, (Forbes , 2013)

Dalam tabel di atas dapat dilihat dua orang terkaya di Indonesia merupakan pengusaha yang menggeluti usahanya di dalam produksi rokok, baik PT. Djarum dan PT. Gudang Garam. Putera Sampoerna yang juga merupakan bekas pemilik penuh PT. H.M Sampoerna dari sekitar tahun 2000-2011 termasuk dalam 10 orang terkaya di Indonesia, setelah perusahaan tersebut dijual kepada Philip Morris di tahun 2005.

Kesuksesan dari industri rokok tidak lepas dari peran masyarakat, baik masyarakat yang merupakan konsumen dari produk tersebut dan juga masyarakat yang merupakan tenaga kerja dalam industri tersebut. Pertumbuhan industri rokok memberikan penyediaan lapangan usaha dan penyerapan tenaga kerja sebanyak 6,1 juta orang terutama di daerah penghasil tembakau dan cengkeh (BPS, 2011). Oleh karena itu, industri rokok di Indonesia terus dikembangkan.

Perkembangan di Indonesia dalam industri rokok memang memiliki pengaruh besar untuk perekonomian Indonesia, namun seperti yang kita ketahui bahwa rokok adalah produk yang tidak baik untuk kesehatan, bahkan menyebabkan angka kematian yang besar di dunia.

Menurut Michael Eriksen, salah satu peneliti dan Direktur Institute of Public Health Georgia State University, mengatakan bahwa adanya penurunan tingkat merokok di negara maju, tetapi peningkatan justru terjadi di negara miskin. Oleh karena itu jumlah kematian yang disebabkan oleh tembakau akan semakin tinggi di negara berkembang, terutama Asia, Timur Tengah dan Afrika. (Kompas, 2012). Dalam artikel tersebut Eriksen mengungkapkan, hampir 80

persen orang yang meninggal karena penyakit terkait tembakau sekarang datang dari negara-negara berproduksi rendah dan menengah.

Perusahaan-perusahaan rokok terus berusaha mempertahankan citranya bagi masyarakat. Oleh karena bahaya yang diakibatkan dari produk rokok, maka setiap perusahaan rokok melakukan banyak kegiatan CSR (Corporate Social Responsibility). Contoh kegiatan-kegiatan CSR yang dilakukan oleh perusahaan-perusahaan rokok di Indonesia, antara lain PT. Djarum yang memberikan dana dengan mendirikan sekolah dan kegiatan lainnya dalam memajukan bulu tangkis di Indonesia melalui Djarum Foundation dengan program Djarum Bakti Pendidikan yang juga bertujuan untuk memajukan pendidikan di Indonesia. PT. Gudang Garam membangun tandon air di kaki Gunung Wilis, tepatnya di Dusun Karanganyar, Desa Blimbing, Kecamatan Mojo, Kabupaten Kediri, bertujuan untuk membantu warga setempat dalam penyaluran air bersih.

PT. H.M Sampoerna sejak tahun 2001 juga melakukan kegiatan CSR-nya dengan membuat Sampoerna Foundation yang bertujuan meningkatkan sistem pendidikan di Indonesia dengan memberikan beasiswa pada masyarakat yang kurang mampu. Bahkan pada tahun 1990 *Sampoerna Marching Band* ikut serta dalam “Tournament of Roses” di di Pasadena, California. Band tersebut berhasil mendapatkan penghargaan Internasional dengan membawa nama Indonesia.

Pada tahun 2005 PT. H.M Sampoerna dinyatakan telah dijual kepada Philip Morris sebesar 5,2 milyar Dollar Amerika. Philip Morris adalah salah satu perusahaan tembakau dari amerika, yang terkenal dengan produk rokoknya yaitu

Marlboro. Philip Morris merupakan pencetus dibangunnya perusahaan Philip Morris Internasional, Philip Morris USA, atau yang sekarang dikenal dengan Altia Group. Pada tahun 1881, perusahaan tersebut diteruskan oleh keluarga Philip Morris, setelah dia meninggal. Perusahaan tembakau itu diteruskan oleh keturunan beliau sampai pada saat ini.

Dari penjualan yang dilakukan oleh keluarga Sampoerna kepada Philip Morris tersebut. Keluarga Sampoerna membangun Sampoerna Strategic, dan menyumbangkan sebesar 150 juta Dollar Amerika untuk yayasan keluarganya yaitu Sampoerna Foundation. Dari hal ini dapat kita lihat bahwa upaya PT. H.M Sampoerna dalam melakukan kegiatan CSR yang berkesinambungan.

Sampoerna yang telah memberikan beasiswa-beasiswa kepada masyarakat tidak mampu dari Sampoerna Foundation dan melalui penghargaan Internasional yang diperoleh oleh *Sampoerna Marching Band* di “Tournament of Roses” merupakan upaya Sampoerna untuk dikenal masyarakat tidak hanya sebagai perusahaan rokok yang memiliki image buruk di mata masyarakat akan tetapi ingin merubah imagenya menjadi sebuah perusahaan yang peduli pada kemajuan pendidikan di Indonesia. Upaya ini menarik untuk diteliti karena menimbulkan pertanyaan tentang bagaimana PT H.M Sampoerna merubah imagenya melalui Sampoerna Foundation yang dulunya merupakan bagian dari CSR perusahaan H.M Sampoerna menjadi organisasi sosial yang berdiri sendiri dan melepaskan kaitannya dengan perusahaan rokok.

I.2. Identifikasi Masalah

Setelah penjualan P.T H.M Sampoerna kepada Philip Morris, Sampoerna Foundation yang awalnya hanya bagian dari CSR perusahaan rokok, Menjadi perusahaan yang berdiri sendiri dan bergerak di bidang sosial.

Dalam hal ini dapat terlihat jelas bahwa terdapat kontroversi kaitan nama P.T H.M Sampoerna yang sampai pada saat ini sudah terdapat di benak masyarakat sebagai perusahaan yang terkenal akan produk rokok, berusaha merubah image nama “Sampoerna” sebagai organisasi sosial yang bertujuan untuk meningkatkan sistem pendidikan di Indonesia melalui Putera Sampoerna Foundation.

Penulis akan berfokus pada kegiatan rebranding yang dilakukan oleh Putera Sampoerna Foundation, dengan membedakan produk rokok Sampoerna dengan Sampoerna Foundation yang berfokus dalam meningkatkan sistem pendidikan.

I.3. Rumusan Masalah

Maka dari penjabaran di atas, maka masalah tersebut dapat dirumuskan sebagai berikut :

Bagaimana Putera Sampoerna Foundation melakukan rebranding imagenya dari sebuah organisasi yang merupakan bagian dari CSR sebuah perusahaan rokok menjadi organisasi sosial yang berdiri sendiri?

Strategi rebranding seperti apa saja yang dilakukan oleh Putera Sampoerna Foundation dalam upayanya menjadi organisasi sosial yang berdiri sendiri?

I.4. Tujuan Penelitian

Dari rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah :

Untuk melihat bagaimana Putera Sampoerna Foundation melakukan rebranding imagenya dari sebuah organisasi yang merupakan bagian dari CSR sebuah perusahaan rokok menjadi organisasi sosial yang berdiri sendiri?

Dan strategi rebranding seperti apa saja yang dilakukan oleh Sampoerna Foundation dalam upayanya menjadi organisasi sosial yang berdiri sendiri?

I.5. Kegunaan Penelitian

Penulis mengharapkan dengan ditulisnya tugas akhir ini dapat memiliki kegunaan teoritis dan praktis sebagai berikut:

1) Kegunaan teoritis

Dari segi ilmiah, penelitian ini diharapkan dapat menambah khasanah ilmu pengetahuan dari proses *rebranding* Sampoerna Foundation yang menjadi bahan penelitian dan dapat digunakan sebagai bahan acuan di bidang penelitian yang sejenis kelak.

2) Kegunaan praktis

Diharapkan dengan adanya penelitian ini, dapat menjadi bahan pertimbangan bagi perusahaan – perusahaan dalam memilih metode *rebranding* yang tepat sehingga dapat menciptakan image yang baik pada khalayak.

I.6. Sistematika Penelitian

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi latar belakang masalah yang akan menggambarkan keadaan yang terjadi pada saat penelitian dilaksanakan. Lalu identifikasi masalah yang akan menjelaskan lebih detail mengenai masalah yang akan dibahas. Setelah itu rumusan masalah yang akan menstatementkan masalah yang akan diteliti. Ada juga tujuan penelitian yang akan menjelaskan tujuan peneliti untuk menjawab statement yang ada di rumusan masalah. Pada poin kelima, akan ditulis manfaat penelitian, baik secara teoritis dan praktis. Sedangkan yang terakhir ialah sistematika penelitian.

BAB II OBJEK PENELITIAN

Pada bagian ini akan dijelaskan mengenai ruang lingkup dari topik yang akan dibahas beserta dengan data dan informasi terkait mengenai rebranding image Putera Sampoerna Foundation di kalangan masyarakat.

BAB III TINJAUAN PUSTAKA

Dalam bab ini akan membahas teori dan konsep yang digunakan dalam penelitian ini untuk mengetahui bagaimana putera sampoerna foundation melakukan rebranding image perusahaan yang sebelumnya hanya merupakan bagian dari CSR perusahaan rokok, menjadi organisasi sosial.

BAB IV METODE PENELITIAN

Dalam bab ini diuraikan metode penelitian yang digunakan oleh peneliti, yang terdiri atas metode penelitian, pengumpulan data, metode pengujian data, metode analisis data, dan lain lain. Dalam penelitian ini, metode penelitian yang akan digunakan metode penelitian studi kasus untuk menjawab masing-masing rumusan masalah, dengan menggunakan wawancara mendalam untuk data primer.

BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini menampilkan pembahasan dari bagaimana Putera Sampoerna Foundation melakukan rebranding imagenya dari sebuah organisasi yang

merupakan bagian dari CSR sebuah perusahaan rokok menjadi organisasi sosial yang berdiri sendiri dan strategi rebranding seperti apa saja yang dilakukan oleh Sampoerna Foundation dalam upayanya menjadi organisasi sosial yang berdiri sendiri.

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi kesimpulan dan saran hasil akhir dari penelitian ini.

