



**PENGARUH HARGA JUAL ECER SETELAH KENAIKAN
CUKAI ROKOK TERHADAP VOLUME PENJUALAN
PADA PERUSAHAAN ROKOK GAGAK
HITAM BONDOWOSO**

SKRIPSI

**Oleh
Maya Ayu Wibowo
NIM 140910202053**

**Dosen Pembimbing I : Dr. Akhmad Toha M.Si.
Dosen Pembimbing II : Yeni Puspita, SE., M.E**

**PROGRAM STUDI ILMU ADMINISTRASI BISNIS
JURUSAN ILMU ADMINISTRASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS JEMBER
2018**



**PENGARUH HARGA JUAL ECER SETELAH KENAIKAN
CUKAI ROKOK TERHADAP VOLUME PENJUALAN
PADA PERUSAHAAN ROKOK GAGAK
HITAM BONDOWOSO**

SKRIPSI

diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat
untuk menyelesaikan Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis (S1)
dan mencapai gelar Sarjana Administrasi Bisnis

Oleh
Maya Ayu Wibowo
NIM 140910202053

**PROGRAM STUDI ILMU ADMINISTRASI BISNIS
JURUSAN ILMU ADMINISTRASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS JEMBER
2018**

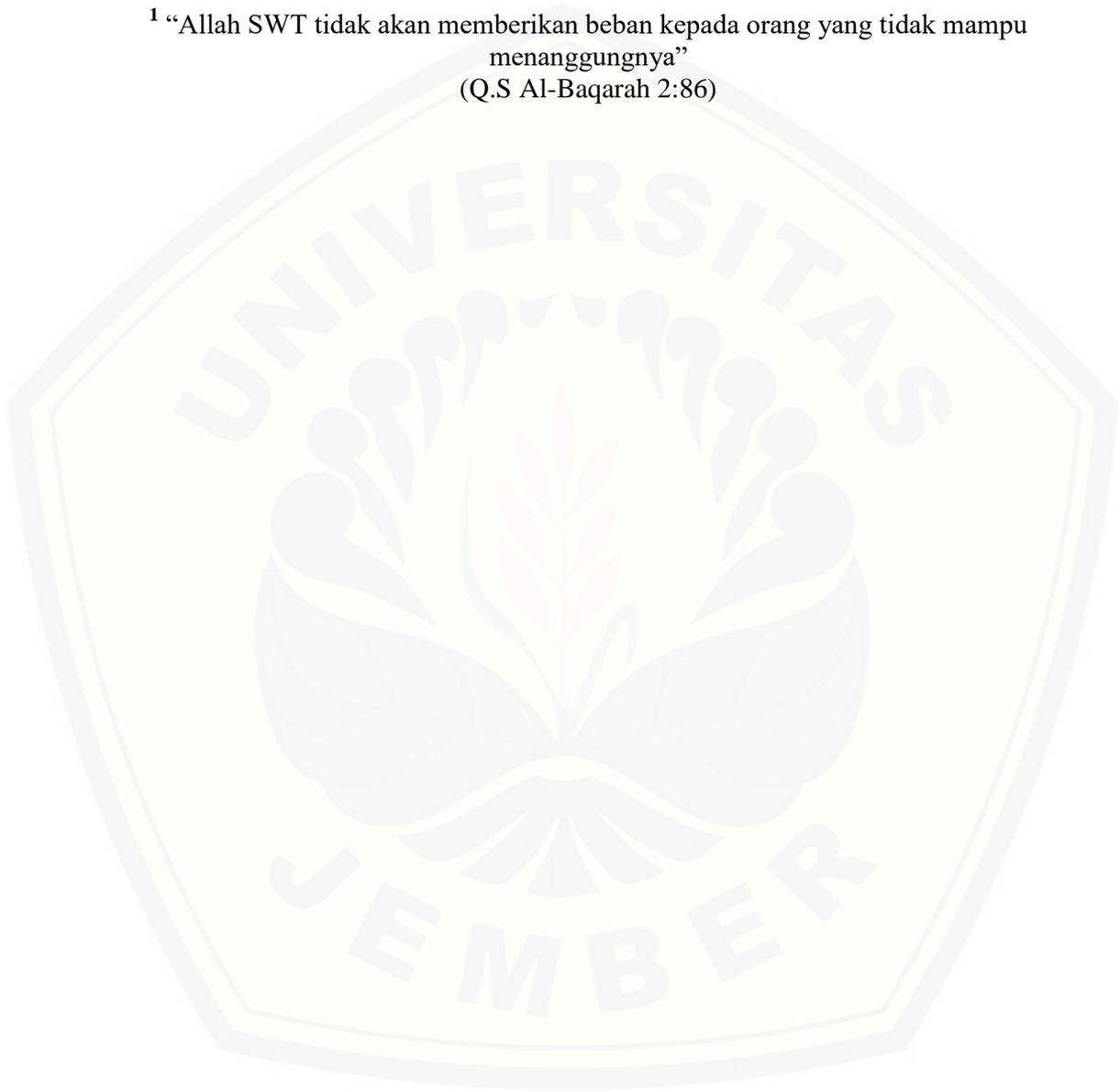
PERSEMBAHAN

Segala puji bagi Allah SWT, Tuhan Yang Maha Esa, serta sholawat dan salam semoga terlimpahkan kepada Nabi besar Muhammad S.A.W dengan penuh rasa syukur penulis persembahkan skripsi ini kepada:

1. Ibunda Buhani dan Ayahanda Kun Wibowo yang selama ini tidak mengenal lelah berdoa, melimpahkan seluruh kasih sayangnya kepada saya, memberikan semangat setiap harinya dan selalu berjuang untuk anaknya;
2. Seluruh guru dan dosenku yang telah memberikan ilmu yang sangat bermanfaat dari taman kanak-kanak hingga perguruan tinggi;
3. Almamater Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember.

MOTO

¹ “Allah SWT tidak akan memberikan beban kepada orang yang tidak mampu menanggungnya”
(Q.S Al-Baqarah 2:86)



¹) Departemen Agama Republik Indonesia. 1971. *Al Qur'an dan Terjemahannya*. Jakarta.

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Maya Ayu Wibowo

NIM : 140910202053

menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul Pengaruh Harga Jual Ecer Setelah Kenaikan Cukai Rokok Terhadap Volume Penjualan Pada Perusahaan Rokok Gagak Hitam Bondowoso adalah benar-benar hasil karya sendiri, kecuali kutipan yang saya sebutkan sumbernya, belum pernah diajukan pada institusi manapun, dan bukan karya jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa ada tekanan dan paksaan dari pihak mana pun serta bersedia mendapat sanksi akademik jika ternyata di kemudian hari pernyataan ini tidak benar.

Jember, 15 Januari 2018
Yang menyatakan,

Maya Ayu Wibowo
NIM. 140910202053

SKRIPSI

**PENGARUH HARGA JUAL ECER SETELAH KENAIKAN
CUKAI ROKOK TERHADAP VOLUME PENJUALAN
PADA PERUSAHAAN ROKOK GAGAK
HITAM BONDOWOSO**

Oleh

Maya Ayu Wibowo
NIM 140910202053

Pembimbing

Dosen Pembimbing Utama : Dr. Akhmad Toha M.Si
Dosen Pembimbing Anggota : Yeni Puspita, SE., M.E

RINGKASAN

Pengaruh Harga Jual Ecer Setelah Kenaikan Cukai Rokok Terhadap Volume Penjualan Pada Perusahaan Rokok Gagak Hitam Bondowoso; Maya Ayu Wibowo; 140910202053, 70 halaman; Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis; Jurusan Ilmu Administrasi; Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember.

Cukai merupakan salah satu sumber penerimaan negara dan berkontribusi sangat penting dalam Anggaran Belanja Negara (APBN), terutama sektor Penerimaan Dalam Negeri. Guna meningkatkan efektifitas pengelolaan keuangan Negara, pemerintah menetapkan program peningkatan penerimaan Negara yang dituangkan dalam Program Pembangunan Nasional (Propenas). Kebijakan yang ditetapkan pada program tersebut salah satunya diupayakan melalui peningkatan penerimaan perpajakan dari sektor Kepabean dan Cukai, yaitu dengan mengefektifkan koordinasi di jajaran Kementerian Keuangan khususnya Direktorat Jenderal Bea dan Cukai. Implementasi peningkatan penerimaan tersebut salah satunya melalui penyempurnaan peraturan dari ketentuan di bidang Kepabean dan Cukai seperti Undang-Undang dan peraturan mengenai cukai yang diatur dalam Undang-Undang No. 39 Tahun 2007 tentang perubahan atas Undang-Undang No.11 Tahun 1995 Tentang Cukai.

Sejak diberlakukannya Undang-Undang No. 11 Tahun 1995 tentang Cukai sektor cukai mendapatkan perhatian yang cukup besar dari berbagai kalangan masyarakat, khususnya pengusaha barang kena cukai. Hal tersebut dikarenakan tarif cukai yang diberlakukan di Indonesia selalu mengalami kenaikan dari tahun ke tahun, sehingga menyulitkan bagi pengusaha kena cukai untuk meningkatkan eksistensi usahanya. Cukai hasil tembakau (HT) merupakan sumber penerimaan Negara paling besar dari sektor cukai, dibanding penerimaan dari cukai lainnya. Cukai hasil tembakau (HT) dipungut terhadap pengusaha barang kena cukai khususnya industri rokok yang mengalami kenaikan setiap tahunnya. Terhitung

dari tahun 2014 sampai dengan 2016 tarif cukai hasil tembakau mengalami kenaikan sebanyak 2 kali.

Salah satu perusahaan rokok yang merasakan dampak dengan adanya kenaikan cukai adalah Perusahaan Rokok Gagak Hitam Bondowoso yang masih aktif di wilayah kerja Kantor Pelayanan dan Pengawasan Bea dan Cukai (KPPBC) Panarukan. Perusahaan ini merupakan perusahaan rokok terbesar dalam jumlah hasil produksi dan pembelian pita cukai pada KPPBC Panarukan. Dengan adanya kebijakan kenaikan cukai tersebut maka berpengaruh terhadap Harga Jual Ecer dan volume penjualan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menjelaskan dampak kenaikan cukai rokok terhadap harga jual ecer dan penjualan pada Perusahaan Rokok Gagak Hitam Bondowoso.

Jenis penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh kenaikan harga jual ecer terhadap volume penjualan. Analisis dilakukan dengan metode regresi linier sederhana dengan tingkat signifikansi 0,05. Hasil analisis menunjukkan bahwa kenaikan harga jual ecer berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan.

PRAKATA

Puji syukur ke hadirat Allah SWT atas limpahan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Harga Jual Ecer Setelah Kenaikan Cukai Rokok Terhadap Volume Penjualan Pada Perusahaan Rokok Gagak Hitam Bondowoso”. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat menyelesaikan pendidikan strata satu (S1) pada Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Jurusan Ilmu Administrasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember.

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis menyampaikan terimakasih kepada:

1. Dr. Ardiyanto, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember;
2. Dr. Edy Wahyudi, S.Sos., MM selaku Ketua Jurusan Ilmu Administrasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember;
3. Drs. Didik Eko Julianto, M.AB., selaku Koordinator Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember;
4. Dr. Akhmad Toha M.Si., selaku Dosen Pembimbing Utama dan Yeni Puspita, SE., M.E., selaku Dosen Pembimbing Anggota yang telah meluangkan waktu dan pikirannya untuk memberikan bimbingan, kritik, saran, dan pengarahan dalam menyelesaikan skripsi ini;
5. Drs. I Ketut Mastika, MM., selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah membimbing selama penulis menjadi mahasiswa;
6. Seluruh Dosen dan Civitas Akademik di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember;
7. Pimpinan dan karyawan Perusahaan Rokok Gagak Hitam Bondowoso yang telah memberikan kesempatan untuk melaksanakan penelitian.

8. Kedua orang tuaku, Bapak Kun Wibowo dan Ibu Buhani, yang telah memberikan doa, dukungan dan pengorbanan demi terselesaikannya skripsi ini;
9. Ari, Debby, Marisa, Wulan dan teman-temanku penghuni Bangka V No 1 yang telah memberikan motivasi dan dorongan semangat selama ini;
10. Sahabat-sahabatku Oktavia, Cindra, Devi, Laely dan Bobby yang telah memberikan semangat dan bantuannya selama ini serta memberikan kebahagiaan selama masa perkuliahan;
11. Teman-teman Administrasi Bisnis angkatan 2014 khususnya konsentrasi keuangan yang telah memberikan kebersamaan dan bantuan selama ini;
12. Semua pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

penulis juga menerima segala kritik dan saran dari semua pihak demi kesempurnaan skripsi ini. Akhirnya penulis berharap, semoga skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak yang berkepentingan.

Jember, Januari 2018

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSEMBAHAN	iii
HALAMAN MOTO	iv
HALAMAN PERNYATAAN	v
HALAMAN PEMBIMBINGAN	vi
RINGKASAN	vii
PRAKATA	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB 1. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan dan Manfaat Penulisan	9
1.3.1 Tujuan Penulisan	9
1.3.2 Manfaat Penulisan	9
BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Landasan Teori	10
2.2 Manajemen Keuangan	10
2.2.1 Pengertian Manajemen Keuangan	10
2.2.2 Fungsi Manajemen Keuangan	11
2.3 Cukai	13
2.3.1 Pengertian Cukai	13
2.3.2 Objek Cukai	14
2.3.3 Subjek Cukai	16
2.3.4 Tarif Cukai	18
2.4 Permintaan dan Penawaran	21
2.4.1 Pengertian Permintaan (<i>Demand</i>)	21
2.4.2 Hukum Permintaan (<i>The Law of Demand</i>)	22
2.4.3 Teori Permintaan	22
2.4.4 Pengertian Penawaran (<i>supply</i>)	24
2.4.5 Hukum Penawaran	25
2.4.6 Teori Penawaran	25
2.5 Harga	27
2.5.1 Pengertian Harga	27
2.5.2 Strategi Harga	29
2.6 Penjualan	31
2.6.1 Pengertian Penjualan	31

2.6.2 Pengertian Volume Penjualan	33
2.6.3 Fungsi Penjualan	34
2.7 Penelitian Terdahulu	36
2.8 Kerangka Konseptual	38
2.9 Hipotesis Konseptual	39
BAB 3. METODE PENELITIAN	40
3.1 Metode Penelitian	40
3.2 Jenis dan Sumber Data	40
3.2.1 Jenis Data	40
3.2.2 Sumber Data	41
3.3 Populasi dan Sampel	42
3.3.1 Populasi	42
3.3.2 Sampel	42
3.4 Metode Pengumpulan Data	43
3.4.1 Wawancara	43
3.4.2 Studi Kepustakaan	43
3.4.3 Dokumentasi	44
3.5 Definisi Operasional Variabel dan Pengukurannya	44
3.5.1 Variabel Penelitian	44
3.6 Teknik Analisis Data	46
3.6.1 Statistik Deskriptif	46
3.6.2 Uji Asumsi Klasik	46
3.6.3 Analisis Regresi Linier Sederhana	48
3.6.4 Pengujian Hipotesis	48
3.7 Kerangka Pemecahan Masalah	51
BAB 4. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	53
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	53
4.1.1 Sejarah Perusahaan	53
4.1.2 Lokasi Perusahaan	54
4.1.3 Visi dan Misi Perusahaan	55
4.1.4 Struktur Organisasi Perusahaan	55
4.1.5 Tugas, Wewenang & Tanggung Jawab Struktur Organisasi	57
4.2 Analisis Data	61
4.2.1 Statistik Deskriptif	61
4.2.2 Uji Asumsi Klasik	62
4.2.3 Analisis Regresi Linier Sederhana	64
4.2.4 Uji Hipotesis	65
4.3 Pembahasan	67
4.3.1 Pengaruh Kenaikan Harga Jual Ecer Terhadap Volume Penjualan	67
BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN	70
5.1 Kesimpulan	70

5.2 Saran	70
DAFTAR PUSTAKA	71
LAMPIRAN	75

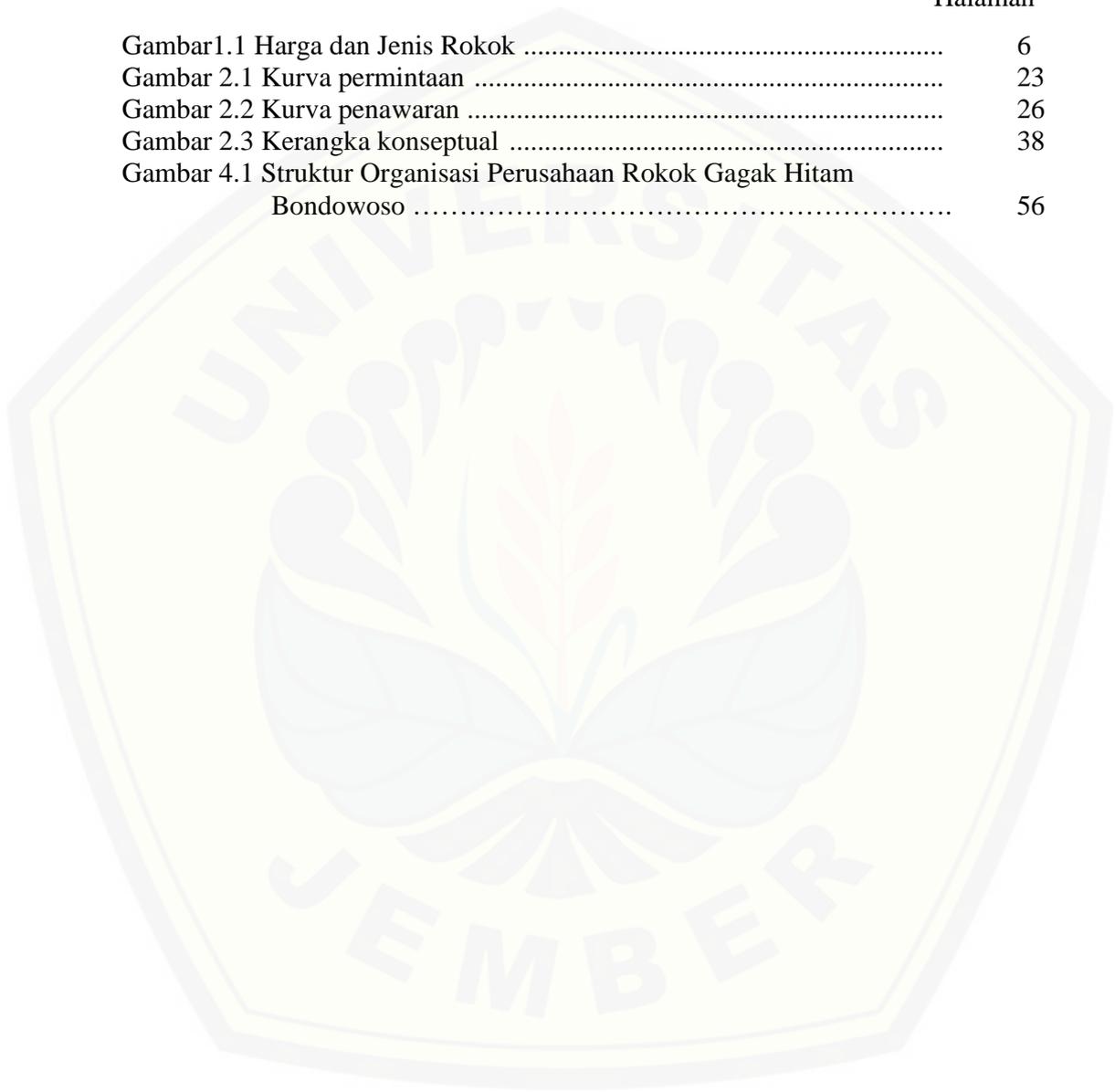


DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Prosentase Kenaikan Batasan Harga Jual Eceran dan Tarif Cukai Per Batang atau Gram Hasil Tembakau Buatan Dalam Negeri Tahun 2015 dan 2016	3
Tabel 1.2 Prosentase Rata-Rata Komponen Biaya Produksi Rokok	5
Tabel 1.3 Daftar Volume Penjualan Rokok Tahun 2014-2016 Perusahaan Rokok Gagak Hitam Bondowoso	7
Tabel 2.1 Golongan Pengusaha Pabrik Hasil Tembakau	18
Tabel 2.2 Batasan Harga Jual Eceran dan Tarif Cukai Per Batang atau Gram Hasil Tembakau Buatan Dalam Negeri	19
Tabel 2.3 Ringkasan Penelitian Terdahulu	36
Tabel 3.1 Tabel Ketentuan Nilai <i>Durbin-Watson</i>	47
Tabel 4.1 Hasil Statistik Deskriptif.....	61
Tabel 4.2 Hasil Uji Normalitas	62
Tabel 4.3 Hasil Uji Glejser	63
Tabel 4.4 Hasil Uji Autokorelasi	64
Tabel 4.5 Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana	64
Tabel 4.6 Hasil Uji F.....	65
Tabel 4.7 Hasil Uji t.....	66
Tabel 4.8 Hasil Uji R^2	66

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Harga dan Jenis Rokok	6
Gambar 2.1 Kurva permintaan	23
Gambar 2.2 Kurva penawaran	26
Gambar 2.3 Kerangka konseptual	38
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Perusahaan Rokok Gagak Hitam Bondowoso	56



DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Statistik Deskriptif	75
Lampiran 2 Analisis Regresi Linier Sederhana	76
Lampiran 3 Uji Asumsi Klasik	77
Lampiran 4 Uji Hipotesis	79
Lampiran 5 tTabel	80
Lampiran 6 FTabel	81
Lampiran 7 DW Tabel	82
Lampiran 8 Daftar Harga Rokok	83
Lampiran 9 Penjualan Rokok	85
Lampiran 10 Hasil Analisis Data	86
Lampiran 11 Lembar Ijin Melaksanakan Penelitian	87
Lampiran 12 Lembar Selesai Melaksanakan Penelitian	88
Lampiran 13 Peraturan Menteri Keuangan Nomor 205/PMK.011/2014	89
Lampiran 14 Peraturan Menteri Keuangan Nomor 198/PMK.010/2015	90
Lampiran 15 Peraturan Menteri Keuangan Nomor 147/PMK.010/2016	91

BAB 1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Cukai merupakan salah satu sumber penerimaan negara dan berkontribusi sangat penting dalam Anggaran Belanja Negara (APBN), terutama sektor Penerimaan Dalam Negeri. Guna meningkatkan efektifitas pengelolaan keuangan Negara, pemerintah menetapkan program peningkatan penerimaan Negara yang dituangkan dalam Program Pembangunan Nasional (Propenas). Kebijakan yang ditetapkan pada program tersebut salah satunya diupayakan melalui peningkatan penerimaan perpajakan dari sektor Kepabean dan Cukai, yaitu dengan mengefektifkan koordinasi di jajaran Kementerian Keuangan khususnya Direktorat Jenderal Bea dan Cukai. Implementasi peningkatan penerimaan tersebut salah satunya melalui penyempurnaan peraturan dari ketentuan di bidang Kepabean dan Cukai seperti Undang-Undang dan peraturan mengenai cukai yang diatur dalam Undang-Undang No. 39 Tahun 2007 tentang perubahan atas Undang-Undang No.11 Tahun 1995 Tentang Cukai.

Sejak diberlakukannya Undang-Undang No. 11 Tahun 1995 tentang Cukai sektor cukai mendapatkan perhatian yang cukup besar dari berbagai kalangan masyarakat, khususnya pengusaha barang kena cukai. Berdasarkan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 39 Tahun 2007 (Pasal 1 ayat 1) Cukai adalah pungutan negara yang dikenakan terhadap barang-barang tertentu yang mempunyai sifat atau karakteristik yang ditetapkan dalam undang-undang ini. Barang-barang tertentu yang mempunyai sifat atau karakteristik konsumsinya perlu dikendalikan, peredarannya perlu diawasi, pemakaiannya dapat menimbulkan dampak negatif bagi masyarakat atau lingkungan hidup atau pemakaiannya perlu pembebanan pungutan negara demi keadilan dan keseimbangan, dikenai cukai berdasarkan undang-undang ini. Di Indonesia, tarif cukai yang diberlakukan selalu mengalami kenaikan dari tahun ke tahun, sehingga menyulitkan bagi pengusaha kena cukai untuk meningkatkan eksistensi usahanya.

Adapun yang termasuk barang kena cukai di Indonesia meliputi etil alkohol (EA), minuman mengandung etil alkohol (MMEA) serta hasil tembakau (HT).

Cukai hasil tembakau (HT) merupakan sumber penerimaan Negara paling besar dari sektor cukai, dibanding penerimaan dari cukai etil alkohol ataupun minuman mengandung etil alkohol. Cukai hasil tembakau (HT) dipungut terhadap pengusaha barang kena cukai khususnya industri rokok yang mengalami kenaikan setiap tahunnya. Terhitung dari tahun 2014 sampai dengan 2016 tarif cukai hasil tembakau mengalami kenaikan sebanyak 2 kali.

Pengenaan besaran tarif cukai ditentukan berdasarkan jenis dan golongan masing-masing pengusaha pabrik hasil tembakau. Jenis hasil tembakau yang diproduksi oleh pengusaha pabrik rokok dikelompokkan menjadi 11 macam jenis, yaitu SKM (Sigaret Kretek Mesin), SPM (Sigaret Putih Mesin), SKT (Sigaret Kretek Tangan), SPT (Sigaret Putih Tangan), SKTF (Sigaret Kretek Tangan Filter), SPTF (Sigaret Putih Tangan Filter), TIS (Tembakau Iris), KLB (Sigaret Klobot), KLM (Sigaret Kelembak Menyan), CRT (Cerutu), HPTL (Hasil Pengolahan Tembakau Lainnya).

Penetapan Batasan Harga Jual Eceran (HJE) per batang atau gram setiap jenis hasil tembakau dari masing-masing golongan pengusaha pabrik tembakau didasarkan pada penghitungan jumlah Harga Jual Eceran (HJE) yang diberitahukan atau diajukan permohonan oleh pengusaha pabrik hasil tembakau kepada Menteri Keuangan, sesuai batasan minimum dan maksimum yang telah ditentukan oleh Menteri Keuangan. Tarif cukai hasil tembakau ditetapkan dengan menggunakan jumlah dalam rupiah untuk setiap satuan batang atau gram hasil tembakau. Penetapan tarif cukai hasil tembakau didasarkan pada golongan pengusaha pabrik hasil tembakau dan batasan Harga Jual Eceran (HJE) per batang atau gram yang telah ditetapkan Menteri Keuangan (Peraturan Menteri No. 198/PMK.010/2015).

Tabel 1.1 Prosentase Kenaikan Batasan Harga Jual Eceran dan Tarif Cukai Per Batang atau Gram Hasil Tembakau Buatan Dalam Negeri Tahun 2015 dan 2016

No.	Jenis & Golongan Pengusaha Pabrik Hasil Tembakau		Batasan Harga Jual Eceran dan Tarif Cukai Per Batang atau Gram (Rp)		Tarif Cukai Per Batang atau Gram (Rp)		Prosentase Kenaikan
	Jenis	Gol	2015	2016	2015	2016	
1.	SKM	I	PR 800,00	PR 1.000,00	415,00	480,00	15,66%
		II	LD 588,00	LD 740,00	305,00	340,00	11,49%
			PR 511,00	PR 590,00	265,00	300,00	13,21%
			s.d 588,00	s.d 740,00			
2.	SPM	I	PR 820,00	PR 930,00	425,00	495,00	16,47%
		II	LD 520,00	LD 800,00	270,00	305,00	12,96%
			PR 425,00	PR 505,00	220,00	255,00	15,91%
			s.d 520,00	s.d 800,00			
3.	SKT atau SPT	I	LD 825,00	LD 1.115,00	290,00	320,00	10,34%
			PR 606,00	PR 775,00	220,00	245,00	11,36%
			s.d 825,00	s.d 1.115,00			
	II	LD 417,00	LD 605,00	140,00	155,00	10,71%	
		PR 385,00	PR 430,00	125,00	140,00	12%	
		s.d 417,00	s.d 605,00				
IIIA	PR 286,00	PR 400,00	85,00	90,00	5,88%		
	IIIB	PR 286,00	PR 370,00	80,00	80,00	0%	

*SKM: Sigaret Kretek Mesin, SPM: Sigaret Putih Mesin, SKT: Sigaret Kretek Tangan, SPT: Sigaret Putih Mesin.

*PR: Paling Rendah, LD: Lebih Dari

Sumber: Peraturan Menteri Keuangan (PMK) Nomor 205/PMK.011/2014 dan Peraturan Menteri Keuangan (PMK) Nomor 198/PMK.010/2015.

Berdasarkan tabel 1.1 di atas dapat dilihat bahwasannya pemerintah melalui Kementerian Keuangan sub Direktorat Jenderal Bea dan Cukai menaikkan tarif cukai rokok sebesar rata-rata 11,19%. Hal itu mengakibatkan terjadinya perubahan tarif pada Peraturan Menteri Keuangan (PMK) Nomor 205/PMK.011/2014 ke Peraturan Menteri Keuangan (PMK) Nomor 198/PMK.010/2015. Kebijakan tersebut menyebabkan tarif cukai untuk setiap jenis hasil tembakau mengalami kenaikan, untuk Sigaret Kretek Mesin (SKM): golongan I tarif Rp 480 per batang naik Rp 65 atau 15,66%, golongan IIA tarif Rp

340 per batang naik Rp 35 atau 11,498%, dan golongan IIB tarif Rp 300 per batang naik Rp 35 atau 13,21%. Sedangkan untuk Sigaret Kretek Tangan (SKT): golongan IA tarif Rp 320 per batang naik Rp 30 atau 10,34%, golongan IB tarif Rp 245 per batang naik Rp 25 atau 11,36%, golongan IIA tarif Rp 155 per batang naik Rp 15 atau 10,71%, golongan IIB: tarif Rp 140 per batang naik Rp 15 atau 12%, golongan IIIA tarif Rp 90 per batang naik Rp 5 atau 5,88 %, dan golongan IIIB tarif Rp 80 per batang naik Rp 0 atau 0%. Untuk Sigaret Putih Mesin (SPM): golongan I tarif Rp 495 per batang naik Rp 70 atau 16,47%, golongan IIA tarif Rp 305 per batang naik Rp 35 atau 12,96%, dan golongan IIB tarif Rp 255 per batang naik Rp 35 atau 15,91%. Tarif cukai untuk hasil jenis tembakau KLB, KLM, TIS, CRT, dan HPTL tidak mengalami kenaikan tarif cukai rokok.

Kenaikan tarif cukai rokok terbaru tahun 2016 oleh Pemerintah akan mempengaruhi biaya produksi rokok yang mengalami kenaikan pula. Hal tersebut dikarenakan cukai rokok merupakan salah satu komponen penting yang ada dalam biaya produksi. Salah satu strategi perusahaan untuk memaksimalkan laba adalah dengan menekan biaya produksi secara efisien dan mengendalikan komponen biaya-biaya sehingga biaya produksi yang dikeluarkan dapat ditekan seminimal mungkin. Biaya produksi yang tidak terkendali akan menyebabkan harga pokok yang terlalu tinggi dan selanjutnya bisa berdampak pada menurunnya daya saing produk yang pada akhirnya dapat menurunkan laba. Dengan demikian, perusahaan dapat menetapkan harga jual yang kompetitif yang dapat mengoptimalkan laba. Oleh karena itu, biaya produksi harus dicatat dengan baik dan dihitung dengan benar sehingga dapat menghasilkan harga produk yang tepat. Adapun prosentase rata-rata komponen biaya produksi rokok seperti tabel berikut ini:

Tabel 1.2 Prosentase Rata-Rata Komponen Biaya Produksi Rokok

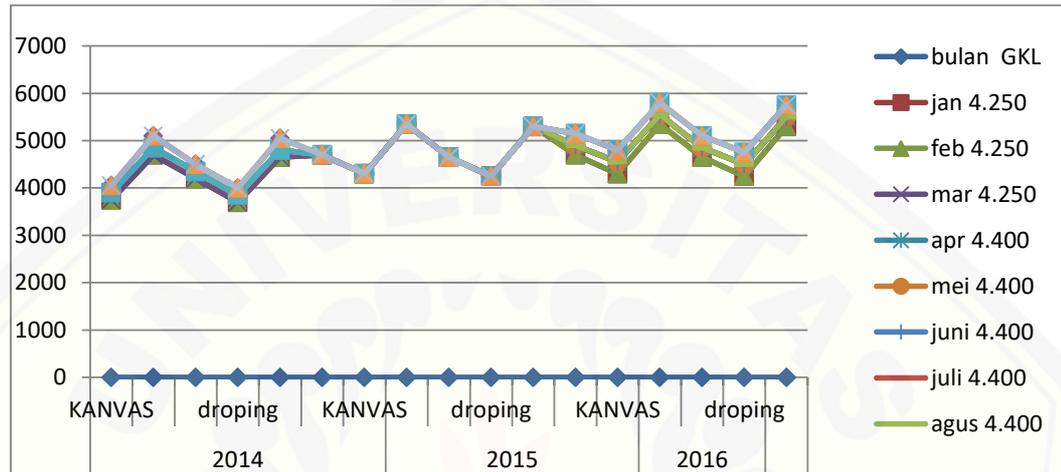
No.	Bahan Baku Rokok	Prosentase
1.	Tembakau dan cengkeh	36 %
2.	Pita cukai	32,5 %
3.	Saus dan Casing	9 %
4.	Bahan pembantu lainnya	22,5%
Total		100%

Sumber: Perusahaan Rokok Gagak Hitam Bondowoso Tahun 2016

Salah satu komponen dalam tabel tersebut yakni cukai dengan prosentase sebesar 32,5 merupakan hal yang berpengaruh dalam biaya produksi rokok. Sehingga dengan kenaikan tarif cukai rokok secara langsung akan berdampak pada biaya produksi dan juga akan mempengaruhi anggaran keuangan perusahaan. Untuk itu upaya perusahaan dalam mempertahankan stabilitas keuangan perusahaan dengan diberlakukannya tarif cukai terbaru, pengusaha rokok dituntut untuk harus pandai dalam menentukan strategi penetapan harga yang tepat. Kenaikan cukai rokok memang bukanlah salah satu factor yang mempengaruhi kenaikan harga. Ada faktor lain yang mempengaruhi di antaranya adalah kenaikan bahan baku dasar rokok itu sendiri. Strategi harga sangat dibutuhkan oleh perusahaan untuk memikat para konsumennya. Harga yang ditetapkan atas suatu produk harus dapat memberikan pengaruh yang baik bagi pertumbuhan pasar. Harga produk menjadi sesuatu yang sangat penting, artinya bila harga produk terlalu mahal dapat mengakibatkan produk tersebut menjadi kurang laku, dan sebaliknya bila menjual terlalu murah, keuntungan yang didapat menjadi berkurang.

Guna menjaga stabilitas keuangan atas kenaikan tarif cukai rokok, maka pengusaha rokok menaikkan harga tersebut ke konsumen berupa kenaikan harga jual supaya margin laba tidak mengalami penurunan yang signifikan. Kenaikan harga jual rokok sedikit banyaknya akan mempengaruhi tingkat konsumsi rokok oleh konsumen yang disebabkan oleh semakin mahalnya harga rokok. Seiring dengan kenaikan tarif cukai rokok maka harga setiap tahunnya cenderung

mengalami kenaikan. Salah satu perusahaan rokok yang merasakan dampak dari kenaikan cukai rokok adalah Perusahaan Rokok Gagak Hitam Bondowoso. Adapun harga dan jenis rokok pada perusahaan rokok Gagak Hitam Bondowoso dapat dilihat pada gambar berikut:



Gambar 1.1 Harga dan Jenis Rokok

Sumber: Perusahaan Rokok Gagak Hitam Bondowoso Tahun 2016

Berdasarkan Gambar 1.1 di atas menunjukkan bahwa kenaikan tarif cukai rokok berpengaruh terhadap harga jual eceran. Harga yang ditetapkan oleh perusahaan nantinya akan mempengaruhi besarnya permintaan atas produknya. Kenaikan harga rokok yang terjadi tiap bulannya tidak terlalu tinggi. Junaidi selaku area manager perusahaan mengatakan bahwa dengan adanya kenaikan harga tidak membebani konsumen yang nantinya akan berdampak pada pola konsumsi konsumen itu sendiri. Sehingga konsumen tidak tertarik untuk mengonsumsi produk rokok lainnya. Artinya, dengan naiknya harga rokok yang tidak terlalu tinggi merupakan salah satu strategi perusahaan dalam mempengaruhi pasar karena dengan naiknya tarif cukai perusahaan pesaing menaikkan harga rokoknya. Namun, peluang tersebut dijadikan perusahaan dalam upaya menarik pasar sehingga konsumen tidak beralih ke produk pesaing lainnya.

Salah satu perusahaan yang menerapkan strategi tersebut adalah perusahaan rokok Gagak Hitam Bondowoso.

Perusahaan rokok Gagak Hitam Bondowoso merupakan salah satu perusahaan rokok yang masih aktif di wilayah kerja Kantor Pelayanan dan Pengawasan Bea dan Cukai (KPPBC) Panarukan. Perusahaan ini merupakan perusahaan rokok terbesar dalam jumlah hasil produksi dan pembelian pita cukai pada KPPBC Panarukan. Selain itu perusahaan ini merupakan salah satu industri rokok sigaret dengan golongan pabrik III untuk SKT dan golongan II untuk SKM yang memproduksi di daerah Bondowoso. Seperti diketahui Bondowoso merupakan kota penghasil tembakau di Jawa Timur selain Jember, Situbondo, dan kota lainnya.

Perusahaan rokok Gagak Hitam Bondowoso ini masih berskala kecil dan menengah yang merasakan dampak atas kenaikan tarif cukai rokok yang mengalami perubahan dari tahun ke tahun. Secara otomatis, jika tingkat konsumsi berpengaruh atas harga jual rokok, maka hal tersebut juga dapat mempengaruhi volume penjualan rokok. Hal tersebut dapat terlihat dari hasil penjualan dari Tahun 2013-2016 pada tabel sebagai berikut.

Tabel 1.3 Daftar Volume Penjualan Rokok Tahun 2014-2016 Perusahaan Rokok Gagak Hitam Bondowoso

Bulan	Tahun 2014			Tahun 2015			Tahun 2016		
	Volume (pack)	Rupiah (Rp)	%	Volume (pack)	Rupiah (Rp)	%	Volume (pack)	Rupiah (Rp)	%
Jan	377.623	1.531.145.200	6,82	412.490	1.909.977.000	8,45	334.556	1.531.913.300	5,86
Feb	418.542	1.692.688.600	7,53	303.490	1.415.740.000	6,27	391.140	1.795.266.650	6,86
Mar	421.907	1.714.077.250	7,63	332.291	1.528.242.750	6,76	407.452	1.973.284.400	7,54
Apr	440.143	1.875.415.650	8,35	369.259	1.686.303.800	7,46	479.796	2.318.774.000	8,86
Mei	460.432	1.962.519.950	8,74	359.444	1.656.762.250	7,33	423.765	2.043.001.800	7,81
Juni	443.097	1.874.726.900	8,34	435.310	1.987.168.550	8,79	454.903	2.174.949.000	8,31
Juli	407.190	1.731.983.500	7,71	395.691	1.832.885.500	8,11	395.763	1.885.840.000	7,21
Agust	446.644	1.925.433.150	8,57	473.383	2.200.332.250	9,74	514.798	2.478.187.700	9,47
Sept	453.916	2.014.693.500	8,97	440.909	2.046.916.100	9,06	488.363	2.479.255.300	9,48
Okt	469.190	2.076.265.150	9,24	446.439	2.051.282.450	9,08	462.129	2.326.193.700	8,89
Nov	444.869	1.969.492.900	8,77	447.098	2.051.039.250	9,08	486.933	2.524.297.050	9,65
Des	466.866	2.097.301.900	9,34	487.209	2.230.793.300	9,87	509.324	2.630.170.700	10,05
Total	5.250.419	22.465.743.650		4903.013	22.597.443.200		5.348.922	26.161.133.600	

Sumber: Perusahaan Rokok Gagak Hitam Bondowoso Tahun 2016

Pada Tabel 1.3 dapat dilihat bahwa volume penjualan pada Perusahaan Rokok Gagak Hitam Bondowoso selalu mengalami kenaikan tiap tahunnya. Namun volume penjualan tiap bulannya mengalami fluktuasi sehingga terjadi ketidakstabilan harga kadang mengalami penurunan dan juga kenaikan. Tetapi secara umum, tiap tahunnya mengalami kenaikan. Pada tahun 2014, volume penjualan rokok sebesar 22.465.743.650, tahun 2015 sebesar 22.597.443.200, dan tahun 2016 sebesar 26.161.133.600.

Dalam memaksimalkan laba, perusahaan mempunyai strategi dalam menangani permasalahan kenaikan cukai rokok yakni dengan menaikkan harga jual rokok. Harga yang ditetapkan oleh perusahaan nantinya akan memengaruhi besarnya permintaan atas produknya. Sesuai dengan fungsi permintaan, ketika harga produk rokok naik maka jumlah produk yang diminta oleh konsumen akan meningkat. Oleh sebab itu harga yang ditetapkan oleh perusahaan akan mempengaruhi besarnya volume penjualan. Dengan masuknya kenaikan tarif cukai pada perhitungan harga, maka secara langsung mempengaruhi besarnya harga rokok per unit yang ditetapkan oleh perusahaan rokok dan selanjutnya akan mempengaruhi besarnya permintaan rokok yang secara langsung mempengaruhi volume penjualan. Sehingga perusahaan dapat mengoptimalkan keuntungannya sekaligus dapat bertahan dalam persaingan bisnis rokok yang semakin ketat seperti saat ini.

Penjelasan keterkaitan antara kenaikan harga jual ecer dengan volume penjualan rokok tersebut menjadi menarik untuk diteliti. Maka penulis menganggap perlu untuk meneliti pengaruh kenaikan harga jual ecer terhadap volume penjualan pada Perusahaan Rokok Gagak Hitam Bondowoso dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Sehingga penulis tertarik untuk meneliti lebih lanjut dalam bentuk karya ilmiah yang berjudul “Pengaruh Harga Jual Ecer Setelah Kenaikan Cukai Rokok terhadap Volume Penjualan Pada Perusahaan Rokok Gagak Hitam Bondowoso”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah apa pengaruh harga jual ecer setelah kenaikan cukai rokok terhadap volume penjualan pada Perusahaan Rokok Gagak Hitam Bondowoso?

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dijelaskan di atas, adapun tujuan dari penelitian adalah untuk mengetahui pengaruh harga jual ecer setelah kenaikan cukai rokok terhadap volume penjualan pada Perusahaan Rokok Gagak Hitam Bondowoso.

1.3.2 Manfaat Penelitian

Dengan adanya penelitian diharapkan bermanfaat bagi berbagai pihak baik perusahaan, akademisi maupun peneliti sendiri. Adapun manfaat penelitian adalah sebagai berikut :

a. Bagi Peneliti

Bermanfaat untuk mengembangkan dan menerapkan ilmu pengetahuan yang didapatkan di bangku kuliah dengan kenyataan di lapangan.

b. Bagi Perusahaan Terkait

Dapat menjadi masukan atau sumbangan pemikiran bagi peneliti di bidang keuangan perusahaan dalam mengambil keputusan atau kebijakan serta sebagai kontribusi bagi kinerja operasional perusahaan agar selalu terpacu untuk meningkatkan kinerjanya.

c. Bagi Akademis

Dapat digunakan sebagai referensi penelitian selanjutnya dan memberikan kontribusi bagi perkembangan ilmu pengetahuan serta sebagai pan ' umum untuk dijadikan acuan untuk mengadakan penelitian lebih lanjut penyempurnaan penelitian ini.

BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

Teori mempunyai peranan yang sangat penting bagi penelitian, untuk memecahkan suatu permasalahan diperlukan adanya teori yang berguna sebagai landasan yang dipakai dalam menentukan langkah-langkah untuk memberi kemudahan serta menyederhanakan pemikiran sehingga diperoleh fokus penelitian. Sugiono (2008:81) menyatakan bahwa “landasan teori adalah teori-teori yang relevan yang dapat digunakan untuk menjelaskan tentang variable yang akan diteliti, serta sebagai dasar untuk memberi jawaban sementara terhadap rumusan masalah yang diajukan (hipotesis) dan penyusunan instrument penelitian”.

Melalui pertimbangan di atas, maka peneliti berusaha menggunakan teori-teori yang relevan berdasarkan permasalahan yang telah diambil. Adapun yang perlu dijabarkan dalam landasan teori adalah sebagai berikut:

2.2 Manajemen Keuangan

2.2.1 Pengertian Manajemen Keuangan

Di masa perkembangan perusahaan saat ini, manajer keuangan memiliki peranan yang dinamis, yang sebelumnya tidak dimiliki. Keuangan memiliki peranan strategis dalam suatu perusahaan untuk menciptakan nilai. Oleh karena itu, manajer keuangan harus memiliki fleksibilitas untuk beradaptasi terhadap perubahan lingkungan eksternal jika ingin perusahaan dikelolanya tetap bertahan. Fungsi manajer keuangan yaitu melakukan pengawasan atas biaya, menetapkan kebijakan harga, meramalkan laba yang akan datang, serta mengukur biaya modal kerja yang kesemuanya ini sangat mempengaruhi kesuksesan perusahaan (Sunyoto, 2013:13)

Manajemen keuangan adalah segala aktivitas berhubungan dengan perolehan pendanaan dan pengelolaan aktiva dengan beberapa tujuan menyeluruh. Terdapat tiga tugas pokok yang harus dilakukan oleh manajer keuangan (Syamsuddin, 2001:8).

- a. Menganalisa dan merencanakan pembelanjaan perusahaan, fungsi ini berkenaan dengan transformasi data finansial perusahaan ke dalam suatu bentuk yang dapat digunakan untuk memonitor keadaan keuangan perusahaan, perencanaan kebutuhan-kebutuhan modal pada masa yang akan datang, menilai kemungkinan-kemungkinan modal pada masa yang akan datang, menilai kemungkinan peningkatan produktivitas dan penentuan bentuk atau jenis-jenis modal yang akan ditarik.
- b. Mengelola penanaman modal dalam aktiva. Manajer keuangan menentukan berapa besar alokasi untuk masing-masing aktiva serta bentuk-bentuk aktiva yang harus dimiliki oleh perusahaan dan struktur aktiva tersebut akan tampak dalam sebuah debet neraca.
- c. Mengatur struktur finansial dan struktur modal perusahaan. Struktur finansial seperti menentukan jenis utang lancar dan modal jangka panjang yang paling menguntungkan bagi perusahaan. Struktur modal perusahaan tentang perbandingan utang jangka panjang dengan modal sendiri.

Berdasarkan pernyataan di atas dapat dipahami bahwa manajemen keuangan merupakan disiplin ilmu yang memfokuskan penilaian maupun pengambilan keputusan yang dilihat dari laporan akuntansi yang telah dibuat masa lalu dan saat ini. Manajemen keuangan bertujuan untuk memaksimalkan nilai perusahaan.

2.2.2 Fungsi Manajemen Keuangan

Menurut pandangan pakar keuangan (Sunyoto, 2013:12) fungsi manajemen keuangan meliputi:

- a. Perencanaan Keuangan
Membuat rencana pemasukan dan pengeluaran serta kegiatan-kegiatan lainnya untuk periode tertentu.
- b. Penganggaran Keuangan
Tindak lanjut dari perencanaan keuangan dengan membuat detail pengeluaran dan pemasukan.

c. Pengelolaan Keuangan

Menggunakan dana perusahaan untuk memaksimalkan dana yang ada dengan berbagai cara.

d. Pencarian Keuangan

Mencari dan mengeksploitasi sumber dana yang ada untuk operasional kegiatan perusahaan.

e. Penyimpangan Keuangan

Mengumpulkan dana perusahaan serta menyimpan dan mengamankan dana tersebut.

f. Pengendalian Keuangan

Melakukan evaluasi serta perbaikan atas keuangan dan sistem keuangan pada perusahaan.

g. Pemeriksaan Keuangan

Melakukan audit internal atas keuangan perusahaan yang ada agar tidak terjadi penyimpangan.

h. Pelaporan keuangan

Penyediaan informasi tentang kondisi keuangan perusahaan sekaligus sebagai bahan evaluasi.

Berdasarkan pernyataan para ahli di atas dapat digarisbawahi bahwasannya fungsi manajemen keuangan merupakan proses perencanaan anggaran dimulai dengan peramalan sumber pendanaan, pengorganisasian kegiatan penggunaan dana secara efektif dan efisien, serta mengantisipasi risiko. Sehingga dalam melakukan aktivitas usahanya, perusahaan dalam hal memberikan keputusan keuangan harus memperhatikan kebijakan-kebijakan salah satunya kebijakan cukai karena hal ini sangat berpengaruh terhadap manajemen keuangan perusahaan tersebut. Dengan adanya kebijakan cukai, maka akan berdampak pada kelangsungan usaha yang dikelola oleh perusahaan untuk itu, seorang direksi atau manajer keuangan dalam membuat keputusan keuangan harus selalu memperhatikan kebijakan pemerintah karena peraturan tentang cukai dapat berubah-ubah sesuai dengan keputusan menteri keuangan. Berdasarkan penjelasan di atas, dapat dipahami bahwa peraturan tentang cukai yang dikeluarkan oleh

pemerintah sangat berpengaruh kepada langkah-langkah atau kebijakannya manajemen di bidang keuangan perusahaan.

2.3 Cukai

2.3.1 Pengertian Cukai

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 11 Tahun 1995 (Pasal 2 ayat 1) yang dimaksud cukai adalah:

“Cukai adalah pungutan negara yang dikenakan terhadap barang-barang tertentu yang mempunyai sifat atau karakteristik yang ditetapkan dalam Undang-undang ini. Yang dimaksud dengan "barang-barang tertentu yang mempunyai sifat atau karakteristik yang ditetapkan" adalah barang-barang yang dalam pemakaiannya, antara lain, perlu dibatasi atau diawasi”.

Berdasarkan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 39 Tahun 2007 (Pasal 1 ayat 1) Cukai adalah pungutan negara yang dikenakan terhadap barang-barang tertentu yang mempunyai sifat atau karakteristik yang ditetapkan dalam undang-undang ini. Barang-barang tertentu yang mempunyai sifat atau karakteristik konsumsinya perlu dikendalikan, peredarannya perlu diawasi, pemakaiannya dapat menimbulkan dampak negatif bagi masyarakat atau lingkungan hidup atau pemakaiannya perlu pembebanan pungutan negara demi keadilan dan keseimbangan, dikenai cukai berdasarkan undang-undang ini.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa cukai merupakan pungutan negara yang dikenakan terhadap barang-barang tertentu dan mempunyai sifat atau karakteristik dimana penggunaannya telah diatur di dalam undang-undang yang telah ditetapkan oleh pemerintah. Sehingga pengenaan cukai dan penerapannya di masyarakat yang merupakan barang konsumtif telah diatur dan memiliki kekuatan hukum yang sah. Oleh sebab itu, apabila terjadi pelanggaran dalam penerapannya akan mendapatkan sanksi atau hukuman dari pemerintah. Salah satu contohnya adalah pengenaan cukai rokok dengan tarif dan ketentuan yang sudah diatur oleh pemerintah yakni Direktorat Jenderal Bea dan Cukai. Di Indonesia, cukai dipungut oleh Direktorat Jenderal Bea dan Cukai Departemen Keuangan Republik Indonesia.

2.3.2 Objek Cukai

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 11 Tahun 1995 (Pasal 4 ayat 1) cukai dikenakan terhadap Barang Kena Cukai yang terdiri dari:

- a. Etil alkohol atau etanol, dengan tidak mengindahkan bahan yang digunakan dan proses pembuatannya. Yang dimaksud dengan "etil alkohol atau etanol" adalah barang cair, jernih, dan tidak berwarna, merupakan senyawa organik dengan rumus kimia C_2H_5OH , yang diperoleh baik secara peragian dan/atau penyulingan maupun secara sintesa kimiawi.
- b. Minuman yang mengandung etil alkohol dalam kadar berapa pun, dengan tidak mengindahkan bahan yang digunakan dan proses pembuatannya, termasuk konsentrat yang mengandung etil alkohol. Yang dimaksud dengan "minuman yang mengandung etil alkohol" adalah semua barang cair yang lazim disebut minuman yang mengandung etil alkohol yang dihasilkan dengan cara peragian, penyulingan, atau cara lainnya, antara lain bir, shandy, anggur, gin, whisky, dan yang sejenis. Yang dimaksud dengan "konsentrat yang mengandung etil alkohol" adalah bahan yang mengandung etil alkohol yang digunakan sebagai bahan baku atau bahan penolong dalam pembuatan minuman yang mengandung etil alkohol.
- c. Hasil tembakau, yang meliputi sigaret, cerutu, rokok daun, tembakau iris, dan hasil pengolahan tembakau lainnya, dengan tidak mengindahkan digunakan atau tidak bahan pengganti atau bahan pembantu dalam pembuatannya. Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 39 Tahun 2007 (Pasal 4 ayat 1) hasil tembakau antara lain:

1) Sigaret

Sigaret adalah hasil tembakau yang dibuat dari tembakau rajangan yang dibalut dengan kertas dengan cara dilinting, untuk dipakai, tanpa mengindahkan bahan pengganti atau bahan pembantu yang digunakan dalam pembuatannya. Sigaret terdiri dari

a) Sigaret kretek Tangan (SKT)

Sigaret kretek tangan adalah sigaret yang dalam pembuatannya dicampur dengan cengkih, atau bagiannya, baik asli maupun tiruan

tanpa memperhatikan jumlahnya yang dalam kemasan untuk penjualan eceran, sampai dengan pelekatan pita cukai, seluruhnya, atau sebagian tanpa menggunakan mesin .

b) Sigaret Kretek Mesin (SKM)

Sigaret kretek mesin adalah sigaret yang dalam pembuatannya dicampur dengan cengkih, atau bagiannya, baik asli maupun tiruan tanpa memperhatikan jumlahnya yang dalam kemasan untuk penjualan eceran, sampai dengan pelekatan pita cukai, seluruhnya, atau sebagian menggunakan mesin .

c) Sigaret Putih Tangan (SPT)

Sigaret putih tangan adalah sigaret yang dalam pembuatannya tanpa dicampuri dengan cengkih, kelembak, atau kemenyan yang dalam pembuatannya mulai dari pelintingan, pemasangan filter, pengemasannya dalam kemasan untuk penjualan eceran, sampai dengan pelekatan pita cukai, seluruhnya, atau sebagian tanpa menggunakan mesin.

d) Sigaret Putih Mesin (SPM)

Sigaret putih mesin adalah sigaret yang dalam pembuatannya tanpa dicampuri dengan cengkih, kelembak, atau kemenyan dalam pembuatannya mulai dari pelintingan, pemasangan filter, pengemasannya dalam kemasan untuk penjualan eceran, sampai dengan pelekatan pita cukai, seluruhnya, atau sebagian menggunakan mesin.

e) Sigaret Kelembak Menyan (SKM).

Sigaret kelembak kemenyan adalah sigaret yang dalam pembuatannya dicampur dengan kelembak dan/atau kemenyan asli maupun tiruan tanpa memperhatikan jumlahnya.

f) Sigaret Klobot

Sigaret klobot hasil tembakau yang dibuat dengan daun nipah, daun jagung (klobot), atau sejenisnya, dengan cara dilinting, untuk dipakai,

tanpa mengindahkan bahan pengganti atau bahan pembantu yang digunakan dalam pembuatannya.

2) Cerutu (CRT)

Cerutu adalah hasil tembakau yang dibuat dari lembaran-lembaran daun tembakau diiris atau tidak, dengan cara digulung demikian rupa dengan daun tembakau, untuk dipakai, tanpa mengindahkan bahan pengganti atau bahan pembantu yang digunakan dalam pembuatannya.

3) Tembakau Iris (TIS)

Tembakau iris adalah hasil tembakau yang dibuat dari daun tembakau yang dirajang, untuk dipakai, tanpa mengindahkan bahan pengganti atau bahan pembantu yang digunakan dalam pembuatannya.

4) Hasil pengolahan tembakau lainnya (HPTL)

Hasil pengolahan tembakau lainnya adalah hasil tembakau yang dibuat dari daun tembakau selain yang disebut dalam huruf ini yang dibuat secara lain sesuai dengan perkembangan teknologi dan selera konsumen, tanpa mengindahkan bahan pengganti atau bahan pembantu yang digunakan dalam pembuatannya.

Berdasarkan penjelasan di atas, barang-barang yang memiliki sifat dan karakteristik tertentu merupakan Barang Kena Cukai (BKC). Barang-barang tersebut menjadi objek cukai dan dipungut cukainya sesuai dengan ketentuan perundang-undangan yang berlaku serta ditetapkan oleh pemerintah. Adapun tiga barang kena cukai tersebut yaitu etil alkohol atau etanol, berbagai macam minuman yang mengandung etil alkohol dalam kadar berapa pun, dan juga hasil tembakau, yang meliputi sigaret, cerutu, rokok daun, tembakau iris, dan hasil pengolahan tembakau lainnya.

2.3.3 Subjek Cukai

Subjek cukai adalah orang atau badan hukum yang bertanggung jawab atas pungutan cukai. Dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 11 Tahun 1995 (Pasal 1) cukai subjek yang dimaksud adalah;

a. Pengusaha pabrik

- b. Pengusaha tempat penyimpanan
- c. Importir barang kena cukai, atau setiap orang yang melakukan usaha di bidang barang kena cukai.

Pada dasarnya pungutan cukai yang merupakan jenis pajak tidak langsung yang dipungut oleh pemerintah terhadap objeknya berupa BKC. Yang dimaksud dengan jenis pajak tidak langsung tersebut adalah dimana beban ekonomisnya cukai dapat dialihkan kepada pihak lain. Penanggung jawab cukai berada pada subjek cukai itu sendiri. Pertama, pengusaha pabrik merupakan orang secara pribadi atau berbadan hukum yang mengusahakan pabrik BKC. Pabrik BKC adalah tempat-tempat tertentu termasuk bangunan, halaman dan lapangan yang merupakan bagian daripada yang dipergunakan untuk menghasilkan BKC dan/atau untuk mengemas BKC dalam kemasan untuk penjualan eceran.

Kedua, pengusaha tempat penyimpanan adalah orang baik secara pribadi maupun badan hukum yang mengusahakan tempat penyimpanan etil alkohol. Tempat penyimpanan adalah tempat, dan/atau lapangan yang bukan merupakan bagian dari pabrik yang dipergunakan untuk menyimpan BKC berupa etil alkohol yang masih terutang cukai dengan tujuan disalurkan, dijual atau diekspor. Ketiga, importir BKC merupakan orang secara pribadi atau badan hukum yang memasukkan BKC ke dalam daerah pabean.

Subjek cukai di atas dalam kegiatan di bidang cukai yang diwajibkan untuk memiliki izin dari Menteri Keuangan dalam bentuk NPPBKC (Nomor Pokok Pengusaha Barang Kena Cukai). Oleh karenanya, ketiga subjek cukai bertindak sebagai penanggung cukai yang artinya berkewajiban untuk melunasi utang cukai yang timbul sebagai akibat munculnya status tatbestand atas barang kena cukai. Dalam menunjang hal tersebut, pemerintah menetapkan golongan pengusaha pabrik hasil tembakau berdasarkan jenis dan golongannya masing-masing sehingga dapat diketahui batasan jumlah produksi pabrik. Kebijakan ini memudahkan pemerintah dalam mengelompokkan pengusaha pabrik dalam rangka mewujudkan iklim usaha hasil tembakau yang kondusif dan memaksimalkan penerimaan Negara. Adapun penggolongan pengusaha pabrik hasil tembakau sebagai berikut:

Tabel 2.1 Golongan pengusaha pabrik hasil tembakau

No. Urut	Pengusaha Pabrik		Batasan Jumlah Produksi Pabrik
	Jenis	Golongan	
1.	SKM	I	Lebih dari 2 milyar batang
		II	Tidak Lebih dari 2 milyar batang
2.	SPM	I	Lebih dari 2 milyar batang
		II	Tidak Lebih dari 2 milyar batang
3.	SKT atau SPT	I	Tidak lebih dari 500 juta batang
		II	Lebih dari 500 juta batang tetapi tidak lebih dari 2 milyar batang
		III	Tidak lebih dari 500 juta batang
4.	SKTF atau SPTF	I	Lebih dari 2 milyar batang
		II	Tidak Lebih dari 2 milyar batang
5.	TIS	Tanpa Golongan	Tanpa batasan jumlah produksi
6.	KLM atau KLB	Tanpa Golongan	Tanpa batasan jumlah produksi
		Tanpa Golongan	Tanpa batasan jumlah produksi
7.	CRT	Tanpa Golongan	Tanpa batasan jumlah produksi
8.	HPTL	Tanpa Golongan	Tanpa batasan jumlah produksi

Sumber: Peraturan Menteri Keuangan (PMK) No. 181/PMK.011/2009

2.3.4 Tarif Cukai

Tarif cukai hasil tembakau ditetapkan dengan menggunakan jumlah dalam rupiah untuk setiap satuan batang atau gram hasil tembakau. Penetapan tarif cukai hasil tembakau didasarkan pada:

- a. Golongan pengusaha pabrik
- b. Batasan harga jual eceran per batang atau gram yang ditetapkan oleh Menteri Keuangan Negara Republik Indonesia.

Penetapan batasan harga jual eceran per batang atau gram dan tarif cukai per batang atau gram setiap jenis hasil tembakau dari masing-masing golongan pengusaha pabrik hasil tembakau dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 2.2 Batasan harga jual eceran dan tarif cukai per batang atau gram hasil tembakau buatan dalam negeri

No. Urut	Jenis & Golongan Pengusaha Pabrik Hasil Tembakau		Batasan Harga Jual Eceran dan Tarif Cukai Per Batang atau Gram	Tarif Cukai Per Batang atau Gram
	Jenis	Golongan		
<i>a</i>	<i>b</i>	<i>c</i>	<i>d</i>	<i>e</i>
1.	SKM	I	Paling rendah Rp 1.000,00	Rp 480,00
		II	Lebih dari Rp 740,00 Paling rendah Rp 590,00 - Rp 740,00	Rp 340,00 Rp 300,00
2.	SPM	I	Paling rendah Rp 930,00	Rp 495,00
		II	Lebih dari Rp 800,00 Paling rendah Rp 505,00 - Rp 800,00	Rp 305,00 Rp 255,00
3.	SKT atau SPT	I	Lebih dari Rp 1.115,00	Rp 320,00
			Paling rendah Rp 775,00 - Rp 1.115,00	Rp 245,00
		II	Lebih dari Rp 605,00	Rp 155,00
			Paling rendah Rp 430,00 - Rp 605,00	Rp 140,00
IIIA	Paling rendah Rp 400,00	Rp 90,00		
IIIB	Paling rendah Rp 370,00	Rp 80,00		
4.	SKTF atau SPTF	I	Paling rendah Rp 1.000,00	Rp 480,00
		II	Lebih dari Rp 740,00 Paling rendah Rp 590,00 - Rp 740,00	Rp 340,00 Rp 300,00

<i>a</i>	<i>b</i>	<i>c</i>	<i>d</i>	<i>e</i>
5.	TIS	Tanpa Golongan	Lebih dari Rp 2 75,00 Lebih dari Rp 180,00 – Rp 275,00 Paling rendah Rp 55,00 – Rp 180,00	Rp 28,00 Rp 22,00 Rp 6,00
6.	KLB	Tanpa Golongan	Lebih dari Rp 290,00 Paling rendah Rp 200,00 – Rp 290,00	Rp 28,00 Rp 22,00
7.	KLM	Tanpa Golongan	Paling rendah Rp 200,00	Rp 22,00
8.	CRT	Tanpa Golongan	Lebih dari Rp 198.000,00 Lebih dari Rp 55.000,00 – Rp 198.000,00 Lebih dari Rp 22.000,00 – Rp 55.000,00 Lebih dad Rp 5 .500,00 – Rp 2 2 .000,00 Paling rendah Rp 495,00 – Rp 5.500,00	Rp110.000,00 Rp 22.000,00 Rp 11.000,00 Rp 1.320,00 Rp 275,00
9.	HPTL	Tanpa Golongan	Paling rendah Rp 305,00	Rp 110,00

Sumber: Peraturan Menteri Keuangan Nomor 198/PMK.010/2015

Sehubungan dengan kebijakan cukai hasil tembakau, Menteri Keuangan telah menetapkan Peraturan Menteri Keuangan (PMK) Nomor 198/PMK.010/2015 tentang Penetapan Golongan dan Tarif Cukai Hasil Tembakau Terhadap Pengusaha Pabrik Hasil Tembakau. Kebijakan ini dibuat dalam rangka mewujudkan iklim usaha industri hasil tembakau yang kondusif dan mengamankan penerimaan Negara dari upaya penghindaran tarif cukai, sehingga dengan adanya penggolongan ini yang diatur berdasarkan ketentuan mengenai hubungan keterkaitan antar pabrik hasil tembakau dengan pabrik lainnya.

2.4 Permintaan dan Penawaran

2.4.1 Pengertian Permintaan (*Demand*)

Permintaan atau *demand* adalah banyaknya jumlah barang yang diminta pada suatu pasar tertentu dengan tingkat harga tertentu pada tingkat pendapatan tertentu dan dalam periode tertentu (Putong, 2005:36). Permintaan dapat diartikan sebagai jumlah barang dan jasa yang akan dibeli oleh konsumen pada harga, periode waktu dan keadaan tertentu. Harga tertentu: harga barang sendiri, harga-harga barang saingan/komplementer, dan harapan akan terjadinya perubahan harga. Periode waktu tertentu: satu hari, minggu, bulan, semester, tahunan, dan lain-lain. Keadaan tertentu: perubahan pendapatan konsumen, selera, dan preferensi konsumen, biaya iklan, dan lain-lain (Tasman dan Havidz, 2013:58) Terdapat beberapa faktor yang dapat mempengaruhi permintaan dari seorang individu atau masyarakat terhadap suatu barang di antaranya adalah sebagai berikut:

- a. Harga barang yang dimaksud
- b. Tingkat pendapatan/pendapatan rata-rata
- c. Jumlah penduduk/jumlah populasi
- d. Selera atau gengsi
- e. Ramalan/estimasi di masa yang akan datang
- f. Harga barang lain/substitusi
- g. Distribusi
- h. Lain-lain.

Berdasarkan penjelasan di atas dapat digarisbawahi bahwasannya permintaan merupakan jumlah barang dan jasa yang akan dibeli pada tingkat harga tertentu dan dalam waktu tertentu. Proses membeli tersebut dikarenakan masyarakat dalam hal ini konsumen membutuhkan akan adanya barang atau jasa guna memenuhi keperluannya di pasar. Atas dasar kebutuhan inilah individu tersebut mempunyai permintaan akan barang. Oleh sebab itu, semakin banyak penduduk suatu Negara makin besar permintaan masyarakat akan sesuatu jenis barang.

2.4.2 Hukum Permintaan (*The Law of Demand*)

Menurut Sukirno (2002:76), hukum permintaan menjelaskan sifat hubungan antara permintaan suatu barang dengan tingkat harganya. Hukum permintaan pada hakikatnya merupakan suatu hipotesa yang menyatakan bahwa “makin rendah harga suatu barang maka makin banyak permintaan terhadap barang tersebut. Sebaliknya, makin tinggi harga suatu barang maka makin sedikit permintaan terhadap barang tersebut”.

Sama halnya dengan pendapat Putong (2005:36), hukum permintaan menjelaskan sifat perkaitan diantara permintaan sesuatu barang dengan harganya. Hukum permintaan pada hakekatnya merupakan suatu hipotesa yang menyatakan bahwa bila harga suatu barang naik maka permintaan barang tersebut turun, sebaliknya bila harga tersebut turun maka permintaannya akan naik dengan asumsi *ceteris paribus* (semua faktor yang mempengaruhi permintaan selain harga dianggap konstan).

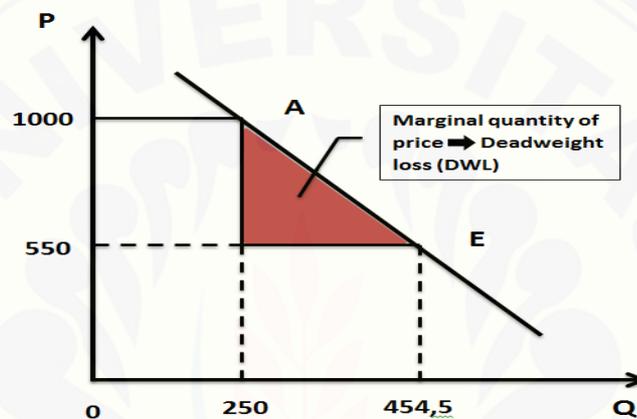
Berdasarkan penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwasannya apabila harga suatu barang naik, maka pembeli akan mencari barang lain yang dapat digunakan sebagai pengganti barang tersebut, dan sebaliknya apabila barang tersebut turun, konsumen akan menambah pembelian terhadap barang tersebut. Tidak hanya itu, kenaikan harga menyebabkan pendapatan riil konsumen berkurang, sehingga memaksa konsumen mengurangi pembelian, terutama barang yang akan naik harganya.

2.4.3 Teori Permintaan

Teori permintaan menerangkan tentang sifat permintaan para pembeli terhadap suatu barang. Teori permintaan menerangkan tentang ciri-ciri hubungan antara jumlah permintaan dan harga. Adapun teori permintaan menyatakan bahwa perbandingan lurus antara permintaan terhadap harganya, yaitu apabila permintaan naik maka harga relatif akan naik, sebaliknya bila permintaan turun maka harga relatif akan turun (Putong, 2005:37). Selain itu, berdasarkan pendapat Sukirno (2002:75) teori permintaan menerangkan tentang ciri hubungan antara

jumlah permintaan dan harga. Adanya ciri hubungan antara permintaan dan harga tersebut dapat dibuat grafik kurva permintaan.

Dalam analisis permintaan paling sederhana, dapat digambarkan sebuah kurva (*curve*) yang memuat hubungan antara harga sebuah barang dengan kuantitas yang diminta. Kurva permintaan adalah suatu grafik yang menunjukkan hubungan antara harga suatu barang atau jasa dan jumlah atas barang atau jasa yang diminta (*ceteris paribus*).



Gambar 2.1 Kurva permintaan (Sumber: Putong, 2005)

Pada Gambar 2.1 di atas menunjukkan bahwa kurva permintaan bergerak dari kiri ke atas ke kanan bawah atau sebaliknya, sehingga *slope*-nya negative, hal ini dikarenakan hubungan terbalik antara permintaan terhadap harga (*the law downward-sloping demand*). Maksudnya, apabila harga mengalami penurunan, maka jumlah barang dan jasa yang diminta akan mengalami kenaikan.

Secara matematis persamaan untuk fungsi permintaan berdasarkan hukum permintaan adalah sebagai berikut:

$Q_d = k - xP$, di mana:

k = konstanta

x = koefisien arah/*slope*

P = tingkat harga.

2.4.4 Pengertian Penawaran (*supply*)

Adanya permintaan belum merupakan syarat yang cukup mewujudkan transaksi dalam pasar. Permintaan akan terwujud apabila para penjual juga dapat menyediakan barang-barang yang diperlukan tersebut. Menurut Putong, (2005:48) penawaran atau *supply* adalah banyaknya barang yang ditawarkan oleh penjual pada suatu pasar tertentu, pada periode tertentu, dan pada tingkat harga tertentu. Menurut Pracoyo (2006:33), penawaran diartikan sebagai kesediaan penjual untuk menjual berbagai jumlah produk pada berbagai tingkat harga dalam waktu tertentu. Penawaran juga dapat diartikan sebagai jumlah komoditas atau output, baik berupa barang maupun jasa yang akan dijual oleh pengusaha kepada konsumen.

Berdasarkan penjelasan di atas, penawaran adalah jumlah barang dan jasa yang tersedia untuk dijual pada berbagai tingkat harga dan situasi. Dalam situasi tersebut, adanya kebutuhan konsumen menyebabkan pihak produsen menyediakan berbagai produk dan jasa. Barang dan jasa hasil produksi ini kemudian dijual kepada konsumen di pasar menurut tingkat harga tertentu. Jadi, jika permintaan erat kaitannya dengan pembelian dan pemakaian sedangkan penawaran erat kaitannya dengan penyediaan dan penjualan.

Terdapat beberapa faktor yang dapat mempengaruhi keinginan para penjual dalam menawarkan produknya pada suatu pasar di antaranya adalah:

- a. Harga barang itu sendiri
- b. Harga barang-barang lain/harga bahan baku
- c. Kebijakan pemerintah
- d. Anggaran/dana/budget
- e. Daya konsumsi masyarakat/tingkat permintaan
- f. Ongkos dan biaya produksi
- g. Tujuan produksi dari perusahaan
- h. Teknologi yang digunakan
- i. Lain-lain.

Salah satu faktor yang paling mempengaruhi penawaran adalah harga barang itu sendiri. Hal ini dikarenakan harga sesuatu barang selalu dipandang sebagai faktor yang sangat penting dalam menentukan penawaran barang tersebut. Oleh sebab itu, penawaran erat hubungannya diantara tingkat harga dengan jumlah barang yang ditawarkan.

2.4.5 Hukum Penawaran

Menurut Putong, (2005:36) sebagaimana konsep asli dari penemunya Alfred Marshall hukum penawaran dapat diartikan sebagai perbandingan lurus antara harga terhadap jumlah barang yang ditawarkan, yaitu apabila harga naik maka penawaran akan meningkat, sebaliknya apabila harga turun penawaran akan turun dengan asumsi *ceteris paribus* (semua hal yang mempengaruhi penawaran selain harga dianggap konstan).

Berbeda halnya dengan pendapat Sukirno (2002:87) hukum penawaran adalah suatu pernyataan yang menjelaskan tentang sifat hubungan antara harga sesuatu barang dan jumlah barang tersebut yang ditawarkan para penjual. Dalam hukum ini dinyatakan bagaimana keinginan para penjual untuk menawarkan barangnya apabila harganya tinggi dan bagaimana pula keinginan untuk menawarkan barangnya tersebut apabila harganya rendah. Selain itu, hukum ini mengatakan bahwa makin tinggi harga suatu barang, semakin banyak jumlah barang tersebut akan ditawarkan oleh para penjual. Sebaliknya, semakin rendah harga suatu barang semakin sedikit jumlah barang tersebut yang ditawarkan.

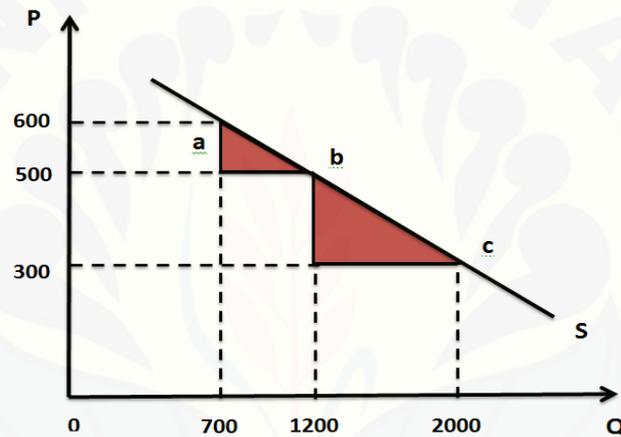
Berdasarkan kedua pendapat ahli di atas sama-sama menjelaskan bahwasannya pada keadaan tertentu, penawaran jumlah barang atau jasa akan bertambah apabila terjadi peningkatan harga dan sebaliknya, penawaran jumlah barang atau jasa akan menurun apabila terjadi penurunan harga.

2.4.6 Teori Penawaran

Teori Penawaran merupakan teori yang menerangkan hubungan antara penawaran terhadap harga. Teori ini menyatakan bahwa perbandingan terbalik antara penawaran terhadap harganya, yaitu apabila penawaran naik maka harga relatif akan turun, sebaliknya bila penawaran turun maka harga relatif akan naik

(Putong, 2005:50). Menurut Sukirno (2002:86), Teori Penawaran dalam ilmu ekonomi adalah gambaran atas hubungan-hubungan antara aspek-aspek yang ada dalam pasar. Hubungan-hubungan tersebut terdiri dari para calon pembeli dan penjual akan suatu barang.

Berdasarkan kedua penjelasan oleh ahli di atas, teori penawaran merupakan teori yang menerangkan sifat penjual dalam menawarkan barang yang akan dijual. Dalam menggambarkan pola hubungan antara jumlah barang/jasa yang diproduksi atau dijual produsen dengan tingkat harga dapat dilihat pada kurva penawaran.



Gambar 2.2 Kurva penawaran (Sumber: Putong, 2005)

Berdasarkan kurva di atas dapat disimpulkan bahwa ketika harga naik maka kuantitas barang yang ditawarkan akan naik begitupun sebaliknya tetapi dengan syarat *ceteris paribus*. Kurva penawaran berdasarkan teori penawaran memiliki kemiringan negatif yang menunjukkan hubungan terbalik antara penawaran terhadap tingkat harga. Oleh karenanya, sesuai dengan kurva tersebut maka para produsen/penjual akan lebih memilih menjual barang atau jasa yang ditawarkannya pada tingkat harga yang tinggi untuk memperoleh keuntungan atau laba.

Hubungan antara harga dan jumlah barang yang ditawarkan selain dapat digambarkan pada kurva penawaran, bias juga dirumuskan matematis dalam

sebuah fungsi penawaran. Dengan fungsi penawaran, hubungan antara variabel bebas (harga) dan variabel terikat (jumlah barang yang ditawarkan), yang diasumsikan faktor-faktor lain tetap dapat diketahui. Fungsi penawaran secara matematis bila dinotasikan adalah sebagai berikut:

$$Q_s = k + xP$$

k = konstanta (k dapat bernilai negative, positif atau 0)

x = koefisien pengarah (*gradien/slope*)

P = harga.

Perubahan harga karena perubahan penawaran dapat disebabkan oleh:

- a. Jumlah penawaran bertambah permintaan tetap, harga cenderung turun
- b. Jumlah penawaran lebih besar dari jumlah permintaan dari periode pasar (jangka pendek), harga cenderung turun
- c. Kenaikan (tambahan) jumlah penawaran lebih cepat daripada kenaikan (tambahan) jumlah permintaan, harga cenderung turun
- d. Jumlah penawaran menurun, sementara permintaan tetap harga akan cenderung naik
- e. Pertambahan jumlah penawaran lebih lambat dari pada pertambahan permintaan, harga akan cenderung naik.

2.5 Harga

2.5.1 Pengertian Harga

Dalam arti sempit, harga (*price*) adalah jumlah yang ditagihkan atas suatu, produk atau jasa. Lebih luas lagi, harga adalah sejumlah nilai yang diberikan oleh pelanggan untuk mendapatkan keuntungan dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa (Kotler dan Armstrong, 2008:345).

Menurut Kotler (1997), harga merupakan satu-satunya elemen bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan; elemen-elemen lainnya menimbulkan biaya. Harga juga merupakan salah satu elemen bauran pemasaran paling fleksibel, harga dapat diubah dengan cepat, tidak seperti *feature* produk dan perjanjian distribusi. Perusahaan menangani penetapan harga dengan berbagai

cara. Pada perusahaan kecil, harga biasanya ditetapkan oleh manajemen puncak bukannya oleh bagian pemasaran atau penjualan.

Menurut Swastha dan Irawan (2008:241) harga adalah jumlah uang (ditambah beberapa produk kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari produk dan pelayanannya. Dari definisi di atas dapat diketahui bahwa harga yang dibayar oleh pembeli sudah termasuk layanan penjualan. Banyak perusahaan melakukan pendekatan terhadap penentuan harga berdasarkan tujuan yang hendak dicapainya.

Harga memegang peranan penting baik itu bagi penjual maupun pembeli karena seringkali dijadikan bahan pertimbangan bagi konsumen dalam melakukan pembelian dan hal tersebut tidak boleh dikesampingkan oleh perusahaan. Menurut Tjiptono (2002:152), harga memiliki dua peranan utama dalam proses pengambilan keputusan pembeli, yaitu peranan alokasi dan peranan informasi.

- 1) Peranan alokasi dan harga, yaitu fungsi harga dalam membantu para pembeli untuk memutuskan cara memperoleh manfaat atau utilitas tertinggi yang diharapkan berdasarkan daya belinya. Dengan demikian, adanya harga dapat membantu para pembeli untuk memutuskan cara mengalokasikan daya belinya pada berbagai jenis barang dan jasa. Pembeli membandingkan harga dari berbagai alternatif yang tersedia, kemudian memutuskan alokasi dana yang dikehendaki.
- 2) Peranan informasi dari harga, yaitu fungsi harga dalam “mendidik” konsumen mengenai faktor-faktor produk, seperti kualitas. Hal ini terutama bermanfaat dalam situasi dimana pembeli mengalami kesulitan untuk menilai faktor produk atau manfaat secara objektif. Persepsi yang sering berlaku adalah bahwa harga yang mahal mencerminkan kualitas yang tinggi.

Dari uraian di atas, dapat disimpulkan bahwa harga adalah suatu nilai tukar dari produk barang maupun jasa yang merupakan salah satu penentu keberhasilan suatu perusahaan karena harga menentukan seberapa besar keuntungan yang diperoleh perusahaan dari penjualan produknya. Atas nilai manfaat dari produk tersebut, maka perusahaan dapat menetapkan harga untuk

menarik pelanggan baru atau mempertahankan pelanggan yang sudah ada. Guna menunjang hal tersebut, perusahaan perlu membuat kebijakan harga dalam proses penjualan. Kebijakan harga ini memiliki peranan penting karena berlaku untuk sementara waktu saja (dapat berubah-ubah), oleh karena itu perusahaan harus menyesuaikan dengan perkembangan harga dan juga situasi pasar. Sehingga dengan adanya perubahan harga atau tidak, kebijakan harga yang dilakukan perusahaan dalam batas waktu tertentu harus sama-sama menguntungkan baik itu bagi perusahaan, produsen, maupun konsumen.

2.5.2 Strategi Harga

Suatu perusahaan harus menetapkan harga untuk pertama kali ketika perusahaan tersebut mengembangkan atau memperoleh suatu produk baru, ketika perusahaan memperkenalkan produk regulernya ke saluran distribusi atau daerah baru, dan ketika perusahaan akan mengikuti lelang atas suatu kontrak kerja baru. Manajemen harga menjadi salah satu kebijakan penting sebuah perusahaan yang akan mempengaruhi tingkat penjualan dari perusahaan. Penetapan harga jual merupakan salah satu poin penting di dalam manajemen harga. Menurut Kotler dan Gary, (2008:355), tujuan penetapan harga secara umum adalah:

- a. Bertahan hidup
- b. Maksimalisasi keuntungan saat ini
- c. Kepemimpinan pangsa pasar, atau mempertahankan pelanggan
- d. Membangun hubungan.

Tujuan penetapan harga dapat mendukung strategi pemasaran berorientasi pada permintaan primer apabila perusahaan meyakini bahwa harga yang lebih murah dapat meningkatkan jumlah pemakaian atau tingkat pemakaian atau pembelian ulang dalam bentuk atau kategori produk tertentu. Pada prinsipnya harga jual merupakan angka yang sudah menutupi biaya produksi secara utuh dan ditambahkan dengan laba atau keuntungan dalam jumlah yang wajar. Kemampuan untuk menentukan harga jual yang tepat akan sangat menentukan nasib penjualan produk di pasaran. Upaya menentukan harga jual di pasaran sebagai salah satu bagian dari manajemen harga perlu dilakukan dengan

memperhatikan banyak faktor. Hal tersebut tentunya untuk mencegah tidak lakunya barang produksi di pasaran. Menurut Kotler dan Armstrong (2008:357), terdapat beberapa hal penting yang harus diperhatikan dalam menetapkan harga jual di pasaran adalah sebagai berikut:

1) Pertimbangan Organisasi

Faktor pertama yang mempengaruhi penetapan harga adalah pertimbangan organisasi. Perusahaan harus menentukan siapa di dalam organisasi yang harus menetapkan harga. Perusahaan mengatur harga dalam berbagai cara. Pada perusahaan kecil, harga seringkali ditetapkan oleh manajemen puncak, bukan oleh departemen penjualan atau pemasaran. Pada perusahaan besar harga seringkali diatur oleh manajer divisi atau lini produk. Pada pasar industri, tenaga penjualan seringkali diperbolehkan untuk bernegosiasi dengan pelanggannya dalam jangkauan harga tertentu. Namun demikian, manajemen puncak menetapkan tujuan dan peraturan penetapan harga, dan seringkali menyetujui harga yang diajukan oleh manajemen dibawahnya atau tenaga penjualan. Semakin baik strategi penetapan harga yang dilakukan oleh perusahaan, akan memungkinkan pihak perusahaan untuk menyajikan tawaran harga yang lebih ramah kepada konsumen.

2) Pasar dan Permintaan

Penetapan harga yang baik dimulai dengan pemahaman mengenai persepsi pelanggan terhadap nilai yang mempengaruhi harga yang bersedia mereka bayarkan. Baik konsumen dan pembeli industri menyeimbangkan harga suatu produk atau layanan terhadap keuntungan memilikinya. Karena itu, sebelum menetapkan harga, pemasar harus memahami hubungan antara harga dan permintaan bagi produk tersebut.

3) Strategi dan Harga Pesaing

Faktor yang mempengaruhi manajemen harga jual yang selanjutnya adalah harga dari produk saingan. Semakin tinggi tingkat persaingan harga, maka akan semakin sulit bagi Anda menetapkan harga yang menguntungkan bagi perusahaan. Akibatnya Anda dituntut lebih kreatif untuk mencari market-market baru dengan tingkat pesaing yang masih rendah. Harga pesaing jika

tidak diperhatikan maka akan berdampak pada tidak lakunya produk Anda di pasaran.

4) Faktor Eksternal Lainnya

Bila menetapkan harga perusahaan harus mempertimbangkan pula sejumlah faktor lain pada lingkungan eksternalnya. Kondisi ekonomi dapat mempunyai dampak pada strategi penetapan harga perusahaan. Faktor ekonomi seperti *booming* atau resesi, inflasi dan suku bunga mempengaruhi keputusan penetapan harga karena ada faktor-faktor tersebut mempengaruhi persepsi konsumen terhadap harga dan nilai produk dan juga biaya memproduksi suatu produk.

Dalam hal ini, strategi masalah penetapan harga menjadi salah satu hal riskan yang harus diperhatikan para pelaku usaha dengan mempertimbangkan banyak faktor. Keempat faktor di atas penting untuk diperhatikan dalam proses penentuan harga yakni pertimbangan organisasi, pasar dan permintaan, strategi dan harga pesaing, serta faktor eksternal lainnya. Menentukan harga ke konsumen akan mempengaruhi besarnya keuntungan perusahaan yang akan diperoleh. Sehingga dalam menetapkan harga harus hati-hati dan penuh dengan pertimbangan yang matang karena akan menentukan laku atau tidaknya produk di pasaran. Oleh karenanya dibutuhkan strategi khusus dalam menentukan harga dan tak bisa dipungkiri bahwasannya peran harga cukup mendominasi dalam proses penjualan.

2.6 Penjualan

2.6.1 Pengertian Penjualan

Menurut Swastha (2004: 403) penjualan adalah interaksi antara individu saling bertemu muka yang ditujukan untuk menciptakan, memperbaiki, menguasai atau mempertahankan hubungan pertukaran sehingga menguntungkan bagi pihak lain. Penjualan diartikan juga sebagai usaha yang dilakukan manusia untuk menyampaikan barang bagi mereka yang memerlukan dengan imbalan uang menurut harga yang ditentukan atas persetujuan bersama. Menurut Mulyadi

(2008:202), penjualan merupakan kegiatan yang dilakukan oleh penjual dalam menjual barang atau jasa dengan harapan akan memperoleh laba dari adanya transaksi-transaksi tersebut dan penjualan dapat diartikan sebagai pengalihan atau pemindahan hak kepemilikan atas barang atau jasa dari pihak penjual ke pembeli. Sedangkan menurut Kotler dan Kevin (2008:276), penjualan merupakan suatu metode terencana dan terorganisir untuk mengetahui dan memahami pelanggan demikian baik sehingga produk atau jasa yang ditawarkan sesuai dengan keinginan konsumen. Dengan demikian yang diperlukan adalah membuat produk dan jasa tersedia secara kuantitas dengan tetap memperhatikan kuantitas barang atau jasa yang dihasilkan. Sebuah perusahaan pada umumnya mempunyai tiga tujuan dalam proses penjualan (Swastha, 2004: 404):

- a. Mencapai volume penjualan tertentu
- b. Mendapatkan laba tertentu
- c. Menunjang pertumbuhan perusahaan

Berdasarkan penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa penjualan merupakan salah satu kegiatan guna mempengaruhi pribadi supaya terjadi transaksi pembelian atau penyerahan barang ataupun jasa dan telah disepakati bersama atas harga yang ditawarkan. Kegiatan penjualan tersebut juga merupakan faktor penentu atas perolehan laba yang optimal. Dalam mencapai tujuan perusahaan, yakni memperoleh laba untuk menjaga kelangsungan hidup perusahaan maka penjualan sangat mempengaruhi hal tersebut.

Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi kegiatan penjualan, adalah sebagai berikut: (Swastha, 2001: 129)

1) Kemampuan penjualan

Transaksi jual beli secara komersial atas barang dan jasa pada prinsipnya melibatkan dua orang pihak yaitu penjual sebagai perantara dan pembeli sebagai pihak kedua. Peranan penjual adalah meyakinkan kepada konsumen agar dapat berhasil mencapai sasaran penjualan yang diharapkan.

2) Kondisi pasar

Pasar sebagai kelompok pembeli atau pihak yang menjadi sasaran dalam penjualan dapat mempengaruhi kegiatan penjualan. Dalam hal ini faktor yang perlu diperhatikan adalah:

- a) Jenis pasar, apakah itu pasar konsumen, pasar industri, pasar penjual, pasar internasional, pasar internasional dan lain-lain.
- b) Kelompok pembeli atau segmen pasarnya.
- c) Daya belinya.
- d) Frekuensi pembelinya.
- e) Keinginan dan kebutuhannya.

3) Modal

Dilihat akan lebih sulit bagi penjual untuk menjual barangnya apabila lokasi pembelian jauh dari tempat penjualan. Keadaan seperti ini penjual harus memperhatikan dulu atau membawa barangnya ke tempat pembeli. Untuk melaksanakan maksud tersebut diperlukan adanya sarana serta usaha seperti alat transportasi, tempat peragaan, dan usaha promosi yang semuanya mengarah pada bentuk adanya pengadaan modal yang cukup.

4) Faktor-faktor lain

Faktor-faktor lain seperti periklanan, peragaan, pemberian hadiah sering mempengaruhi tingkat pembelian yang dilakukan oleh konsumen. Pelaksananya diperlukan dana yang tidak sedikit. Bagi perusahaan besar kegiatan tersebut secara rutin dapat dilakukan sedangkan untuk perusahaan kecil hal ini jarang dilakukan.

2.6.2 Pengertian Volume Penjualan

Penjualan merupakan kegiatan menyampaikan kebutuhan yang telah dihasilkan pada mereka yang diperlukan dengan imbalan menurut harga yang ditentukan atas persetujuan bersama. Menurut Swastha (2000: 414), volume penjualan adalah volume total yang akan dibeli oleh kelompok pembelian tertentu di daerah geografis dan program pemasaran tertentu. Menurut Radiosunu (2000:23) volume penjualan adalah beberapa jumlah barang yang diproduksi atau

barang yang terjual dari suatu produk tertentu di dalam waktu tertentu. Sedangkan menurut Schiffan (2005:118), volume penjualan adalah tingkat penjualan yang diperoleh perusahaan untuk periode tertentu dalam satuan (unit/total/rupiah).

Ada beberapa usaha untuk meningkatkan volume penjualan, di antaranya adalah :

- a. Menjajakan produk dengan sedemikian rupa sehingga konsumen melihatnya.
- b. Menempatkan dan pengaturan yang teratur sehingga produk tersebut akan menarik perhatian konsumen.
- c. Mengadakan analisa pasar
- d. Menentukan calon pembeli atau konsumen yang potensial.
- e. Mengadakan pameran
- f. Mengadakan *discount* atau potongan harga.

Dari definisi di atas, volume penjualan dapat diartikan jumlah dari kegiatan penjualan suatu produk atau jasa yang dihasilkan oleh suatu perusahaan dalam suatu kurun waktu tertentu. Jadi, apabila volume penjualan meningkat dan biaya distribusi menurun maka tingkat pencapaian laba perusahaan meningkat tetapi sebaliknya apabila volume penjualan menurun maka pencapaian laba perusahaan juga menurun.

2.6.3 Fungsi Penjualan

Fungsi penjualan menurut Swastha (2004:126) adalah

- a. Menganalisa pasar
Proses menganalisa pasar, termasuk juga mengadakan peramalan penjualan pada masa yang akan datang, mengetahui dan mengawasi para pesaing dan memperhatikan lingkungan sosial dan perekonomian.
- b. Menentukan calon konsumen
Proses ini termasuk dalam fungsi antara lain mencari pembeli potensial, menciptakan pesanan baru dari langganan yang ada dan mengetahui keinginan pasar.

c. Mengadakan komunikasi

Komunikasi merupakan fungsi yang menjiwai fungsi-fungsi penjualan yang ada. Fungsi ini tidak menitik beratkan pada membujuk atau mempengaruhi tetapi untuk memulai dan melangsungkan pembicaraan dengan pelanggan atau calon pembeli.

d. Memberikan pelayanan

Pelayanan yang diberikan kepada pelanggan dapat diwujudkan dalam bentuk konsultasi yang menyangkut keinginan dan masalah-masalah yang dihadapi oleh pelanggan, memberikan jasa teknis, memberikan bantuan keuangan, melakukan pengantaran barang kerumah dan lain-lain.

e. Memajukan pelanggan

Proses memajukan pelanggan, tenaga penjualan bertanggung jawab atas semua tugas yang langsung berhubungan dengan pelanggan. Dalam fungsi ini termasuk juga pemberian saran secara pribadi seperti saran tentang masalah pengawasan kebijaksanaan harga.

f. Mempertahankan pelanggan

Mempertahankan pelanggan atau penjualan merupakan salah satu fungsi yang semata-mata ditujukan untuk menciptakan *goodwill* serta mempertahankan hubungan baik dengan pelanggan.

g. Mendefinisikan masalah Hal ini dilakukan dengan memperhatikan dan mengikuti permintaan konsumen, ini berarti perusahaan harus mengadakan analisis tentang usaha-usaha konsumen sebagai sumber masalah. Selain itu harus menemukan yang berkaitan dengan barang, jasa, dan sistem penyampainnya.

h. Mengatasi masalah

Mengatasi masalah merupakan fungsi menyeluruh yang pada dasarnya menyangkut fleksibilitas penemuan pelanggan. Jika suatu masalah yang ditemukan bersumber dari berbagai perusahaan, tenaga penjualan dapat membentuk suatu sistem untuk memecahkannya. Jadi dalam hal ini tenaga penjual dapat bertindak sebagai konsultan.

i. Pengatur waktu

Pengatur waktu merupakan hal yang paling penting yang dihadapi oleh tenaga penjualan untuk menghemat waktu, sehingga mereka harus banyak latihan serta menjadikan pengalaman dari orang lain.

Berdasarkan penjelasan mengenai fungsi penjualan di atas dapat digaris bawahi bahwasanya dengan dilakukannya transaksi tukar-menukar barang atau jasa tersebut diharapkan perusahaan juga mendapatkan keuntungan dari penjualan yang dilakukan. Selain itu, dengan adanya produk yang ditawarkan maka perusahaan dapat menjalin rekan bisnis yang lebih luas, serta dengan adanya kegiatan tersebut mendapatkan manfaat karena melayani kebutuhan konsumen. Sehingga hal yang paling penting agar perusahaan berkembang dalam menjalankan usaha bisnisnya adalah perusahaan harus mampu memberikan kepuasan kepada konsumen dan memberikan jaminan yang lebih baik atas barang dan jasa yang dapat dilakukan setelah penjualan.

2.7 Penelitian Terdahulu

Ringkasan penelitian terdahulu yang menjadi sumber rujukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

Tabel 2.3 Ringkasan penelitian terdahulu

Peneliti	Judul	Lokasi Penelitian	Variable Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
<i>a</i>	<i>b</i>	<i>c</i>	<i>d</i>	<i>e</i>	<i>f</i>
Surono (2007)	Pengaruh kebijakan cukai, fasilitas penundaan dan tingkat produksi terhadap pungutan cukai pada industri rokok Sumatera Utara	9 pabrika rokok di Sumatera Utara	Kebijakan Cukai, Fasilitas Penundaan, Tingkat Produksi, Pungutan Cukai Rokok Di Sumatera Utara	Deskriptif Kuantitatif	Secara simultan variabel kebijakan cukai, fasilitas penundaan dan tingkat produksi berpengaruh positif dan signifikan pada derajat kepercayaan 99% terhadap penerimaan cukai Sumatera Utara. Secara parsial kebijakan cukai berpengaruh positif dan signifikan pada derajat kepercayaan 99% terhadap penerimaan cukai Sumatera Utara. Secara parsial variabel fasilitas penundaan berpengaruh positif dan signifikan pada derajat-

<i>a</i>	<i>b</i>	<i>c</i>	<i>d</i>	<i>e</i>	<i>f</i>
					kepercayaan 95% terhadap penerimaan cukai Sumatera Utara. Secara parsial variabel tingkat produksi berpengaruh positif dan signifikan pada derajat kepercayaan 99% terhadap penerimaan cukai Sumatera Utara.
Buana (2013)	Pengaruh Kenaikan Tarif Cukai Rokok Kretek Terhadap Harga, Penawaran Dan Permintaan Komoditas Rokok Kretek Dan Komoditas Tembakau Serta Kesejahteraan Masyarakat	Perkebunan Tembakau Virginia	Kenaikan Tarif Cukai Rokok Kretek, Harga, Penawaran, Permintaan, Kesejahteraan	Model Persamaan Simultan dengan Metode Two-Stage Least Squares (2-Sls).	Kenaikan tarif cukai rokok kretek berpengaruh terhadap permintaan, penawaran dan harga rokok kretek. kenaikan tarif cukai rokok kretek akan berpengaruh secara positif terhadap harga riil rokok kretek di tingkat konsumen. Penawaran rokok kretek, permintaan rokok kretek dan harga riil rokok kretek di tingkat produsen dipengaruhi secara negatif. Tarif cukai rokok kretek berpengaruh terhadap permintaan, penawaran dan harga tembakau. Permintaan tembakau, penawaran tembakau dan harga tembakau baik di tingkat petani maupun konsumen dipengaruhi secara negatif oleh peningkatan tarif cukai rokok kretek.
Fadillah & Endang (2012)	Pengaruh Pajak Pertambahan Nilai Dan Cukai Rokok Terhadap Skema Finansial Produk Rokok	Perusahaan rokok yang terdaftar di Kantor Bea dan Cukai di Surakarta Indonesia	Cukai, Pajak Pertambahan Nilai, harga produk rokok per unit, pendapatan penjualan, dan volume produksi	Analisis regresi linier berganda	Cukai per unit tidak berpengaruh secara keseluruhan terhadap skema finansial yang terdiri atas pendapatan penjualan dan volume produksidan hanya memiliki pengaruh terhadap harga produk rokok per unit. PPN per unit tidak berpengaruhsecara keseluruhan terhadap skema finansial yang terdiri atas pendapatan penjualan dan volume produksi dan hanya memiliki pengaruh terhadap harga produk rokok per unit. Cukai dan PPN per unit tidak berpengaruh secara bersama-samaterhadap skema finansial.

<i>a</i>	<i>b</i>	<i>c</i>	<i>d</i>	<i>e</i>	<i>f</i>
Fadillah dkk (2014)	Kebijakan Tarif Cukai Hasil Tembakau 2013 Sebagai Pengendalian Konsumsi Rokok Menuju Masyarakat Yang Lebih Sehat	Kabupaten Bogor tepatnya di kampus IPB Dramaga	Kebijakan Tarif Cukai Hasil Tembakau dan Pengendalian Konsumsi Rokok	Kuantitatif	Kenaikan cukai tembakau terhadap konsumsi rokok tidak mempengaruhi penurunan konsumsi rokok karena kenaikan harga rokok masih berada dibawah nilai WTP sehingga masih terjangkau oleh perokok kalangan pelajar maupun pekerja.
Yerison, dkk (2010)	Analisis Kebijakan Cukai Terhadap Penerimaan Dalam Negeri	Departemen Keuangan, Direktorat Jenderal Bea dan Cukai, Badan Pusat Statistik dan Bank Indonesia.	Tarif cukai, jumlah cukai tembakau, jumlah cukai palsu, dan penerimaan dalam negeri	Metode Ordinary Least Square (OLS)	Secara bersama-sama variabel tarif cukai, jumlah cukai tembakau dan jumlah cukai palsu berpengaruh signifikan terhadap perubahan penerimaan dalam negeri pada tingkat keyakinan 99% dan sesuai dengan hipotesis penelitian. Secara parsial, tarif cukai, jumlah cukai tembakau berpengaruh positif terhadap penerimaan dalam negeri pada tingkat keyakinan 95% dan 90%, sedangkan jumlah cukai palsu berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap penerimaan dalam negeri.

2.8 Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual adalah kerangka penelitian yang mempermudah peneliti dalam memahami masalah yang menghubungkan dua variabel atau lebih.

Berikut merupakan kerangka konsep dari penelitian ini:



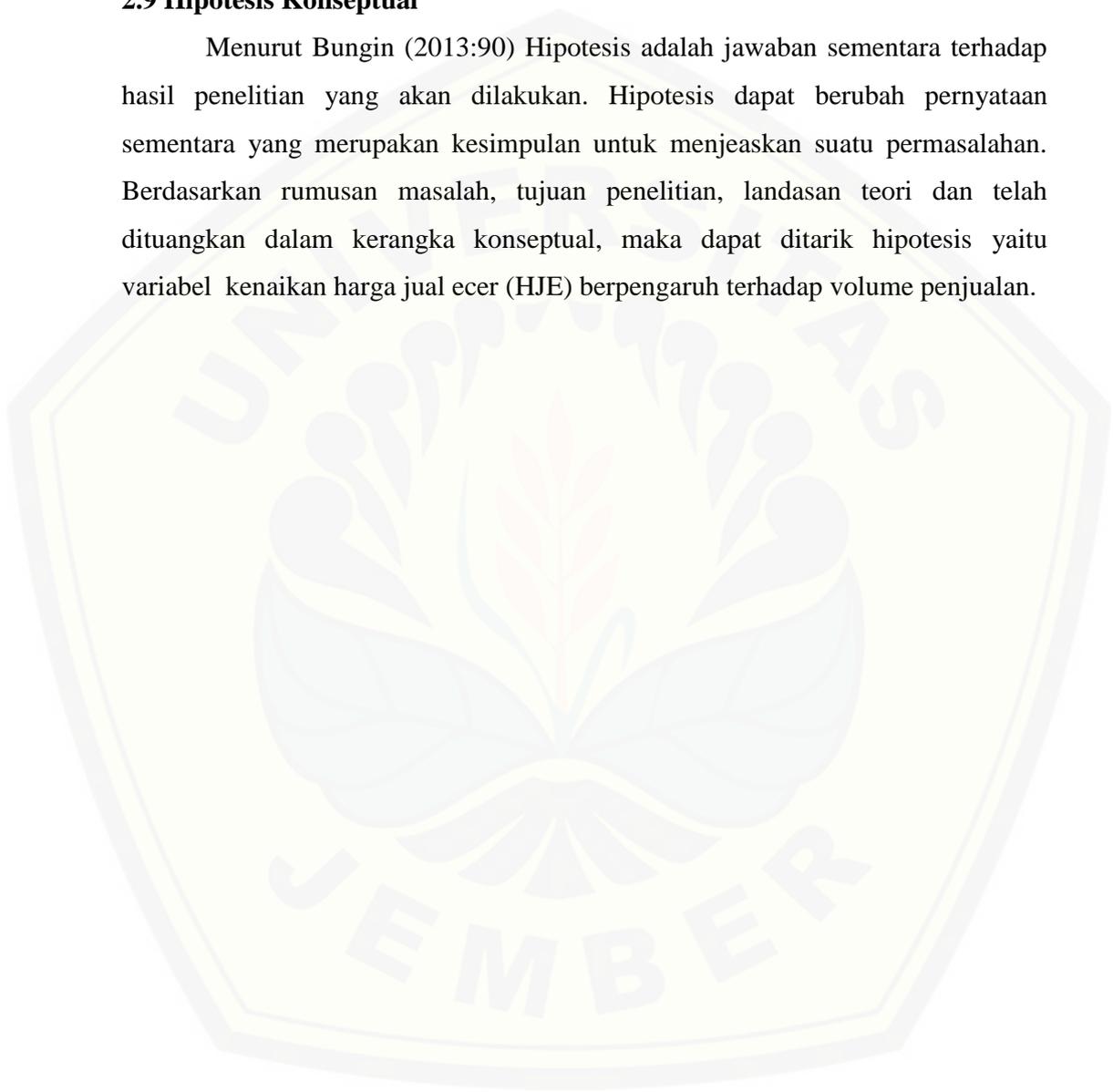
Gambar 2.3 Kerangka konseptual

Keterangan Garis:

————— : Pengaruh kenaikan harga jual ecer terhadap volume penjualan.

2.9 Hipotesis Konseptual

Menurut Bungin (2013:90) Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap hasil penelitian yang akan dilakukan. Hipotesis dapat berubah pernyataan sementara yang merupakan kesimpulan untuk menjeaskan suatu permasalahan. Berdasarkan rumusan masalah, tujuan penelitian, landasan teori dan telah dituangkan dalam kerangka konseptual, maka dapat ditarik hipotesis yaitu variabel kenaikan harga jual ecer (HJE) berpengaruh terhadap volume penjualan.



BAB 3. METODE PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian

Berdasarkan pemaparan latar belakang di atas, permasalahan serta tujuan penelitian maka tipe penelitian kuantitatif. Menurut Sugiyono (2012:15), pendekatan kuantitatif adalah pendekatan yang didasarkan pada angka dan data kualitatif yang diangkakan. Metode penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang sifatnya induktif. Artinya, penelitian dengan metode kuantitatif berangkat dari sebuah teori. Metode penelitian ini sering kali digunakan untuk menguji dan membuktikan kebenaran suatu teori.

Dalam penelitian yang akan dilakukan menggunakan penelitian kuantitatif dengan menggunakan pendekatan regresi linear sederhana dan menggunakan alat analisis SPSS. Hal ini dikarenakan penelitian ini bertujuan untuk melihat pengaruh 2 variabel yaitu, kenaikan harga jual ecer dan volume penjualan.

3.2 Jenis dan Sumber Data

3.2.1 Jenis Data

Data adalah segala fakta dan angka yang dapat dijadikan bahan untuk menyusun suatu informasi (Arikunto, 2002:96). Data juga merupakan materi mentah yang membentuk semua laporan penelitian (Dempsey dan Dempsey, 2002:76). Data adalah hasil penelitian yang merupakan karakteristik, simbol, atau angka dari sebuah variable yang diukur (Sugiyono, 2015:2).

Data yang digunakan dalam penelitian terdiri atas dua jenis, yaitu data kuantitatif dan kualitatif (Santoso 2016:6-7).

- a. Data kuantitatif, adalah jenis data yang dapat dinyatakan dalam bentuk angka-angka, seperti data jumlah responden, jumlah responden menurut umur, jenis kelamin, pendidikan dan masa kerja. Data kuantitatif dapat dibagi menjadi dua bagian yaitu data interval dan data rasio.

- b. Data kualitatif, adalah jenis data yang tidak dapat dinyatakan dalam bentuk angka, seperti struktur organisasi, uraian tugas dan unit kerja. Data kualitatif dapat dibagi menjadi dua bagian yaitu data nominal dan ordinal.

Data-data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder yaitu sumber data yang diperoleh oleh peneliti secara tidak langsung melalui media perantara. Data sekunder ini berupa laporan penjualan rokok perusahaan Gagak Hitam Bondowoso Tahun 2014-2016 dengan menggunakan analisis regresi linear sederhana.

3.2.2 Sumber Data

Sumber data yang diperlukan dari penelitian ini diperoleh dari data sebagai berikut.

- a. Data Primer

Data primer adalah data yang langsung diperoleh dari sumber data pertama di lokasi penelitian atau objek penelitian (Bungin, 2013:132). Data primer dalam penelitian ini adalah diperoleh dari hasil observasi dan wawancara yang dilakukan kepada pihak terkait seperti manajer Perusahaan Rokok Gagak Hitam Bondowoso. Pengumpulan data primer ini dilakukan untuk memperkuat data sekunder.

- b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber kedua atau sumber sekunder dari data yang kita butuhkan (Bungin, 2013:132). Data sekunder diperoleh dari sumber data kedua sesudah sumber data primer. Karena sesuatu dan lain hal, peneliti sulit memperoleh sumber data primer dan mungkin menyangkut hal-hal yang sangat pribadi sehingga data itu langsung dari sumber data primer. Pada penelitian ini data sekunder diperoleh dari jurnal-jurnal, buku-buku yang terkait dengan penelitian, web, serta laporan manajemen perusahaan Rokok Gagak Hitam Bondowoso yang meliputi laporan penjualan, laporan produksi, laporan keuangan, ataupun dokumentasi.

3.3 Populasi dan Sampel

Populasi dan sampel diperlukan untuk menentukan objek yang akan diteliti. Penentuan populasi dan sampel bertujuan agar memperoleh data yang diperlukan pada saat penelitian.

3.3.1 Populasi

Menurut Bungin (2013:141), populasi berasal dari kata bahasa Inggris *population*, yang berarti jumlah penduduk. Oleh karena itu, apabila disebutkan kata populasi, orang kebanyakan menghubungkannya dengan masalah-masalah kependudukan. Dalam metode penelitian kata populasi amat populer digunakan untuk menyebut serumpun atau sekelompok objek yang menjadi sasaran penelitian. Populasi juga dapat didefinisikan sebagai sekumpulan data yang mengidentifikasi suatu fenomena (Santoso, 2016:4). Populasi dari penelitian ini adalah semua jenis dan golongan pengusaha pabrik hasil tembakau yang mengalami kenaikan tarif cukai rokok pada Tahun 2014-2016.

3.3.2 Sampel

Sampel atau contoh adalah sebagian dari populasi yang karakteristiknya hendak diteliti (Djarwanto, 1994 : 43). Sedangkan menurut Sugiyono (2012 : 91) adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sampel juga dapat didefinisikan sebagai sekumpulan data yang diambil atau diseleksi dari suatu populasi (Santoso, 2016:5). Sampel dari penelitian ini adalah tiga jenis dan golongan pengusaha pabrik hasil tembakau yang mengalami kenaikan tarif cukai rokok pada Tahun 2015-2016 antara lain jenis Sigaret Kretek Mesin (SKM), Sigaret Kretek Tangan (SKT), dan Sigaret Putih Mesin (SPM). Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* dengan pertimbangan sebagai berikut:

- a. Jenis dan golongan pengusaha pabrik hasil tembakau yang terdaftar di Peraturan Menteri Keuangan.
- b. Jenis dan golongan pengusaha pabrik hasil tembakau yang mengalami kenaikan tarif cukai pada tahun 2014-2016.

- c. Jenis dan golongan pengusaha pabrik hasil tembakau yang ada di Perusahaan Rokok Gagak Hitam Bondowoso.

3.4 Metode Pengumpulan Data

Metode penelitian bersifat kuantitatif dari hasil pengukuran variabel yang dioperasionalkan dengan menggunakan instrumen. Instrumen penelitian kuantitatif meliputi observasi dan wawancara. Dalam penelitian ini menggunakan teknik pengambilan data dalam memperoleh informasi dari berbagai sumber yaitu sebagai berikut.

3.4.1 Wawancara

Wawancara atau *interview* adalah sebuah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara pewawancara dengan responden atau orang yang diwawancarai, dengan atau tanpa menggunakan pedoman wawancara (Bungin, 2013 : 136). Inti dari metode wawancara ini bahwa di setiap penggunaan metode ini selalu ada beberapa pewawancara, materi wawancara dan pedoman wawancara. Wawancara yang dilakukan dalam penelitian ini adalah kepada Manajer Perusahaan Rokok Gagak Hitam Bondowoso tentang gambaran umum perusahaan dan pengaruh kenaikan tarif cukai rokok yang senantiasa mengalami kenaikan tiap tahunnya, strategi penetapan harga dan juga pengaruhnya terhadap penjualan rokok Gagak Hitam Bondowoso.

3.4.2 Studi Kepustakaan

Teori diperoleh dari literatur, artikel jurnal dan hasil penelitian terdahulu. Metode ini digunakan untuk mempelajari dan memahami literatur-literatur yang memuat pembahasan yang berkaitan dengan penelitian. Tujuan penelitian terdahulu sangat diperlukan sebagai bahan untuk memperbandingkan antara penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang. Penelitian ini mengacu padabeberapa penelitian terdahulu. Penelitian yang pertama yaitu penelitian Surono (2007) yang berjudul “Pengaruh Kebijakan Cukai, Fasilitas Penundaan dan Tingkat Produksi Terhadap Pungutan Cukai Pada Industri Rokok Sumatra

Utara". Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kebijakan cukai, fasilitas penundaan dan tingkat produksi terhadap pungutan cukai pada industri rokok Sumatra Utara. metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif.

Penelitian yang kedua dilakukan oleh Buana (2013) yang berjudul "Pengaruh Kenaikan Tarif Cukai Rokok Kretek Terhadap Harga, Penawaran dan Permintaan Komoditas Rokok Kretek dan Komoditas Tembakau serta Kesejahteraan Masyarakat". Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi penawaran, permintaan dan harga dari komoditas rokok kretek dan tembakau. Faktor-faktor tersebut digunakan untuk mengidentifikasi pengaruh kenaikan tarif cukai rokok kretek terhadap penawaran, permintaan dan harga dari komoditas rokok kretek dan tembakau. Hasil identifikasi tersebut diperlukan untuk menganalisa dampak kenaikan tarif cukai rokok kretek terhadap kesejahteraan konsumen rokok kretek, kesejahteraan petani tembakau, keuntungan perusahaan rokok kretek dan pendapatan pemerintah. Penelitian ini menggunakan model persamaan simultan dengan metode *two-stage least squares* (2-SLS).

3.4.3 Dokumentasi

Data yang digunakan dalam penelitian ini dikumpulkan dengan mendokumentasikan data-data yang telah berhasil dikumpulkan. Data tersebut dapat diperoleh dari Perusahaan Rokok Gagak Hitam Bondowoso. Selain itu, data diperoleh dari KPPBC tentang tarif, golongan dan jenis cukai rokok serta Peraturan Menteri Keuangan yang berlaku. Cara memperoleh data tersebut melalui website resmi Direktorat Bea dan Cukai (www.beacukai.go.id).

3.5 Definisi Operasional Variabel dan Pengukurannya

3.5.1 Variabel Penelitian

Sugiyono (2013:38) menjelaskan bahwa variabel penelitian pada dasarnya adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik

kesimpulannya. Menurut Priyono (2010:8) variabel adalah suatu konsep yang beragam atau bervariasi, variabel dibedakan menjadi variabel tergantung (variabel independen) dan variabel bebas (variabel dependen). Variabel independen yang digunakan dalam penelitian adalah variabel yang disimbolkan dengan X. Sedangkan variabel dependen disimbolkan dengan Y.

a. Variabel Independen (X)

Priyatno (2010:8) menjelaskan bahwa variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi variabel lain. Menurut Sugiyono (2013:39) variabel independen sering disebut *variable stimulus, predictor, antecedent*. Dalam bahasa Indonesia sering disebut variabel bebas. Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Kenaikan harga jual ecer adalah variabel bebas dalam penelitian ini diberi simbol (X). Harga merupakan pernyataan nilai dari suatu produk (a statement of value). Nilai adalah rasio perbandingan antara persepsi terhadap manfaat (perceive benefits) dengan biaya- biaya yang dikeluarkan untuk mendapat produk (Tjiptono, 2008: 467). Jadi, kenaikan harga jual ecer merupakan peningkatan nilai satuan suatu produk dan tentunya harga tersebut sudah menjadi patokan.

b. Variabel Dependen (Y)

Menurut Priyatno (2010:8) variabel tergantung (dependen) adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel lain yang sifatnya tidak berdiri sendiri. Menurut Sugiyono (2013:39) variabel dependen sering disebut variabel output, kriteria, konsekuen. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Volume penjualan merupakan variabel dependen dalam penelitian ini yang diberi simbol (Y_1). Penjualan merupakan kegiatan manusia yang mengarahkan untuk memenuhi dan memuaskan kebutuhan dan keinginan melalui proses pertukaran (Assauri, 2004:5).

3.6 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan program SPSS 2.2. Menurut Ghozali (2011:15) SPSS adalah kepanjangan dari *Statistical Package for Social Sciences* yaitu *software* yang berfungsi untuk menganalisa data, melakukan perhitungan statistik baik untuk statistic parametric maupun non-parametrik dengan *basic windows*. Teknis analisis data dalam penelitian ini meliputi: statistik deskriptif, uji asumsi klasik, analisis regresi sederhana dan pengujian hipotesis yang terdiri dari uji t dan uji F.

3.6.1 Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif adalah statistic yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku umum atau generalisasi (sugiyono, 2013:147). Menurut Ghozali (2011:19) statistik deskriptif memberikan gambaran atau deskripsi suatu data yang dilihat dari nilai rata-rata (mean), standar deviasi, varian, maksimum, minimum, sum range, kurtosis, dan skewness (kemencengan distribusi).

3.6.2 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik merupakan uji yang dilakukan guna mengetahui penduga parameter koefisien regresi memenuhi *best linier unbiased estimator* atau tidak. Pengujian ini bertujuan untuk mengetahui dan menguji kelayakan atas model regresi yang akan digunakan dalam penelitian. Menurut Gozhali (2011:105) uji asumsi klasik terdiri dari:

a. Uji normalitas

Asumsi normalitas data diperlukan untuk menguji data berdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal (Gozhali,2011:106). Uji normalitas dalam penelitian ini menggunakan uji statistik non-parametrik Kolmogorov-Smirnov (K-S).

c. Uji heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan yang lain. Model regresi yang baik adalah yang homokedastisitas atau tidak terjadi heterokedastisitas. Cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya heterokedastisitas dapat dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik *scatterplot*, dengan dasar analisis sebagai berikut (Gozhali, 2011:139):

- 1) Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar, kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heterokedastisitas.
- 2) Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heterokedastisitas.

d. Uji Autokorelasi

Menurut Gozhali (2011:110) uji autokorelasi bertujuan menguji apakah dalam model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode $t-1$. Model regresi yang baik adalah regresi yang bebas dari autokorelasi. Terdapat salah satu cara yang digunakan untuk mendeteksi ada atau tidaknya autokorelasi yakni dengan uji Durbin – Watson (DW Test).

Tabel 3.1 Tabel ketentuan nilai *durbin-watson*

Hipotesis Nol	Keputusan	Jika
Tidak ada autokorelasi positif	Tolak	$0 < d < dl$
Tidak ada autokorelasi positif	Tidak ada kesimpulan	$dl \leq d \leq du$
Tidak ada autokorelasi negatif	Tolak	$4 - dl < d < 4$
Tidak ada korelasi negative	Tidak ada kesimpulan	$4 - du \leq d \leq 4 - dl$
Tidak ada autokorelasi, positif, atau negative	Tidak ditolak	$du < d < 4 - du$

Sumber: Ghazali, 2011:111

Hipotesis yang akan diuji adalah:

H_0 : tidak ada autokorelasi ($r = 0$)

H_a : ada autokorelasi ($r \neq 0$)

3.6.3 Analisis Regresi Linier

Analisis Regresi pada dasarnya adalah studi mengenai ketergantungan variabel dependen (terikat) dengan satu variabel atau lebih variabel independen (variabel bebas/terikat), dengan tujuan untuk mengestimasi dan/atau memprediksi rata-rata populasi atau nilai rata-rata variabel dependen berdasarkan nilai variabel independen yang diketahui (Gujarati, 2003 dalam Ghozali, 2011:95).

Analisis regresi linier berganda adalah pengembangan dari regresi linier sederhana, yaitu sama-sama alat yang dapat digunakan untuk memprediksi permintaan di masa yang akan datang berdasarkan data masa lalu atau untuk mengetahui pengaruh satu atau lebih variabel bebas (independen) terhadap satu variabel tak bebas (Siregar, 2013: 301).

Pada analisis regresi, selain mengukur kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih juga menunjukkan arah hubungan antara variabel dependen dengan variabel independen. Variabel dependen diasumsikan random/stokastik, yang berarti mempunyai distribusi probabilistic. Variabel independen/bebas diasumsikan memiliki nilai tetap (Ghozali, 2011:96).

Ketetapan fungsi regresi sampel dalam menaksir nilai actual dapat diukur dari *Goodness of fit*-nya. Secara statistik, setidaknya ini dapat diukur dari nilai koefisien determinasi, nilai statistik F dan nilai statistic T. Perhitungan statistik disebut signifikan secara statistic apabila nilai uji statistiknya berada dalam daerah kritis (daerah dimana H_0 ditolak). Sebaliknya disebut tidak signifikan bila nilai uji statistiknya berada dalam daerah dimana H_0 diterima (Ghozali, 2011:97).

3.6.4 Pengujian Hipotesis

Tahap pengujian hipotesis dilakukan untuk menguji hubungan kenaikan tarif cukai rokok terhadap harga jual dan penjualan menggunakan regresi linier sederhana yang terdiri dari:

a. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien Determinasi pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien

determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Secara umum koefisien determinasi untuk data silang (*crosssection*) relatif rendah karena adanya variasi yang besar antara masing-masing pengamatan, sedangkan untuk data runtun waktu (*time series*) mempunyai nilai koefisien determinasi yang tinggi.

Kelemahan mendasar penggunaan koefisien determinasi adalah bias terhadap jumlah variabel independen yang dimasukkan ke dalam model. Setiap tambahan satu variabel independen, maka R^2 pasti meningkat tidak peduli apakah variabel tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen (Gozhali, 2011:97). Menurut Priyatno (2010:66) koefisien determinasi menunjukkan seberapa besar prosentase variasi variabel independen yang digunakan dalam model mampu menjelaskan variasi variabel dependen sedangkan *Adjusted R square* digunakan untuk regresi dengan lebih dari dua variabel independen.

b. Uji Signifikan Simultan (Uji F)

Uji F statistic pada dasarnya menunjukkan pengaruh satu variabel penjelas/independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen (Gozhali, 2011:98). Uji F dilakukan untuk menguji apakah model regresi yang digunakan *fit*. Dasar pengambilan keputusannya yakni:

- 1) Jika $F\text{-hitung} < F\text{-tabel}$, maka model regresi tidak *fit* (hipotesis ditolak).
- 2) Jika $F\text{-hitung} > F\text{-tabel}$, maka model regresi *fit* (hipotesis diterima).

Uji F juga dapat dilakukan dengan melihat nilai signifikan F pada output hasil regresi menggunakan SPSS dengan *significance level* 0,05 ($\alpha = 5\%$). Jika nilai signifikan lebih besar dari α maka hipotesis ditolak, yang berarti model regresi tidak *fit*. Jika nilai signifikan lebih kecil dari α maka hipotesis diterima, yang berarti model regresi *fit*.

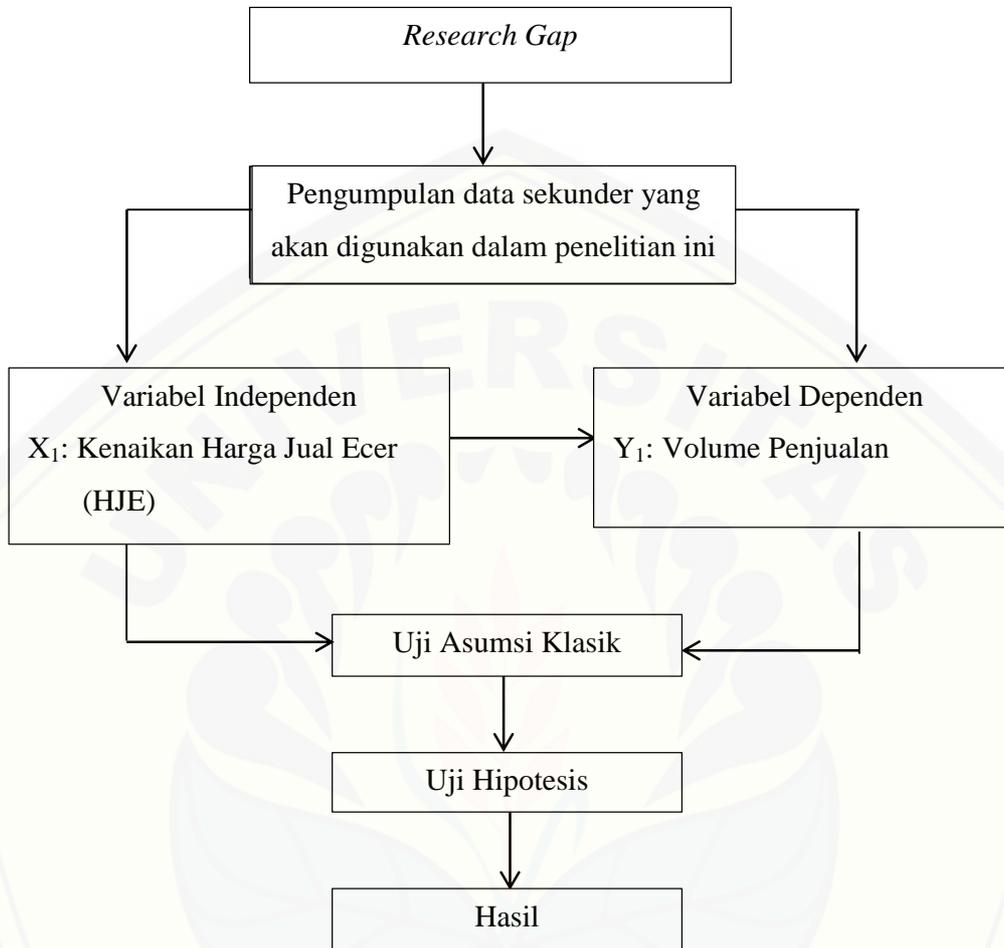
c. Uji Signifikan Parameter Individual (Uji t)

Uji statistic t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas/independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen (Gozhali, 2011:98). Dasar pengambilan keputusannya yakni:

- 1) Jika $t\text{-hitung} < t\text{-tabel}$, maka variabel independen secara individual tidak berpengaruh terhadap variabel dependen (hipotesis ditolak).
- 2) Jika $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$, maka variabel independen secara individual berpengaruh terhadap variabel dependen (hipotesis diterima).

Uji t dapat juga dilakukan dengan melihat nilai signifikan t masing-masing variabel pada *output* hasil regresi menggunakan SPSS dengan *significance level* 0,05 ($\alpha = 5\%$). Jika nilai signifikan lebih besar dari α maka hipotesis ditolak (koefisien regresi tidak signifikan), yang berarti secara individual variabel independen tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen. Jika nilai signifikan lebih kecil dari α maka hipotesis diterima (koefisien regresi signifikan), yang berarti secara individual variabel independen mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

3.7 Kerangka Pemecahan Masalah



Keterangan:

a. *Research Gap*

Tahap ini merupakan langkah awal peneliti dalam menangkap celah-celah atau kesenjangan penelitian berdasarkan pengalaman atau temuan peneliti-peneliti terdahulu. Penelitian ilmiah disasarkan untuk mendapatkan sebuah jawaban baru terhadap sesuatu yang menjadi masalah, dalam hal ini dengan adanya kenaikan cukai rokok yang terjadi setiap tahunnya.

b. Pengumpulan Data Sekunder

Tahap ini diawali dengan peneliti melakukan persiapan dengan cara observasi ke objek yang akan diteliti. Langkah-langkah yang dilakukan peneliti pada tahap ini adalah studi kepustakaan, menentukan objek, penentuan sampel dan

populasi. Peneliti juga mengumpulkan data sekunder yang diperoleh dari Perusahaan Rokok Gagak Hitam Bondowoso.

c. Teknik Analisis Data

Pada tahap ini, terdapat langkah-langkah yang dilakukan peneliti dimulai dari statistik deskriptif, uji asumsi klasik, kemudian regresi linier sederhana dan selanjutnya pengujian hipotesis. Hal tersebut dijelaskan dalam metodologi penelitian.

d. Hasil

Setelah data diolah, selanjutnya melakukan pengolahan hasil dan pembahasan.

e. Kesimpulan

Penarikan kesimpulan merupakan tahap terakhir dalam penelitian ini setelah tahap-tahap di atas dilakukan kemudian ditemukan jawaban dari permasalahan yang ada.

BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh kenaikan harga jual ecer dan volume penjualan pada Perusahaan Rokok Gagak Hitam Bondowoso dalam periode pengamatan dari tahun 2014 hingga tahun 2016. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa hasil pengujian regresi atas pengaruh harga jual ecer terhadap volume penjualan menunjukkan hubungan yang signifikan, ini membuktikan bahwa harga jual ecer mampu memberikan pengaruh terhadap volume penjualan.

Adanya kenaikan cukai rokok dapat mempengaruhi harga jual ecer. Meskipun demikian, kenaikan cukai rokok bukanlah satu-satunya faktor yang mempengaruhi kenaikan harga jual ecer. Berdasarkan teori permintaan dan penawaran yang menyatakan bahwa apabila harga suatu barang naik, maka permintaan barang tersebut akan menurun sebaliknya bila harga suatu barang menurun, maka permintaannya akan naik. Hasil penelitian ini mematahkan teori tersebut, naiknya cukai rokok yang mempengaruhi kenaikan harga jual ecer yang telah ditetapkan oleh perusahaan dan menyebabkan volume penjualan semakin meningkat. Hal ini dikarenakan bagi konsumen, rokok merupakan barang konsumtif yang diperlukan dalam bentuk produk jadi. Sehingga berapapun harga jual rokok selama tidak mengalami kenaikan yang dapat membebani, konsumen akan membelinya. Jadi, dapat disimpulkan bahwa kenaikan harga jual ecer mampu memberikan pengaruh terhadap volume penjualan.

5.2 Saran

Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat menambah variabel-variabel lain yang dapat memperkuat pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dan memperluas tahun penelitian, serta meneliti objek cukai lainnya selain cukai hasil tembakau di perusahaan yang berbeda sehingga penelitian ini berkembang.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi. 2002. *Metodologi Penelitian*. Penerbit PT. Rineka Cipta. Jakarta.
- Assauri, Sofjan. 2004. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Press.
- Buana, Ai Surya. 2013. Pengaruh Kenaikan Tarif Cukai Rokok Kretek Terhadap Harga, Penawaran dan Permintaan Komoditas Rokok Kretek dan Komoditas Tembakau serta Kesejahteraan Masyarakat. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen Institute Pertanian Bogor*, 4 (2): 5-12.
- Bungin, Burhan. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Kencana
- Djarwanto. 1994. *Pokok-pokok Metode Riset dan Bimbingan Teknis Penulisan Skripsi*. Yogyakarta : Liberty.
- Fadillah, Qinthara, dan Nur. 2014. Kebijakan Tarif Cukai Hasil Tembakau 2013 Sebagai Pengendalian Konsumsi Rokok Menuju Masyarakat Yang Lebih Sehat. *Jurnal Program Kreativitas Mahasiswa Penelitian Institut Pertanian Bogor Bogor*, 3 (4): 3-15.
- Fadillah, Reza, dan Kiswara, Endang. 2012. Pengaruh Pajak Pertambahan Nilai Dan Cukai Rokok Terhadap Skema Finansial Produk Rokok. *Jurnal Akuntansi Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro*, 1 (2): 1-12.
- Ghozali, Imam. 2011. *Analisis Multivariate dengan Program SPSS. Edisi ke 3*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kemenkeu. 2014. Peraturan Menteri Keuangan Nomor 205/PMK.011/2014 tentang Perubahan Atas Peraturan Menteri Keuangan Nomor 179/PMK.011/2012 tentang Tarif Cukai Hasil Tembakau. Jakarta: Kemenkeu.

- Kemenkeu. 2015. Peraturan Menteri Keuangan (PMK) Nomor 198/PMK.010/2015 tentang Perubahan Kedua Atas Peraturan Menteri Keuangan Nomor 179/PMK.011/2012 tentang Tarif Cukai Hasil Tembakau. Jakarta: Kemenkeu.
- Kemenkeu. 2016. Peraturan Menteri Keuangan (PMK) Nomor 147/PMK.010/2016 tentang Perubahan Ketiga Atas Peraturan Menteri Keuangan Nomor 179/PMK.011/2012 tentang Tarif Cukai Hasil Tembakau. Jakarta: Kemenkeu.
- Kotler, Philip dan Kevin L. Keller. 2008. *Manajemen Pemasaran Edisi Tiga Belas*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip, Armstrong dan Gary. 2001. *Prinsip - prinsip Pemasaran Jilid 2 Edisi Kedelapan*. 2001. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kotler, Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran Jilid I Edisi Milenium Kesepuluh*. Jakarta: Penerbit PT. Prenhallindo.
- Kotler, Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran Jilid II Edisi Milenium Kesepuluh*. Jakarta: Penerbit PT. Prenhallindo.
- Kotler, Philip. 1997. *Manajemen Pemasaran Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Kontrol*. Jakarta: Prenhallindo.
- Mulyadi. 2006. *Sistem Informasi Akuntansi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Putong, Iskandar. 2005. *Ekonomi Mikro*. Jakarta: PT Mitra Wacana Media.
- Santoso, Singgih. 2012. *Aplikasi SPSS Pada Statistik Parametrik*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Santoso, Singgih. 2016. *Panduan Lengkap SPSS Versi 23*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Sugiyono dan Agus. 2015. *Cara Mudah Belajar SPSS & LISREL Teori dan Aplikasi Untuk Analisa Data Penelitian*. Bandung: Alfabeta.

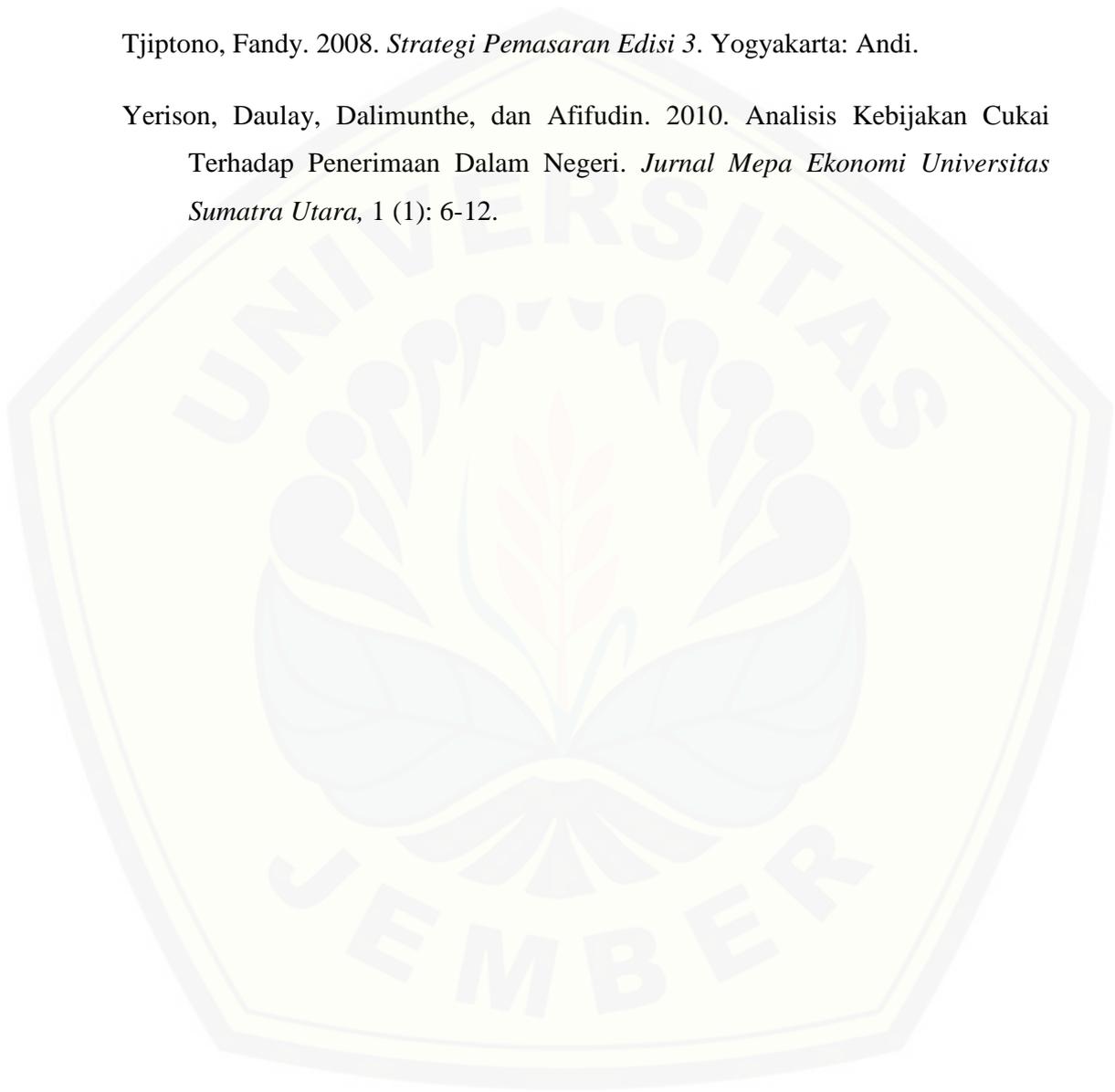
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&B*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sukirno, Sadono. 2002. *Pengantar Teori Mikroekonomi Edisi Ketiga*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Sumarni, Murti, Soeprihanto dan John. 1998. *Pengantar Bisnis (Dasar - Dasar Ekonomi Perusahaan) Edisi Kelima*. Yogyakarta: Penerbit Liberty.
- Sunyoto, D. 2013. *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan Perusahaan*. Jakarta: PT Buku Seru.
- Surono. 2007. Pengaruh Kebijakan Cukai, Fasilitas Penundaan dan Tingkat Produksi Terhadap Pungutan Cukai Pada Industri Rokok Sumatra Utara. *Jurnal Program Studi Ilmu Manajemen Universitas Sumatra Utara*, 3(4): 3-15.
- Sutojo, Siswanto dan Kleinsteuber, Friz. 2002. *Strategi Manajemen Pemasaran Edisi Pertama*. Jakarta: Penerbit PT. Damair Mulia Pustaka.
- Swasta, Basu dan Irawan. 2002. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Penerbit Liberty.
- Swastha, Basu dan Sukotjo, Ibnu. 2002. *Pengantar Bisnis Modern Edisi Ketiga*. Yogyakarta: Penerbit Liberty.
- Swastha, Basu. 1998. *Manajemen Pemasaran Modern Edisi Ketiga*. 1998: Penerbit Liberty
- Swastha, Basu. 2004. *Azas-Azas Marketing Edisi Ketiga*. Yogyakarta: Penerbit Liberty.
- Syamsuddin, L. 2001. *Manajemen Keuangan Perusahaan*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

Tasman, Aulia dan Aima, Havidz. 2013. *Ekonomi Manajerial Dengan Pendekatan Matematis*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

Tjiptono, Fandy. 2000. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.

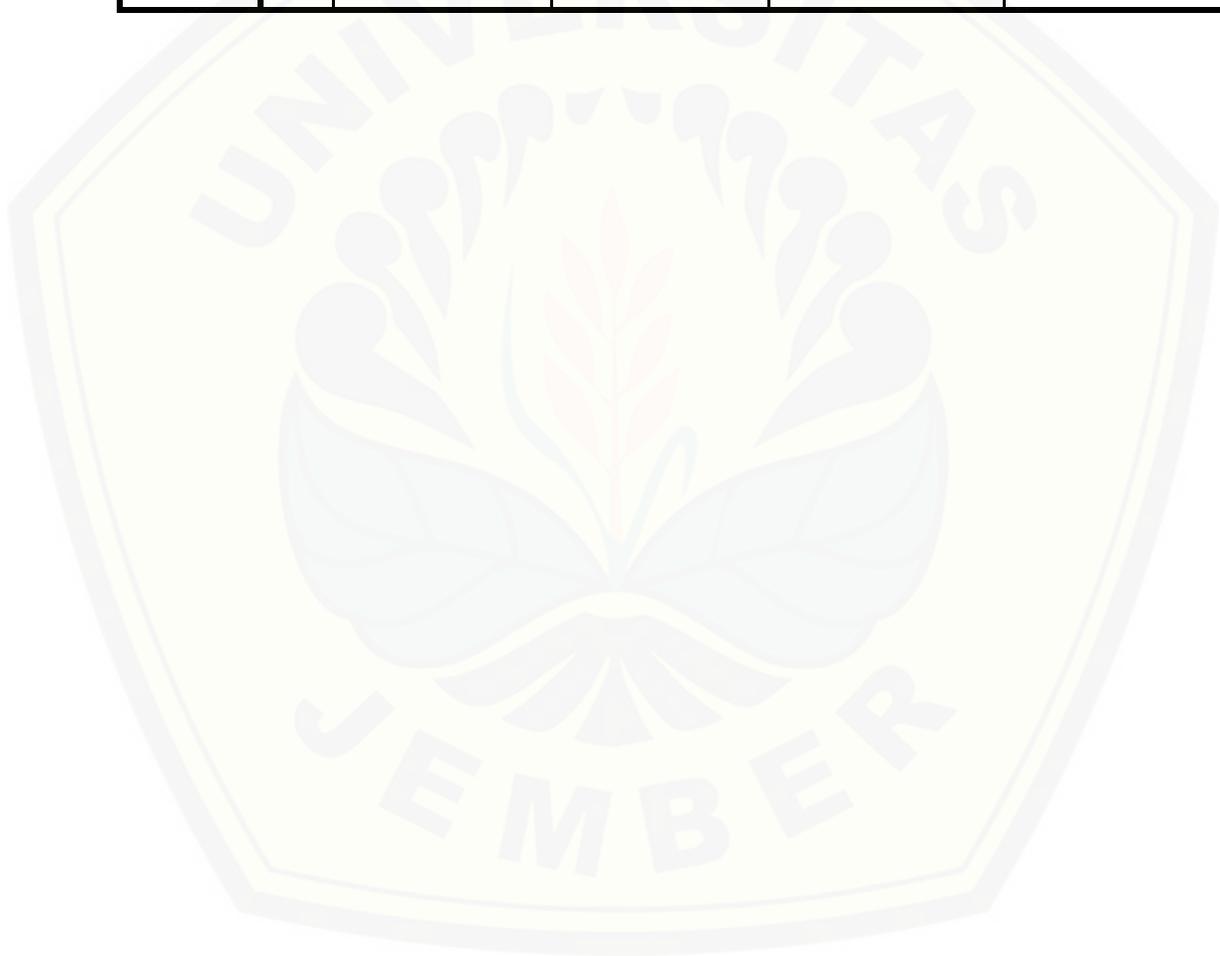
Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran Edisi 3*. Yogyakarta: Andi.

Yerison, Daulay, Dalimunthe, dan Afifudin. 2010. Analisis Kebijakan Cukai Terhadap Penerimaan Dalam Negeri. *Jurnal Mepa Ekonomi Universitas Sumatra Utara*, 1 (1): 6-12.



Lampiran 1 Statistik Deskriptif**Descriptive Statistics**

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X	36	4208,00	5225,00	4715,5556	297,48963
Y	36	1415740000,00	2630170700,00	1978453345,8333	296093791,26014
Valid N (listwise)	36				



Lampiran 2 Analisis Regresi Linier Sederhana

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,561 ^a	,314	,294	,05480

a. Predictors: (Constant), X

b. Dependent Variable: Y

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	,047	1	,047	15,586	,000 ^b
	Residual	,102	34	,003		
	Total	,149	35			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,414	1,235		3,573	,001
	X	,328	,336	,561	3,948	,000

a. Dependent Variable: Y

Lampiran 3 Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas Data

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		X	Y
N		36	36
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	3,6727	9,2916
	Std. Deviation	,02754	,06523
	Most Extreme Differences		
	Absolute	,235	,082
	Positive	,154	,072
	Negative	-,235	-,082
Test Statistic		,235	,082
Asymp. Sig. (2-tailed)		,126 ^c	,200 ^{c,d}

- a. Test distribution is Normal.
 b. Calculated from data.
 c. Lilliefors Significance Correction.
 d. This is a lower bound of the true significance.

b. Uji Autokorelasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,561 ^a	,314	,294	,05480	2,102

- a. Predictors: (Constant), X
 b. Dependent Variable: Y

c. Uji Heteroskedastisitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-,722	,744		-,971	,339
X	,208	,203	,174	1,027	,311

a. Dependent Variable: RES2

Lampiran 4 Uji Hipotesis

a. Uji t

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	,414	1,235		3,573	,001
X	,328	,336	,561	3,948	,000

a. Dependent Variable: Y

b. Uji F

ANOVA^a

Model	Sum of	df	Mean	F	Sig.
-------	--------	----	------	---	------

		Squares		Square		
1	Regression	,047	1	,047	15,586	,000 ^b
	Residual	,102	34	,003		
	Total	,149	35			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X

c. Uji Koefisienan Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,561 ^a	,314	,294	,05480

a. Predictors: (Constant), X

b. Dependent Variable: Y

Lampiran 5 tTabel

P_x	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
df	0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	0.002
1	1.00000	3.07768	6.31375	12.70620	31.82052	63.65674	318.30884
2	0.81650	1.88562	2.91999	4.30265	6.96456	9.92484	22.32712
3	0.76489	1.63774	2.35336	3.18245	4.54070	5.84091	10.21453
4	0.74070	1.53321	2.13185	2.77645	3.74695	4.60409	7.17318
5	0.72669	1.47588	2.01505	2.57058	3.36493	4.03214	5.89343
6	0.71756	1.43976	1.94318	2.44691	3.14267	3.70743	5.20763
7	0.71114	1.41492	1.89458	2.36462	2.99795	3.49948	4.78529
8	0.70639	1.39682	1.85955	2.30600	2.89646	3.35539	4.50079
9	0.70272	1.38303	1.83311	2.26216	2.82144	3.24984	4.29681
10	0.69981	1.37218	1.81246	2.22814	2.76377	3.16927	4.14370
11	0.69745	1.36343	1.79588	2.20099	2.71808	3.10581	4.02470
12	0.69548	1.35622	1.78229	2.17881	2.68100	3.05454	3.92963
13	0.69383	1.35017	1.77093	2.16037	2.65031	3.01228	3.85198
14	0.69242	1.34503	1.76131	2.14479	2.62449	2.97684	3.78739
15	0.69120	1.34061	1.75305	2.13145	2.60248	2.94671	3.73283
16	0.69013	1.33676	1.74588	2.11991	2.58349	2.92078	3.68615
17	0.68920	1.33338	1.73961	2.10982	2.56693	2.89823	3.64577
18	0.68836	1.33039	1.73406	2.10092	2.55238	2.87844	3.61048
19	0.68762	1.32773	1.72913	2.09302	2.53948	2.86093	3.57940
20	0.68695	1.32534	1.72472	2.08596	2.52798	2.84534	3.55181
21	0.68635	1.32319	1.72074	2.07961	2.51765	2.83136	3.52715
22	0.68581	1.32124	1.71714	2.07387	2.50832	2.81876	3.50499
23	0.68531	1.31946	1.71387	2.06866	2.49987	2.80734	3.48496
24	0.68485	1.31784	1.71088	2.06390	2.49216	2.79694	3.46678
25	0.68443	1.31635	1.70814	2.05954	2.48511	2.78744	3.45019
26	0.68404	1.31497	1.70562	2.05553	2.47863	2.77871	3.43500
27	0.68368	1.31370	1.70329	2.05183	2.47266	2.77068	3.42103
28	0.68335	1.31253	1.70113	2.04841	2.46714	2.76326	3.40816
29	0.68304	1.31143	1.69913	2.04523	2.46202	2.75639	3.39624
30	0.68276	1.31042	1.69726	2.04227	2.45726	2.75000	3.38518
31	0.68249	1.30946	1.69552	2.03951	2.45282	2.74404	3.37490
32	0.68223	1.30857	1.69389	2.03693	2.44868	2.73848	3.36531
33	0.68200	1.30774	1.69236	2.03452	2.44479	2.73328	3.35634
34	0.68177	1.30695	1.69092	2.03224	2.44115	2.72839	3.34793
35	0.68156	1.30621	1.68957	2.03011	2.43772	2.72381	3.34005
36	0.68137	1.30551	1.68830	2.02809	2.43449	2.71948	3.33262

Lampiran 6 Ftabel

Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita = 0,05															
df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
1	161	199	216	225	230	234	237	239	241	242	243	244	245	245	246
2	18.51	19.00	19.16	19.25	19.30	19.33	19.35	19.37	19.38	19.40	19.40	19.41	19.42	19.42	19.43
3	10.13	9.55	9.28	9.12	9.01	8.94	8.89	8.85	8.81	8.79	8.76	8.74	8.73	8.71	8.70
4	7.71	6.94	6.59	6.39	6.26	6.16	6.09	6.04	6.00	5.96	5.94	5.91	5.89	5.87	5.86
5	6.61	5.79	5.41	5.19	5.05	4.95	4.88	4.82	4.77	4.74	4.70	4.68	4.66	4.64	4.62
6	5.99	5.14	4.76	4.53	4.39	4.28	4.21	4.15	4.10	4.06	4.03	4.00	3.98	3.96	3.94
7	5.59	4.74	4.35	4.12	3.97	3.87	3.79	3.73	3.68	3.64	3.60	3.57	3.55	3.53	3.51
8	5.32	4.46	4.07	3.84	3.69	3.58	3.50	3.44	3.39	3.35	3.31	3.28	3.26	3.24	3.22
9	5.12	4.26	3.86	3.63	3.48	3.37	3.29	3.23	3.18	3.14	3.10	3.07	3.05	3.03	3.01
10	4.96	4.10	3.71	3.48	3.33	3.22	3.14	3.07	3.02	2.98	2.94	2.91	2.89	2.86	2.85
11	4.84	3.98	3.59	3.36	3.20	3.09	3.01	2.95	2.90	2.85	2.82	2.79	2.76	2.74	2.72
12	4.75	3.89	3.49	3.26	3.11	3.00	2.91	2.85	2.80	2.75	2.72	2.69	2.66	2.64	2.62
13	4.67	3.81	3.41	3.18	3.03	2.92	2.83	2.77	2.71	2.67	2.63	2.60	2.58	2.55	2.53
14	4.60	3.74	3.34	3.11	2.96	2.85	2.76	2.70	2.65	2.60	2.57	2.53	2.51	2.48	2.46
15	4.54	3.68	3.29	3.06	2.90	2.79	2.71	2.64	2.59	2.54	2.51	2.48	2.45	2.42	2.40
16	4.49	3.63	3.24	3.01	2.85	2.74	2.66	2.59	2.54	2.49	2.46	2.42	2.40	2.37	2.35
17	4.45	3.59	3.20	2.96	2.81	2.70	2.61	2.55	2.49	2.45	2.41	2.38	2.35	2.33	2.31
18	4.41	3.55	3.16	2.93	2.77	2.66	2.58	2.51	2.46	2.41	2.37	2.34	2.31	2.29	2.27
19	4.38	3.52	3.13	2.90	2.74	2.63	2.54	2.48	2.42	2.38	2.34	2.31	2.28	2.26	2.23
20	4.35	3.49	3.10	2.87	2.71	2.60	2.51	2.45	2.39	2.35	2.31	2.28	2.25	2.22	2.20
21	4.32	3.47	3.07	2.84	2.68	2.57	2.49	2.42	2.37	2.32	2.28	2.25	2.22	2.20	2.18
22	4.30	3.44	3.05	2.82	2.66	2.55	2.46	2.40	2.34	2.30	2.26	2.23	2.20	2.17	2.15
23	4.28	3.42	3.03	2.80	2.64	2.53	2.44	2.37	2.32	2.27	2.24	2.20	2.18	2.15	2.13
24	4.26	3.40	3.01	2.78	2.62	2.51	2.42	2.36	2.30	2.25	2.22	2.18	2.15	2.13	2.11
25	4.24	3.39	2.99	2.76	2.60	2.49	2.40	2.34	2.28	2.24	2.20	2.16	2.14	2.11	2.09
26	4.23	3.37	2.98	2.74	2.59	2.47	2.39	2.32	2.27	2.22	2.18	2.15	2.12	2.09	2.07
27	4.21	3.35	2.96	2.73	2.57	2.46	2.37	2.31	2.25	2.20	2.17	2.13	2.10	2.08	2.06
28	4.20	3.34	2.95	2.71	2.56	2.45	2.36	2.29	2.24	2.19	2.15	2.12	2.09	2.06	2.04
29	4.18	3.33	2.93	2.70	2.55	2.43	2.35	2.28	2.22	2.18	2.14	2.10	2.08	2.05	2.03
30	4.17	3.32	2.92	2.69	2.53	2.42	2.33	2.27	2.21	2.16	2.13	2.09	2.06	2.04	2.01
31	4.16	3.30	2.91	2.68	2.52	2.41	2.32	2.25	2.20	2.15	2.11	2.08	2.05	2.03	2.00
32	4.15	3.29	2.90	2.67	2.51	2.40	2.31	2.24	2.19	2.14	2.10	2.07	2.04	2.01	1.99
33	4.14	3.28	2.89	2.66	2.50	2.39	2.30	2.23	2.18	2.13	2.09	2.06	2.03	2.00	1.98
34	4.13	3.28	2.88	2.65	2.49	2.38	2.29	2.23	2.17	2.12	2.08	2.05	2.02	1.99	1.97
35	4.12	3.27	2.87	2.64	2.49	2.37	2.29	2.22	2.16	2.11	2.07	2.04	2.01	1.99	1.96
36	4.11	3.26	2.87	2.63	2.48	2.36	2.28	2.21	2.15	2.11	2.07	2.03	2.00	1.98	1.95

Lampiran 7 DW Tabel

n	k=1		k=2		k=3		k=4	
	dL	dU	dL	dU	dL	dU	dL	dU
6	0.6102	1.4002						
7	0.6996	1.3564	0.4672	1.8964				
8	0.7629	1.3324	0.5591	1.7771	0.3674	2.2866		
9	0.8243	1.3199	0.6291	1.6993	0.4548	2.1282	0.2957	2.5881
10	0.8791	1.3197	0.6972	1.6413	0.5253	2.0163	0.3760	2.4137
11	0.9273	1.3241	0.7580	1.6044	0.5948	1.9280	0.4441	2.2833
12	0.9708	1.3314	0.8122	1.5794	0.6577	1.8640	0.5120	2.1766
13	1.0097	1.3404	0.8612	1.5621	0.7147	1.8159	0.5745	2.0943
14	1.0450	1.3503	0.9054	1.5507	0.7667	1.7788	0.6321	2.0296
15	1.0770	1.3605	0.9455	1.5432	0.8140	1.7501	0.6852	1.9774
16	1.1062	1.3709	0.9820	1.5386	0.8572	1.7277	0.7340	1.9351
17	1.1330	1.3812	1.0154	1.5361	0.8968	1.7101	0.7790	1.9005
18	1.1576	1.3913	1.0461	1.5353	0.9331	1.6961	0.8204	1.8719
19	1.1804	1.4012	1.0743	1.5355	0.9666	1.6851	0.8588	1.8482
20	1.2015	1.4107	1.1004	1.5367	0.9976	1.6763	0.8943	1.8283
21	1.2212	1.4200	1.1246	1.5385	1.0262	1.6694	0.9272	1.8116
22	1.2395	1.4289	1.1471	1.5408	1.0529	1.6640	0.9578	1.7974
23	1.2567	1.4375	1.1682	1.5435	1.0778	1.6597	0.9864	1.7855
24	1.2728	1.4458	1.1878	1.5464	1.1010	1.6565	1.0131	1.7753
25	1.2879	1.4537	1.2063	1.5495	1.1228	1.6540	1.0381	1.7666
26	1.3022	1.4614	1.2236	1.5528	1.1432	1.6523	1.0616	1.7591
27	1.3157	1.4688	1.2399	1.5562	1.1624	1.6510	1.0836	1.7527
28	1.3284	1.4759	1.2553	1.5596	1.1805	1.6503	1.1044	1.7473
29	1.3405	1.4828	1.2699	1.5631	1.1976	1.6499	1.1241	1.7426
30	1.3520	1.4894	1.2837	1.5666	1.2138	1.6498	1.1426	1.7386
31	1.3630	1.4957	1.2969	1.5701	1.2292	1.6500	1.1602	1.7352
32	1.3734	1.5019	1.3093	1.5736	1.2437	1.6505	1.1769	1.7323
33	1.3834	1.5078	1.3212	1.5770	1.2576	1.6511	1.1927	1.7298
34	1.3929	1.5136	1.3325	1.5805	1.2707	1.6519	1.2078	1.7277
35	1.4019	1.5191	1.3433	1.5838	1.2833	1.6528	1.2221	1.7259
36	1.4107	1.5245	1.3537	1.5872	1.2953	1.6539	1.2358	1.7245
37	1.4190	1.5297	1.3635	1.5904	1.3068	1.6550	1.2489	1.7233
38	1.4270	1.5348	1.3730	1.5937	1.3177	1.6563	1.2614	1.7223
39	1.4347	1.5396	1.3821	1.5969	1.3283	1.6575	1.2734	1.7215
40	1.4421	1.5444	1.3908	1.6000	1.3384	1.6589	1.2848	1.7209
41	1.4493	1.5490	1.3992	1.6031	1.3480	1.6603	1.2958	1.7205
42	1.4562	1.5534	1.4073	1.6061	1.3573	1.6617	1.3064	1.7202
43	1.4628	1.5577	1.4151	1.6091	1.3663	1.6632	1.3166	1.7200
44	1.4692	1.5619	1.4226	1.6120	1.3749	1.6647	1.3263	1.7200
45	1.4754	1.5660	1.4298	1.6148	1.3832	1.6662	1.3357	1.7200
46	1.4814	1.5700	1.4368	1.6176	1.3912	1.6677	1.3448	1.7201
47	1.4872	1.5739	1.4435	1.6204	1.3989	1.6692	1.3535	1.7203
48	1.4928	1.5776	1.4500	1.6231	1.4064	1.6708	1.3619	1.7206
49	1.4982	1.5813	1.4564	1.6257	1.4136	1.6723	1.3701	1.7210
50	1.5035	1.5849	1.4625	1.6283	1.4206	1.6739	1.3779	1.7214

Lampiran 8

DATA HARGA ROKOK GAGAK HITAM BONDOWOSO													CUKAI ROKOK GAGAK HITAM BONDOWOSO			
Th	Bulan	JENIS ROKOK						Rata-Rata	SKT		SKM		Tarif Cukai Rokok		Rata-Rata Tarif Cukai Rokok	Dikalikan 16
		Kanvas			Dropping				Rata-Rata	Dibagi 16	Rata-Rata	Dibagi 16	SKT	SKM		
		GKL (SKT)	GOLD (SKT)	GHF (SKM)	GKL (SKT)	GOLD (SKT)	GHF (SKM)									
2014	Jan	4.250	3.750	4.700	4.200	3.700	4.650	4.208	3.975	248,44	4.675	292,19	80	265	172,5	2760
	Feb	4.250	3.750	4.700	4.200	3.700	4.650	4.208	3.975	248,44	4.675	292,19	80	265	172,5	2760
	Mar	4.250	3.750	4.700	4.200	3.700	4.650	4.208	3.975	248,44	4.675	292,19	80	265	172,5	2760
	Apr	4.400	3.900	4.850	4.350	3.850	4.800	4.358	4.125	257,81	4.825	301,56	80	265	172,5	2760
	Mei	4.400	3.900	4.850	4.350	3.850	4.800	4.358	4.125	257,81	4.825	301,56	80	265	172,5	2760
	Juni	4.400	3.900	4.850	4.350	3.850	4.800	4.358	4.125	257,81	4.825	301,56	80	265	172,5	2760
	Juli	4.400	3.900	4.850	4.350	3.850	4.800	4.358	4.125	257,81	4.825	301,56	80	265	172,5	2760
	Agus	4.400	3.900	4.850	4.350	3.850	4.800	4.358	4.125	257,81	4.825	301,56	80	265	172,5	2760
	Sep	4.550	4.050	5.100	4.500	4.000	5.050	4.542	4.275	267,19	5.075	317,19	80	265	172,5	2760
	Okt	4.400	3.900	4.850	4.350	3.850	4.800	4.358	4.125	257,81	4.825	301,56	80	265	172,5	2760
	Nov	4.550	4.050	5.100	4.500	4.000	5.050	4.542	4.275	267,19	5.075	317,19	80	265	172,5	2760
	Des	4.550	4.050	5.100	4.500	4.000	5.050	4.542	4.275	267,19	5.075	317,19	80	265	172,5	2760
2015	Jan	4.700	4.300	5.350	4.650	4.250	5.300	4.758	4.475	279,69	5.325	332,81	85	265	175	2800
	Feb	4.700	4.300	5.350	4.650	4.250	5.300	4.758	4.475	279,69	5.325	332,81	85	265	175	2800
	Mar	4.700	4.300	5.350	4.650	4.250	5.300	4.758	4.475	279,69	5.325	332,81	85	265	175	2800
	Apr	4.700	4.300	5.350	4.650	4.250	5.300	4.758	4.475	279,69	5.325	332,81	85	265	175	2800
	Mei	4.700	4.300	5.350	4.650	4.250	5.300	4.758	4.475	279,69	5.325	332,81	85	265	175	2800
	Juni	4.700	4.300	5.350	4.650	4.250	5.300	4.758	4.475	279,69	5.325	332,81	85	265	175	2800

	Juli	4.700	4.300	5.350	4.650	4.250	5.300	4.758	4.475	279,69	5.325	332,81	85	265	175	2800
	Agus	4.700	4.300	5.350	4.650	4.250	5.300	4.758	4.475	279,69	5.325	332,81	85	265	175	2800
	Sep	4.700	4.300	5.350	4.650	4.250	5.300	4.758	4.475	279,69	5.325	332,81	85	265	175	2800
	Okt	4.700	4.300	5.350	4.650	4.250	5.300	4.758	4.475	279,69	5.325	332,81	85	265	175	2800
	Nov	4.700	4.300	5.350	4.650	4.250	5.300	4.758	4.475	279,69	5.325	332,81	85	265	175	2800
	Des	4.700	4.300	5.350	4.650	4.250	5.300	4.758	4.475	279,69	5.325	332,81	85	265	175	2800
2016	Jan	4.700	4.300	5.350	4.650	4.250	5.300	4.758	4.475	279,69	5.325	332,81	90	300	195	3120
	Feb	4.700	4.300	5.350	4.650	4.250	5.300	4.758	4.475	279,69	5.325	332,81	90	300	195	3120
	Mar	4.900	4.550	5.550	4.850	4.500	5.500	4.975	4.700	293,75	5.525	345,31	90	300	195	3120
	Apr	4.900	4.550	5.550	4.850	4.500	5.500	4.975	4.700	293,75	5.525	345,31	90	300	195	3120
	Mei	4.900	4.550	5.550	4.850	4.500	5.500	4.975	4.700	293,75	5.525	345,31	90	300	195	3120
	Juni	4.900	4.550	5.550	4.850	4.500	5.500	4.975	4.700	293,75	5.525	345,31	90	300	195	3120
	Juli	4.900	4.550	5.550	4.850	4.500	5.500	4.975	4.700	293,75	5.525	345,31	90	300	195	3120
	Agus	4.900	4.550	5.550	4.850	4.500	5.500	4.975	4.700	293,75	5.525	345,31	90	300	195	3120
	Sep	5.150	4.800	5.800	5.100	4.750	5.750	5.225	4.950	309,38	5.775	360,94	90	300	195	3120
	Okt	5.150	4.800	5.800	5.100	4.750	5.750	5.225	4.950	309,38	5.775	360,94	90	300	195	3120
	Nov	5.150	4.800	5.800	5.100	4.750	5.750	5.225	4.950	309,38	5.775	360,94	90	300	195	3120
	Des	5.150	4.800	5.800	5.100	4.750	5.750	5.225	4.950	309,38	5.775	360,94	90	300	195	3120

Lampiran 9

PENJUALAN ROKOK GAGAK HITAM BONDOWOSO									
Bulan	2014			2015			2016		
	Kuantitas (Pack)	Jumlah Penjualan	%	Kuantitas (Pack)	Jumlah Penjualan	%	Kuantitas (Pack)	Jumlah Penjualan	%
Jan	377.623	1.531.145.200	6,82	412.490	1.909.977.000	8,45	334.556	1.531.913.300	5,86
Feb	418.542	1.692.688.600	7,53	303.490	1.415.740.000	6,27	391.140	1.795.266.650	6,86
Mar	421.907	1.714.077.250	7,63	332.291	1.528.242.750	6,76	407.452	1.973.284.400	7,54
Apr	440.143	1.875.415.650	8,35	369.259	1.686.303.800	7,46	479.796	2.318.774.000	8,86
Mei	460.432	1.962.519.950	8,74	359.444	1.656.762.250	7,33	423.765	2.043.001.800	7,81
Juni	443.097	1.874.726.900	8,34	435.310	1.987.168.550	8,79	454.903	2.174.949.000	8,31
Juli	407.190	1.731.983.500	7,71	395.691	1.832.885.500	8,11	395.763	1.885.840.000	7,21
Agus	446.644	1.925.433.150	8,57	473.383	2.200.332.250	9,74	514.798	2.478.187.700	9,47
Sep	453.916	2.014.693.500	8,97	440.909	2.046.916.100	9,06	488.363	2.479.255.300	9,48
Okt	469.190	2.076.265.150	9,24	446.439	2.051.282.450	9,08	462.129	2.326.193.700	8,89
Nov	444.869	1.969.492.900	8,77	447.098	2.051.039.250	9,08	486.933	2.524.297.050	9,65
Des	466.866	2.097.301.900	9,34	487.209	2.230.793.300	9,87	509.324	2.630.170.700	10,05
Total	5.250.419	2.2465.743.650		4.903.013	22.597.443.200		5.348.922	26.161.133.600	

Lampiran 10

HASIL ANALISIS DATA				
Th	Bulan	X (Kenaikan HJE)	Y (Volume Penjualan)	Dalam juta
2 0 1 4	Jan	4.208	1.531.145.200	1.531
	Feb	4.208	1.692.688.600	1.692
	Mar	4.208	1.714.077.250	1.714
	Apr	4.358	1.875.415.650	1.875
	Mei	4.358	1.962.519.950	1.962
	Juni	4.358	1.874.726.900	1.874
	Juli	4.358	1.731.983.500	1.731
	Agus	4.358	1.925.433.150	1.925
	Sep	4.542	2.014.693.500	2.014
	Okt	4.358	2.076.265.150	2.076
	Nov	4.542	1.969.492.900	1.969
	Des	4.542	2.097.301.900	2.097
2 0 1 5	Jan	4.758	1.909.977.000	1.909
	Feb	4.758	1.415.740.000	1.415
	Mar	4.758	1.528.242.750	1.528
	Apr	4.758	1.686.303.800	1.686
	Mei	4.758	1.656.762.250	1.656
	Juni	4.758	1.987.168.550	1.987
	Juli	4.758	1.832.885.500	1.832
	Agus	4.758	2.200.332.250	2.200
	Sep	4.758	2.046.916.100	2.046
	Okt	4.758	2.051.282.450	2.051
	Nov	4.758	2.051.039.250	2.051
	Des	4.758	2.230.793.300	2.230
2 0 1 6	Jan	4.758	1.531.913.300	1.531
	Feb	4.758	1.795.266.650	1.795
	Mar	4.975	1.973.284.400	1.973
	Apr	4.975	2.318.774.000	2.318
	Mei	4.975	2.043.001.800	2.043
	Juni	4.975	2.174.949.000	2.174
	Juli	4.975	1.885.840.000	1.885
	Agus	4.975	2.478.187.700	2.478
	Sep	5.225	2.479.255.300	2.479
	Okt	5.225	2.326.193.700	2.326
	Nov	5.225	2.524.297.050	2.524
	Des	5.225	2.630.170.700	2.630

Lampiran 11 Lembar Ijin Melaksanakan Penelitian



KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI, DAN PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS JEMBER
LEMBAGA PENELITIAN

Alamat : Jl. Kalimantan No. 37 Jember Telp. 0331-337818, 339385 Fax. 0331-337818
e-Mail : penelitian.lmlit@unej.ac.id

Nomor : 1968 /UN25.3.1/LT/2016 29 November 2016
Perihal : Permohonan Ijin Melaksanakan Penelitian

Yth. Pimpinan
Perusahaan Rokok Gagak Hitam
di -

BONDOWOSO

Memperhatikan surat dari Pembantu Dekan I Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember Nomor: 4323/UN25.1.2/LT/2016 tanggal 24 November 2016, perihal ijin penelitian mahasiswa :

Nama / NIM : Maya Ayu Wibowo / 140910202053
Fakultas / Jurusan : FISIP / Ilmu Administrasi Bisnis
Alamat : Jl. Bangka V No. 1 Jember / No. Hp. 085335105156
Judul Penelitian : Dampak Kenaikan Cukai Rokok Terhadap Harga Jual Ecer dan Penjualan pada Perusahaan Rokok Gagak Hitam Bondowoso
Lokasi Penelitian : Perusahaan Rokok Gagak Hitam Bondowoso
Lama Penelitian : Dua Bulan (29 November 2016 – 29 Januari 2017)

maka kami mohon dengan hormat bantuan Saudara untuk memberikan ijin kepada mahasiswa yang bersangkutan untuk melaksanakan kegiatan penelitian sesuai dengan judul di atas.

Demikian atas kerjasama dan bantuan Saudara disampaikan terima kasih.



a.n Ketua
Sekretaris,

Dr. Zainuri, M.Si

NIP 196403251989021001

Tembusan Kepada Yth. :

1. Dekan FISIP
Universitas Jember
2. Mahasiswa ybs
3. Arsip



CERTIFICATE NO : QMS/173

Lampiran 12 Lembar Selesai Melaksanakan Penelitian

**PR. GAGAK HITAM**

Bondowoso – Jawa Timur

Telp / Fax : (0332) 3523019 & E-mail : pr.gagakhitam@yahoo.com

SURAT KETERANGAN

Nomor : S.Ket – 0010/PR.GH/2017

Berdasar pada Surat Permohonan Ijin Melaksanakan Penelitian dari Fakultas FISIP dengan nomor surat 1968/UN25.3.1/LT/2017 tertanggal 29 November 2016, maka yang bertanda tangan di bawah ini Menerangkan bahwa :

- Nama : Maya Ayu Wibowo
- Nim : 140910202053
- Jurusan : Ilmu Administrasi Bisnis
- Fakultas : FISIP
- Universitas : Universitas Jember

Telah selesai melakukan penelitian dengan judul “ Dampak Kenaikan Cukai Rokok Terhadap Harga Jual Ecer dan Penjualan pada Perusahaan Rokok Gagak Hitam Bondowoso ”.

Demikian Surat Keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Dikeluarkan di : Bondowoso
Pada Tanggal : 15 Desember 2017

Hormat Kami
Accounting

Siti Holifahthus Sakdiyah

SDM.PR-GH.151217



MENTERI KEUANGAN
REPUBLIK INDONESIA

SALINAN

PERATURAN MENTERI KEUANGAN REPUBLIK INDONESIA
NOMOR 205 /PMK.011/2014

TENTANG

PERUBAHAN ATAS PERATURAN MENTERI KEUANGAN
NOMOR 179/PMK.011/2012 TENTANG TARIF CUKAI HASIL TEMBAKAU

DENGAN RAHMAT TUHAN YANG MAHA ESA

MENTERI KEUANGAN REPUBLIK INDONESIA,

- Menimbang : a. bahwa ketentuan mengenai tarif cukai hasil tembakau telah diatur dalam Peraturan Menteri Keuangan Nomor 179/PMK.011/2012 tentang Tarif Cukai Hasil Tembakau;
- b. bahwa dalam rangka meningkatkan pengendalian konsumsi barang kena cukai berupa hasil tembakau dan memperhatikan potensi penerimaan di bidang cukai hasil tembakau yang berkesinambungan, perlu melakukan penyesuaian terhadap ketentuan sebagaimana dimaksud dalam huruf a;
- c. bahwa pada tanggal 28 September 2014, Pemerintah bersama-sama dengan Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia telah menyepakati untuk menaikkan tarif cukai hasil tembakau tahun 2015 sebagai salah satu upaya pencapaian target penerimaan perpajakan;
- d. bahwa berdasarkan pertimbangan sebagaimana dimaksud dalam huruf a, huruf b, dan huruf c serta dalam rangka melaksanakan ketentuan Pasal 5 ayat (5) Undang-Undang Nomor 11 Tahun 1995 tentang Cukai sebagaimana telah diubah dengan Undang-Undang Nomor 39 Tahun 2007, perlu menetapkan Peraturan Menteri Keuangan tentang Perubahan Atas Peraturan Menteri Keuangan Nomor 179/PMK.011/2012 tentang Tarif Cukai Hasil Tembakau;
- Mengingat : Peraturan Menteri Keuangan Nomor 179/PMK.011/2012 tentang Tarif Cukai Hasil Tembakau;

MEMUTUSKAN:

- Menetapkan : PERATURAN MENTERI KEUANGAN TENTANG PERUBAHAN ATAS PERATURAN MENTERI KEUANGAN NOMOR 179/PMK.011/2012 TENTANG TARIF CUKAI HASIL TEMBAKAU.



MENTERI KEUANGAN
REPUBLIK INDONESIA

- 2 -

Pasal I

Beberapa ketentuan dalam Peraturan Menteri Keuangan Nomor 179/PMK.011/2012 tentang Tarif Cukai Hasil Tembakau, diubah sebagai berikut:

1. Ketentuan Pasal 1 diubah sehingga berbunyi sebagai berikut:

Pasal 1

Dalam Peraturan Menteri ini, yang dimaksud dengan:

1. Orang adalah orang pribadi atau badan hukum.
2. Pengusaha Pabrik adalah orang yang mengusahakan pabrik.
3. Kantor Direktorat Jenderal Bea dan Cukai yang selanjutnya disebut Kantor adalah Kantor Pelayanan Utama Bea dan Cukai atau Kantor Pengawasan dan Pelayanan Bea dan Cukai di lingkungan Direktorat Jenderal Bea dan Cukai.
4. Importir Barang Kena Cukai berupa hasil tembakau yang selanjutnya disebut Importir adalah orang pribadi atau badan hukum yang memasukkan barang kena cukai berupa hasil tembakau ke dalam daerah pabean.
5. Batasan Harga Jual Eceran per Batang atau Gram adalah rentang harga jual eceran per batang atau gram atas masing-masing jenis hasil tembakau produksi golongan Pengusaha Pabrik hasil tembakau dan Importir yang ditetapkan Menteri.
6. Harga Transaksi Pasar adalah besaran harga transaksi penjualan yang terjadi pada tingkat konsumen akhir.
7. Produksi Pabrik adalah produksi dari masing-masing jenis hasil tembakau yang dihitung berdasarkan dokumen pemesanan pita cukai dan/atau dokumen pemberitahuan pengeluaran sekaligus pelindung pengangkutan atas barang kena cukai untuk kebutuhan konsumsi penduduk di kawasan bebas dengan fasilitas pembebasan cukai.
8. Batasan Jumlah Produksi Pabrik adalah batasan produksi dari masing-masing jenis hasil tembakau yang dihitung berdasarkan dokumen pemesanan pita cukai dan/atau dokumen pemberitahuan pengeluaran sekaligus pelindung pengangkutan atas barang kena cukai untuk kebutuhan konsumsi penduduk di kawasan bebas dengan fasilitas pembebasan cukai, dalam satu tahun takwim sebelum Tahun Anggaran berjalan.
9. Menteri adalah Menteri Keuangan Republik Indonesia.
10. Direktur Jenderal adalah Direktur Jenderal Bea dan Cukai.
11. Pejabat Bea dan Cukai adalah pegawai Direktorat Jenderal Bea dan Cukai yang ditunjuk dalam jabatan tertentu untuk melaksanakan tugas tertentu berdasarkan Undang-Undang Cukai.



MENTERI KEUANGAN
REPUBLIK INDONESIA

- 3 -

2. Ketentuan Pasal 2 ayat (2) diubah, sehingga Pasal 2 berbunyi sebagai berikut:

Pasal 2

- (1) Pengusaha Pabrik hasil tembakau dikelompokkan dalam golongan pengusaha berdasarkan masing-masing jenis dan jumlah produksi hasil tembakau, sesuai Batasan Jumlah Produksi Pabrik sebagaimana ditetapkan dalam Lampiran I Peraturan Menteri ini.
- (2) Penggolongan Pengusaha Pabrik hasil tembakau sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dihitung berdasarkan jenis dan jumlah produksi hasil tembakau sesuai dokumen pemesanan pita cukai dan/atau dokumen pemberitahuan pengeluaran sekaligus pelindung pengangkutan atas barang kena cukai untuk kebutuhan konsumsi penduduk di kawasan bebas dengan fasilitas pembebasan cukai atas pabrik yang bersangkutan, baik dalam 1 (satu) lokasi pengawasan Kantor atau beberapa lokasi pengawasan Kantor.
- (3) Penyesuaian kenaikan golongan Pengusaha Pabrik hasil tembakau wajib dilakukan oleh Pengusaha Pabrik hasil tembakau pada saat Produksi Pabrik dalam tahun takwim yang sedang berjalan telah melampaui Batasan Jumlah Produksi Pabrik yang berlaku bagi golongan Pengusaha Pabrik hasil tembakau yang bersangkutan.
- (4) Dalam hal hasil produksi dalam satu tahun takwim kurang dari Batasan Jumlah Produksi Pabrik yang berlaku bagi golongan Pengusaha Pabrik hasil tembakau, Pengusaha Pabrik hasil tembakau dapat mengajukan permohonan untuk penurunan golongan Pengusaha Pabrik hasil tembakau kepada kepala Kantor.
- (5) Permohonan untuk penurunan golongan Pengusaha Pabrik hasil tembakau sebagaimana dimaksud pada ayat (4) diajukan paling lambat bulan Januari tahun takwim berikutnya sebelum dokumen pemesanan pita cukai pertama kali diajukan.
- (6) Atas permohonan untuk penurunan golongan Pengusaha Pabrik hasil tembakau sebagaimana dimaksud pada ayat (4) kepala Kantor menetapkan keputusan menerima atau menolak permohonan yang bersangkutan dalam jangka waktu paling lama 10 (sepuluh) hari terhitung sejak permohonan diterima secara lengkap.
- (7) Dalam hal permohonan untuk penurunan golongan Pengusaha Pabrik hasil tembakau sebagaimana dimaksud pada ayat (4) dikabulkan, kepala Kantor menerbitkan keputusan penurunan golongan Pengusaha Pabrik hasil tembakau.



MENTERI KEUANGAN
REPUBLIK INDONESIA

- 4 -

- (8) Dalam hal permohonan untuk penurunan golongan Pengusaha Pabrik hasil tembakau sebagaimana dimaksud pada ayat (4) ditolak, kepala Kantor memberikan surat dengan menyebutkan alasan penolakan.
- (9) Penurunan golongan Pengusaha Pabrik hasil tembakau sebagaimana dimaksud pada ayat (4) hanya diberikan untuk satu tingkat lebih rendah dari golongan Pengusaha Pabrik hasil tembakau sebelumnya.

3. Ketentuan Pasal 6 diubah sehingga berbunyi sebagai berikut:

Pasal 6

Harga jual eceran merek baru dari Pengusaha Pabrik hasil tembakau atau Importir tidak boleh lebih rendah dari harga jual eceran yang masih berlaku atas merek hasil tembakau yang dimiliki oleh pabrik yang sama, baik yang berada dalam 1 (satu) lokasi pengawasan Kantor atau beberapa lokasi pengawasan Kantor, dalam satuan batang atau gram untuk jenis hasil tembakau yang sama.

4. Ketentuan Pasal 8 ayat (1) diubah, sehingga Pasal 8 berbunyi sebagai berikut:

Pasal 8

- (1) Penetapan tarif cukai hasil tembakau sebagaimana dimaksud dalam Pasal 7, dinyatakan tidak berlaku, apabila selama lebih dari 6 (enam) bulan berturut-turut Pengusaha Pabrik hasil tembakau atau Importir yang bersangkutan tidak pernah merealisasikan:
 - a. pemesanan pita cukainya dengan menggunakan dokumen pemesanan pita cukai;
 - b. ekspor hasil tembakaunya dengan menggunakan dokumen pemberitahuan pengeluaran barang kena cukai yang belum dilunasi cukainya dari pabrik hasil tembakau untuk tujuan ekspor; atau
 - c. pengiriman hasil tembakaunya ke kawasan bebas dengan menggunakan dokumen pemberitahuan pengeluaran sekaligus pelindung pengangkutan atas barang kena cukai untuk kebutuhan konsumsi penduduk di kawasan bebas dengan fasilitas pembebasan cukai.
- (2) Untuk dapat menggunakan kembali penetapan tarif cukai hasil tembakau yang dinyatakan tidak berlaku sebagaimana dimaksud pada ayat (1), Pengusaha Pabrik hasil tembakau atau Importir harus mengajukan kembali permohonan mengenai penetapan tarif cukai sesuai dengan ketentuan yang berlaku.



MENTERI KEUANGAN
REPUBLIK INDONESIA

- 5 -

- (3) Penggunaan kembali penetapan tarif cukai hasil tembakau yang dinyatakan tidak berlaku sebagaimana yang dimaksud pada ayat (2), berlaku ketentuan sebagai berikut:
- tarif cukai hasil tembakau tidak boleh lebih rendah dari yang pernah berlaku; dan
 - harga jual eceran yang diberitahukan sekurang-kurangnya sama dengan harga jual eceran yang pernah berlaku.
5. Diantara Pasal 9 dan Pasal 10 disisipkan 1 (satu) pasal, yakni Pasal 9A yang berbunyi sebagai berikut:

Pasal 9A

- (1) Kepala Kantor dapat mencabut keputusan penetapan tarif cukai hasil tembakau berdasarkan:
- permohonan pencabutan penetapan tarif cukai hasil tembakau oleh Pengusaha Pabrik atau Importir;
 - putusan pengadilan yang mempunyai kekuatan hukum tetap; atau
 - hasil penelitian lebih lanjut oleh kepala Kantor, dalam hal:
 - desain kemasan yang bersangkutan menyerupai desain kemasan milik Pengusaha Pabrik hasil tembakau atau Importir lainnya sehingga tidak mudah untuk membedakannya, yang telah terlebih dahulu dimiliki oleh Pengusaha Pabrik hasil tembakau atau Importir lainnya dan tercatat pada administrasi Direktorat Jenderal Bea dan Cukai;
 - merek memiliki tulisan atau pelafalan yang sama dengan merek yang telah terlebih dahulu dimiliki oleh Pengusaha Pabrik hasil tembakau atau Importir lainnya dan tercatat pada administrasi Direktorat Jenderal Bea dan Cukai; atau
 - hasil pengawasan di lapangan ditemukan kemasan hasil tembakau yang bersangkutan tidak sesuai dengan ketentuan yang mengatur mengenai perdagangan barang kena cukai.
- (2) Berdasarkan ketentuan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) huruf a, huruf b, atau huruf c, kepala Kantor menetapkan keputusan pencabutan penetapan tarif cukai hasil tembakau.
6. Lampiran I sebagaimana dimaksud dalam Pasal 2 ayat (1), Lampiran II sebagaimana dimaksud dalam Pasal 4 ayat (1), dan Lampiran III sebagaimana dimaksud dalam Pasal 11 diubah, sehingga menjadi sebagaimana tercantum dalam Lampiran I, Lampiran II, dan Lampiran III yang merupakan bagian tidak terpisahkan Peraturan Menteri ini.



MENTERI KEUANGAN
REPUBLIK INDONESIA

- 6 -

Pasal II

1. Dengan berlakunya Peraturan Menteri ini:
 - a. Kepala Kantor menetapkan kembali tarif cukai dengan ketentuan sebagai berikut:
 - i. tarif cukai yang ditetapkan kembali tidak boleh lebih rendah dari tarif cukai yang berlaku, dan/atau
 - ii. harga jual eceran tidak boleh lebih rendah dari Batasan Harga Jual Eceran per Batang atau Gram yang berlaku, sebagaimana tercantum dalam Lampiran II Peraturan Menteri ini.
 - b. Dalam rangka kegiatan pelayanan pita cukai berlaku ketentuan sebagai berikut:
 - i. penetapan kembali sebagaimana dimaksud pada huruf a dapat digunakan untuk kegiatan penyediaan pita cukai yang dilaksanakan setelah diundangkannya Peraturan Menteri ini dengan tetap memperhatikan ketentuan mengenai penyediaan dan pemesanan pita cukai yang berlaku; dan
 - ii. batas pelekatan pita cukai yang telah dipesankan berdasarkan Peraturan Menteri Keuangan Nomor 179/PMK.011/2012 tentang Tarif Cukai Hasil Tembakau adalah sampai dengan tanggal 1 Februari 2015.
2. Ketentuan mengenai:
 - a. Batasan Jumlah Produksi Pabrik sebagaimana tercantum dalam Lampiran I Peraturan Menteri ini;
 - b. Batasan Harga Jual Eceran per Batang atau Gram dan Tarif Cukai per Batang atau Gram sebagaimana tercantum dalam Lampiran II Peraturan Menteri ini; dan
 - c. Tarif cukai dan batasan harga jual eceran terendah per batang atau gram untuk setiap jenis hasil tembakau yang diimpor sebagaimana tercantum dalam Lampiran III Peraturan Menteri ini,mulai berlaku pada tanggal 1 Januari 2015.
3. Peraturan Menteri ini mulai berlaku pada tanggal diundangkan.



MENTERI KEUANGAN
REPUBLIK INDONESIA

- 7 -

Agar setiap orang mengetahuinya, memerintahkan pengundangan Peraturan Menteri ini dengan penempatannya dalam Berita Negara Republik Indonesia.

Ditetapkan di Jakarta
pada tanggal 17 Oktober 2014

MENTERI KEUANGAN REPUBLIK INDONESIA,

ttd.

MUHAMAD CHATIB BASRI

Diundangkan di Jakarta
pada tanggal 17 Oktober 2014

MENTERI HUKUM DAN HAK ASASI MANUSIA
REPUBLIK INDONESIA,

ttd.

AMIR SYAMSUDIN

BERITA NEGARA REPUBLIK INDONESIA TAHUN 2014 NOMOR 1700

Salinan sesuai dengan aslinya
KEPALA BIRO UMUM

u.b.

KEPALA BAGIAN T.U. KEMENTERIAN

GIARTO *
NIP 195904201984021001





MENTERI KEUANGAN
REPUBLIK INDONESIA

GOLONGAN PENGUSAHA PABRIK HASIL TEMBAKAU

No. Urut	Pengusaha Pabrik		Batasan Jumlah Produksi Pabrik
	Jenis	Golongan	
1.	SKM	I	Lebih dari 2 milyar batang
		II	Tidak lebih dari 2 milyar batang
2.	SPM	I	Lebih dari 2 milyar batang
		II	Tidak lebih dari 2 milyar batang
3.	SKT atau SPT	I	Lebih dari 2 milyar batang
		II	Lebih dari 350 juta batang tetapi tidak lebih dari 2 milyar batang
		IIIA	Lebih dari 50 juta batang tetapi tidak lebih dari 350 juta batang
		IIIB	Tidak lebih dari 50 juta batang
4.	SKTF atau SPTF	I	Lebih dari 2 milyar batang
		II	Tidak lebih dari 2 milyar batang
5.	TIS	Tanpa Golongan	Tanpa batasan jumlah produksi
6.	KLM atau KLB	Tanpa Golongan	Tanpa batasan jumlah produksi
7.	CRT	Tanpa Golongan	Tanpa batasan jumlah produksi
8.	HPTL	Tanpa Golongan	Tanpa batasan jumlah produksi

MENTERI KEUANGAN REPUBLIK INDONESIA,

ttd.

MUHAMAD CHATIB BASRI

Salinan sesuai dengan aslinya

KEPALA BIRO UMUM

u.b

KEPALA BAGIAN T.U. KEMENTERIAN

GIARTO

NIP 195904201984021001





MENTERI KEUANGAN
REPUBLIK INDONESIA

LAMPIRAN II
PERATURAN MENTERI KEUANGAN
REPUBLIK INDONESIA
NOMOR 205/PMK.011/2014
TENTANG
PERUBAHAN ATAS PERATURAN MENTERI
KEUANGAN NOMOR 179/PMK.011/2012
TENTANG TARIF CUKAI HASIL TEMBAKAU

- 2 -

BATASAN HARGA JUAL ECERAN DAN TARIF CUKAI PER BATANG ATAU GRAM
HASIL TEMBAKAU BUATAN DALAM NEGERI

No. Urut	Golongan pengusaha pabrik hasil tembakau		Batasan harga jual eceran per batang atau gram	Tarif cukai per batang atau gram	
	Jenis	Golongan			
1.	SKM	I	Paling rendah Rp 800,00	Rp 415,00	
		II	Lebih dari Rp 588,00	Rp 305,00	
2.	SPM	I	Paling rendah Rp 511,00 sampai dengan Rp 588,00	Rp 265,00	
		II	Paling rendah Rp 820,00	Rp 425,00	
3.	SKT atau SPT	I	Lebih dari Rp 520,00	Rp 270,00	
			Paling rendah Rp 425,00 sampai dengan Rp 520,00	Rp 220,00	
		II	Lebih dari Rp 825,00	Rp 290,00	
			Paling rendah Rp 606,00 sampai dengan Rp 825,00	Rp 220,00	
IIIA	Lebih dari Rp 417,00	Rp 140,00			
	Paling rendah Rp 385,00 sampai dengan Rp 417,00	Rp 125,00			
4.	SKTF atau SPTF	IIIB	Paling rendah Rp 286,00	Rp 85,00	
		IIIB	Paling rendah Rp 286,00	Rp 80,00	
5.	TIS	Tanpa Golongan	I	Paling rendah Rp 800,00	Rp 415,00
			II	Lebih dari Rp 588,00	Rp 305,00
			Paling rendah Rp 511,00 sampai dengan Rp 588,00	Rp 265,00	
6.	KLB	Tanpa Golongan	Lebih dari Rp 275,00	Rp 28,00	
			Lebih dari Rp 177,00 sampai dengan Rp 275,00	Rp 22,00	
			Paling rendah Rp 55,00 sampai dengan Rp 177,00	Rp 6,00	
7.	KLM	Tanpa Golongan	Lebih dari Rp 286,00	Rp 28,00	
			Paling rendah Rp 198,00 sampai dengan Rp 286,00	Rp 22,00	
8.	CRT	Tanpa Golongan	Paling rendah Rp 198,00	Rp 22,00	
			Lebih dari Rp 198.000,00	Rp 110.000,00	
			Lebih dari Rp 55.000,00 sampai dengan Rp 198.000,00	Rp 22.000,00	
			Lebih dari Rp 22.000,00 sampai dengan Rp 55.000,00	Rp 11.000,00	
			Lebih dari Rp 5.500,00 sampai dengan Rp 22.000,00	Rp 1.320,00	
9.	HPTL	Tanpa Golongan	Paling rendah Rp 495,00 sampai dengan Rp 5.500,00	Rp 275,00	
			Paling rendah Rp 303,00	Rp 110,00	

MENTERI KEUANGAN REPUBLIK INDONESIA,

ttd.

MUHAMAD CHATIB BASRI

Salinan sesuai dengan aslinya
KEPALA BIRO UMUM
u.b.
KEPALA BAGIAN T.U. KEMENTERIAN



GIARTO
NIP 195904201984021001



MENTERI KEUANGAN
REPUBLIK INDONESIA

LAMPIRAN III
PERATURAN MENTERI KEUANGAN
REPUBLIK INDONESIA
NOMOR 205/PMK.011/2014
TENTANG
PERUBAHAN ATAS PERATURAN MENTERI
KEUANGAN NOMOR 179/PMK.011/2012
TENTANG TARIF CUKAI HASIL TEMBAKAU

- 3 -

TARIF CUKAI DAN HARGA JUAL ECERAN MINIMUM
HASIL TEMBAKAU YANG DIIMPOR

No. Urut	Jenis Hasil Tembakau	Batasan HJE terendah per batang atau gram	Tarif Cukai per batang atau gram
1.	SKM	Rp 800,00	Rp 415,00
2.	SPM	Rp 820,00	Rp 425,00
3.	SKT atau SPT	Rp 826,00	Rp 290,00
4.	SKTF atau SPTF	Rp 800,00	Rp 415,00
5.	TIS	Rp 276,00	Rp 28,00
6.	KLB	Rp 287,00	Rp 28,00
7.	KLM	Rp 198,00	Rp 22,00
8.	CRT	Rp 198.001,00	Rp 110.000,00
9.	HPTL	Rp 303,00	Rp 110,00

MENTERI KEUANGAN REPUBLIK INDONESIA,

ttd.

MUHAMAD CHATIB BASRI

Salinan sesuai dengan aslinya
KEPALA BIRO UMUM
u.b.
KEPALA BAGIAN T.U. KEMENTERIAN

GIARTO
NIP 195904201984021001





MENTERI KEUANGAN
REPUBLIK INDONESIA

SALINAN

PERATURAN MENTERI KEUANGAN REPUBLIK INDONESIA
NOMOR 198/PMK.010/2015
TENTANG
PERUBAHAN KEDUA ATAS PERATURAN MENTERI KEUANGAN
NOMOR 179/PMK.011/2012 TENTANG TARIF CUKAI HASIL TEMBAKAU

DENGAN RAHMAT TUHAN YANG MAHA ESA

MENTERI KEUANGAN REPUBLIK INDONESIA,

- Menimbang :
- a. bahwa ketentuan mengenai tarif cukai hasil tembakau telah diatur dalam Peraturan Menteri Keuangan Nomor 179/PMK.011/2012 tentang Tarif Cukai Hasil Tembakau sebagaimana telah diubah dengan Peraturan Menteri Keuangan Nomor 205/PMK.011/2014;
 - b. bahwa dalam rangka meningkatkan pengendalian konsumsi barang kena cukai berupa hasil tembakau dan memperhatikan potensi penerimaan di bidang cukai hasil tembakau yang berkesinambungan, perlu melakukan penyesuaian terhadap ketentuan sebagaimana dimaksud dalam huruf a;
 - c. bahwa pada tanggal 21 Oktober 2015, Pemerintah bersama-sama dengan Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia telah menyepakati untuk menaikkan tarif cukai hasil tembakau tahun 2016 sebagai salah satu upaya pencapaian target penerimaan perpajakan;

- d. bahwa berdasarkan pertimbangan sebagaimana dimaksud dalam huruf a, huruf b, dan huruf c serta dalam rangka melaksanakan ketentuan Pasal 5 ayat (5) Undang-Undang Nomor 11 Tahun 1995 tentang Cukai sebagaimana telah diubah dengan Undang-Undang Nomor 39 Tahun 2007, perlu menetapkan Peraturan Menteri Keuangan tentang Perubahan Kedua Atas Peraturan Menteri Keuangan Nomor 179/PMK.011/2012 tentang Tarif Cukai Hasil Tembakau;

Mengingat : Peraturan Menteri Keuangan Nomor 179/PMK.011/2012 tentang Tarif Cukai Hasil Tembakau sebagaimana telah diubah dengan Peraturan Menteri Keuangan Nomor 205/PMK.011/2014;

MEMUTUSKAN:

Menetapkan : PERATURAN MENTERI KEUANGAN TENTANG PERUBAHAN KEDUA ATAS PERATURAN MENTERI KEUANGAN NOMOR 179/PMK.011/2012 TENTANG TARIF CUKAI HASIL TEMBAKAU.

Pasal I

Beberapa ketentuan dalam Peraturan Menteri Keuangan Nomor 179/PMK.011/2012 tentang Tarif Cukai Hasil Tembakau sebagaimana telah diubah dengan Peraturan Menteri Keuangan Nomor 205/PMK.011/2014, diubah sebagai berikut:

1. Ketentuan Pasal 10 ayat (2) dihapus, ayat (3) dan ayat (4) diubah sehingga Pasal 10 berbunyi sebagai berikut:

Pasal 10

- (1) Dalam hal Harga Transaksi Pasar telah melampaui Batasan Harga Jual Eceran per Batang atau Gram di atasnya, Pengusaha Pabrik hasil tembakau atau Importir mengajukan penyesuaian tarif cukai.

- (2) Dihapus.
 - (3) Apabila berdasarkan hasil pemantauan Pejabat Bea dan Cukai pada wilayah dan dalam periode pemantauan tertentu kedapatan Harga Transaksi Pasar telah melampaui Batasan Harga Jual Eceran per Batang atau Gram sebagaimana dimaksud pada ayat (1), Direktur Cukai melalui kepala Kantor memberitahukan hal tersebut kepada Pengusaha Pabrik hasil tembakau atau Importir yang bersangkutan dengan surat pemberitahuan.
 - (4) Apabila dalam jangka waktu 30 (tiga puluh) hari setelah tanggal penerimaan surat pemberitahuan sebagaimana dimaksud pada ayat (3), Pengusaha Pabrik hasil tembakau, Importir, atau kuasanya tidak memberikan sanggahan atau mengajukan permohonan, kepala Kantor melakukan penetapan penyesuaian tarif cukai hasil tembakau.
2. Pasal 14 dihapus.
 3. Lampiran II dan Lampiran III diubah, sehingga menjadi sebagaimana tercantum dalam Lampiran I dan Lampiran II yang merupakan bagian tidak terpisahkan dari Peraturan Menteri ini.

Pasal II

1. Dengan berlakunya Peraturan Menteri ini:
 - a. Kepala Kantor menetapkan kembali tarif cukai dengan ketentuan sebagai berikut:
 - i. tarif cukai yang ditetapkan kembali tidak boleh lebih rendah dari tarif cukai yang berlaku, dan/atau
 - ii. harga jual eceran tidak boleh lebih rendah dari Batasan Harga Jual Eceran per Batang atau Gram yang berlaku,sebagaimana tercantum dalam Lampiran I atau Lampiran II Peraturan Menteri ini.

- b. Dalam rangka kegiatan pelayanan pita cukai berlaku ketentuan sebagai berikut:
 - i. penetapan kembali sebagaimana dimaksud pada huruf a dapat digunakan untuk kegiatan penyediaan pita cukai yang dilaksanakan setelah diundangkannya Peraturan Menteri ini dengan tetap memperhatikan ketentuan mengenai penyediaan dan pemesanan pita cukai yang berlaku; dan
 - ii. batas pelekatan pita cukai yang telah dipesankan berdasarkan Peraturan Menteri Keuangan Nomor 205/PMK.011/2014 tentang Perubahan Atas Peraturan Menteri Keuangan Nomor 179/PMK.011/2012 tentang Tarif Cukai Hasil Tembakau adalah sampai dengan tanggal 1 Februari 2016.
2. Ketentuan mengenai:
 - a. Batasan Harga Jual Eceran per Batang atau Gram dan Tarif Cukai per Batang atau Gram sebagaimana tercantum dalam Lampiran I Peraturan Menteri ini; dan
 - b. Tarif cukai dan batasan harga jual eceran terendah per batang atau gram untuk setiap jenis hasil tembakau yang diimpor sebagaimana tercantum dalam Lampiran II Peraturan Menteri ini, mulai berlaku pada tanggal 1 Januari 2016.
3. Peraturan Menteri ini mulai berlaku pada tanggal diundangkan.

Agar setiap orang mengetahuinya, memerintahkan pengundangan Peraturan Menteri ini dengan penempatannya dalam Berita Negara Republik Indonesia.

Ditetapkan di Jakarta
pada tanggal 6 November 2015

MENTERI KEUANGAN REPUBLIK INDONESIA,
ttd.
BAMBANG P. S. BRODJONEGORO

Diundangkan di Jakarta
Pada tanggal 6 November 2015

DIREKTUR JENDERAL
PERATURAN PERUNDANG-UNDANGAN
KEMENTERIAN HUKUM DAN HAK ASASI MANUSIA,

ttd.

WIDODO EKATJAHJANA

BERITA NEGARA REPUBLIK INDONESIA TAHUN 2015 NOMOR 1674

Salinan sesuai dengan aslinya
Kepala Biro Umum



ACHMAD SAEFUDIN
NIP 195611051977121001



LAMPIRAN I
 PERATURAN MENTERI KEUANGAN REPUBLIK INDONESIA
 NOMOR 198/PMK.010/2015
 TENTANG PERUBAHAN KEDUA ATAS PERATURAN MENTERI
 KEUANGAN NOMOR 179/PMK.011/2012 TENTANG TARIF
 CUKAI HASIL TEMBAKAU

BATASAN HARGA JUAL ECERAN DAN TARIF CUKAI PER BATANG
 ATAU GRAM HASIL TEMBAKAU BUATAN DALAM NEGERI

No. Urut	Golongan pengusaha pabrik hasil tembakau		Batasan harga jual eceran per batang atau gram	Tarif cukai per batang atau gram
	Jenis	Golongan		
1.	SKM	I	Paling rendah Rp 1.000,00	Rp 480,00
		II	Lebih dari Rp 740,00 Paling rendah Rp 590,00 sampai dengan Rp 740,00	Rp 340,00 Rp 300,00
2.	SPM	I	Paling rendah dari Rp 930,00	Rp 495,00
		II	Lebih dari Rp 800,00 Paling rendah Rp 505,00 sampai dengan Rp 800,00	Rp 305,00 Rp 255,00
3.	SKT atau SPT	I	Lebih dari Rp 1.115,00	Rp 320,00
			Paling rendah Rp 775,00 sampai dengan Rp 1.115,00	Rp 245,00
		II	Lebih dari Rp 605,00	Rp 155,00
			Paling rendah Rp 430,00 sampai dengan Rp 605,00	Rp 140,00
4.	SKTF atau SPTF	I	Paling rendah Rp 1.000,00	Rp 480,00
			II	Lebih dari Rp 740,00 Paling rendah Rp 590,00 sampai dengan Rp 740,00
5.	TIS	Tanpa Golongan	Lebih dari Rp 275,00	Rp 28,00
			Lebih dari Rp 180,00 sampai dengan Rp 275,00	Rp 22,00
			Paling rendah Rp 55,00 sampai dengan Rp 180,00	Rp 6,00
6.	KLB	Tanpa Golongan	Lebih dari Rp 290,00	Rp 28,00
			Paling rendah Rp 200,00 sampai dengan Rp 290,00	Rp 22,00
7.	KLM	Tanpa Golongan	Paling rendah Rp 200,00	Rp 22,00
8.	CRT	Tanpa Golongan	Lebih dari Rp 198.000,00	Rp 110.000,00
			Lebih dari Rp 55.000,00 sampai dengan Rp 198.000,00	Rp 22.000,00
			Lebih dari Rp 22.000,00 sampai dengan Rp 55.000,00	Rp 11.000,00
			Lebih dari Rp 5.500,00 sampai dengan Rp 22.000,00	Rp 1.320,00
9.	HPTL	Tanpa Golongan	Paling rendah Rp 495,00 sampai dengan Rp 5.500,00	Rp 275,00
			Paling rendah Rp 305,00	Rp 110,00

MENTERI KEUANGAN REPUBLIK INDONESIA,

ttd.

BAMBANG P. S. BRODJONEGORO

Salinan sesuai dengan aslinya
 Kepala Biro Umum



ACHMAD SAEFUDIN
 NIP 195611051977121001



LAMPIRAN II

PERATURAN MENTERI KEUANGAN REPUBLIK INDONESIA
 NOMOR 198/PMK.010/2015
 TENTANG PERUBAHAN KEDUA ATAS PERATURAN
 MENTERI KEUANGAN NOMOR 179/PMK.011/2012
 TENTANG TARIF CUKAI HASIL TEMBAKAU

TARIF CUKAI DAN HARGA JUAL ECERAN MINIMUM
 HASIL TEMBAKAU YANG DIIMPOR

No. Urut	Jenis Hasil Tembakau	Batasan HJE terendah per batang atau gram	Tarif Cukai per batang atau gram
1.	SKM	Rp 1.000,00	Rp 480,00
2.	SPM	Rp 930,00	Rp 495,00
3.	SKT atau SPT	Rp 1.116,00	Rp 320,00
4.	SKTF atau SPTF	Rp 1.000,00	Rp 480,00
5.	TIS	Rp 276,00	Rp 28,00
6.	KLB	Rp 291,00	Rp 28,00
7.	KLM	Rp 200,00	Rp 22,00
8.	CRT	Rp 198.001,00	Rp 110.000,00
9.	HPTL	Rp 305,00	Rp 110,00

MENTERI KEUANGAN REPUBLIK INDONESIA,

ttd.

BAMBANG P. S. BRODJONEGORO

Salinan sesuai dengan aslinya
 Kepala Biro Umum



ACHMAD SAEFUDIN
 NIP 195611051977121001



1



MENTERI KEUANGAN
REPUBLIK INDONESIA

SALINAN

PERATURAN MENTERI KEUANGAN REPUBLIK INDONESIA

NOMOR 147/PMK.010/2016

TENTANG

PERUBAHAN KETIGA ATAS PERATURAN MENTERI KEUANGAN NOMOR
179/PMK.011/2012 TENTANG TARIF CUKAI HASIL TEMBAKAU

DENGAN RAHMAT TUHAN YANG MAHA ESA

MENTERI KEUANGAN REPUBLIK INDONESIA,

- Menimbang :
- a. bahwa ketentuan mengenai tarif cukai hasil tembakau telah diatur dalam Peraturan Menteri Keuangan Nomor 179/PMK.011/2012 tentang Tarif Cukai Hasil Tembakau sebagaimana telah beberapa kali diubah terakhir dengan Peraturan Menteri Keuangan Nomor 198/PMK.010/2015 tentang Perubahan Kedua atas Peraturan Menteri Keuangan Nomor 179/PMK.011/2012 tentang Tarif Cukai Hasil Tembakau;
 - b. bahwa dalam rangka meningkatkan pengendalian konsumsi barang kena cukai berupa hasil tembakau dan memperhatikan potensi penerimaan di bidang cukai hasil tembakau yang berkesinambungan, perlu melakukan penyesuaian terhadap Peraturan Menteri Keuangan Nomor 179/PMK.011/2012 tentang Tarif Cukai Hasil Tembakau sebagaimana telah beberapa kali diubah terakhir dengan Peraturan Menteri Keuangan Nomor 198/PMK.010/2015 tentang Perubahan Kedua atas Peraturan Menteri Keuangan

Nomor 179/PMK.011/2012 tentang Tarif Cukai Hasil Tembakau sebagaimana dimaksud dalam huruf a;

- c. bahwa pada tanggal 21 September 2016, Pemerintah bersama-sama dengan Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia telah menyepakati target penerimaan cukai tahun 2017;
- d. bahwa berdasarkan pertimbangan sebagaimana dimaksud dalam huruf a, huruf b, dan huruf c serta dalam rangka melaksanakan ketentuan Pasal 5 ayat (5) Undang-Undang Nomor 11 Tahun 1995 tentang Cukai sebagaimana telah diubah dengan Undang-Undang Nomor 39 Tahun 2007 tentang Perubahan atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 1995 tentang Cukai, perlu menetapkan Peraturan Menteri Keuangan tentang Perubahan Ketiga atas Peraturan Menteri Keuangan Nomor 179/PMK.011/2012 tentang Tarif Cukai Hasil Tembakau;

Mengingat : Peraturan Menteri Keuangan Nomor 179/PMK.011/2012 tentang Tarif Cukai Hasil Tembakau (Berita Negara Republik Indonesia Tahun 2012 Nomor 1121) sebagaimana telah beberapa kali diubah terakhir dengan Peraturan Menteri Keuangan Nomor 198/PMK.010/2015 tentang Perubahan Kedua Atas Peraturan Menteri Keuangan Nomor 179/PMK.011/2012 tentang Tarif Cukai Hasil Tembakau (Berita Negara Republik Indonesia Tahun 2015 Nomor 1674);

MEMUTUSKAN:

Menetapkan : PERATURAN MENTERI KEUANGAN TENTANG PERUBAHAN KETIGA ATAS PERATURAN MENTERI KEUANGAN NOMOR 179/PMK.011/2012 TENTANG TARIF CUKAI HASIL TEMBAKAU.

Pasal I

Mengubah Lampiran I, Lampiran II, dan Lampiran III Peraturan Menteri Keuangan Nomor 179/PMK.011/2012 tentang Tarif Cukai Hasil Tembakau (Berita Negara Republik Indonesia Tahun 2012 Nomor 1121) yang telah beberapa kali diubah dengan Peraturan Menteri Keuangan:

a. Nomor 205/PMK.011/2014;

b. Nomor 198/PMK.010/2015,

sehingga menjadi sebagaimana tercantum dalam Lampiran I, Lampiran II, dan Lampiran III yang merupakan bagian tidak terpisahkan dari Peraturan Menteri ini.

Pasal II

1. Dengan berlakunya Peraturan Menteri ini:

a) Kepala Kantor menetapkan kembali tarif cukai dengan ketentuan sebagai berikut:

1) tarif cukai yang ditetapkan kembali tidak boleh lebih rendah dari tarif cukai yang berlaku; dan/ atau

2) harga jual eceran tidak boleh lebih rendah dari Batasan Harga Jual Eceran per Batang atau Gram yang berlaku,

sebagaimana tercantum dalam Lampiran II atau Lampiran III Peraturan Menteri ini.

b) Dalam rangka kegiatan pelayanan pita cukai berlaku ketentuan sebagai berikut:

- 1) penetapan kembali sebagaimana dimaksud pada huruf a dapat digunakan untuk kegiatan penyediaan pita cukai yang dilaksanakan setelah diundangkannya Peraturan Menteri ini dengan tetap memperhatikan ketentuan mengenai penyediaan dan pemesanan pita cukai yang berlaku; dan
 - 2) batas waktu pelekatan pita cukai yang telah dipesankan berdasarkan Peraturan Menteri Keuangan Nomor 198/PMK.010/2015 tentang Perubahan Kedua Atas Peraturan Menteri Keuangan Nomor 179/PMK.011/2012 tentang Tarif Cukai Hasil Tembakau adalah sampai dengan tanggal 1 Februari 2017.
2. Ketentuan mengenai:
- a. Batasan Jumlah Produksi Pabrik sebagaimana tercantum dalam Lampiran I;
 - b. Batasan Harga Jual Eceran per Batang atau Gram dan Tarif Cukai per batang atau gram sebagaimana tercantum dalam Lampiran II; dan
 - c. Tarif cukai dan batasan harga jual eceran terendah per batang atau gram untuk setiap jenis hasil tembakau yang diimpor sebagaimana tercantum dalam Lampiran III,
- yang merupakan bagian tidak terpisahkan dari Peraturan Menteri ini, mulai berlaku pada tanggal 1 Januari 2017.
3. Peraturan Menteri ini mulai berlaku pada tanggal diundangkan.

- 5 -

Agar setiap orang mengetahuinya, memerintahkan pengundangan Peraturan Menteri ini dengan penempatannya dalam Berita Negara Republik Indonesia

Ditetapkan di Jakarta
pada tanggal 30 September 2016

MENTERI KEUANGAN
REPUBLIK INDONESIA,

ttd.

SRI MULYANI INDRAWATI

Diundangkan di Jakarta
Pada tanggal 4 Oktober 2016

DIREKTUR JENDERAL
PERATURAN PERUNDANG-UNDANGAN
KEMENTERIAN HUKUM DAN HAK ASASI MANUSIA
REPUBLIK INDONESIA,

ttd.

WIDODO EKATJAHJANA

BERITA NEGARA REPUBLIK INDONESIA TAHUN 2016 NOMOR 1478

Salinan sesuai dengan aslinya
Kepala Biro Umum

u.b.
Kepala Bagian T.U. Kementerian



ARIF BINTARTO YUWONO
NIP 197109121997031001

LAMPIRAN I
 PERATURAN MENTERI KEUANGAN REPUBLIK INDONESIA
 NOMOR 147/PMK.010/2016
 TENTANG
 PERUBAHAN KETIGA ATAS PERATURAN MENTERI
 KEUANGAN NOMOR 179/PMK.011/2012 TENTANG TARIF
 CUKAI HASIL TEMBAKAU

GOLONGAN PENGUSAHA PABRIK HASIL TEMBAKAU

No. Urut	Pengusaha Pabrik		Batasan Jumlah Produksi Pabrik
	Jenis	Golongan	
1.	SKM	I	Lebih dari 3 miliar batang
		II	Tidak lebih dari 3 miliar batang
2.	SPM	I	Lebih dari 3 miliar batang
		II	Tidak lebih dari 3 miliar batang
3.	SKT atau SPT	I	Lebih dari 2 miliar batang
		II	Lebih dari 500 juta batang tetapi tidak lebih dari 2 miliar batang
		IIIA	Lebih dari 10 juta batang tetapi tidak lebih dari 500 juta batang
		IIIB	Tidak lebih dari 10 juta batang
4.	SKTF atau SPTF	I	Lebih dari 3 miliar batang
		II	Tidak lebih dari 3 miliar batang
5.	TIS	Tanpa Golongan	Tanpa batasan jumlah produksi
6.	KLM atau KLB	Tanpa Golongan	Tanpa batasan jumlah produksi
7.	CRT	Tanpa Golongan	Tanpa batasan jumlah produksi
8.	HPTL	Tanpa Golongan	Tanpa batasan jumlah produksi

MENTERI KEUANGAN
 REPUBLIK INDONESIA,
 ttd.

SRI MULYANI INDRAWATI

Salinan sesuai dengan aslinya
 Kepala Biro Umum
 u.b.
 Kepala Bagian T.U. Kementerian



ARIF BINTARTO YUWONO
 NIP. 197109121997031001

LAMPIRAN II
 PERATURAN MENTERI KEUANGAN REPUBLIK INDONESIA
 NOMOR 147/PMK.010/2016
 TENTANG
 PERUBAHAN KETIGA ATAS PERATURAN MENTERI
 KEUANGAN NOMOR 179/PMK.011/2012 TENTANG TARIF
 CUKAI HASIL TEMBAKAU

BATASAN HARGA JUAL ECERAN DAN TARIF CUKAI PER BATANG
 ATAU GRAM HASIL TEMBAKAU BUATAN DALAM NEGERI

No. Urut	Golongan pengusaha pabrik hasil tembakau		Batasan harga jual eceran per batang atau gram	Tarif cukai per batang atau gram
	Jenis	Golongan		
1.	SKM	I	Paling rendah Rp 1.120,00	Rp 530,00
		II	Lebih dari Rp 820,00	Rp 365,00
			Paling rendah Rp 655,00 sampai dengan Rp 820,00	Rp 335,00
2.	SPM	I	Paling rendah dari Rp 1.030,00	Rp 555,00
		II	Lebih dari Rp 900,00	Rp 330,00
			Paling rendah Rp 585,00 sampai dengan Rp 900,00	Rp 290,00
3.	SKT atau SPT	I	Lebih dari Rp 1.215,00	Rp 345,00
			Paling rendah Rp 860,00 sampai dengan Rp 1.215,00	Rp 265,00
		II	Lebih dari Rp 730,00	Rp 165,00
			Paling rendah Rp 470,00 sampai dengan Rp 730,00	Rp 155,00
			III A	Paling rendah Rp 465,00
IIIB	Paling rendah Rp 400,00	Rp 80,00		
4.	SKTF atau SPTF	I	Paling rendah Rp 1.120,00	Rp 530,00
			Lebih dari Rp 820,00	Rp 365,00
		II	Paling rendah Rp 655,00 sampai dengan Rp 820,00	Rp 335,00
5.	TIS	Tanpa Golongan	Lebih dari Rp 275,00	Rp 28,00
			Lebih dari Rp 180,00 sampai dengan Rp 275,00	Rp 22,00
			Paling rendah Rp 55,00 sampai dengan Rp 180,00	Rp 6,00
6.	KLB	Tanpa Golongan	Lebih dari Rp 290,00	Rp 28,00
			Paling rendah Rp 200,00 sampai dengan Rp 290,00	Rp 22,00
7.	KLM	Tanpa Golongan	Paling rendah Rp 200,00	Rp 22,00
8.	CRT	Tanpa Golongan	Lebih dari Rp 198.000,00	Rp 110.000,00
			Lebih dari Rp 55.000,00 sampai dengan Rp 198.000,00	Rp 22.000,00
			Lebih dari Rp 22.000,00 sampai dengan Rp 55.000,00	Rp 11.000,00
			Lebih dari Rp 5.500,00 sampai dengan Rp 22.000,00	Rp 1.320,00
9.	HPTL	Tanpa Golongan	Paling rendah Rp 495,00 sampai dengan Rp 5.500,00	Rp 275,00
			Paling rendah Rp 305,00	Rp 110,00

MENTERI KEUANGAN
 REPUBLIK INDONESIA,
 ttd.

SRI MULYANI INDRAWATI

Salinan sesuai dengan aslinya
 Kepala Biro Umum

Kepala Bagian T.U. Kementerian



ARIF BINTARTO YUWONG
 NIP 197109121997031001

LAMPIRAN III
 PERATURAN MENTERI KEUANGAN REPUBLIK INDONESIA
 NOMOR 147/PMK.010/2016
 TENTANG
 PERUBAHAN KETIGA ATAS PERATURAN MENTERI
 KEUANGAN NOMOR 179/PMK.011/2012 TENTANG TARIF
 CUKAI HASIL TEMBAKAU

TARIF CUKAI DAN HARGA JUAL ECERAN MINIMUM
 HASIL TEMBAKAU YANG DIIMPOR

No. Urut	Jenis Hasil Tembakau	Batasan HJE terendah per batang atau gram	Tarif Cukai per batang atau gram
1.	SKM	Rp 1.120,00	Rp 530,00
2.	SPM	Rp 1.030,00	Rp 555,00
3.	SKT atau SPT	Rp 1.215,00	Rp 345,00
4.	SKTF atau SPTF	Rp 1.120,00	Rp 530,00
5.	TIS	Rp 276,00	Rp 28,00
6.	KLB	Rp 291,00	Rp 28,00
7.	KLM	Rp 200,00	Rp 22,00
8.	CRT	Rp 198.001,00	Rp 110.000,00
9.	HPTL	Rp 305,00	Rp 110,00

MENTERI KEUANGAN
 REPUBLIK INDONESIA,
 ttd.

SRI MULYANI INDRAWATI

Salinan sesuai dengan aslinya
 Kepala Biro Umum

u.p.
 Kepala Bagian T.U. Kementerian



 ARIF BINTARTO YUWONO
 NIP 197109121997031001

m. > f