

November 2021

PENGENDALIAN PEREDARAN PRODUK SECARA MANDIRI SEBAGAI INSTRUMEN WAJIB DALAM PELAKSANAAN TANGGUNG JAWAB SOSIAL KORPORASI ROKOK: SEBUAH PERSPEKTIF SOSIO-LEGAL

Auditya Firza Saputra
audityasaputra@gmail.com

Follow this and additional works at: <https://scholarhub.ui.ac.id/dharmasisya>



Part of the [Administrative Law Commons](#), [Civil Law Commons](#), [Constitutional Law Commons](#), [Criminal Law Commons](#), and the [International Law Commons](#)

Recommended Citation

Saputra, Auditya Firza (2021) "PENGENDALIAN PEREDARAN PRODUK SECARA MANDIRI SEBAGAI INSTRUMEN WAJIB DALAM PELAKSANAAN TANGGUNG JAWAB SOSIAL KORPORASI ROKOK: SEBUAH PERSPEKTIF SOSIO-LEGAL," *Dharmasisya*: Vol. 1 , Article 6.
Available at: <https://scholarhub.ui.ac.id/dharmasisya/vol1/iss3/6>

This Article is brought to you for free and open access by the Faculty of Law at UI Scholars Hub. It has been accepted for inclusion in Dharmasisya by an authorized editor of UI Scholars Hub.

PENGENDALIAN PEREDARAN PRODUK SECARA MANDIRI SEBAGAI INSTRUMEN WAJIB DALAM PELAKSANAAN TANGGUNG JAWAB SOSIAL KORPORASI ROKOK: SEBUAH PERSPEKTIF SOSIO-LEGAL

Cover Page Footnote

Penulis adalah mahasiswa program magister Hukum Ekonomi, Universitas Indonesia. Nomor Pokok Mahasiswa, 1806245505. Narahubung: (+62) 812 8556 1644. Alamat e-mail alternatif: auditya@bantuanhukum.or.id WHO, Global Youth Tobacco Surveys: Indonesia Report 2014, (New Delhi: WHO Regional Office for Southeast Asia, 2015). 'Menteri Kesehatan RI: Sepertiga Penduduk Indonesia Perokok', Tempo, (15 Mei 2017), diakses dari , tanggal 19 Desember 2018. Indonesia, Undang-Undang Perseroan Terbatas, UU No. 40 Tahun 2007, LN No. 106 Tahun 2007, TLN No. 4756, Pasal 7. Dalam konteks pasar modal, Perseroan Terbuka (Tbk) harus memenuhi kriteria: a) jumlah permodalan setidaknya minimal Rp3.000.000.000 (tiga milyar Rupiah) dalam bentuk modal disetor dan, b) pemegang saham sejumlah 300 (tiga ratus), dan c) dapat memperjualbelikan sahamnya kepada public di bursa efek, d) setelah melakukan penawaran umum. "Disneyland Untuk Industri Rokok: Aturan yang Lemah Buat Generasi Muda Indonesia Kecanduan Rokok", The Conversation, (7 Juni 2018), diakses dari , tanggal 16 Desember 2018, pukul 15.44 WIB. Anugerah Perkasa, 'Riset UI: Rokok Murah Bahayakan si Miskin dan Generasi Muda', CNN Indonesia, (22 Agustus 2018), diakses dari , tanggal 2 Januari 2020. Bima Putra, "Rokok dan Minuman Kemasan Jadi Komoditas Andalan di Warung", Tribun News Jakarta, (24 Mei 2018), diakses dari , tanggal 19 Desember 2019. Riyadi Santoso, 'Dilema Kebijakan Pengendalian Tembakau di Indonesia', Jurnal Kajian Dewan Perwakilan Rakyat Indonesia, Vol. 21 No. 6, (2016), hal. 207. Indonesia, Peraturan Pemerintah tentang Peta Jalan Pengendalian Dampak Konsumsi Rokok Bagi Kesehatan, PP No. 40 Tahun 2013, Berita Negara No. 736 Tahun 2013, Lampiran B, [Bagian Analisa Situasi], hal. 5-6. Ika, 'Pemerintah Belum Serius Melakukan Pengendalian Rokok', siaran pers dalam laman Universitas Gadjah Mada, (8 Juni 2016), diakses dari , tanggal 1 April 2019, pukul 21.07 WIB. 'Pajak Rokok Rp 134 Triliun Tutupi Defisit BPJS Kesehatan', CNN Indonesia, (30 September 2018), diakses dari , tanggal 25 Maret 2019, pukul 21.58 WIB. Hasil survey Global Adult Tobacco Survey dalam: '86 Persen Orang Indonesia Sadar Bahaya Rokok Bagi Kesehatan', Detik, (11 September 2012), diakses dari , tanggal 25 Maret 2019, pukul 21.44 WIB. Lihat: Ronen Shamir, 'Corporate Social Responsibility: A Case of Hegemony and Counter Hegemony', dalam B De Sousa Santos & C. Rodríguez-Garavito (Eds.), Law and Globalization from Below: Towards a Cosmopolitan Legality, (Cambridge: Cambridge University Press, 2005), hal. 91-117. Thomas R. Barnes, 'Gramsci and the Theory of Hegemony', Journal of the History Ideas, Vol. 36, No. 2, (April-Juni 1975): 351-366. Ibid. Gramsci: "Hegemony... is not an end in itself, but at some part, it is made to be a means or instrument." Lihat: Putri Silviani, Konstruksi Realitas Sosial dalam Iklan (Analisis Semiotika Iklan Rokok Surya Pro Never Quit), (Skripsi Sarjana Universitas Pasundan, Bandung, 2019), hal. 21-23. Sumber: diunduh dari , tanggal 17 Januari 2020. Sumber: diunduh dari , tanggal 17 Januari 2020. Christoforus Ristianto, 'Polemik PB Djarum vs KPAI yang berujung Stop Audisi'. Kompas, (10 September 2019), diakses dari , tanggal 19 Januari 2020. Salah satu wacana yang keliru, lihat: Aditio Purnomo, 'Arogansi KPAI terhadap PB Djarum dan Kemarahan Masyarakat', artikel opini dalam portal Komunitas Kretek, (9 September 2019), diakses dari . Santoso, Dilema Kebijakan... , hal. 208. Benedicta Prima dan Yudho Winarto (ed), 'Penerimaan Cukai Rokok Per Desember 2018 capai Rp 120,62 Triliun', Kontan, (11 Desember 2018), diakses dari , tanggal 17 Desember 2018, pukul 02.44 WIB. Hasil kajian Badan Litbang Menkes (2013) menunjukkan telah terjadi kenaikan kematian prematur akibat penyakit terkait tembakau dari 190.260 (2010) menjadi 240.618 kematian (2013), serta kenaikan penderita penyakit akibat konsumsi tembakau dari 384.058 orang (2010) menjadi 962.403 orang (2013). D.Kapoor dan T. H. Jones, 'Smoking and Hormones in Health Endocrine Disorders', dalam European Journal of Endocrinology, Vol. 152, Issue 4, (2005), hal. 491-499. Soewarta Kosen, Review of Evidence Series: Health and Economic Cost of Tobacco in Indonesia, (Jakarta: Lembaga Penerbit Balitbang Kemenkes, 2017), hal. 47. Wahyu Tri Sudaryanto, Hubungan antara Derajat Merokok Aktif, Ringan, Sedang dan Berat dengan Kadar Saturasi

Oksigen dalam Darah, (Naskah Publikasi Sarjana Fisioterapi, Fakultas Ilmu Kesehatan, Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2015). 'Rata-Rata Konsumsi Rokok Orang Indonesia Satu Bungkus per Hari', Detik, (28 Maret 2014), diakses dari , tanggal 28 Desember 2019. Perhitungan ini didasarkan pada harga jual produk rokok populer di pasaran hari ini, seperti Gudang Garam Surya 16 seharga Rp 21.000 (untuk kemasan isi 16 batang), Sampoerna A-Mild seharga Rp 20.000 (isi 16 batang), Surya Professional seharga Rp 16.300 (untuk kemasan isi 16 batang), dan Marlboro Lights seharga Rp 25.000 (isi 21 batang). Diasumsikan bahwa konsumen menggunakan satu produk yang sama selama satu bulan Kementerian Kesehatan RI, Perilaku Merokok Masyarakat Indonesia Berdasarkan Risesdas 2007 dan 2013, (Jakarta: Pusat Data dan Informasi Kemenkes, 2014), hal. 2. Boris Holzer, *Moralizing the Corporation: Transnational Activism and Corporate Accountability*, (Cheltenham UK & Northampton MA, USA : Edward Elgar, 2010), hal. 77-78. Lihat: Robert N Proctor, *Golden Holocaust: Origins of the Cigarette Catastrophe and the Case for Abolition*, (California: University of California Press, 2012). 'Kecanduan, Rohayani Tuntut Dua Perusahaan Rokok Rp 1 Triliun', Kompas, (9 Maret 2018), diakses dari <https://ekonomi.kompas.com/read/2018/03/09/152424926/kecanduan-rohayani-tuntut-dua-perusahaan-rokok-rp-1-triliun> tanggal 23 Maret 2019, pukul 12.32 WIB. Indonesia, Undang-Undang Perseroan Terbatas, UU No. 40 Tahun 2007, Lembaran Negara (LN) No. 106 Tahun 2007, Tambahan Lembaran Negara (TLN) No. 4756, Pasal 74. Indonesia, Peraturan Pemerintah tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Korporasi, PP No. 47 Tahun 2012, Lembaran Negara (LN) No. 89 Tahun 2012, Tambahan Lembaran Negara (TLN) No. 5305, Pasal 3: "(1) Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan menjadi kewajiban bagi Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam berdasarkan Undang-Undang; (2) Kewajiban sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dilaksanakan baik di dalam maupun di luar lingkungan Perseroan." Beberapa hal yang menarik untuk di bahas dalam kaitannya dengan konsep CSR adalah apakah pelaksanaannya merupakan suatu kewajiban bagi korporasi rokok mengingat dalam Pasal 74 Ayat (1) UU No. 40 Tahun 2007, CSR hanya dilekatkan pada korporasi yang (i) bidang usahanya bergerak di bidang sumber daya alam, dan (ii) yang menjalankan usahanya berkaitan dengan sumber daya alam; Kategorisasi SDA pada umumnya lebih diidentikan kepada sektor-sektor ekstraktif yang secara langsung berhubungan dengan pemanfaatan sumber daya alam, seperti pertambangan, perkebunan, atau pertanian. Misalnya kasus KPAI vs Djarum Foundation. Lihat catatan kaki No. 32. Indonesia, Peraturan Pemerintah tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas, PP No. 47 Tahun 2012, Lembaran Negara (LN) No. 89 Tahun 2012, Tambahan Lembaran Negara (TLN) No. 5305, Pasal 8 ayat 2. Lusiana Indrasari, "Promosi Industri Rokok Berkedok CSR", Kompas, (23 Mei 2012), diakses dari tanggal 7 Januari 2020. Marija Mihaljevic dan Ivana Tokic, 'Ethics and Philanthropy in the Field of Corporate Social Responsibility Pyramid', *Interdisciplinary Management Research XI*, (Juli 2018), hal. 799-805. Eric W. Orts dan Alan Studler, 'The Ethical and Environmental Limits of Stakeholder Theory', *Binsis Ethics Quarterly*, Vol 12. Issue 2, (2002), hal. 218-219. Marcel van Merrewijk, 'Concepts and Definitions of CSR and Corporate Sustainability: Between Agency and Communion', dalam *Journal of Business Ethics*, Vol. 44, Issue 2-3, (2004), hal. 95-96. Orts dan Studler, *The Ethical and Environmental Limits...*, hal. 219. Holzer, *Moralizing Corporation...*, hal 76. [Bab 6: Business and Society: From Ethical Responsibility to Organizational Reflexivity] Bandingkan dengan: Claudia Eager, Graham Miller, dan Caroline Scarles, 'Corporate Philanthropy Through the Lens of Ethical Subjectivity', *Journal of Business Ethics*, Vol. 153, Issue 732, (Springer Netherlands: April 2017), hal.1-9. Janet Dine, *Companies, International Trade, and Human Rights*, (Cambridge: Cambridge University Press, 2005), hal. 45. Dine mengkritisi bahwa: "In terms of moral responsibility, such a construct of corporations means that they become another method of moral deflection: because the purpose of corporations is to make as much money as possible, the societies that tolerate and profit from their existence have no responsibility for the methods they pursue."

PENGENDALIAN PEREDARAN PRODUK SECARA MANDIRI SEBAGAI INSTRUMEN WAJIB DALAM PELAKSANAAN TANGGUNG JAWAB SOSIAL KORPORASI ROKOK: SEBUAH PERSPEKTIF SOSIO-LEGAL

Auditya Firza Saputra¹

Fakultas Hukum Universitas Indonesia
Korespondensi: audityasaputra@gmail.com

Abstrak

Angka perokok dan penjualan rokok di Indonesia tiap tahunnya mengalami peningkatan. Paralel dengan itu, risiko laten yang dihadapi masyarakat pun meningkat. Dalam konteks sosio-kultural, industri rokok telah menjelma menjadi sebuah hegemoni yang ekspansinya tak terbendung. Peredaran produk rokok masih menjadi persoalan yang tidak kunjung teratasi. Persoalan ini juga lantas meluas dari isu hukum, ke dimensi etis. Tanggung jawab sosial korporasi yang dilaksanakan selama ini cenderung bermotifkan promosi atau penciptaan reputasi manipulatif, yang menjadikan pelaksanaannya kerap melenceng dari filosofinya. Tak ayal, fenomena merokok seakan terlazimkan sebagai kultur urban yang semakin meluas, selain karena pengawasannya tidak optimal, substansi hukum yang ada cenderung mengakomodir terciptanya kondisi tersebut. Sementara, dalam ranah teknis peraturan, regulasi yang dibuat pemerintah tidak mampu menekan potensi risiko yang ada. Faktor lain yang menjadi kendala adalah adanya ketergantungan laten negara terhadap pemasukan dari cukai rokok sebagai tumpuan penerimaan anggaran belanja negara. Beberapa kecenderungan ini menandai kebutuhan akan pendekatan baru dalam merancang kebijakan pengendalian peredaran produk rokok dalam tatanan substansi hukum. Tulisan ini akan mengkritisi berbagai kekeliruan pelaksanaan tanggung jawab sosial korporasi rokok di ranah praksis dalam kaca mata sosio-legal, dan sekaligus menawarkan solusi metode pengendalian yang efektif secara penegakan hukum, efisien dari sisi anggaran negara, dan sejalan dengan gagasan filosofis teori tanggung jawab sosial berwawasan kemasyarakatan. Kata kunci: CSR, korporasi, rokok, kemasyarakatan, *imperative*.

Abstract

The number of smokers and cigarette sales in Indonesia has been increasing every year. In parallel with that, the latent risk faced by society is increased. In the socio-cultural context, the cigarette industry has been transformed into a hegemony whose expansion is unstoppable. The circulation of cigarette products is still become an unresolvable problem. Such problem expands from merely legal issues to the ethical dimension. The corporate social responsibility carried out by the corporation tends to be in favor of promotional motive, or creating false public reputation, which makes its implementation often deviate from its philosophy. Inevitably, the smoking phenomenon seems to be prevalent as an increasingly widespread urban culture, due to the unoptimal supervision, and the existing legal substance tends to accommodate the creation of such conditions. Meanwhile, in the legal technical realm, regulations issued by the government were unable to reduce the potential risks that exists. Another contributing factor as a constraint is the government dependence on cigarette excise sector as a major basis for annual state budget. These patterns indicate the need for new approaches in designing policies to control the circulation of cigarette products in the context of legal substance. This paper will criticize various mistakes in the implementation of social responsibility of cigarette corporations in the realm of praxis in a socio-legal perspective, and at the same time offer solutions to control methods that are effective in law enforcement, efficient in terms of the state budget, and in line with philosophical concept of stakeholder theory of corporate social responsibility.

Keywords: CSR, corporation, cigarettes, stakeholder, imperative;

1. PENDAHULUAN

Merokok berbahaya bagi kesehatan. Kalimat peringatan tersebut tampaknya sudah menjadi pengetahuan umum di masyarakat, namun yang belum banyak disadari adalah merokok juga berbahaya bagi kesejahteraan: adiksi rokok dapat memiskinkan seseorang. Hari ini, kebiasaan merokok telah menjadi fenomena endemik yang menjangkiti masyarakat Indonesia, khususnya generasi muda produktif. Kita bisa dengan mudah menemukan perokok atau produk rokok di mana saja dalam keseharian kita. Hal ini mau tak mau harus diakui, bahkan *World Health Organization* (WHO) menyatakan bahwa sejak tahun 2014 Indonesia menjadi negara dengan

¹ Penulis adalah mahasiswa program magister Hukum Ekonomi, Universitas Indonesia. Nomor Pokok Mahasiswa, 1806245505. Narahubung: (+62) 812 8556 1644. Alamat e-mail alternatif: auditya@bantuanhukum.or.id

angka perokok remaja terbanyak di dunia.² Hal ini diafirmasi pula dalam laporan Kementerian Kesehatan tahun 2017 yang menyatakan bahwa satu dari tiga penduduk Indonesia merupakan perokok yang mana mayoritas telah mengonsumsi rokok sejak usia remaja.³ Peredaran produk rokok yang tergolong bebas dan sulit terkontrol disinyalir menjadi salah satu penyebab merebaknya fenomena ini. Akibatnya, di negara dengan demografi penduduk seperti Indonesia, siapa saja bisa menjadi perokok.

Fenomena ini tidak hanya dikarenakan pengawasan yang tidak optimal, namun ada juga isu moral dan etika bisnis (*business ethics*) di dalamnya. Persoalannya, etika bisnis seringkali menjadi isu yang luput diperhatikan karena tidak ditempatkan sebagai variabel penting dalam perhitungan bisnis sang pemodal. Hasilnya terbukti, berbagai manuver bisnis yang dilakukan korporasi rokok sebagian besar hanya berorientasikan kepentingan akumulasi laba, dan sama sekali abai dalam memperhatikan dampak sosial terhadap lingkungan. Di sisi lain masyarakat juga masih kurang peka dengan kuatnya hegemoni korporasi rokok dan justru memberikan legitimasi kepada mereka untuk berekspansi. Bahkan, korporasi-korporasi rokok ini mampu dengan leluasa mencari sumber pembiayaan dari masyarakat melalui pasar modal untuk berekspansi.⁴ Tak ayal, fenomena demikian membuat Indonesia dijuluki sebagai *the Disneyland for Tobacco Industry*.⁵

Pemberian label negatif kepada Indonesia tampaknya merupakan konsekuensi yang wajar karena sampai saat ini Pemerintah tidak menunjukkan kehendak politik (*political will*) yang tegas guna melindungi warganya melalui kebijakan-kebijakan yang tepat guna serta berperspektif kemasyarakatan. Justru sebaliknya, obsesi pemerintah untuk mengakselerasi investasi melanggengkan industri rokok karena daya serap tenaga kerjanya yang tinggi. Hal ini sedikit banyak menjelaskan mengapa produk-produk rokok begitu mudah ditemukan di manapun. Pemandangan ini membuat masyarakat begitu permisif dengan budaya merokok dan tanpa disadari perilaku ini telah diterima menjadi normal yang baru. Selain karena harganya yang relatif murah, rokok menjadi komoditas yang dipandang sebagai suatu kebutuhan dasar.⁶ Kegemaran untuk merokok ini semakin tak terbendung dengan adanya konstruksi sosial yang diproduksi oleh industri kreatif, misalnya sektor periklanan digital, yang bekerja sama dengan korporasi rokok untuk secara terselubung mempromosikan rokok sebagai gaya hidup alternatif. Dengan mengusung wacana demikian, korporasi rokok sejatinya menargetkan generasi muda sebagai sasaran utama konsumennya.

Selagi pengawasan atas peredaran produk rokok masih jauh dari optimal, gaya pemasaran produk rokok di media massa semakin kreatif. Hal ini membuat tingkat

² WHO, *Global Youth Tobacco Surveys: Indonesia Report 2014*, (New Delhi: WHO Regional Office for Southeast Asia, 2015).

³ 'Menteri Kesehatan RI: Sepertiga Penduduk Indonesia Perokok', *Tempo*, (15 Mei 2017), diakses dari <<https://nasional.tempo.co/read/875384/menteri-kesehatan-sepertiga-penduduk-indonesia-perokok>>, tanggal 19 Desember 2018.

⁴ Indonesia, *Undang-Undang Perseroan Terbatas*, UU No. 40 Tahun 2007, LN No. 106 Tahun 2007, TLN No. 4756, Pasal 7. Dalam konteks pasar modal, Perseroan Terbuka (Tbk) harus memenuhi kriteria: a) jumlah permodalan setidaknya minimal Rp3.000.000.000 (tiga milyar Rupiah) dalam bentuk modal disetor dan, b) pemegang saham sejumlah 300 (tiga ratus), dan c) dapat memperjualbelikan sahamnya kepada public di bursa efek, d) setelah melakukan penawaran umum.

⁵ "Disneyland Untuk Industri Rokok: Aturan yang Lemah Buat Generasi Muda Indonesia Kecanduan Rokok", *The Conversation*, (7 Juni 2018), diakses dari <<http://theconversation.com/disneyland-untuk-industri-rokok-aturan-yang-lemah-buat-generasi-muda-indonesia-kecanduan-rokok-97857>>, tanggal 16 Desember 2018, pukul 15.44 WIB.

⁶ Anugerah Perkasa, 'Riset UI: Rokok Murah Bahayakan si Miskin dan Generasi Muda', *CNN Indonesia*, (22 Agustus 2018), diakses dari <<https://www.cnnindonesia.com/nasional/20160822122017-20-152957/riset-ui-rokok-murah-bahayakan-si-miskin-dan-generasi-muda>>, tanggal 2 Januari 2020.

permintaannya semakin besar. Tak heran jika rokok dapat dijual secara eceran di warung-warung karena akumulasi margin keuntungannya yang relatif besar. Tanpa disadari, produk rokok yang berbahaya tersebut menjadi komoditas andalan yang digantungkan untuk menghidupi perekonomian para pelaku usaha mikro.⁷ Berbagai faktor yang melatarbelakangi fenomena ini menciptakan tren investasi di sektor industri rokok yang selalu positif, baik dari segi pasar maupun dari segi penjualan. Berkaca pada periode awal dekade sebelumnya, pada tahun 2011 saja sudah tercatat terdapat 1.664 (seribu enam ratus enam puluh empat) unit perusahaan rokok yang beroperasi di Indonesia. Pada tahun 2007, tercatat rekor sejumlah 4.793 (empat ribu tujuh ratus sembilan puluh tiga) unit perusahaan rokok yang beroperasi. Meskipun angkanya mengalami penurunan, namun menurunnya angka ini sebagian besar disebabkan karena aksi korporasi berupa akuisisi maupun *merger* besar-besaran yang dilakukan investor asing terhadap pelaku usaha lokal. Dengan kata lain, penurunan jumlah pelaku usaha rokok tidak berarti produk rokok tidak lagi digemari masyarakat, justru faktanya sebaliknya: tren konsumen rokok juga memiliki peningkatan dari masa ke masa. Jumlah perokok pemula (remaja) yang berusia 10-14 tahun naik 2 (dua) kali lipat, dari angka 9,5% pada tahun 2001, menjadi 17,5% pada tahun 2010.⁸

Dari data sebelumnya diketahui setidaknya ada dua hal yang perlu dibenahi, yakni pengawasan atas peredaran rokok yang masih sangat buruk, dan pemasaran yang dilakukan korporasi rokok sangat tepat sasaran karena terjadi pergeseran pola perokok dari yang awalnya didominasi usia dewasa menjadi remaja. Perubahan ini tentu saja merupakan hal yang serius, selain akan membuat tingkat adiksi rokok jangka panjang semakin tinggi karena interaksi seseorang dengan rokok sudah dimulai sejak usia remaja dini, perubahan ini juga akan menambah beban ekonomi negara untuk mengalokasikan dana kesehatan ekstra pada saat bonus demografi penduduk Indonesia mencapai puncaknya. Hal ini menunjukkan bahwa pola pertumbuhan konsumsi rokok di Indonesia telah memasuki fase yang mengkhawatirkan. Jika ditarik dalam rentang waktu yang lebih lampau, terdapat peningkatan jumlah konsumsi rokok mencapai 700% (tujuh ratus persen) dalam rentang waktu kurang dari setengah abad terakhir. Pada tahun 1970, total konsumsi rokok di Indonesia berjumlah 30 miliar batang, sedangkan pada tahun 2009 jumlah tersebut meningkat sangat drastis menjadi 260 miliar batang.⁹

Berbagai kebijakan dan regulasi telah dibuat, misalnya dengan mencantumkan grafik risiko merokok atau menyediakan info layanan konseling pada kemasan, namun upaya-upaya demikian nyatanya tidak mampu menurunkan angka perokok dengan optimal.¹⁰ Pemerintah juga telah menaikkan harga cukai rokok secara progresif dari tahun ke tahun yang disebut-sebut untuk menekan angka perokok, namun kebijakan ini juga tidak berhasil mengurangi angka perokok. Realitanya, relasi antara rokok dan konsumennya tidak melulu soal pertimbangan aspek ekonomi saja, namun juga adiksi biologis akibat nikotin. Selain itu, tingginya angka perokok tersebut tidak terlepas dari fakta bahwa masih terdapat ketergantungan negara terhadap pemasukan dari sektor fiskal yang bersumber industri rokok. Banyak defisit anggaran program kerja pemerintah yang sifatnya strategis yang justru terpaksa disubsidi dari sektor ini, misalnya

⁷ Bima Putra, "Rokok dan Minuman Kemasan Jadi Komoditas Andalan di Warung", *Tribun News Jakarta*, (24 Mei 2018), diakses dari <<https://jakarta.tribunnews.com/2018/05/24/rokok-dan-minuman-kemasan-jadi-komoditas-andalan-di-warung>>, tanggal 19 Desember 2019.

⁸ Riyadi Santoso, 'Dilema Kebijakan Pengendalian Tembakau di Indonesia', *Jurnal Kajian Dewan Perwakilan Rakyat Indonesia*, Vol. 21 No. 6, (2016), hal. 207.

⁹ Indonesia, *Peraturan Pemerintah tentang Peta Jalan Pengendalian Dampak Konsumsi Rokok Bagi Kesehatan*, PP No. 40 Tahun 2013, Berita Negara No. 736 Tahun 2013, Lampiran B, [Bagian Analisa Situasi], hal. 5-6.

¹⁰ Ika, 'Pemerintah Belum Serius Melakukan Pengendalian Rokok', siaran pers dalam laman Universitas Gadjah Mada, (8 Juni 2016), diakses dari <<https://ugm.ac.id/id/berita/11837-pemerintah.belum.serius.melakukan.pengendalian.rokok>>, tanggal 1 April 2019, pukul 21.07 WIB.

pada sektor jaminan kesehatan.¹¹ Hal ini menjadi paradoks tersendiri bagi kita karena hasil dari rokok yang notabene merupakan pemicu berbagai penyakit kronis, justru digunakan untuk membiayai sistem jaminan kesehatan yang filosofinya dimaksudkan untuk menjamin hak atas kesehatan warga negara.

Pandangan lainnya menilai bahwa tingginya angka perokok disebabkan karena literasi masyarakat yang rendah terhadap bahaya merokok. Namun, pandangan terakhir ini keliru sebab dalam konteks akses informasi terhadap bahaya merokok sebagian besar masyarakat termasuk para perokok itu sendiri, telah menyadari dampak berbahaya dari rokok. Laporan survei *Global Adult Tobacco Survey* tahun 2012 mengafirmasi hal ini.¹² Adapun isu substansial yang patut dikritisi adalah mengapa dengan tingkat literasi yang cukup memadai tersebut justru berbanding terbalik dengan realitasnya, yakni angka perokok remaja semakin meningkat. Jika tidak disikapi dengan tegas, fenomena ini akan menjadi bom waktu yang menghantui masyarakat. Maka, Pemerintah harus berani menerapkan terobosan regulasi yang progresif dan berwawasan kemasyarakatan.

Salah satu yang bisa dilakukan adalah membebaskan korporasi rokok untuk menginternalisasikan pelaksanaan tanggung jawab sosial korporasi yang lebih ketat, yakni sebagai suatu kaidah imperatif. Konsepnya, tanggung jawab sosial yang dimaksud akan diatur spesifik dalam peraturan perundang-undangan, misalnya dengan cara pengendalian peredaran produk secara mandiri, dalam arti, korporasi tersebut diwajibkan untuk melakukan pengawasan pengendalian sendiri atas produk yang diedarkannya ke pasar. Sementara, peran pemerintah diperkuat, sebagai pengawas peredaran produk dan penegak hukum, dalam arti, pemerintah hanya akan menjalankan fungsi penindakan bilamana ditemukan ada produk yang dijual bebas di pasar dan tidak sesuai dengan peraturan perundang-undangan, maka perusahaan dapat dikenakan denda.

Selama ini persoalan pengendalian peredaran produk rokok terhambat karena struktur Pemerintah yang tidak memadai serta faktor kapasitas anggaran yang dianggap tidak proporsional dengan beban tugas yang besar. Maka, dalam skema tanggung jawab sosial korporasi yang ditawarkan dalam tulisan ini, Pemerintah tidak perlu lagi terbebani dengan isu pembiayaan karena beban pelaksanaannya ditempatkan pada korporasi dan pemerintah dikembalikan perannya murni sebagai aparat penegak hukum yang mengawasi dan menindak korporasi nakal dengan denda. Pendekatan ini dinilai lebih efektif dan efisien dalam advokasi kebijakan terkait produk rokok. Tulisan ini akan mengkaji fenomena ini secara multidisiplin, mengidentifikasi persoalan yuridis-filosofis di dalamnya, serta mencoba memberikan solusi konkret sebagai bahan pertimbangan bagi pemangku kebijakan. Untuk mencoba memecahkan kedua isu di atas, penulis mengajak pembaca untuk sejenak melampaui logika hukum yuridis-normatif dan bereksplorasi dalam perspektif sosio-legal.

II. PEMBAHASAN

1.1. Hegemoni Korporasi Rokok: Dari *Pop-Culture* hingga Konstruksi Maskulinisme

Hegemoni menjadi istilah yang relevan untuk mendeskripsikan kondisi aktual tentang korporasi rokok di Indonesia hari ini. Penggunaan kata hegemoni sengaja untuk membedakannya dengan istilah dominasi. Persoalan tentang peredaran rokok yang tak terkendali hari ini tidak dapat dipisahkan dari motif hegemonik yang dilancarkan korporasi

¹¹ 'Pajak Rokok Rp 134 Triliun Tutupi Defisit BPJS Kesehatan', *CNN Indonesia*, (30 September 2018), diakses dari <<https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20181029214439-532-342468/pajak-rokok-rp134-triliun-tutupi-defisit-bpjs-kesehatan>>, tanggal 25 Maret 2019, pukul 21.58 WIB.

¹² Hasil survey *Global Adult Tobacco Survey* dalam: '86 Persen Orang Indonesia Sadar Bahaya Rokok Bagi Kesehatan', *Detik*, (11 September 2012), diakses dari <<https://health.detik.com/berita-detikhealth/d-2014983/86-persen-orang-indonesia-sadar-bahaya-rokok-bagi-kesehatan>>, tanggal 25 Maret 2019, pukul 21.44 WIB.

rokok dalam mempromosikan rokok sebagai gaya hidup. Melalui media massa, budaya merokok dikonstruksi sebagai simbol kultur populer untuk merangkul segmen pasar yang diinginkannya.¹³ Manuver ekspansif dari korporasi rokok multinasional semakin tidak terbendung karena ruang untuk berinvestasi di sektor industri rokok justru dibuka lebar oleh Pemerintah, dan tanpa tersadari, dilegitimasi oleh masyarakat.

Dalam ranah sosiologi, hegemoni adalah suatu proses pelaziman melalui penerimaan sehingga suatu hal menjadi normal yang baru. Hegemoni sendiri bekerja dengan cara memengaruhi, melazimkan suatu hal, pandangan, nilai, pemaknaan, agar intensi yang diinginkan dapat diterima secara sukarela, dilazimkan atau dinormalkan dalam alam bawah sadar seseorang.¹⁴ Menurut Antonio Gramsci, dalam tiap hegemoni pasti terkandung motif yang beririsan dengan relasi kuasa (baik dalam konteks ekonomi maupun sosial). Maka, hegemoni adalah cara untuk mempertahankan *status quo* atau kepentingan tertentu.¹⁵ Bagi Gramsci, hegemoni tidak lahir dari ruang kosong dan secara spontan, sebab hegemoni direncanakan melalui kepemimpinan intelektual ataupun moral, dan ditanamkan secara terus-menerus melalui cara-cara yang persuasif.

Begitu pun dalam konteks pemasaran produk-produk rokok. Meski masyarakat menyadari betapa produknya berbahaya jika dikonsumsi, korporasi rokok nyatanya juga sangat pandai dalam membangun *image* dan reputasinya dengan cara-cara yang filantropis, misalnya dengan menjadi donator bakti sosial, sponsor acara olahraga atau musik, atau cara-cara yang terkesan populis lainnya. Hegemoni industri rokok juga disebarkan melalui *branding*, misalnya dalam banyak iklannya, rokok selalu dikonstruksi dengan identitas maskulinitas, semangat muda, atau kearifan lokal. Narasi-narasi seperti ini sengaja dipromosikan dalam arus utama media secara terus menerus, hingga tertanam dalam alam bawah sadar masyarakat, yang tanpa tersadari, perlahan mulai menerima rokok sebagai normal baru atau gaya hidup urban.

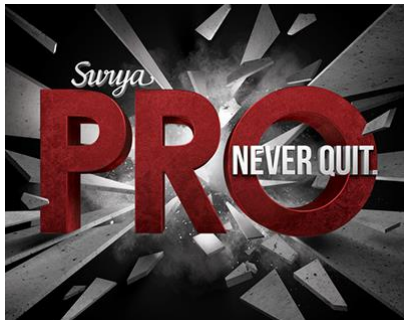
Dalam hal ini, ketika pendekatan analisis hukum tidak bisa menggapai suatu motif terselebung yang merugikan, analisis semiotik Roland Barthes dapat diterapkan dalam mendekonstruksi makna, motif, serta signifikansi di antara keduanya. Salah satu upaya hegemonisasi yang dilakukan contohnya, PT. Gudang Garam (Tbk) memasang jargon '*Pro Never Quit*' (Gambar 1.1.) pada salah satu produknya *Surya Pro*, yang seolah-olah mengusung pesan bahwa seorang yang profesional tidak kenal berhenti (merokok). Di dalam jargon yang digunakan, ada suatu motif konstruksi maskulin yang ingin dilekatkan pada konsumennya.¹⁶ Begitu pun yang dilakukan PT. Hanjaya Mandala Sampoerna (Tbk) yang mengusung jargon '*Sampoerna: Bukan Basa-Basi*' pada produknya, yang jika dianalisis secara semiotik dapat ditemukan konstruksi motif yang seolah ingin menggambarkan 'keseriusan' karakter seorang konsumen rokok yang tidak suka basa-basi (Gambar 1.2.).

¹³ Lihat: Ronen Shamir, '*Corporate Social Responsibility: A Case of Hegemony and Counter Hegemony*', dalam B De Sousa Santos & C. Rodríguez-Garavito (Eds.), *Law and Globalization from Below: Towards a Cosmopolitan Legality*, (Cambridge: Cambridge University Press, 2005), hal. 91-117.

¹⁴ Thomas R. Barnes, '*Gramsci and the Theory of Hegemony*', *Journal of the History Ideas*, Vol. 36, No. 2, (April-Juni 1975): 351-366.

¹⁵ *Ibid.* Gramsci: "*Hegemony... is not an end in itself, but at some part, it is made to be a means or instrument.*"

¹⁶ Lihat: Putri Silviani, *Konstruksi Realitas Sosial dalam Iklan (Analisis Semiotika Iklan Rokok Surya Pro Never Quit)*, (Skripsi Sarjana Universitas Pasundan, Bandung, 2019), hal. 21-23.



(Gambar 1.1.)¹⁷



(Gambar 1.2.)¹⁸

Dalam ranah praksis, terdapat satu preseden yang menunjukkan bahwa hegemoni korporasi rokok telah berhasil dilakukan. Pada tahun 2019 lalu, terjadi polemik antara Komisi Perlindungan Anak Indonesia (KPAI) dan Djarum Foundation terkait dugaan objektifikasi anak.¹⁹ Masih segar di ingatan bagaimana polemik antara Djarum Foundation, yayasan yang terafiliasi dengan PT. Djarum selama ini melakukan pemberian beasiswa bagi anak yang memiliki bakat menjadi atlet bulu tangkis nasional. Tiap tahunnya Djarum membuat sayembara seleksi beasiswa Djarum kepada anak-anak yang berbakat dalam olahraga bulu tangkis untuk dilatih secara profesional. Akan tetapi, terdapat prasyarat bahwa si anak yang tampil harus mengenakan pakaian olahraga beratribut Djarum pertandingan disiarkan di televisi. Sekilas terkesan tidak ada yang salah dengan apa yang dilakukan Djarum karena memberikan beasiswa, namun nyatanya terdapat persoalan serius di dimensi moral yang penting untuk dikontemplasikan secara mendalam. Setelah bertahun-tahun diselenggarakan, KPAI akhirnya angkat bicara dan menilai bahwa tindakan Djarum Foundation identik dengan objektifikasi anak karena menggunakan anak sebagai sarana mempromosikan produk rokok yang notabene tidak ramah anak.

KPAI memberi teguran kepada Djarum dengan dasar bahwa tindakan yang dilakukan Djarum adalah bentuk objektifikasi anak. Mendapat teguran demikian, Djarum mengancam akan menghentikan beasiswa bulu tangkisnya, sebab Djarum mewacanakan diri sebagai pihak yang berjasa dalam meningkatkan prestasi olahraga bulu tangkis nasional. Ironisnya respon sebagian besar masyarakat justru sangat menentang pandangan KPAI, dan pro terhadap apa yang dilakukan Djarum dengan alasan bahwa apa yang dilakukan Djarum telah banyak melahirkan talenta atlet bulu tangkis yang berprestasi. Fenomena ini menjadi penanda bahwa hegemoni korporasi rokok telah tertanam sedemikian rupa sebagai satu citra yang positif, sehingga pandangan filosofis seperti yang diwacanakan KPAI justru dinilai sentimental.²⁰

1.2. Ketergantungan Fiskal pada Sektor Cukai Rokok dan Tembakau dan Risiko Latennya

¹⁷ Sumber: diunduh dari <<https://www.behance.net/gallery/49122907/SURYA-PRO-GENERIC-BRANDING>>, tanggal 17 Januari 2020.

¹⁸ Sumber: diunduh dari <<https://www.behance.net/gallery/7928331/Sampoerna-A-Mild-Bukan-Basa-Basi>>, tanggal 17 Januari 2020.

¹⁹ Christoforus Ristiano, 'Polemik PB Djarum vs KPAI yang berujung Stop Audisi?'. *Kompas*, (10 September 2019), diakses dari <<https://nasional.kompas.com/read/2019/09/10/06234511/polemik-pb-djarum-vs-kpai-yang-berujung-stop-audisi?page=all>>, tanggal 19 Januari 2020.

²⁰ Salah satu wacana yang keliru, lihat: Aditio Purnomo, 'Arogansi KPAI terhadap PB Djarum dan Kemarahan Masyarakat', artikel opini dalam portal Komunitas Kretek, (9 September 2019), diakses dari <<https://komunitaskretek.or.id/opini/2019/09/arogansi-kpai-terhadap-pb-djarum-dan-kemarahan-masyarakat/>>.

Faktor lain yang memengaruhi tingginya konsumsi rokok adalah adanya ketergantungan negara pada sektor cukai rokok sebagai sumber pembiayaan anggaran belanja negara. Secara makro, kontribusi rokok pada pembangunan memang tak bisa dipungkiri besarnya. Direktorat Jenderal Bea dan Cukai Kementerian Keuangan pun melaporkan bahwa dalam lima tahun terakhir pemasukan negara dari sektor ini selalu meningkat.²¹ Terakhir, dalam laporan per tanggal 6 Desember 2018, penerimaan negara tercatat sebesar Rp 120,62 Triliun atau mencapai 81,37% (delapan puluh satu koma tiga puluh tujuh per seratus) dari target APBN 2018, di mana jumlah ini diprediksi akan terus meningkat sampai laporan akhir pasca tutup tahun.²² Akan tetapi, di balik tren yang menjanjikan secara ekonomi tersebut, tersembunyi malapetaka besar sewaktu-waktu menjadi bencana karena rokok merupakan kontributor utama dalam meningkatnya angka kematian nasional.²³

Jika membandingkan antara kemanfaatan dan kerugiannya menggunakan pendekatan utilitarianisme, pendapatan yang besar dari cukai rokok tidak selalu menguntungkan untuk jangka panjang. *Resultante* yang diukur dari pengeluaran dan biaya-biaya ekonomis untuk pemulihan risiko jangka panjang justru memiliki beban yang jauh lebih mahal dibandingkan dengan potensi pemasukannya dalam jangka pendek. Artinya, sebagai suatu kebijakan publik (*public policy*) pilihan tersebut tidak bisa disebut sebagai opsi yang tepat guna dan tepat manfaat karena dalam tiap-tiap penjualan produk rokok akan selalu membawa beban ekonomi yang lebih besar untung ditanggung negara.

Beban ekonomis tersebut disebabkan risiko laten yang didatangkan oleh produk-produk rokok di mana secara medis telah terbukti berbahaya bagi kesehatan dan bahkan mematikan.²⁴ Dalam hal itu, Balitbang Kementerian Kesehatan RI (2017) memprediksi total kerugian makro ekonomi negara yang dihasilkan akibat konsumsi rokok adalah sebesar Rp 600 Triliun tiap tahunnya.²⁵ Angka terakhir tersebut belum menghitung potensi kerugian immaterial yang diakibatkan menurunnya tingkat produktivitas karena adiksi rokok di kalangan angkatan kerja.

Kerugian kultural lain yang tak kalah pentingnya adalah adiksi psikologis secara massal akibat produk rokok. Salah satu alasan mengapa produk rokok begitu digemari masyarakat adalah karena reaksi zat adiktif yang terkandung pada nikotin rokok yang bekerja dengan cara melepaskan zat dopamine ke tubuh penghisapnya. Di dalam tubuh, cara kerja dopamine adalah memberi sensasi yang menyenangkan secara temporal. Sayangnya, efek tersebut hanya bertahan kurang lebih 12 (dua belas) menit. Untuk memperpanjang efek rekreasi tersebut, tubuh membutuhkan stimulus ulang dari nikotin rokok.²⁶ Nikotin akan memengaruhi neuron dalam otak perokok sehingga yang menstimulasi si perokok untuk kembali menghisap rokok. Repetisi ini membuat tubuh penghisapnya semakin imun terhadap nikotin, yang sekaligus membuat kebutuhan dosis nikotin yang dibutuhkan untuk mencapai efek tenang tersebut terus menerus bertambah.

²¹ Santoso, Dilema Kebijakan... , hal. 208.

²² Benedicta Prima dan Yudho Winarto (ed), 'Penerimaan Cukai Rokok Per Desember 2018 capai Rp 120,62 Triliun', *Kontan*, (11 Desember 2018), diakses dari <<https://nasional.kontan.co.id/news/penerimaan-cukai-rokok-per-desember-2018-capai-rp-12062-triliun>>, tanggal 17 Desember 2018, pukul 02.44 WIB.

²³ Hasil kajian Badan Litbang Menkes (2013) menunjukkan telah terjadi kenaikan kematian prematur akibat penyakit terkait tembakau dari 190.260 (2010) menjadi 240.618 kematian (2013), serta kenaikan penderita penyakit akibat konsumsi tembakau dari 384.058 orang (2010) menjadi 962.403 orang (2013).

²⁴ D.Kapoor dan T. H. Jones, 'Smoking and Hormones in Health Endocrine Disorders', dalam *European Journal of Endocrinology*, Vol. 152, Issue 4, (2005), hal. 491-499.

²⁵ Soewarta Kosen, *Review of Evidence Series: Health and Economic Cost of Tobacco in Indonesia*, (Jakarta: Lembaga Penerbit Balitbang Kemenkes, 2017), hal. 47.

²⁶ Wahyu Tri Sudaryanto, *Hubungan antara Derajat Merokok Aktif, Ringan, Sedang dan Berat dengan Kadar Saturasi Oksigen dalam Darah*, (Naskah Publikasi Sarjana Fisioterapi, Fakultas Ilmu Kesehatan, Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2015).

Melihat karakteristik rokok sebagai sebuah produk yang memiliki kekhususan tersendiri tentu saja harus diiringi dengan pengendalian peredaran dengan sangat ketat. Sebab, ketika level adiksi rokok dalam tubuh seseorang telah mencapai jumlah yang signifikan, maka seseorang tersebut mau tidak mau akan terbebani kebutuhan-kebutuhan ekstra untuk membeli produk rokok, sementara dosis yang dibutuhkan untuk mencapai sensasi yang dicari lama-kelamaan semakin bertambah. Siklus ini yang menyebabkan adiksi rokok menjadi fenomena epidemic yang sekaligus menjelaskan mengapa fenomena kecanduan rokok perlahan-lahan mampu menurunkan kualitas hidup seseorang. Pada saat adiksi rokok telah mencapai fase 'aktif', psikologi seseorang akan terganggu ia tak bisa lepas dari rokok. Keadaan ini membuat seseorang lantas terbebani dengan kebutuhan ekstra di luar kebutuhan primernya.

Riset Kesehatan Dasar Kementerian Kesehatan (2013) memaparkan bahwa rata-rata perokok aktif di Indonesia menghabiskan satu bungkus rokok setiap harinya.²⁷ Artinya, jika satu bungkus rokok diasumsikan seharga Rp20.000,- (dua puluh ribu rupiah) per bungkus, maka dalam sebulan pengeluaran seseorang untuk rokok menjadi membengkak setidaknya Rp600.000,- (enam ratus ribu rupiah).²⁸ Jumlah ini saja telah menyentuh porsi 25-30% dari Upah Minimum Regional (UMR) rata-rata di Indonesia. Porsi yang besar ini tentu saja akan sangat berguna jika dialokasikan ke sektor lain yang lebih padat manfaat.

Tiap tahunnya, harga produk rokok tersebut pun selalu mengalami kenaikan mengikuti tren kenaikan harga cukai rokok yang ditetapkan Pemerintah. Meski demikian, tingkat penjualan rokok tidak pernah mengalami penurunan. Maka, dapat dikatakan bahwa jika berbicara tentang karakteristik konsumen, adiksi rokok benar-benar dapat menghambat rasionalitas seseorang dalam menentukan skala ekonomisnya. Ironisnya beban yang mencekik ini sebagian besar harus dihadapi oleh masyarakat yang miskin sebagai masyarakat perokok terbanyak.²⁹ Dengan kata lain, jika isu ini tidak benar-benar disikapi dengan kebijakan pengendalian peredaran yang tepat, fenomena ini akan menjadi bom waktu pada saat bonus demografi Indonesia mencapai titik puncaknya.

1.3. Mencari Bentuk Ideal Tanggung Jawab Sosial Korporasi Rokok

Sebagai produk yang mengandung zat berbahaya, maka korporasi rokok dibebankan untuk melaksanakan tanggung jawab sosial dalam pendekatan teori *duty of care*. Teori ini berangkat dari pemikiran tentang hak konsumen atas produk yang dikonsumsi, yang artinya diukur melalui analisis aktual tentang risiko. Artinya, pertanggungjawaban hukum selalu mengikuti paralel dalam tiap-tiap keputusan yang diambil oleh korporasi. Maka, dalam hal bidang usaha yang dijalankan relatif lebih berbahaya, maka melekatlah bentuk kewajiban kehati-hatian secara moral yang lebih besar dari rata-rata.³⁰ Artinya, diedarkannya produk-produk yang berbahaya tersebut kepada masyarakat secara tidak langsung meningkatkan risiko yang diterima konsumen dan oleh karena itu sudah sewajarnya dilekatkan standar *due care* dan *due prudence* yang lebih tinggi dalam tanggung jawab sosialnya. Semua uraian sebelumnya terkait dampak

²⁷ 'Rata-Rata Konsumsi Rokok Orang Indonesia Satu Bungkus per Hari', *Detik*, (28 Maret 2014), diakses dari <<https://health.detik.com/berita-detikhealth/d-2539602/rata-rata-konsumsi-rokok-orang-indonesia-satu-bungkus-per-hari>>, tanggal 28 Desember 2019.

²⁸ Perhitungan ini didasarkan pada harga jual produk rokok populer di pasaran hari ini, seperti Gudang Garam Surya 16 seharga Rp 21.000 (untuk kemasan isi 16 batang), Sampoerna A-Mild seharga Rp 20.000 (isi 16 batang), Surya Professional seharga Rp 16.300 (untuk kemasan isi 16 batang), dan Marlboro Lights seharga Rp 25.000 (isi 21 batang). Diasumsikan bahwa konsumen menggunakan satu produk yang sama selama satu bulan.

²⁹ Kementerian Kesehatan RI, *Perilaku Merokok Masyarakat Indonesia Berdasarkan Riskesdas 2007 dan 2013*, (Jakarta: Pusat Data dan Informasi Kemenkes, 2014), hal. 2.

³⁰ Boris Holzer, *Moralizing the Corporation: Transnational Activism and Corporate Accountability*, (Cheltenham UK & Northampton MA, USA : Edward Elgar, 2010), hal. 77-78.

sosial, ekonomi, biologis, hingga kultural yang lahir dari rokok mengakar pada satu konsep penting, yakni konsep tanggung jawab sosial (*social liability*).

Banyak pihak yang mengkritik motif dari tanggung jawab sosial korporasi rokok yang seolah terbebas dari kaidah yang bersifat imperatif. Hasilnya, korporasi-korporasi nakal ini bak ‘*melempar batu, sembunyi tangan*’—berani menjual namun enggan bertanggungjawab atas dampak laten yang diberikan. Korporasi mengonstruksi seolah-olah kerugian yang dialami konsumennya adalah risiko yang dipilih dan diterima dengan sukarela: perusahaan rokok justru berupaya cuci tangan dari tanggung jawab produknya dengan mengatakan bahwa pihaknya sudah memperingatkan para konsumennya lewat label yang tertera bahwa produk rokok memang berbahaya, artinya, jika terjadi sesuatu pada kesehatan si konsumen maka hal itu merupakan konsekuensi risiko yang dipilih si konsumen. Tak ayal, praktik bisnis predator yang terselebung seperti ini dijuluki sebagai ‘*The Golden Holocaust*’ oleh Robert Proctor.³¹

Manuver ‘mematikan’ serupa juga terjadi di Indonesia. Dalam kasus Rohayani (Penggugat) vs. PT. Djarum dan PT. Gudang Garam (Tergugat) misalnya, seorang konsumen rokok bernama Rohayani melayangkan gugatan terhadap dua raksasa korporasi rokok tanah air karena telah mengalami kerugian materiil dan immaterial atas menurunnya kualitas hidup akibat mengkonsumsi rokok secara jangka panjang.³² Ia menjelaskan bahwa ia tidak bisa berhenti merokok meski telah berulang kali mencoba berhenti namun dirinya mengalami ketergantungan biologis terhadap nikotin. Sayangnya, pihak tergugat justru memainkan wacana menyalahkan korban (*victim blaming*) dengan mendalilkan bahwa apa yang dialami Rohayani merupakan pilihannya sendiri dan karenanya tidak bisa dimintakan pertanggungjawaban hukum kepada korporasi.

Argumen defensif yang diutarakan tergugat pada titik tertentu dapat diterima, namun wacana tersebut seolah menyamakan rokok seperti produk-produk lainnya yang aman untuk dikonsumsi. Hal tersebut sama saja dengan mereduksi bahaya laten dari produk rokok. Dalam berbagai penelitian medis sudah jelas terbukti bahwa rokok dapat menjerat seseorang untuk menjadi kecanduan, baik secara biologis maupun psikologis. Yang menjadi isu yang digarisbawahi adalah: adiksi rokok dilepaskan dari konsepsi pertanggungjawaban produk dalam hukum perlindungan konsumen, yang berarti merupakan suatu isu struktural. Dari sini kita bisa berkaca bahwa kasus Rohayani patut menjadi preseden untuk memperbaharui kebijakan tanggung jawab sosial dalam sektor industri rokok.

Dalam konteks substansi hukum, Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (‘UUPT’) sebenarnya telah meletakkan beban tanggung jawab sosial atau *corporate social responsibility* (CSR) kepada korporasi, namun beban kewajiban pelaksanaannya masih tidak mampu menyentuh sektor-sektor seperti industri tembakau.³³ Dalam Peraturan Pemerintah No. 47 Tahun 2012 tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Korporasi diketahui bahwa norma hukum yang sifatnya imperatif hanya diformulasikan bagi perusahaan yang *bergerak di bidang sumber daya alam (SDA)* atau *berkaitan dengan sumber daya alam* saja.³⁴

³¹ Lihat: Robert N Proctor, *Golden Holocaust: Origins of the Cigarette Catastrophe and the Case for Abolition*, (California: University of California Press, 2012).

³² ‘Kecanduan, Rohayani Tuntut Dua Perusahaan Rokok Rp 1 Triliun’, *Kompas*, (9 Maret 2018), diakses dari <https://ekonomi.kompas.com/read/2018/03/09/152424926/kecanduan-rohayani-tuntut-dua-perusahaan-rokok-rp-1-triliun> tanggal 23 Maret 2019, pukul 12.32 WIB.

³³ Indonesia, *Undang-Undang Perseroan Terbatas*, UU No. 40 Tahun 2007, Lembaran Negara (LN) No. 106 Tahun 2007, Tambahan Lembaran Negara (TLN) No. 4756, Pasal 74.

³⁴ Indonesia, *Peraturan Pemerintah tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Korporasi*, PP No. 47 Tahun 2012, Lembaran Negara (LN) No. 89 Tahun 2012, Tambahan Lembaran Negara (TLN) No. 5305, Pasal 3: “(1) Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan *menjadi kewajiban* bagi Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di

Konsekuensinya, korporasi yang bidang usahanya di luar kedua bidang tersebut *hanya dibimbing* untuk melaksanakan CSR,³⁵ yang artinya, boleh dilakukan atau tidak. Ambiguitas mengenai kategorisasi ‘industri wajib CSR’ ini tentu saja akan lebih banyak menguntungkan korporasi rokok sebagai pihak yang menjalankan usaha. Redaksi yang diatur berpotensi membuka celah bagi korporasi untuk mengklaim bidang usahanya bukan bergerak di bidang SDA, melainkan manufaktur produk jadi.³⁶

Selain itu, adanya mekanisme ‘penghargaan’ yang dimuat dalam PP No. 47 Tahun 2012 juga dapat disalahgunakan untuk kegiatan promosi atau mengkonstruksi opini publik.³⁷ Dalam ketentuan PP tersebut diatur bahwa bagi korporasi yang dengan sukarela melaksanakan CSR dapat diberikan penghargaan. Instrumen penghargaan ini dipergunakan perusahaan untuk membangun reputasi filantropis, bukan hanya untuk menyiasati CSR-nya, namun juga membangun ilusi kedermawan—seolah CSR tersebut datang secara penuh kesukarelaan, dengan intensi untuk mendapatkan penghargaan dari Pemerintah.³⁸ Penghargaan inilah yang digunakan untuk menyokong narasi-narasi promosional.³⁹ Dengan pendekatan studi hukum kritis, kita dapat mendekonstruksi fenomena untuk memahami bahwa cara-cara filantropis seperti itu justru memiliki motif tertentu dan bertolakbelakang dengan ideasi yang ingin dikonstruksi dalam konsep tanggung jawab sosial korporasi.⁴⁰

Gagasan teoritis tentang konsep tanggung jawab sosial korporasi sesungguhnya berangkat dari sebuah pemikiran atas *kesadaran* bahwa risiko terhadap satu kegiatan usaha sejatinya tidak hanya mengancam korporasi yang bersangkutan, melainkan juga mengancam seluruh lapisan masyarakat dan lingkungan yang terdampak akibat kegiatan tersebut.⁴¹ Pendekatan tersebut dikenal secara doktrinal dengan istilah *stakeholder theory*.⁴² Dalam konsepsi tanggung jawab sosial yang berwawasan kemasyarakatan, suatu bentuk pertanggungjawaban haruslah tepat guna dan mengarah pada kelompok masyarakat yang terdampak oleh produk-produk maupun kegiatan usaha yang dilaksanakan.

Dalam konteks industri yang memiliki implikasi sosial yang besar seperti industri rokok, pendekatan konsep tanggung jawab sosialnya tak cukup dilakukan secara minimal. Perlu dilakukan internalisasi konsep tanggung jawab sosial yang berwawasan kemasyarakatan. Sebab, sebagai entitas yang terpisah korporasi seringkali berlindung dalam konsepsi pemisahan personalitas (*separate legal personality*). Kecenderungan ini seringkali menghambat

bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam berdasarkan Undang-Undang; (2) Kewajiban sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dilaksanakan *baik di dalam maupun di luar lingkungan* Perseroan.”

³⁵ Beberapa hal yang menarik untuk di bahas dalam kaitannya dengan konsep CSR adalah apakah pelaksanaannya merupakan *suatu kewajiban* bagi korporasi rokok mengingat dalam Pasal 74 Ayat (1) UU No. 40 Tahun 2007, CSR hanya dilekatkan pada korporasi yang (i) bidang usahanya *bergerak di bidang sumber daya alam*, dan (ii) yang menjalankan usahanya *berkaitan dengan sumber daya alam*;

³⁶ Kategorisasi SDA pada umumnya lebih diidentikan kepada sektor-sektor ekstraktif yang secara langsung berhubungan dengan pemanfaatan sumber daya alam, seperti pertambangan, perkebunan, atau pertanian.

³⁷ Misalnya kasus KPAI vs Djarum Foundation. Lihat catatan kaki No. 32.

³⁸ Indonesia, *Peraturan Pemerintah tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas*, PP No. 47 Tahun 2012, Lembaran Negara (LN) No. 89 Tahun 2012, Tambahan Lembaran Negara (TLN) No. 5305, Pasal 8 ayat 2.

³⁹ Lusiana Indrasari, “Promosi Industri Rokok Berkedok CSR”, *Kompas*, (23 Mei 2012), diakses dari <<https://lifestyle.kompas.com/read/2012/05/23/09051885/promosi.industri.rokok.berkedok.csr>> tanggal 7 Januari 2020.

⁴⁰ Marija Mihaljevic dan Ivana Tokic, ‘Ethics and Philanthropy in the Field of Corporate Social Responsibility Pyramid’, *Interdisciplinary Management Research* XI, (Juli 2018), hal. 799-805.

⁴¹ Eric W. Orts dan Alan Studler, ‘The Ethical and Environmental Limits of Stakeholder Theory’, *Binsis Ethics Quarterly*, Vol 12. Issue 2, (2002), hal. 218-219.

⁴² Marcel van Merrewijk, ‘Concepts and Definitions of CSR and Corporate Sustainability: Between Agency and Communion’, dalam *Journal of Business Ethics*, Vol. 44, Issue 2-3, (2004), hal. 95-96.

pertanggungjawaban hukum atas tiap-tiap risiko dan dampak sosial yang diciptakan dari kegiatan korporasi tersebut.⁴³ Dalam konsepsi *stakeholder theory*, semua pihak yang terdampak langsung oleh aktivitas korporasi memiliki hak untuk menuntut pertanggungjawaban etis dan yuridis. Maka, bentuk-bentuk pertanggungjawaban sosial yang filantropis ditolak dalam pendekatan ini karena dinilai mereduksi konsep tanggung jawab sosial, selain karena gagal menyentuh dimensi etis sebagai sebuah bentuk pertanggungjawaban yang ideal.⁴⁴ Di sini kita perlu menegaskan bahwa persoalan etika bisnis adalah variabel penting yang tidak bisa diabaikan. Dalam konteks korporasi rokok, model yang seharusnya dikonstruksi adalah pada pencegahan kerugian, bukan pada pemulihan risiko yang tercipta. Filantropisme materil, seperti praktik-praktik donasi ataupun beasiswa, tidak serta merta menjadikan suatu tanggung jawab sosial lantas berwawasan keadilan dan kepedulian. Ada gagasan yang lebih mendasar dalam abstraksi tanggung jawab sosial, yakni: *tanggung jawab etis* dan *tanggung jawab hukum*.⁴⁵ Kedua spektrum inilah yang masih seringkali diabaikan oleh korporasi rokok.⁴⁶ Selain itu, indikator untuk mengukur dampak kerugian yang dimaksud juga tidak hanya dalam konteks materil, namun meliputi juga yang immaterial seperti risiko pada aspek kualitas hidup, produktivitas, dan kesehatan konsumen.

1.4. Pengendalian Produk Secara Mandiri sebagai Sebuah Kewajiban Pelaksanaan Tanggung Jawab Sosial Korporasi Rokok

Selama ini, satu-satunya bentuk perlindungan hukum yang disediakan bagi konsumen hanyalah tanggung jawab produk (*product liability*) yang berada dalam ranah hukum perlindungan konsumen. Sayangnya, model pertanggungjawaban *product liability* yang ada juga masih terbatas memberikan payung hukum yang berpihak pada korban. Dalam skema tersebut, masyarakat yang menjadi korbanlah yang dituntut harus pro-aktif untuk menuntut pemulihan hak-haknya kepada pelaku usaha. Padahal, dalam konteks isu yang lebih struktural seperti ini, kepentingan masyarakat luas harus selalu menjadi basis kerangka berpikir dalam membuat kebijakan. Indikatornya harus memperhatikan eksistensi hak-hak ekonomi, sosial, budaya warga negara sebagaimana dalam *International Covenant on Economic, Social, dan Cultural Rights* yang telah diratifikasi Indonesia dalam Undang-Undang No. 11 Tahun 2005. Maka, Pemerintah sebenarnya memiliki legitimasi yang kuat untuk menerapkan kebijakan yang tegas sebagai langkah yang solutif sebab dalam konteks HAM Ekosob, negara berkewajiban untuk menempuh langkah realisasi secara terukur dalam memenuhi kewajiban pemenuhan hak asasi warga negaranya.

Alternatif konkret kebijakan yang bisa diterapkan adalah dengan membuat kaidah imperatif yang mewajibkan korporasi rokok melakukan pengawasan terlibat (*involved-supervision*) dan pengendalian mandiri (*self-controlling*) secara langsung atas peredaran produk yang dijual oleh korporasi yang bersangkutan. Pemerintah dapat menerbitkan peraturan perundang-undangan di level Peraturan Pemerintah terkait dengan Tanggung Jawab Sosial Korporasi Rokok. Substansi hukum yang diatur haruslah spesifik, dalam arti, sudah ditentukan bagaimana implementasinya

⁴³ Orts dan Studler, *The Ethical and Environmental Limits...*, hal. 219.

⁴⁴ Holzer, *Moralizing Corporation...*, hal 76. [Bab 6: *Business and Society: From Ethical Responsibility to Organizational Reflexivity*]

⁴⁵ Bandingkan dengan: Claudia Eager, Graham Miller, dan Caroline Scarles, 'Corporate Philanthropy Through the Lens of Ethical Subjectivity', *Journal of Business Ethics*, Vol. 153, Issue 732, (Springer Netherlands: April 2017), hal.1-9.

⁴⁶ Janet Dine, *Companies, International Trade, and Human Rights*, (Cambridge: Cambridge University Press, 2005), hal. 45. Dine mengkritisi bahwa:

"In terms of moral responsibility, such a construct of corporations means that they become another method of moral deflection: because the purpose of corporations is to make as much money as possible, the societies that tolerate and profit from their existence have no responsibility for the methods they pursue."

dan skema pengawasannya. Adapun skema teknis pengimplementasiannya dilakukan dengan cara pembebanan kewajiban dan sanksi. Hal ini diperlukan mengingat berbagai ketentuan yang bernuansa '*voluntary act*' nyatanya tidak mampu optimal mengendalikan peredaran rokok, selain karena terdapat banyak kendala di tubuh struktur aparatur negara. Dalam skema ini, inisiasi tanggung jawab sosial untuk melakukan pengendaliannya tidak lagi pro-aktif, tapi menjadi sebuah kewajiban (kaidah imperatif), yang diletakkan pada korporasi rokok sebagai aktor utamanya. Teknis pengevaluasiannya bisa kemudian diintegrasikan pada sektor administrasi lainnya, misalnya, diwajibkan untuk mengintegrasikan laporan pelaksanaan tanggung jawab sosialnya dalam Laporan Kegiatan Penanaman Modal sebagai bentuk pertanggungjawaban publik, atau dalam laporan tahunan perusahaannya. Selain itu, korporasi juga diwajibkan untuk menyediakan perencanaan yang detil untuk pelaksanaan pengendalian ini, mulai dari anggaran kerja hingga teknis jumlah minimal petugas pengawas peredaran di tiap-tiap Kelurahan. Dengan ketatnya pengaturan ini, Pemerintah bisa lebih leluasa melakukan inspeksi sebagai bentuk evaluasi berkala kebijakan.

Dalam skema ini pula, aparatur negara dikondisikan sebagai *watch dog* yang sewaktu-waktu dapat menerapkan sanksi administrative dengan jumlah yang ditetapkan dalam rancangan Peraturan Pemerintah, baik dalam ranah perijinan maupun dalam bentuk instrumen ekonomi, terhadap korporasi yang terindikasi nyata melakukan pelanggaran. Adapun pelanggaran yang dimaksud di sini tentu saja dalam bentuk kelalaian dalam mengawasi peredaran produknya, baik dari segi teknis internal maupun eksternal. Konsep model pertanggungjawaban ini ditransplantasi dari konsep *strict liability* hukum lingkungan, yakni, dalam hal terjadi suatu kejadian yang dilarang dalam peraturan, maka korporasi tersebut menjadi terduga utama untuk dijatuhkan sanksi, tanpa perlu menunggu pembuktian terlebih dahulu. Dengan meletakkan model tanggung jawab sosial yang imperatif, maka konsep CSR tak lagi berdiri sendiri dalam koridor privat, sehingga korporasi tak punya terlalu banyak ruang diskresi. Bagaimanapun, dalam konteks produk berbahaya seperti rokok, pendekatan yang tegas sepatutnya bisa dirasionalisasi, sebab belajar dari eksekusi yang terjadi dalam praktiknya, implementasi CSR yang sesuai dalam konteks rokok tidak bisa ditempatkan dalam ranah internal korporasi saja yang justru menyebabkan pelaksanaannya bergantung pada itikad baik dan selera para pemangku kebijakan dalam jajaran internal korporasi saja. Selain itu, perlu juga untuk memasukkan asas partisipatoris dalam model pengendalian produk ini, di mana organisasi masyarakat, dan seluruh elemen masyarakat dapat memberikan penilaiannya secara langsung, baik dalam pengawasan, pengendalian, sampai pertanggungjawaban hukumnya.

Berdasarkan uraian di atas maka, tanggung jawab sosial korporasi selama ini kerap diabaikan dalam diskursus hukum padahal CSR adalah salah satu indikator ukur ideal dalam menilai reputasi korporasi yang bersangkutan. Dari CSR, kita dapat mengidentifikasi apakah korporasi yang bersangkutan tersebut memiliki komitmen sosial. Sayangnya, selama ini komitmen sosial tersebut disimplifikasi dengan praktik-praktik filantropisme. Pendekatan tanggung jawab sosial yang dilakukan sangat kental bernuansa filantropis, yang pada praktiknya seringkali disalahgunakan. Kecenderungan ini membuat pelaksanaan tanggung jawab sosial korporasi melenceng dari gagasan filosofisnya, yakni berwawasan kemasyarakatan, yakni berlandaskan suatu kesadaran hukum dan moral untuk menempatkan variabel risiko, dampak sosial (jangka pendek, menengah, maupun panjang) serta memperhatikan keselarasannya pada dimensi etis, yuridis, maupun ekonomis. Dalam konstruksi demikian korporasi sejatinya tidak diberikan pilihan yang leluasa, justru sebaliknya, ia dibebankan untuk proaktif menghindarkan masyarakat dan lingkungan dari potensi kerugian yang ditimbulkan oleh segala hal yang berkaitan dengan aktivitas produksinya. Pengendalian peredaran produk rokok secara mandiri menjadi, berdasarkan kualifikasi tersebut, merupakan salah satu wujud ideal pelaksanaan tanggung jawab korporasi yang berwawasan kemasyarakatan.

Dalam penyusunan suatu rancangan peraturan perundang-undangan, pemangku kepentingan harus memperhatikan landasan yuridis, sosiologis dan yuridis. Titik fokus yang perlu diutamakan dalam fenomena ini terletak pada aspek sosiologisnya, mengingat isu yang menjadi latar belakang masalah adalah suatu fenomena sosial. Salah satu faktor yang menjadi justifikasi sosiologis adalah fakta bahwa industri rokok memiliki implikasi yang luas pada kesehatan dan *vis-à-vis* pada kesejahteraan masyarakat. *Pertama*, tingginya angka perokok remaja dan tren peningkatannya dari tahun ke tahun menjadi variabel yang menjelaskan kebutuhan perubahan kebijakan ini. *Kedua*, secara tipologi produk rokok yang tergolong produk berbahaya bagi kesehatan jika dikonsumsi. Faktor ini menjadi landasan yang kuat untuk menjustifikasi pengendaliannya berdasarkan asas *duty of care*. Kebutuhan akan kebijakan ini menjadi krusial mengingat dampak adiktif rokok pada titik tertentu dapat memengaruhi tingkat produktivitas, dan secara tidak langsung, tingkat kesejahteraan seseorang. *Ketiga*, meski secara makro sektor industri rokok menjanjikan pemasukan negara yang signifikan, namun beban ekonomi yang ditanggung negara juga besar. Dalam situasi itu, mempertahankan *status quo* kebijakan hanya karena aspek ekonomi adalah sebuah paradoks karena potensi kerugian di jangka panjang justru mengeliminir prospek keuntungan jangka pendeknya. *Keempat*, budaya merokok yang dikonstruksi sebagai gaya hidup populer sudah mengkhawatirkan. Cara-cara hegemoninya membuat banyak masyarakat bersikap permisif dengan budaya merokok. *Kelima*, dalam konteks yuridis, pemerintah sebenarnya memiliki kewajiban konstitusional untuk melindungi dan memenuhi hak atas kesehatan warga negaranya yang notabene merupakan Hak Asasi Manusia. Indonesia telah meratifikasi Kovenan Internasional tentang Hak Ekonomi, Sosial, dan Budaya sejak tahun 2005 yang memberikan legitimasi bagi pemangku kebijakan untuk menerapkan kebijakan yang ketat sepanjang demi pemenuhan hak atas kesehatan masyarakat.

III. KESIMPULAN

Tanggung jawab sosial korporasi masih belum dapat dijalankan dengan baik bahkan kerap diabaikan dalam diskursus hukum padahal CSR adalah salah satu indikator ukur ideal dalam menilai reputasi korporasi yang bersangkutan. Kendala yang selama ini menghambat adalah minimnya regulasi yang tegas karena tanggung jawab sosial korporasi masih disegmentasi berdasarkan bidang usaha. Hal ini mengakibatkan korporasi rokok masih dimanjakan dengan keleluasaan dalam memilih bentuk tanggung jawab korporasi yang ia inginkan, selain karena adanya instrumen penghargaan yang diatur dalam Peraturan Pemerintah No. 47 Tahun 2012. Alhasil, banyak bentuk tanggung jawab sosial korporasi rokok yang dilaksanakan melenceng dari gagasan filosofisnya, selain karena adanya muatan kepentingan bisnis, variabel etis juga tidak pernah diperhitungkan. Dengan demikian, suatu peraturan perundang-undangan yang mengatur secara spesifik bentuk pengendalian produk rokok secara mandiri menjadi salah satu metode yang tepat untuk menginternalisasikan konsep CSR yang ideal. Titik pangkal efektivitasnya ada pada perubahan struktural dari konsep CSR dari awalnya sebagai *voluntary act*, menjadi *compulsory act*.

Bagi negara seperti Indonesia, pertumbuhan ekonomi memang selalu jadi narasi yang populer. Tak ayal, untuk mendanai berbagai proyek strategis yang diwacanakan Pemerintah, sektor industri rokok kerap dijadikan salah satu yang paling diandalkan. Namun, yang perlu dipahami adalah paradigma pertumbuhan ekonomi haruslah menghitung aspek risiko dan dampak sosial yang mengancam masyarakat. Jangan sampai hanya karena obsesi pembangunan tersebut, Pemerintah justru mengabaikan isu lain yang jauh lebih fundamental. Bagaimanapun juga, ekonomi berbicara soal bagaimana kita 'menghargai' sesuatu, maka, tak mungkin bila kesehatan dihargai sebagai sesuatu yang murah, apalagi dinomorduakan dibandingkan proyek-proyek strategis Pemerintah. Kesehatan dan kesejahteraan masyarakat adalah *condition sine qua non* dari kebijakan pembangunan yang berperspektif kemanusiaan.

Indonesia masih menjadi negara yang super permisif terhadap investasi rokok. Karena itu, pemerintah harus mulai berani menerapkan kebijakan yang tegas dalam konteks pengendalian produk rokok, sekalipun konsekuensi ekonominya besar. Salah satu yang bisa dilakukan adalah dengan menerbitkan peraturan perundang-undangan tentang tanggung jawab sosial korporasi rokok yang di dalamnya menempatkan kaidah imperatif dan disertai sanksi administrasi. Tentu saja hal ini tidak mudah dan bahkan dapat berdampak sensitif bagi pasar, namun dengan kesadaran dan kehendak politik yang berpihak pada masyarakat, hal ini bukan tidak mungkin direalisasikan. Pada pilihan-pilihan seperti inilah komitmen Pemerintah terhadap pemenuhan hak asasi warganya diuji.

Daftar Pustaka

Artikel

- Barnes, Thomas R. 'Gramsci and the Theory of Hegemony', *Journal of the History Ideas*, Vol. 36, No. 2, (April-Juni 1975)
- Eager, Claudia, Graham Miller, dan Caroline Scarles, 'Corporate Philanthropy Through the Lens of Ethical Subjectivity', *Journal of Business Ethics*, Vol. 153, Issue 732, (Springer Netherlands: April 2017).
- Kapoor. D dan T. H. Jones, 'Smoking and Hormones in Health Endocrine Disorders', dalam *European Journal of Endocrinology*, Vol. 152, Issue 4, (2005)
- Mihaljevic, Marija dan Ivana Tokic, 'Ethics and Philanthropy in the Field of Corporate Social Responsibility Pyramid', *Interdisciplinary Management Research XI*, (Juli 2018), hlm. 799-805.
- Merrewijk, Marcel van, 'Concepts and Definitions of CSR and Corporate Sustainability: Between Agency and Communion', dalam *Journal of Business Ethics*, Vol. 44, Issue 2-3, (2004).
- Orts, Eric W. dan Alan Studler, 'The Ethical and Environmental Limits of Stakeholder Theory', *Bisnis Ethics Quarterly*, Vol 12. Issue 2, (2002).
- Santoso, Riyadi. 'Dilema Kebijakan Pengendalian Tembakau di Indonesia', *Jurnal Kajian Dewan Perwakilan Rakyat Indonesia*, Vol. 21 No. 6, (2016)

Buku

- Dine, Janet, *Companies, International Trade, and Human Rights*, (Cambridge: Cambridge University Press, 2005),
- Holzer, Boris, *Moralizing the Corporation: Transnational Activism and Corporate Accountability*, (Cheltenham UK & Northampton MA, USA : Edward Elgar, 2010).
- Kementerian Kesehatan RI, *Perilaku Merokok Masyarakat Indonesia Berdasarkan Riskesdas 2007 dan 2013*, (Jakarta: Pusat Data dan Informasi Kemenkes, 2014)
- Kosen, Soewarta, *Review of Evidence Series: Health and Economic Cost of Tobacco in Indonesia*, (Jakarta: Lembaga Penerbit Balitbang Kemenkes, 2017).
- Shamir, Ronen, 'Corporate Social Responsibility: A Case of Hegemony and Counter Hegemony', dalam B De Sousa Santos & C. Rodríguez-Garavito (Eds.), *Law and Globalization from Below: Towards a Cosmopolitan Legality*, (Cambridge: Cambridge University Press, 2005).
- Silviani, Putri, *Konstruksi Realitas Sosial dalam Iklan (Analisis Semiotika Iklan Rokok Surya Pro Never Quit)*, (Skripsi Sarjana Universitas Pasundan, Bandung, 2019).
- Proctor, Robert N. *Golden Holocaust: Origins of the Cigarette Catastrophe and the Case for Abolition*, (California: University of California Press, 2012).

Wahyu Tri Sudaryanto, *Hubungan antara Derajat Merokok Aktif, Ringan, Sedang dan Berat dengan Kadar Saturasi Oksigen dalam Darah*, (Naskah Publikasi Sarjana Fisioterapi, Fakultas Ilmu Kesehatan, Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2015).

WHO, *Global Youth Tobacco Surveys: Indonesia Report 2014*, (New Delhi: WHO Regional Office for Southeast Asia, 2015).

Internet

Anugerah Perkasa, 'Riset UI: Rokok Murah Bahayakan si Miskin dan Generasi Muda', *CNN Indonesia*, (22 Agustus 2018), diakses dari <https://www.cnnindonesia.com/nasional/20160822122017-20-152957/riset-ui-rokok-murah-bahayakan-si-miskin-dan-generasi-muda>, tanggal 2 Januari 2020.

Aditio Purnomo, 'Arogansi KPAI terhadap PB Djarum dan Kemarahan Masyarakat', artikel opini dalam portal Komunitas Kretek, (9 September 2019), diakses dari <https://komunitaskretek.or.id/opini/2019/09/arogansi-kpai-terhadap-pb-djarum-dan-kemarahan-masyarakat/>.

Benedicta Prima dan Yudho Winarto (ed), 'Penerimaan Cukai Rokok Per Desember 2018 capai Rp 120,62 Triliun', *Kontan*, (11 Desember 2018), diakses dari <https://nasional.kontan.co.id/news/penerimaan-cukai-rokok-per-desember-2018-capai-rp-12062-triliun>, tanggal 17 Desember 2018, pukul 02.44 WIB.

Bima Putra, 'Rokok dan Minuman Kemasan Jadi Komoditas Andalan di Warung', *Tribun News Jakarta*, (24 Mei 2018), diakses dari <https://jakarta.tribunnews.com/2018/05/24/rokok-dan-minuman-kemasan-jadi-komoditas-andalan-di-warung>, tanggal 19 Desember 2019.

Christoforus Ristiano, 'Polemik PB Djarum vs KPAI yang berujung Stop Audisi'. *Kompas*, (10 September 2019), diakses dari <https://nasional.kompas.com/read/2019/09/10/06234511/polemik-pb-djarum-vs-kpai-yang-berujung-stop-audisi?page=all>, tanggal 19 Januari 2020.

"Disneyland Untuk Industri Rokok: Aturan yang Lemah Buat Generasi Muda Indonesia Kecanduan Rokok", *The Conversation*, (7 Juni 2018), diakses dari <http://theconversation.com/disneyland-untuk-industri-rokok-aturan-yang-lemah-buat-generasi-muda-indonesia-kecanduan-rokok-97857>, tanggal 16 Desember 2018, pukul 15.44 WIB.

Hasil survey Global Adult Tobacco Survey dalam: '86 Persen Orang Indonesia Sadar Bahaya Rokok Bagi Kesehatan', *Detik*, (11 September 2012), diakses dari <https://health.detik.com/berita-detikhealth/d-2014983/86-persen-orang-indonesia-sadar-bahaya-rokok-bagi-kesehatan>, tanggal 25 Maret 2019, pukul 21.44 WIB.

Ika, 'Pemerintah Belum Serius Melakukan Pengendalian Rokok', siaran pers dalam laman Universitas Gadjah Mada, (8 Juni 2016), diakses dari <https://ugm.ac.id/id/berita/11837-pemerintah.belum.serius.melakukan.pengendalian.rokok>, tanggal 1 April 2019, pukul 21.07 WIB.

'Kecanduan, Rohayani Tuntut Dua Perusahaan Rokok Rp 1 Triliun', *Kompas*, (9 Maret 2018), diakses dari <https://ekonomi.kompas.com/read/2018/03/09/152424926/kecanduan-rohayani-tuntut-dua-perusahaan-rokok-rp-1-triliun> tanggal 23 Maret 2019, pukul 12.32 WIB.

Lusiana Indrasari, "Promosi Industri Rokok Berkedok CSR", *Kompas*, (23 Mei 2012), diakses dari

<<https://lifestyle.kompas.com/read/2012/05/23/09051885/promosi.industri.rokok.berkedok.csr>> tanggal 7 Januari 2020.

Menteri Kesehatan RI: Sepertiga Penduduk Indonesia Perokok', *Tempo*, (15 Mei 2017), diakses dari <<https://nasional.tempo.co/read/875384/menteri-kesehatan-sepertiga-penduduk-indonesia-perokok>>, tanggal 19 Desember 2018.

Pajak Rokok Rp 134 Triliun Tutupi Defisit BPJS Kesehatan', *CNN Indonesia*, (30 September 2018), diakses dari <<https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20181029214439-532-342468/pajak-rokok-rp134-triliun-tutupi-defisit-bpjs-kesehatan>>, tanggal 25 Maret 2019, pukul 21.58 WIB.

'Rata-Rata Konsumsi Rokok Orang Indonesia Satu Bungkus per Hari', *Detik*, (28 Maret 2014), diakses dari <<https://health.detik.com/berita-detikhealth/d-2539602/rata-rata-konsumsi-rokok-orang-indonesia-satu-bungkus-per-hari>>, tanggal 28 Desember 2019.

Sumber: diunduh dari <<https://www.behance.net/gallery/49122907/SURYA-PRO-GENERIC-BRANDING>>, tanggal 17 Januari 2020.

Sumber: diunduh dari <<https://www.behance.net/gallery/7928331/Sampoerna-A-Mild-Bukan-Basa-Basi>>, tanggal 17 Januari 2020.

Peraturan

Indonesia, *Undang-Undang Perseroan Terbatas*, UU No. 40 Tahun 2007, LN No. 106 Tahun 2007, TLN No. 4756.

Indonesia, *Peraturan Pemerintah tentang Peta Jalan Pengendalian Dampak Konsumsi Rokok Bagi Kesehatan*, PP No. 40 Tahun 2013, Berita Negara No. 736 Tahun 2013, Lampiran B, [Bagian Analisa Situasi], hlm. 5-6.

Indonesia, *Undang-Undang Perseroan Terbatas*, UU No. 40 Tahun 2007, Lembaran Negara (LN) No. 106 Tahun 2007, Tambahan Lembaran Negara (TLN) No. 4756,

Indonesia, *Peraturan Pemerintah tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Korporasi*, PP No. 47 Tahun 2012, Lembaran Negara (LN) No. 89 Tahun 2012, Tambahan Lembaran Negara (TLN) No. 5305.

Indonesia, *Peraturan Pemerintah tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas*, PP No. 47 Tahun 2012, Lembaran Negara (LN) No. 89 Tahun 2012, Tambahan Lembaran Negara (TLN) No. 5305.