



**DEWAN PERWAKILAN RAKYAT
REPUBLIK INDONESIA**

**LAPORAN SINGKAT
KOMISI IX DPR RI**

(Bidang : Kesehatan, Ketenagakerjaan dan Kependudukan)

Tahun Sidang : 2024-2025
Masa Persidangan : I
Rapat ke : 34 (tiga puluh empat)
Jenis Rapat : Rapat Audiensi
Hari/tanggal : Selasa, 24 September 2024
Waktu : Pukul 09.00 WIB – selesai
Tempat : Ruang Rapat Komisi IX DPR RI Gedung Nusantara I Lt. 1
Jl. Jenderal Gatot Subroto, Jakarta Pusat
Acara : Penyampaian Policy Brief terkait Dukungan Penguatan
Pengendalian Konsumsi Produk Tembakau
Ketua Rapat : Dr. Hj. Netty Prasetiyani, M.Si./Anggota Komisi IX DPR RI
Sekretaris Rapat : Ida Nuryati, S.Sos., M.A./Kepala Bagian Sekretariat
Komisi IX DPR RI
Hadir : 1. 3 Anggota Komisi IX DPR RI;
2. Indonesian Youth Council for Tactical Changes
(IYCTC) diwakili oleh Manik Marganamahendra (Ketua
Umum IYCTC), beserta jajaran.

I. PENDAHULUAN

Audiensi Komisi IX DPR RI dengan Indonesian Youth Council for Tactical Changes (IYCTC), dibuka pukul 09.35 WIB., dinyatakan terbuka untuk umum.

II. CATATAN

Komisi IX DPR RI mengapresiasi dan menerima masukan dari Indonesian Youth Council for Tactical Changes (IYCTC), masukan tersebut akan menjadi bahan Komisi IX DPR RI pada saat melaksanakan Rapat Kerja dan Rapat Dengar Pendapat dengan Mitra Kerja terkait.

III. PENUTUP

Audiensi ditutup pukul 10.48 WIB.

Jakarta, 24 September 2024

KETUA RAPAT/
ANGGOTA KOMISI IX DPR RI,

Dr. Hj. NETTY PRASETIYANI, M.Si



Rekomendasi Kebijakan
Pengendalian Konsumsi Zat Adiktif
Berupa Produk Tembakau dan Turunannya di Indonesia:
Tantangan dan Langkah Strategis

Dewan Perwakilan Remaja (DPRemaja) 3.0
Center for Indonesia's Strategic Development Initiatives (CISDI)
Indonesian Youth Council for Tactical Changes (IYCTC)

Ringkasan Eksekutif:

Tingginya prevalensi perokok di Indonesia disebabkan karena lemahnya kebijakan fiskal dan nonfiskal pengendalian tembakau. Di tahun 2023 ketika tarif Cukai Hasil Tembakau (CHT) naik sebesar 10% dan bersifat multiyear, golongan rokok paling banyak dibeli adalah golongan SKM yang perbatangnya hanya dijual Rp. 2.000,- saja¹. Dari kebijakan non fiskal, iklan dan promosi produk tembakau merupakan instrumen penting dalam pemasaran rokok. Pemantauan DPRemaja di 11 provinsi menemukan adanya implementasi dan penegakan hukum Kawasan Tanpa Rokok (KTR) yang lemah, aksesibilitas dan keterjangkauan harga rokok di tengah kenaikan tarif CHT, dan iklan & sponsor rokok yang bervariasi dan menarik khusus menargetkan pelajar dan anak muda. Dibutuhkan perbaikan kebijakan oleh semua pihak mulai dari DPR RI, pemerintah pusat dan pemerintah daerah dengan melibatkan partisipasi aktif dari masyarakat sipil.

Latar Belakang

Indonesia memiliki jumlah perokok terbanyak se-ASEAN², sekitar 70 juta perokok aktif³. Dalam kurun waktu lima tahun, perokok anak hanya turun 1%, belum lagi konsumen perokok elektronik turut meningkat⁴ seiring dengan *branding* menyatakannya yang mengklaim lebih baik dari rokok konvensional.

Kebijakan fiskal pengendalian tembakau melalui kenaikan tarif CHT masih belum efektif. Di tahun 2023 ketika tarif CHT naik sebesar 10% dan bersifat multiyear, golongan rokok paling banyak dibeli adalah golongan SKM yang perbatangnya hanya dijual Rp. 2.000,- saja⁵. Dari kebijakan non fiskal seperti iklan dan promosi produk tembakau menjadi instrumen penting dalam pemasaran rokok. Anak-anak sangat mudah terpengaruh iklan rokok di berbagai media seperti melalui TV, tempat penjualan, internet, dan media luar ruang, bahkan

¹Astuti, P. A. S., Dewi, R. M., Mulyawan, K. H., Kurniati, N. M., & Safitri, D. U. R. (2023). *Survei Pemantauan Harga Rokok Indonesia 2023*. CHED ITB-AD.

²The ASEAN Tobacco Control Atlas. (2024). 5th Edition: ASEAN Region Tracks.

³Survei Kesehatan Indonesia 2023

⁴*ibid*

⁵Astuti, P. A. S., Dewi, R. M., Mulyawan, K. H., Kurniati, N. M., & Safitri, D. U. R. (2023). *Survei Pemantauan Harga Rokok Indonesia 2023*. CHED ITB-AD.



10% anak usia 13-15 tahun memiliki barang dengan logo merek rokok⁶. Mengingat bahaya paparan iklan, promosi, dan sponsor (IPS)S rokok yang dinilai memikat, maskulin, dan keren bagi generasi muda, baru sebanyak 26 Kota/Kab di Indonesia telah mulai melarang iklan rokok luar ruang dan bahkan melarang tampilan produk rokok di lokasi penjualan⁷.

Melalui kegiatan DPRemaja 3.0 sebanyak 13 peserta mewakili 11 provinsi, sama sama memiliki keresahan terkait lemahnya pengendalian tembakau di Indonesia akan mendiskusikan implementasi kebijakan fiskal dan non fiskal, tantangannya, hingga rekomendasi kebijakan yang sesuai dengan temuan di setiap daerah.

Diskusi Temuan

Kegiatan monitoring kebijakan adalah salah satu aktivitas Dewan Perwakilan Remaja (DPRemaja) di wilayah domisili masing-masing, baik dilakukan secara personal maupun bersama komunitas/organisasi. Kegiatan ini berupa mendokumentasikan hasil observasi lapangan dan membandingkan realita dengan konsep kebijakan yang ideal dan semestinya dilakukan oleh pemerintah. Observasi dilakukan di wilayah provinsi Aceh, Sumatera Utara, Riau, Lampung, Banten, Jawa Barat, Jawa Tengah, Kalimantan Selatan, Sulawesi Selatan, Bali dan Nusa Tenggara Timur. Temuan 13 anggota DPRemaja diuraikan dalam beberapa poin:

1. Lemahnya implementasi dan pengawasan KTR serta pelanggaran aturan iklan media luar ruang. Masih ditemukan pekerja di kantor Pemerintah Daerah yang merokok di dalam ruangan, orang dewasa yang merokok di dalam area taman bermain anak *videotron* iklan rokok di jalanan utama yang ramai dilewati saat siang hari.
2. Aksesibilitas rokok yang mudah dan murah. Masih adanya penjualan rokok batangan dengan harga sangat terjangkau bagi pelajar dan orang muda, khususnya di sekitar sekolah, di rentang harga Rp. 1.000 - Rp 2.000,-. Selain itu juga ditemukan pemilik warung bersedia menjadikan warungnya sebagai tempat merokok pelajar, padahal pemilik juga membawa balita ketika menjaga warung.
3. *Point of Sale* atau titik penjualan dan transaksi pembelian rokok yang diletakkan tepat di depan warung hingga ritel modern dan terpampang paling depan.
4. Promosi harga rokok secara tidak langsung dalam baliho juga *billboard* yang perlu diselidiki kesesuaian harganya dengan kenaikan cukai rokok. Masih ditemukan rokok dengan harga sekitar Rp 11.000 dengan jumlah sekitar 12-14 batang per bungkus.
5. Iklan, Promosi, dan Sponsorship rokok secara spesifik menyasar kegiatan hiburan bahkan olahraga dengan peserta mayoritas adalah remaja. Penyertaan *branding* rokok dalam wahana dan kegiatan olahraga adalah ironi kesehatan masyarakat Indonesia.

⁶Global Youth Tobacco Survey 2019

⁷Forum Warga Kota, 2023. Retrieved from:

<https://protc.id/wp-content/uploads/2024/01/Peta-Indonesia-Larangan-Media-Luar-Ruang-di-Seluruh-Wilayah-Per-31-Des-23.pdf>



Rekomendasi Kebijakan

1. Mendorong DPR RI, khususnya Komisi IX untuk mengawasi proses implementasi UU 17/2023 tentang Kesehatan dalam aturan turunan berupa Peraturan Pemerintah nomor 28 Tahun 2024.
2. Mendorong DPR RI untuk memastikan kebijakan fiskal berupa Cukai Hasil Tembakau (CHT) berjalan efektif untuk memahalkan harga rokok dan menekan prevalensi perokok anak.
3. Mendukung Kementerian Kesehatan untuk segera menyusun pedoman teknis terkait pengawasan, evaluasi, dan pembelajaran (*Monitoring, Evaluation, and Learning*) serta penegakan hukum termasuk pemberlakuan sanksi atas pelanggaran implementasi PP 28/2024.
4. Mendorong Kementerian Keuangan menaikkan tarif Cukai Hasil Tembakau untuk memahalkan harga rokok termasuk diantaranya menyederhanakan jenis dan variasi harga rokok dalam kebijakan jangka panjang bukan hanya tahunan.
5. Mendukung Kemendikbud Ristek untuk memasukkan materi pengendalian konsumsi rokok ke dalam modul pembelajaran untuk siswa/i sekolah.
6. Mendorong Kemenpora untuk memastikan kegiatan kepemudaan dan olahraga tidak terafiliasi dan mempromosikan baik secara langsung maupun tidak langsung produk rokok di kegiatan tersebut.
7. Mendorong Pemerintahan Daerah untuk membentuk dan/atau mengimplementasikan secara total Peraturan Daerah (Perda) tentang Kawasan Tanpa Rokok termasuk diantaranya menyiapkan Satuan Tugas Kawasan Tanpa Rokok untuk menindak dan memberikan sanksi di lapangan.