

Perilaku Strategi Harga Industri Rokok di Indonesia = The Behavior of the Cigarette Industry Price Strategy in Indonesia

Khomsun Arifin., author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20514004&lokasi=lokal>

Abstrak

Efektivitas kebijakan pajak dalam pengendalian konsumsi rokok sangat bergantung pada pengaruh pajak terhadap harga akhir konsumen. Hal ini sangat ditentukan oleh sejauh mana produsen membebankan kenaikan pajak kepada konsumen yang tercermin dalam beban pajak (porsi pajak terhadap HJE). Dalam mekanisme pasar, harga akhir yang harus dibayar konsumen (HTP) tidak selalu sama dengan rekomendasi (HJE) dimana selisih harga tersebut merupakan bentuk strategi yang dilakukan oleh industri rokok dalam rangka meraup pangsa pasar dan memaksimalkan keuntungan. Kami ingin melihat bagaimana korelasi beban pajak terhadap strategi harga industri rokok serta bagaimana korelasi implementasi kebijakan minimum price terhadap strategi harga tersebut. Dengan menggunakan data panel yang bersumber dari survei harga transaksi pasar DJBC periode 2015-2019 yang meliputi 199 merek rokok di 25 wilayah provinsi, kami menemukan bahwa pada semua jenis rokok dan golongan pabrik, kenaikan beban pajak berkorelasi positif terhadap selisih HTP dan HJE. Rokok SKT mempunyai korelasi paling besar terhadap selisih harga sedangkan rokok SPM mempunyai korelasi paling kecil. Semakin kecil golongan pabrik, kenaikan beban pajak mempunyai korelasi yang semakin besar terhadap selisih harga. Besarnya korelasi beban pajak pada rokok yang mempunyai harga batas atas lebih rendah dibanding besarnya korelasi pada rokok yang tidak mempunyai batas harga atas. Selanjutnya kebijakan minimum price (HTP 85%) yang diimplementasikan mulai tahun 2018 secara rata-rata diindikasikan mampu menaikkan harga rokok dibanding periode sebelumnya.

.....The effectiveness of tax policies in controlling cigarette consumption depends very much on the effect of taxes on the final consumer price. This is largely determined by the extent to which producers impose tax increases on consumers, which is reflected in the tax burden (the tax portion of HJE). In the market mechanism, the final price to be paid by consumers (HTP) is not always the same as the recommendation (HJE) where the price difference is a form of strategy carried out by the cigarette industry in order to gain market share and maximize profits. We want to see how the tax burden correlates with the cigarette industry price strategy and how the minimum price policy implementation correlates with this pricing strategy. Using panel data sourced from the DJBC market transaction price survey for the 2015-2019 period covering 199 cigarette brands in 25 provinces, we find that across all types of cigarettes and factory classes, the increase in tax burden is positively correlated with the difference between HTP and HJE. SKT cigarettes have the greatest correlation with price differences while SPM cigarettes have the smallest correlation. The smaller the factory class, the increase in tax burden has a

greater correlation with the price difference. The magnitude of the correlation of the tax burden on cigarettes which has a lower upper limit price is compared to the magnitude of the correlation between cigarettes which has no upper limit price. Furthermore, the minimum price policy (HTP 85%) which was implemented starting in 2018 on average is indicated to be able to increase cigarette prices compared to the previous period