

Laporan Akhir

**DAMPAK PEMALSUAN TERHADAP
PEREKONOMIAN INDONESIA**



KATA PENGANTAR

Laporan ini adalah laporan tahap akhir penelitian berjudul "Dampak Pemalsuan Terhadap Perekonomian Indonesia" yang dilakukan oleh Lembaga Penyelidikan Ekonomi dan Masyarakat, Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia (LPEM-FEUI) bekerja sama dengan Masyarakat Indonesia Anti Pemalsuan (MIAP) sebagaimana diatur dalam Surat Perjanjian Kerjasama Pihak Kedua: Nomor: KTR003/PN-LPEM/V/2010 tertanggal 17 Mei 2010.

Studi ini meneliti potensi kerugian ekonomi yang disebabkan oleh beredarnya barang palsu di Indonesia, perilaku masyarakat dalam menggunakan barang palsu, serta potensi pemalsuan yang terjadi di masa mendatang. Studi ini memberikan gambaran betapa pemerintah Indonesia harus mengambil langkah-langkah kebijakan untuk menghapuskan peredaran barang palsu di Indonesia, dengan memperbaiki perilaku masyarakat yang mengabaikan risiko mengkonsumsi barang palsu.

Studi ini, dipimpin oleh Dr. Eugenia Mardanugraha, dengan anggota, Budhi Ismayadi, SE., ME, Arif Rahman Hakim, SE., ME, dan Nanda Nurridzki, SE., ME di bawah supervisi Dr. T.M. Zakir Machmud sebagai Wakil Kepala Bidang Penelitian Ekonomi dan Kebijakan.

Atas nama Lembaga Penyelidikan Ekonomi dan Masyarakat, Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia (LPEM-FEUI) beserta seluruh stafnya, kami mengucapkan terima kasih kepada Masyarakat Indonesia Anti Pemalsuan (MIAP), yang telah mempercayakan penelitian ini kepada Lembaga. Akhirnya, ingin kami jelaskan bahwa pemikiran-pemikiran serta pendapat-pendapat yang dikemukakan di dalam studi ini merupakan hasil analisa dari data yang kami dapatkan dari lapangan dan tidak mencerminkan keinginan-keinginan dari pihak-pihak yang mempercayakan studi ini kepada kami.

Jakarta, 27 Oktober 2010

Lembaga Penyelidikan Ekonomi dan Masyarakat
Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia

Kepala

Dr. Arianto A. Patunru

DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	ii
DAFTAR TABEL.....	iv
DAFTAR GAMBAR	vi
Bab 1. PENDAHULUAN	1
Bab 2. STUDI LITERATUR MENGENAI PEMALSUAN	2
2.1. DAMPAK EKONOMI PEMALSUAN.....	4
2.2. DAMPAK NON EKONMI PEMALSUAN.....	7
2.3. MEMERANDI PEMALSUAN.....	8
Bab 3. PEMALSUAN DI INDONESIA.....	11
3.1. PEMALSUAN MENURUT SUDUT PANDANG PERUSAHAAN	11
3.1.1. Minuman non alkohol	11
3.1.2. Barang Mewah dari Kulit.....	13
3.1.3. Pakaian Jadi dan Kacamata	14
3.1.4. Farmasi	14
3.1.5. Kosmetika	15
3.1.6. Pelumas Mesin	15
3.1.7. Perangkat Lunak.....	16
3.2. PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP BARANG PALSU	18
3.2.1. Minuman non Alkohol.....	23
3.2.3. Rokok	27
3.2.4. Barang-barang dari kulit.....	30
3.2.5. Pakaian	33
3.2.6. Pestisida.....	36
3.2.7. Farmasi/Obat	39
3.2.8. Kosmetika	42
3.2.9. Pelumas Mesin	44
3.2.10. Perangkat lunak (software)	48
3.2.11. Perlengkapan Kantor dan Elektronik	51
3.2.12. Peralatan penerangan.....	54
3.2.13. Komponen Otomotif	57



Bab 4.	DAMPAK PEMALSUAN 12 SEKTOR INDUSTRI TEHRADAP PEREKONOMIAN DI INDONESIA	60
	4.1. METODE INPUT OUTPUT	60
	4.2. KETERKAITAN ANTAR SEKTOR.....	62
	4.3. DAMPAK PEMALSUAN TERHADAP PEREKONOMIAN	63
	4.4. PRODUK DOMESTIK BRUTO.....	64
	4.5. PENERIMAAN PAJAK TAK LANGSUNG.....	65
	4.6. PENDAPATAN MASYARAKAT	66
Bab 5.	PENUTUP	68
	DAFTAR PUSTAKA.....	70

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3.1 Ringkasan Analisis Hasil Wawancara Perusahaan	17
Tabel 3.2 Pendapat Responden mengenai barang palsu di Indonesia.....	20
Tabel 3.3 Pertimbangan Konsumen Membeli Minuman Non Alkohol	24
Tabel 3.4 Reaksi Konsumen Terhadap Produk Minuman Non Alkohol Palsu.....	24
Tabel 3.5 Alasan Masyarakat Tidak Membeli Produk Minuman Non Alkohol Palsu	25
Tabel 3.6 Alasan Masyarakat Membeli Produk Minuman Non Alkohol Palsu.....	25
Tabel 3.7 Pertimbangan Konsumen Membeli Rokok	27
Tabel 3.8 Reaksi Konsumen Terhadap Rokok Palsu.....	27
Tabel 3.9 Alasan Masyarakat tidak Membeli Rokok Palsu.....	28
Tabel 3.10 Alasan masyarakat membeli rokok palsu.....	28
Tabel 3.11 Pertimbangan Konsumen Membeli Barang dari Kulit	30
Tabel 3.12 Reaksi konsumen terhadap barang dari kulit palsu	31
Tabel 3.13 Alasan Masyarakat Tidak Membeli Barang dari Kulit Palsu	31
Tabel 3.14 Alasan Masyarakat Membeli Barang dari Kulit Palsu.....	31
Tabel 3.15 Pertimbangan Konsumen Membeli Pakaian.....	33
Tabel 3.16 Reaksi Konsumen Terhadap Pakaian Palsu	34
Tabel 3.17 Alasan Masyarakat Tidak Membeli Pakaian Palsu	34
Tabel 3.18 Alasan Masyarakat Membeli Pakaian Palsu	35
Tabel 3.19 Pertimbangan Konsumen Membeli Pestisida	36
Tabel 3.20 Reaksi Konsumen Terhadap Pestisida Palsu	37
Tabel 3.21 Alasan Masyarakat Tidak Membeli Pestisida Palsu	37
Tabel 3.22 Alasan Masyarakat Membeli Pestisida Palsu	38
Tabel 3.23 Pertimbangan Konsumen Membeli Obat	39
Tabel 3.24 Reaksi Konsumen Terhadap Obat Palsu	40
Tabel 3.25 Alasan Masyarakat tidak Membeli Obat Palsu.....	40
Tabel 3.26 Alasan Masyarakat Membeli Obat Palsu	41
Tabel 3.27 Pertimbangan Konsumen Membeli Kosmetika	42
Tabel 3.28 Reaksi Konsumen Terhadap Kosmetika Palsu.....	42
Tabel 3.29 Alasan Masyarakat tidak Membeli Kosmetika Palsu.....	43
Tabel 3.30 Alasan Masyarakat Membeli Kosmetika Palsu.....	43
Tabel 3.31 Pertimbangan Konsumen Membeli Pelumas Mesin	45
Tabel 3.32 Reaksi Konsumen Terhadap Pelumas Mesin Palsu.....	45
Tabel 3.33 Alasan Masyarakat Tidak Membeli Pelumas Mesin Palsu .	46

Tabel 3.34	Alasan Masyarakat Membeli Pelumas Mesin Palsu.....	46
Tabel 3.35	Pertimbangan Konsumen Membeli Software	48
Tabel 3.36	Reaksi konsumen terhadap software palsu	49
Tabel 3.37	Alasan Masyarakat Tidak Membeli Software Palsu	49
Tabel 3.38	Alasan Masyarakat Membeli Software Palsu.....	49
Tabel 3.39	Pertimbangan Konsumen Membeli Perlengkapan Kantor dan Elektronik.....	51
Tabel 3.40	Reaksi Konsumen Terhadap Perlengkapan Kantor Dan Elektronik Palsu	52
Tabel 3.41	Alasan Masyarakat Tidak Membeli Perlengkapan Kantor Dan Elektronik Palsu	52
Tabel 3.42	Alasan Masyarakat Membeli Perlengkapan Kantor Dan Elektronik Palsu	52
Tabel 3.43	Pertimbangan Konsumen Membeli Peralatan Penerangan.....	54
Tabel 3.44	Reaksi Konsumen Terhadap Peralatan Penerangan Palsu	55
Tabel 3.45	Alasan Masyarakat Tidak Membeli Peralatan Penerangan Palsu	55
Tabel 3.46	Alasan Masyarakat Membeli Peralatan Penerangan.....	55
Tabel 3.47	Pertimbangan Konsumen Membeli Komponen Otomotif..	57
Tabel 3.48	Reaksi Konsumen Terhadap Komponen Otomotif Palsu ..	57
Tabel 3.49	Alasan Masyarakat Tidak Membeli Komponen Otomotif Palsu	58
Tabel 3.50	Alasan Masyarakat Membeli Komponen Otomotif	58
Tabel 4.1	Bentuk Umum Tabel Transaksi Input-Output	61
Tabel 4.2	Analisa Keterkaitan ke Belakang Antar Sektor	62
Tabel 4.3	Analisa Keterkaitan Ke Depan Antar Sektor	63
Tabel 4.4	Dampak Pemalsuan terhadap Output Bruto Indonesia (dalam juta rupiah).....	64
Tabel 4.5	Dampak Pemalsuan terhadap Nilai Tambah (dalam rupiah)	65
Tabel 4.6	Dampak Pemalsuan terhadap Penerimaan Pajak Tidak Langsung Indonesia (dalam rupiah)	65
Tabel 4.7	Dampak Pemalsuan terhadap Tingkat Pendapatan Masyarakat Indonesia (dalam rupiah).....	66
Tabel 4.8	Besaran Dampak Pemalsuan terhadap Indikator Indikator Perekonomian.....	67
Tabel 5.1	Kerugian Akibat Pemalsuan terhadap Perekonomian.....	69

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Trend Perdagangan Internasional Produk Palsu dan Bajakan	4
Gambar 2.2 Kategori Obat Palsu menurut WHO.....	7
Gambar 2.3 Ilustrasi kontrol terhadap Pemalsuan di Perusahaan.....	10
Gambar 3.1 Persentase Kesiediaan Masyarakat Menggunakan Barang Palsu	18
Gambar 3.2 Persentase Kesiediaan Masyarakat Menggunakan Software Palsu berdasarkan tingkat penghasilan.....	19
Gambar 3.3 Persentase mana yang lebih dirugikan akibat beredarnya produk palsu (antara konsumen produk asli dan konsumen produk palsu)	21
Gambar 3.4 Persentase mana yang lebih dirugikan akibat beredarnya produk palsu (antara konsumen produk asli dan produsen produk asli).....	22
Gambar 3.5 Persentase mana yang lebih diuntungkan akibat beredarnya produk palsu (antara konsumen produk palsu dan produsen produk palsu).....	22
Gambar 3.6 Perbedaan Harga Minuman Non Alkohol Asli dan Palsu...	26
Gambar 3.7 Perbedaan Harga Rokok Asli Dan Palsu	29
Gambar 3.8 Perbedaan Harga Barang dari Kulit Asli dan Palsu	32
Gambar 3.9 Perbedaan Harga Pakaian Asli dan Palsu	36
Gambar 3.10 Perbedaan Harga Pestisida Asli Dan Palsu	38
Gambar 3.11 Perbedaan Harga Obat Asli dan Palsu.....	41
Gambar 3.12 Perbedaan Harga Kosmetika Asli dan Palsu	44
Gambar 3.13 Perbedaan Harga Pelumas Mesin Asli Dan Palsu	47
Gambar 3.14 Perbedaan Harga Software Asli Dan Palsu	50
Gambar 3.15 Perbedaan Harga Perlengkapan Kantor Dan Elektronik Asli Dan Palsu.....	53
Gambar 3.16 Perbedaan Harga Peralatan Penerangan Asli Dan Palsu ..	56
Gambar 3.17 Perbedaan Harga Komponen Otomotif Asli Dan Palsu	59
Gambar 4.1 Kerangka Dasar Model Input-Output	60

Bab 1

PENDAHULUAN

Laporan ini merupakan hasil akhir studi yang dilakukan oleh LPEM-UI pada bulan Juni-Oktober 2010. Data dan informasi dalam laporan ini merupakan hasil studi literatur, wawancara yang dilakukan kepada perusahaan-perusahaan yang produknya dipalsukan dan hasil pengolahan jawaban konsumen untuk jenis produk-produk tersebut.

Studi literatur berdasarkan penelitian-penelitian terdahulu disajikan dalam bab 2 laporan ini dengan judul studi literatur mengenai pemalsuan. Literatur yang menjadi acuan dalam penulisan bab tersebut dapat dilihat pada Daftar Pustaka.

Bab 3 dengan judul pemalsuan di Indonesia berisi hasil wawancara kepada 10 perusahaan, serta hasil pengolahan data dari kuesioner yang dibagikan kepada 500 responden di Jakarta dan Surabaya.

Bab 4 dengan judul dampak pemalsuan 12 sektor industri terhadap perekonomian di Indonesia, berisi hasil estimasi dengan menggunakan data Tabel Input Output 2005, yang merupakan publikasi Badan Pusat Statistik (BPS). Penjelasan singkat mengenai metode input output juga terdapat dalam bab ini.

Bab 5 dengan judul penutup, berisi kesimpulan dari hasil penelitian, rekomendasi bagi kebijakan dan rekomendasi bagi penelitian lanjutan.

Tujuan penelitian ini adalah:

Pertama, memperkirakan besarnya pemalsuan yang terjadi pada 12 sektor ekonomi, yaitu: minuman non alkohol; rokok; Barang-barang dari kulit; pakaian; pestisida; farmasi; kosmetika; otomotif dan pelumas mesin; perangkat lunak; perlengkapan kantor dan elektronik; peralatan penerangan; dan komponen otomotif .

Kedua, mengetahui persepsi dan memperkirakan permintaan masyarakat (konsumen) terhadap barang palsu.

Ketiga, memperkirakan dampak pemalsuan tersebut terhadap pendapatan masyarakat, penerimaan pajak, dan tenaga kerja.

Keempat, memberikan rekomendasi bagi pemerintah untuk membantu mengatasi pemalsuan.

Bab 2

STUDI LITERATUR MENGENAI PEMALSUAN

Pemalsuan sudah menjadi isu internasional. Banyak studi yang mencoba mendalami sebab akibat, dampak serta pengaruh pemalsuan terhadap kegiatan perekonomian. Perhatian masyarakat internasional terhadap pemalsuan di representasikan dengan berbagai bentuk organisasi masyarakat internasional khusus menangani pemalsuan. Bahkan OECD (Organisation for Economic Co-operation and Development) memberikan perhatian khusus terhadap dampak pemalsuan ini (The Economic Impact of Counterfeiting and Piracy, OECD Report: 2008). Menurut laporan OECD faktor pendorong munculnya pemalsuan adalah sebagai berikut:

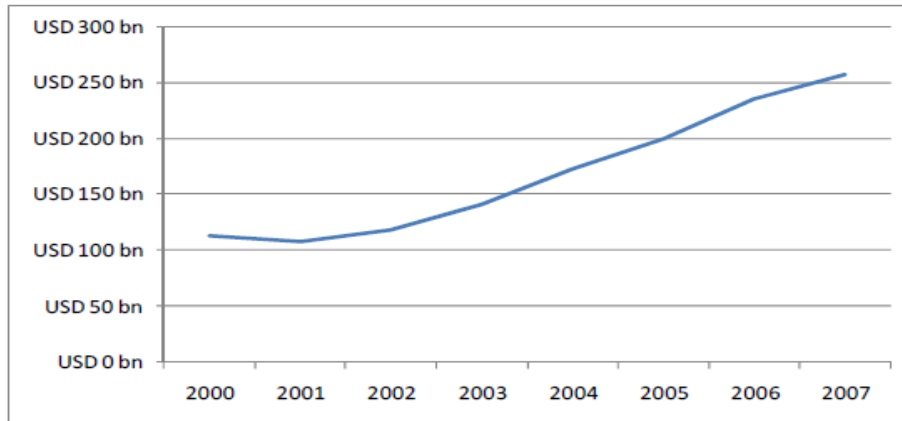
1. Pemalsuan dari sisi penawaran
 - A. Berdasarkan karakteristik pasar :
 - produknya memberikan profit yang tinggi
 - pangsa pasar yang besar
 - kuatnya merek asli di pasaran
 - Berdasarkan produksi, distribusi dan teknologi
 - nilai investasinya tidak terlalu mahal
 - teknologinya mudah diterapkan
 - tidak bermasalah dalam distribusi dan penjualan
 - kegiatan operasinya sembunyi-sembunyi
 - mudah untuk menipu konsumen
 - B. Berdasarkan karakteristik kelembagaan :
 - rendahnya resiko
 - kerangka hukum dan peraturan yang lemah
 - lemahnya penegakan hukum
 - tidak adanya upaya pencegahan
2. Pemalsuan dari sisi permintaan
 - A. Berdasarkan karakteristik produk :
 - harganya murah
 - secara kualitas masih dapat diterima

- kemampuan menyamarkan produk palsu
- B. Berdasarkan karakteristik konsumen
 - tidak ada jaminan kesehatan
 - tidak ada jaminan keamanan
 - terbatasnya keuangan perorangan
 - rendahnya penghargaan terhadap Hak Cipta
- C. Berdasarkan karakteristik kelembagaan :
 - rendahnya resiko dan penuntutan
 - lemahnya bahkan tidak ada hukuman
 - faktor sosial ekonomi

Berdasarkan data yang bea cukai yang di survei oleh OECD, menunjukkan bahwa kejahatan pelanggaran hak cipta dalam perdagangan internasional terus meningkat 5 tahun terakhir. Negara yang mengalami peningkatan tajam yaitu Amerika Serikat, Negara Negara Eropa, Jepang dan Korea Selatan.

Studi OECD (2005) menunjukkan bahwa perdagangan internasional terhadap produk palsu dan produk bajakan sebesar \$200 milyar US. Jumlah ini lebih besar daripada GDP nasional dari 150 negara. Pada tahun 2008 OECD melakukan update data dan menunjukkan bahwa terjadi kenaikan yang signifikan selama 2 tahun (2005-2007). Diperkirakan perdagangan produk palsu dan produk bajakan ini nilainya pada tahun 2007 mencapai \$250 milyar US. Share produk palsu dan bajakan dalam perdagangan internasional ini juga meningkat dari tahun 2000 sebesar 1,85% menjadi 1,95% pada tahun 2007. Sebenarnya angka inipun masih underestimate karena tidak memperhitungkan tingkat kesulitan dalam menentukan produk palsu/bajakan atau asli, jumlah volume perdagangan internasional yang besar sehingga sulit mengontrol produk palsu/bajakan dan terbatasnya SDM aparat bea cukai untuk menyaring lalulintas perdagangan terhadap produk palsu/bajakan. Selain itu, nilai perdagangan produk palsu dan bajakan ini tidak termasuk kegiatan produksi barang palsu/bajakan dan konsumsi di dalam negeri, tidak termasuk pula kegiatan perdagangan via internet.

Gambar 2.1
Trend Perdagangan Internasional Produk Palsu dan Bajakan



Sumber: OECD (2008), *The Economic Impact of Counterfeiting and Piracy*, OECD, Paris, lihat: www.oecd.org/sti/counterfeiting

Hasil studi KPMG (2008) memperlihatkan bahwa di UEA (United Arab Emirates) industri terbesar yang mengalami pemalsuan adalah, industri perlengkapan kendaraan bermotor (12,5%), diikuti oleh industri kosmetik (8%-10%), perlengkapan rumah tangga (3%-5%), makanan dan minuman (0,3%-5%), rokok (<5%) dan farmasi (0,1%). Karena produk mayoritas di impor, maka pemalsuan berhubungan langsung dengan pendapatan bea cukai dan mengurangi pendapatan pemerintah. Selain itu, GDP non BBM berkurang 6%, perdagangan berkurang 6%, pajak turun 4%, pengangguran meningkat 2% dan tingkat konsumsi masyarakat turun 4%.

2.1. DAMPAK EKONOMI PEMALSUAN

Menurut laporan OECD, Pemalsuan produk dan pelanggaran hak cipta berdampak pada 1. inovasi dan pertumbuhan, 2. foreign direct investment, 3. perdagangan, 4. tenaga kerja, 5. kegiatan kriminal. Inovasi merupakan motor pertumbuhan ekonomi dengan melalui penelitian dan pengembangan produk. Intellectual property right harus dilindungi dengan cara memberikan paten, hak cipta dan merek. Tanpa ada perlindungan hak cipta maka akan berdampak pada pengurangan biaya R&D. Pada akhirnya akan melemahkan proses inovasi. Karena itu, perlindungan kekayaan intelektual sangat perlu dilakukan.

Kegiatan kriminal juga meningkat akibat meningkatnya penjualan produk palsu ini, termasuk didalamnya penghindaran pajak dan penjualan obat terlarang. Biasanya kegiatan kejahatan ini terorganisir dan sifatnya korup.

Dari sisi tenaga kerja, dampaknya dapat di lihat dari 2 hal, pertama, terjadi perpindahan tenaga kerja dari perusahaan yang menghasilkan produk asli ke perusahaan yang menghasilkan produk palsu. Perpindahan tenaga kerja ini

disertai dengan kesejahteraan pekerja yang berkurang karena melakukan kegiatan terlarang. Kesejahteraan ini termasuk tidak adanya jaminan kesehatan, keselamatan kerja dan peraturan tenaga kerja lainnya juga sering dilanggar. Dampak kedua adalah hilangnya kesempatan pekerjaan karena adanya kegiatan pemalsuan ini. Jika saja tidak ada kegiatan pemalsuan, penyerapan tenaga kerja semakin luas.

Dampak FDI akan terasa karena kegiatan pemalsuan yang terus menerus tanpa ada tindakan hukum. Investor akan merasa dirugikan karena hak kekayaan intelektualnya merasa tidak dihargai. Karena sudah tidak ada keinginan berinvestasi, maka ke depan investasi langsung dari luar negeri akan terus berkurang. Dari hasil riset OECD menunjukkan FDI untuk negara Jerman, Jepang dan Amerika relatif lebih tinggi karena kegiatan pemalsuan di negara tersebut relatif rendah. Dampak ini terjadi pada industri-industri tertentu, tidak semua industri mengalami hal seperti ini.

Dampak perdagangan akibat pemalsuan akan menyebabkan kegiatan ekspor impor berkurang. Bagi negara eksportir barang asli, adanya pemalsuan akan mengurangi ekspor ke negara-negara yang mempunyai tingkat pemalsuan yang tinggi. Kegiatan impor juga menurun karena semakin sedikit barang yang diimpor karena adanya pembatasan dari negara pengekspor.

Kegiatan pemalsuan sangat merugikan produsen asli karena:

Penjualan produk asli akan berkurang dan menekan harga produsen asli. Ada 2 kemungkinan turunnya penjualan, pertama karena konsumen tertipu karena dianggap barang asli, kedua konsumen mengetahui ada harga yang lebih murah yang merupakan barang palsu.

Merusak nilai merek dan reputasi produsen produk asli. Hal ini terjadi pada konsumen yang merasa tertipu membeli produk asli tapi palsu. Konsumen tentu akan komplain dan menyalahkan ke perusahaan produk aslinya, karena tidak sadar yang dibeli olehnya adalah palsu. Jika perusahaan tidak menjelaskan hal ini, ada kemungkinan konsumen akan mengurangi konsumsi produk tersebut dan menyebarkan informasi tidak benar ke calon konsumen lainnya.

Royalti yang rendah. Dengan adanya pemalsuan, pendapatan royalti yang seharusnya masuk ke pemilik hak cipta tidak terserap secara optimal. Sehingga pendapatan royalti akan menurun. Pendapatannya akan diserap oleh produsen pemalsu.

Biaya untuk melawan pemalsuan akan meningkat. Karena dana lebih banyak terserap untuk biaya melawan pemalsuan, maka tidak ada dampak pada pengembangan produk (R&D), inovasi produk terhambat, dan tidak terjadi peningkatan kualitas produk. Hal ini akan merugikan produsen produk asli dan juga konsumen produk asli.

Berpotensi mengurangi kegiatan operasionalnya di daerah/negara yang banyak pemalsuan. Dengan berkurangnya profit, citra mereknya menjadi rusak dan pangsa pasar yang terus menurun akan menyebabkan produsen asli akan menutup usahanya atau mengurangi skala usahanya.

Dampak ekonomi bagi pemerintah adalah semakin berkurangnya pendapatan pemerintah. Pendapatan pemerintah yang berasal dari pajak perusahaan, pajak penghasilan orang, pajak pertambahan nilai, pajak penjualan, cukai rokok, tarif impor akan berkurang. Selain itu, biaya untuk memerangi anti pemalsuan dari pemerintah akan meningkat.

Berdasarkan laporan KPMG, dapat dijelaskan kerugian ekonomi dari kegiatan pemalsuan dari beberapa sektor di bawah ini.

Perlengkapan kendaraan bermotor

Menurut laporan Motor & Equipment Manufacturer Assosiation pemalsuan perlengkapan kendaraan bermotor adalah sebesar \$12 milyar US. Di USA, kegiatan ini menyebabkan hilangnya pekerjaan sebanyak 750 ribu. Di estimasikan penjualan spare part kendaraan bermotor di Arab 30% nya adalah palsu. Menurut General Motors sekitar 30%-70% perlengkapan kendaraan bermotor di China adalah palsu.

Perbedaan harga antara asli dan palsu di UEA adalah 20%-30%. Sumber negara yang melakukan pemalsuan adalah berasal dari China, Taiwan, Thailand. Di UEA, untuk mengelabui konsumen, pedagang produk sparepart palsu berdekatan dengan pedagang sparepart asli.

Rokok

Menurut laporan dari World Customs Organization (2001) di China, sekitar 190 milyar batang rokok palsu di produksi tiap tahunnya dan di ekspor ke negara-negara Eropa. Biasanya dijual grosir lokal dan supermarket lokal dan di daerah pekerja "blue Collar". Konsumen seperti mereka tidak begitu peduli keaslian rokok, tapi bagi mereka adalah harga yang murah.

Makanan

Berdasarkan laporan dari Komisi Eropa, besaran ukuran makanan palsu meningkat 77% dari tahun 2002 ke 2003. Pada tahun 2004 meningkat sebesar 200%,. Laporan dari Michigan state university secara keseluruhan (global) pemalsuan makanan sebesar \$49 milyar US.

Produk perlengkapan rumah tangga

Estimasi besaran pemalsuan produk perlengkapan rumah tangga dari data global tidak ada. Namun diperkirakan kegiatan pemalsuan perlengkapan rumah tangga ini juga besar.

Kosmetika

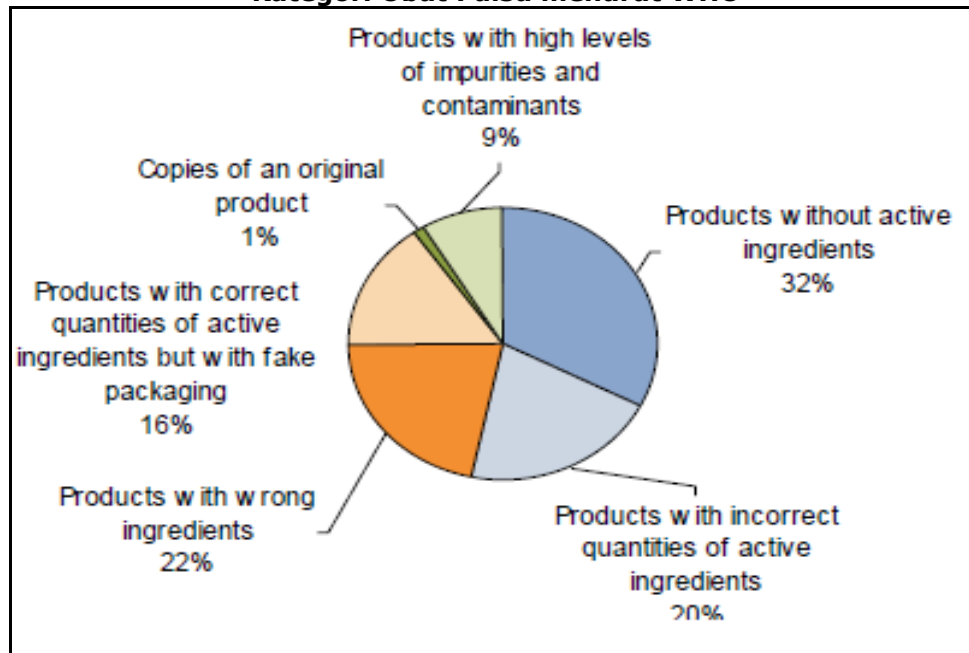
Menurut laporan MediaSec Technologies LLC di China hampir 90% produk

kosmetik yang dijual adalah palsu. Dari laporan komisi eropa menangkap hampir 1,1 juta jenis kosmetik dan parfum palsu pada tahun 2003. Kegiatan pemalsuan produk kosmetik dan parfum telah meningkat 300% dari tahun 2001 ke tahun 2002. Jenis kosmetik yang sering dipalsukan adalah make up, skin care dan parfum. Sumber utama produsen pemalsu kosmetik adalah negara China.

Farmasi

WHO mengestimasi produk palsu farmasi sebesar \$35 milyar US atau 10% resep obat yang dijual adalah palsu. Menurut WHO obat palsu dibagi menjadi 6 kategori. Hal ini dapat dilihat pada gambar di bawah. Di estimasikan sebesar 25% obat yang di konsumsi di negara berkembang adalah palsu dan di beberapa negara persentasenya dapat mencapai 50%. Produsen utama obat palsu adalah berasal dari China.

Gambar 2.2
Kategori Obat Palsu menurut WHO



Sumber: KPMG Report. "Economic impact study analyzing counterfeit products in UAE". January 2008

2.2. DAMPAK NON EKONMI PEMALSUAN

Harga tidak selalu menjadi penentu keputusan konsumen untuk membeli produk palsu. Alasan lain yang mempengaruhi perilaku konsumen antara faktor demografi, persepsi konsumen terhadap produk palsu, faktor merek dan aspek hukum. Aspek demografi diantaranya adalah usia, latar belakang

pendidikan, pendapatan keluarga dan gender. Aspek latar belakang pendidikan berhubungan terbalik dengan penjualan produk palsu, semakin tinggi tingkat pendidikan biasanya semakin sedikit yang membeli produk palsu (Wee et al., 1995). Tapi banyak temuan yang bertolak belakang dari temuan lainnya, hal ini tergantung pada produk yang di teliti.

Faktor non ekonomi lainnya adalah budaya, sosial, personal dan psikologi konsumen mempengaruhi perilaku konsumen (Kotler, 2003).

Dampak non ekonomi dari pemalsuan diantaranya adalah :

1. Dampak pemalsuan terhadap lingkungan

Semakin tingginya kegiatan pemalsuan, akan menyebabkan jumlah barang dan kualitas barang menjadi tidak terkontrol. Kualitas yang tidak terkontrol akan berdampak negatif pada lingkungan. Produk palsu bisa saja menggunakan zat kimia yang sebenarnya dilarang dan dapat menyebabkan kerusakan lingkungan dan hal ini tidak ada yang mengontrol. Karena itu, semakin besar kegiatan pemalsuan maka semakin besar kerugian/kerusakan lingkungan yang akan terjadi.

2. Dampak pemalsuan terhadap korupsi

Dengan adanya kegiatan pemalsuan, tingkat korupsi akan meningkat. Untuk menutupi kegiatan pemalsuan, produsen pemalsu akan menyogok aparat hukum agar kegiatannya tidak diganggu. Jika tidak ada kontrol yang mengawasi tindakan korupsi ini, maka koruptor semakin banyak.

3. Dampak pemalsuan terhadap konsumen

Menurut KPMG, kerugian konsumen terdiri dari: 1) Konsumen membeli produk palsu yang tidak diketahuinya dengan kualitas yang rendah dan nilai produk tersebut jauh dari ekspektasi konsumen. 2) Beberapa produk palsu seperti komponen elektronik, makanan dan minuman, farmasi, mainan anak-anak, pasta gigi, dan kendaraan bermotor mempunyai dampak resiko kesehatan dan keamanan yang tidak terjamin. 3) Konsumen rugi karena dampak pemalsuan menyebabkan produsen produk asli mengurangi biaya penelitian dan pengembangan (R&D) untuk produk baru. Ini akan mendorong berkurangnya ketersediaan produk baru dengan teknologi baru.

2.3. MEMERANDI PEMALSUAN

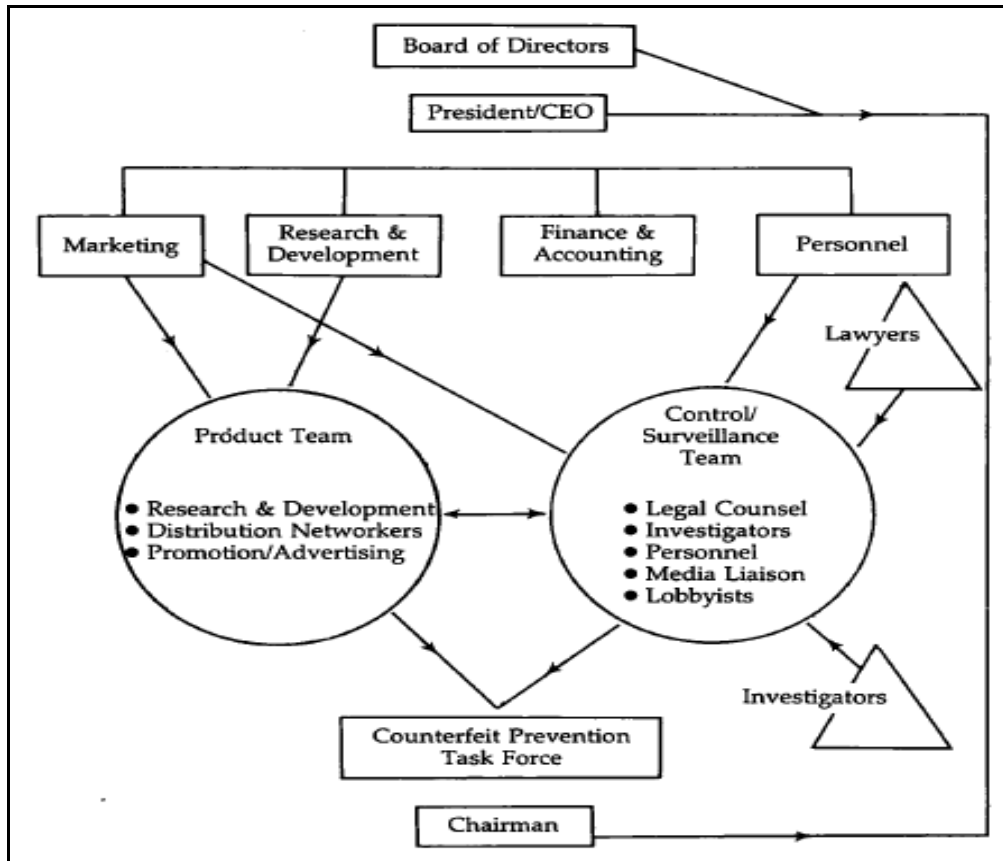
Begitu besarnya dampak pemalsuan, menyebabkan perekonomian secara agregat mengalami kerugian. Seperti yang dibahas pada bab sebelumnya, dampak ekonomi dan non ekonomi begitu besar sehingga merugikan masyarakat, pemerintah dan seluruh kegiatan perekonomian. Karena itu, perlunya kesadaran masyarakat dan pemerintah untuk saling membahu memberantas kegiatan pemalsuan ini. Namun ada efek lainnya, yaitu pemalsuan memberikan pilihan bagi konsumen dengan harga yang lebih murah.

Ada beberapa hal yang harus diperhatikan, seperti yang ditulis oleh Berman¹ adalah pertama, meningkatkan pentingnya deteksi awal dari pemalsuan oleh perusahaan-perusahaan. Dengan program ini maka diharapkan akan mengurangi dampak ekonomi yang ditimbulkan akibat pemalsuan. Deteksi awal itu misalnya meningkat secara signifikan pengembalian dan klaim garansi dari konsumen, terjadinya penurunan penjualan secara drastis, adanya diskon besar-besaran yang dilakukan di internet, e-bay, pelelangan dan website, meningkatnya kegiatan jual beli di pasar gelap, dan meningkatnya produk gagal yang diadukan. Kedua, anggaran yang memadai untuk mengawasi dan memberantas pemalsuan. Sebagai contoh LVMH Louis Vuitton mengeluarkan biaya sebesar \$ 16 juta US pada tahun 2004 untuk membiayai investigasi, pemberantasan dan biaya hukum. Dari informasi majalah fortune untuk 500 perusahaan rata-rata pengeluaran sebesar \$2 – 4\$ juta US setiap tahun untuk memberantas pemalsuan. Perusahaan dapat menggunakan jasa investigator swasta maupun internal investigator. Contohnya Pfizer mempunyai 5 orang staf untuk mengurus anti pemalsuan di Asia. Selain biaya investigasi, biaya lain yang cukup besar adalah registrasi merek/hak cipta dan paten. Biaya sidang pengadilan juga besar. Secara garis besar anggaran untuk memberantas pemalsuan dapat di bagi 2 bagian, yaitu dari sisi permintaan dan penawaran. Dari sisi permintaan, anggaran di fokuskan untuk mengurangi permintaan barang palsu dengan cara semakin mudahnya masyarakat mengidentifikasi barang palsu dan melakukan edukasi sehingga konsumen semakin sadar resiko jika membeli barang palsu, baik resiko keamanan, resiko keuangan, resiko kesehatan. Edukasi tidak hanya untuk konsumen saja, tapi juga edukasi bagi pedagangannya. Edukasi dapat dilakukan sendiri oleh perusahaan, bekerjasama dengan pemerintah dan masyarakat. Dari sisi penawaran, anggaran dapat difokuskan pada sumber supliernya, monitoring website, melakukan tindakan hukum, mengurangi pasar gelap penjualan dengan menggunakan teknologi track dan trace.

Sebagai ilustrasi kontrol investigasi yang dilakukan secara internal dan eksternal di bawah ini. Di dalam perusahaan perlu adanya gugus tugas yang bekerja mengawasi produk palsu, yang tentunya perlu kerjasama antara tim produksi (tim marketing dan tim penelitian dan pengembangan produk) dan tim pengawasan. Jika diperlukan, tim pengawasan dapat menyewa investigator dari pihak luar. Ketua gugus tugas ini bertanggung jawab langsung kepada presiden/CEO perusahaan.

¹ Berman, Barry. "Strategies to detect and reduce counterfeiting activity". Business Horizons (2008) 51, 191-199

Gambar 2.3
Ilustrasi kontrol terhadap Pemalsuan di Perusahaan



Sumber: Harvey, Michael. "A new way to combat product counterfeiting". *Business Horizons* July-August 1988

Bab 3

PEMALSUAN DI INDONESIA

Bab ini merupakan analisis hasil wawancara yang dilakukan kepada perusahaan-perusahaan yang produknya dipalsukan, dan hasil survey kepada 500 responden di Jakarta dan Surabaya.

Sektor yang dianalisis meliputi 12 sektor ekonomi, yaitu: minuman non alkohol; rokok; Barang-barang dari kulit; pakaian; pestisida; farmasi; kosmetika; otomotif dan pelumas mesin; perangkat lunak; perlengkapan kantor dan elektronik; peralatan penerangan; dan komponen otomotif. Penentuan sektor adalah berdasarkan pembagian Badan Pusat Statistik (BPS) dalam Tabel Input Output Tahun 2005.

Bagian pertama merupakan analisis hasil wawancara kepada perusahaan, dan bagian kedua analisis hasil survey kepada konsumen.

3.1. PEMALSUAN MENURUT SUDUT PANDANG PERUSAHAAN

Studi mengenai dampak pemalsuan terhadap perekonomian Indonesia kali ini juga berupaya menggali informasi dari sisi perusahaan yang produknya dipalsukan. Perusahaan yang menjadi narasumber tersebut mewakili tiap sektor industri yakni peralatan kantor dan elektronik, barang mewah dari kulit, kosmetik, oli dan turunannya, makanan dan minuman, farmasi, minuman non alkohol, perangkat lunak, minuman bernergi & suplemen tubuh, serta pakaian jadi dan kacamata. Berikut akan disajikan ringkasan wawancara setiap narasumber yang mewakili sektor-sektor tersebut.

3.1.1. Minuman non alkohol

Produk minuman non alkohol yang dipalsukan biasanya memiliki merek yang sudah dikenal masyarakat. Tentunya, ini tidak mengherankan karena produk minuman non alkohol telah dikenal masyarakat sejak tahun 1970-an. Seiring dengan meningkatnya kesadaran masyarakat akan minuman yang sehat, maka mendorong tingginya konsumsi minuman non alkohol atau sering dikenal dengan air mineral. Tidak heran, jika produk pioneer kerap kali ditiru karena produknya telah lebih dulu dikenal masyarakat dan tetap eksis hingga sekarang.

Meski pemalsuan produk minuman non alkohol makin marak, sulit bagi pendatang baru yang nota bene pemalsu untuk merebut pasar produk pioneer. Jadi tidak mengherankan bahwa hingga saat ini produk pioneer cukup dominan di sektor ini.

Konsekuensi yang muncul akibat pemalsuan produk minuman non alkohol adalah citra merek yang makin buruk. Karena konsumen tidak menerima produk yang seharusnya. Terkadang konsumen menganggap bahwa produk minuman non alkohol palsu yang beredar dipasar merupakan varian produk dari perusahaan yang sama.

Beragam upaya telah dilakukan untuk mencegah dan memberantas pemalsuan meskipun belum menjadi prioritas aparat penegak hukum. Selain itu, tindakan pemalsuan seharusnya dikategorikan sebagai delik biasa bukan delik aduan sebagaimana yang terjadi dalam perundangan yang berlaku saat ini.

Produk makanan dan minuman dipalsukan karena produk tersebut sudah terkenal dan dipahami masyarakat memiliki kualitas yang baik. Selain itu, pemalsu mendompleng pangsa pasar produk asli yang telah terbentuk.

Pemalsuan produk mamin yang pernah dijumpai mengarah pada logo yang menjadi *trademark* produk tertentu. Meski ada juga bentuk pemalsuan lain seperti produk yang tidak diproduksi atau sudah tidak diproduksi tetapi masih beredar dipasaran.

Untuk kasus adanya kesamaan logo berakibat kebingungan ditingkat konsumen apakah produk tersebut diproduksi perusahaan A atau perusahaan B. Sedangkan, produk yang tidak atau sudah tidak diproduksi oleh perusahaan, tidak begitu memberikan pengaruh yang signifikan. Ini dikarenakan penyebaran produk jenis ini tidak luas.

Menindaklanjuti hal ini, pemangku kepentingan dan pihak terkait perlu menyikapi dengan cermat seiring dengan peningkatan koordinasi keduanya. Selain itu, perlu adanya revisi UU merek agar diperluas terkait pemalsuan merek dan suara. Maka, peraturan tersebut seyogyanya dapat menyesuaikan dengan perkembangan jaman dan teknik pemalsuan yang makin canggih.

Produk minuman berenergi & suplemen tubuh yang pernah dipalsukan berupa produk dengan merek yang baik. Produk ini biasanya familiar dan telah dikenal masyarakat. Uniknya, faktor lain seperti harga tidak menjadi pendorong produk tersebut dipalsukan. Pemalsu menjadi lebih mudah memasarkan produk terkenal karena tidak perlu mengenalkan dan membesarkan produk tersebut.

Pemalsuan produk yang pernah terjadi justru tidak didalam negeri melainkan diluar negeri, tepatnya negara Filipina. Kejadian ini telah berlangsung beberapa tahun yang lalu. Namun, selama kurun waktu tiga tahun terakhir belum dijumpai kasus pemalsuan sebagaimana pernah terjadi di Filipina. Baik itu pemalsuan yang terjadi didalam negeri maupun diluar negeri. Justru yang perlu diperhatikan sekarang adalah upaya perusahaan untuk memarkan produk tersebut agar lebih dikenal masyarakat sebagai bagian dari usaha meraih penjualan terbaik.

Kerugian yang diderita akibat pemalsuan tentu saja dari sisi merek yang bisa mendorong penurunan penjualan produk yang bersangkutan. Tentu saja, keuntungan yang diperoleh tidak sebesar sebelumnya. Satu hal penting bahwa pesan perusahaan untuk menjual minuman serbuk berkhasiat menjadi tidak sampai ke tangan konsumen.

Oleh karenanya, upaya memberantas pemalsuan senantiasa dilakukan. Kerjasama dengan MIAP jadi salah satu bentuknya disamping upaya menyewa konsultan hukum. Selain itu, tindakan penerjunan tenaga atau koresponden didaerah secara berkala untuk memantau produk perusahaan yang dipasarkan juga dilakukan. Terakhir, melakukan publikasi *trademark* baik didalam maupun diluar negeri.

3.1.2. Barang Mewah dari Kulit

Produk barang mewah dari kulit yang dipalsukan biasanya merupakan produk yang disukai dan dicintai oleh perempuan. Karena produk ini senantiasa melekat dalam benak perempuan untuk menunjang kegiatan sosialisasi mereka. Produk ini menjadi identitas seorang individu sehingga menjadi bagian dari upaya untuk meningkatkan kesehatan jiwa. Selain itu, individu yang mengenakan akan merasa lebih atau beda dibandingkan individu lain yang tidak memakai produk barang mewah dari kulit.

Kondisi ini coba ditangkap oleh pelaku tertentu untuk menyediakan alternatif barang dari kulit dengan berbagai tingkatan kualitas. Upaya ini sering disebut dengan tindakan pemalsuan karena kita ketahui bahwa tidak semua barang dari kulit itu asli. Barang dari kulit asli memiliki harga yang lebih tinggi dibandingkan barang dari kulit palsu. Meski demikian, ada barang dari kulit palsu memiliki kualitas yang hampir setara dengan barang dari kulit asli, dengan selisih harga yang tidak jauh berbeda.

Barang dari kulit asli biasanya diproduksi terbatas oleh produsen untuk setiap negara yang menjadi pasarnya. Menurut seorang narasumber yang mewakili industri ini mengatakan, " Hanya sebesar 4000 item saja yang bisa dipasarkan ke Indonesia ". Padahal barang kulit palsunya sangat menjamur di beberapa pusat perbelanjaan ibukota.

Konsekuensi dari pemalsuan tersebut berupa turunnya reputasi barang bersangkutan karena kehilangan nilai eksklusifitasnya atau dengan kata lain mereknya menjadi generik. Semua individu dapat mengenakan produk tersebut tanpa memperhatikan apakah asli atau palsu.

Bagi individu awam, tidak mudah untuk membedakan barang kulit palsu sehingga kerap kali tertipu. Hanya individu pencinta barang asli yang dapat melakukannya. Oleh karena itu, penegakan hukum terhadap pelaku pemalsuan perlu dipertegas. Adanya kerjasama antara instansi hukum harus ditingkatkan supaya dapat mengurangi dan menghilangkan pemalsuan yang marak terjadi.

3.1.3. Pakaian Jadi dan Kacamata

Produk yang paling banyak dipalsukan biasanya produk dengan pangsa pasar terbesar. Permintaan produk senantiasa tinggi didorong keinginan masyarakat untuk menampilkan imej beda meski pendapatan yang dimiliki tidak mencukupi untuk membeli produk asli. Ini didorong pula dengan adanya selisih harga produk asli dan produk palsu yang cukup besar sehingga tidak mengherankan jika peredaran produk palsu menjadi semakin marak.

Sebagian besar produk palsu tidak diproduksi didalam negeri melainkan diluar negeri. Cina menjadi negara pemasok produk palsu ke Indonesia. Pintu masuk produk tersebut sangat banyak yakni lewat pintu pelabuhan Tanjung Perak, Medan, Banyuwangi dan Tanjung Priuk. Barang yang masuk dari Banyuwangi diteruskan ke Bali untuk kemudian dipasarkan disana. di Bali. Adapun cara masuk semua produk palsu dengan *hand-carry*. Dimana pengantar menggunakan sebuah tas besar yang dapat memuat kurang lebih 100 item produk palsu. Sebagai contoh, produk kacamata palsu yang dibawa tidak dimuat ditempatnya melainkan terpisah. Tempat kacamata dibawa tersendiri dalam bentuk setengah jadi.

Kerugian akibat pemalsuan dari sisi citra pastinya diderita perusahaan. Karena masyarakat akan menganggap bahwa produk perusahaan tersebut banyak dipalsukan. Padahal masyarakat yang menggunakan produk tersebut berharap produk yang asli sehingga barang yang seharusnya diterima menjadi tidak sampai.

Tidak mengherankan, jika upaya memberantas pemalsuan secara masif dilakukan. Diawali dengan upaya penggebrekan rutin bekerjasama dengan aparat hukum terkait. Inisiatif wakil presiden yang bersedia menjadi *icon* anti pemalsuan, diharapkan dapat menekan maraknya pemalsuan.

3.1.4. Farmasi

Pemalsu produk farmasi biasanya karena produk tersebut memiliki *global brand* sehingga cenderung memiliki *global demand* yang besar. Produk ini berharga tinggi sehingga tidak mengherankan jika pemalsuannya begitu gencar disamping juga ditunjang dengan gaya hidup masyarakat.

Semakin masifnya pemalsuan disuatu negara mendorong bertambah buruknya imej negara yang bersangkutan karena dikenal sebagai tempat beredarnya produk farmasi palsu. Sehingga kepercayaan medis negara tersebut juga hilang. Hal ini menjadi salah satu pendorong semakin banyaknya pasien berobat keluar negeri.

Upaya untuk mengantisipasi obat palsu dapat dilakukan masyarakat diantaranya hanya membeli obat di apotek resmi. Selain itu, *kebijakan* rumah sakit perlu dipertegas agar tidak boleh membawa obat dari luar selain izin resmi rumah sakit. Karena sering terjadi pihak internal rumah sakit terutama perawat menawarkan obat kepada pasien dengan harga yang lebih murah padahal obat itu aspal (asli padahal palsu).

Disamping, perlu adanya akses terhadap dokter. Karena obat yang diberikan biasanya punya efek dalam tiga hari dengan kata lain ada pengaruh obat selama kurun waktu tersebut. Adapun obat yang paling mahal adalah obat yang tidak bekerja.

3.1.5. Kosmetika

Produk kosmetik yang sering dipalsukan biasanya merupakan produk perawatan tubuh. Produk tersebut berupa perawatan wajah, kulit, pembersih muka, bedak, hingga pencuci rambut.

Pemalsu produk komestik biasanya memilih produk yang telah memiliki merek baik dan dikenal masyarakat sehingga permintaannya cenderung tinggi. Bahkan, mereka juga tidak segan memalsu produk yang sebenarnya tidak pernah dikeluarkan oleh produk kosmetik. Misal, produsen A tidak mengeluarkan produk *eye shadow*, lipstik, serta makara. Tetapi pemalsu tetap membuatnya karena merek produsen tersebut telah dikenal masyarakat.

Produk komestik palsu ini senantiasa mengalami peningkatan. Kecenderungan peningkatan ini tampak nyata karena produk palsu tidak hanya dalam bentuk jadi bahkan masih dalam bentuk adonan. Selain itu, produk kosmetik palsu tidak hanya yang diimpor saja melainkan produk yang dibuat industri rumahan atau *home industry*. Bagi produk palsu yang diimpor, biasanya telah dalam bentuk kemasan dan memiliki nomor registrasi BPOM.

Konsekuensi pemalsuan yang kian marak dapat merusak citra dan reputasi perusahaan pemilik produk asli. Tak hanya itu, penjualan produk asli akan menurun sehingga menggerus pangsa pasar yang telah terbentuk. Bagi konsumen, dapat membahayakan kesehatan kulit dan tubuh karena ketidaktahuan mereka untuk membedakan produk asli dengan produk palsu.

Tindakan memberantas pemalsuan rutin dilakukan melalui sidak meski terkadang tidak efektif. Ini terjadi karena pemilik toko dapat menghilangkan bukti produk yang secara fisik kecil bentuknya. Tidak hilang akal, produsen membuat perjanjian dengan pemilik toko agar menjual produk kosmetik asli saja. Edukasi pasar melalui tenaga pemasar juga gencar digerakkan supaya konsumen dapat membedakan produk asli dengan produk palsu. Terakhir, perlunya dukungan dan komitmen pemerintah dalam memberantas kegiatan pemalsuan.

3.1.6. Pelumas Mesin

Produk oli yang dipalsukan biasanya merupakan produk oli yang paling laku pada kategorinya dipasaran. Selain itu, produk oli tersebut juga paling terjangkau dikelasnya.

Maraknya oli tiruan telah memberikan keuntungan ganda bagi pemalsu, yakni keuntungan ekonomis yang besar serta tidak perlu bersusah-susah

memasyarakatkan dan membesarkan *brand* produk oli.

Pembuatan oli palsu sebagian besar bersifat masal. Hal ini dikarenakan bahan oli palsu atau sering disebut dengan *base oil* yang mudah diperoleh dan cukup terjangkau. Disamping itu, kemasan oli palsu juga dapat dibuat menyerupai aslinya. Hanya saja, additive atau kandungan zat kimia tertentu yang membedakan performance tetap dimiliki oleh oli asli.

Kerugian yang dialami akibat pemalsuan oli secara langsung berupa turunnya penjualan sehingga menyebabkan profit menurun. Hal ini disebabkan karena adanya kebingungan ditingkat pengecer ketika dijumpai produk sejenis dengan harga yang berbeda. Meski selisih terkadang tidak begitu besar. Tentu, kondisi ini dapat meruntuhkan kepercayaan yang telah dibangun antara pengecer atau toko dengan distributor resmi.

Tindakan pencegahan seperti edukasi konsumen pernah dilakukan tapi tidak efektif karena produk palsu sulit dibedakan konsumen. Dalam jangka panjang, konsumen biasanya akan merasakan dampak penggunaan oli palsu seperti mesin yang berwarna hitam dan mengandung banyak jelaga.

Oleh sebab itu, perlu ada tindakan tegas aparat terhadap produsen dan pengedar oli palsu sehingga dapat memberikan efek jera. Bukan sebaliknya, pemalsu dijadikan *pet project* aparat seperti yang terjadi di Semarang.

3.1.7. Perangkat Lunak

Produk IT yang dalam hal ini dikhususkan untuk perangkat lunak, seringkali menggunakan istilah pembajakan dibandingkan pemalsuan. Istilah pembajakan lebih tepat karena perangkat lunak merupakan suatu hak cipta bukan merek sehingga konteks perlingkungannya terletak pada kandungan atau *contain* dari perangkat lunak tersebut.

Secara umum, hampir semua perangkat lunak telah dibajak. Perangkat lunak yang telah dibajak bisa berbentuk sistem operasi, antivirus, operasi office, pengolah gambar, kamus, hingga pengolah data. Menurut narasumber, " Jika menilik data tingkat pembajakan tahun lalu, diperoleh angka *piracy rate* sebesar 85 – 86% ". Tentu angka ini sangatlah tinggi.

Maraknya pembajakan dikarenakan masih rendahnya kesadaran masyarakat terhadap pentingnya suatu produk tersebut. Perangkat lunak masih diperlakukan sebagai biaya bukan sebagai aset. Selain itu, anggapan konsumen akan mahalnya perangkat lunak asli. Selisih harganya lumayan cukup tinggi sehingga tidak heran jika hal ini mendorong mereka untuk memakai produk palsu. Terakhir, belum adanya keteladanan dari pemerintah untuk menggunakan produk yang asli.

Kerugian akibat pembajakan membuat nilai produk menjadi hilang. Sejalan dengan hilangnya nilai produk cenderung mendorong turunnya imej produk yang bersangkutan. Tentunya, pendapatan yang diperoleh dari penjualan

menurun sehingga profit juga turun. Tidak hanya itu, alokasi dana untuk pengembangan produk tersebut menjadi terhambat.

Upaya memberantas pemalsuan tetap dilakukan meski belum dapat memberikan efek jera. Karena upaya yang dilakukan masih bersifat sporadis dan tidak mencapai sasaran.

Tabel 3.1
Ringkasan Analisis Hasil Wawancara Perusahaan

No	Sektor	Persentase Barang Palsu	Hasil wawancara
1	Barang dari Kulit (LV)	50 kali lipat dibandingkan barang asli.	Satu tas asli beredar 10.000 tas palsu. Namun harga tas palsu paling rendah Rp. 50 ribu dan tas asli Rp. 10 juta.
2	Kosmetik (P&G dan Unilever)	Terdapat sekitar 10 – 15 persen barang palsu yang beredar.	Produk yang dipalsukan biasanya memiliki permintaan tinggi dipasar. Biasanya produk tersebut merupakan kampiun atau menjadi market leader. Harga produk asli tidak jauh berbeda dengan produk palsu yang diimpor. Jika produk asli seharga Rp 10000,- maka produk palsu impor seharga Rp 9000,-.
3	Oli dan Turunannya (Castrol)	Terbilang kecil sekitar 5 persen.	Harga bahan baku oli palsu (base oil) dipasaran sekitar Rp 8000,-; kemasannya seharga Rp 1000,-. Jika ini dijual Rp 20000,- maka pemalsu memperoleh keuntungan mencapai 100%.
4	Makanan dan Minuman (Nestle)	Persentasenya kecil kurang lebih sekitar 10 persen.	Selisih harga produk palsu dengan produk asli bisa mencapai sepersepuluhnya. Misal, Koko Krunch asli dijual seharga Rp 5000,- sedangkan Koko Krunch palsu dijual seharga Rp 500,-.
5	Farmasi (IPMG)	Hampir 80 persen obat-obatan banyak yang dipalsukan.	Produk obat palsu sering dikatakan US made dengan kategori kw1, kw2, dan seterusnya.
6	Minuman Non Alkohol (Aqua)	Persentasenya sangat kecil yakni kurang dari 1 persen	Produk minuman non alkohol pioneer biasanya dipalsukan pada merek dan kemasan yang sama. Pemalsu ingin mendompleng nama produk tersebut yang telah lebih dulu dikenal masyarakat.
7	Perangkat Lunak (BSA)	Tingkat pembajakan atau piracy rate mencapai 85 – 86 persen ditahun 2009.	Istilah yang sering digunakan untuk perangkat lunak atau software adalah pembajakan bukan pemalsuan. Pelaku pembajakan melakukan pelanggaran hak cipta terhadap produk software tersebut.
8	Minuman Berenergi & Suplemen Tubuh (Bintang 7)	Tingkat pemalsuan produk ini nyaris nol persen karena selama tiga tahun terakhir tidak ditemukan produk yang dipalsukan.	Pesan yang ingin disampaikan produsen minuman berenergi atas minuman berenergi dalam bentuk serbuk seringkali tidak sampai akibat tindakan pemalsuan. Meski harga produk asli cukup terjangkau dimasyarakat.
9	Pakaian Jadi & Kacamata (Oakley)	Hampir 99 persen produk palsu yang beredar dipasaran adalah buatan Cina.	Perbedaan harga produk asli dan palsu yang tergolong tinggi disinyalir menjadi pendorong tingginya permintaan barang palsu. Muncul kecenderungan di masyarakat bahwa mengenakan produk bermerek dapat meningkatkan citra individu.

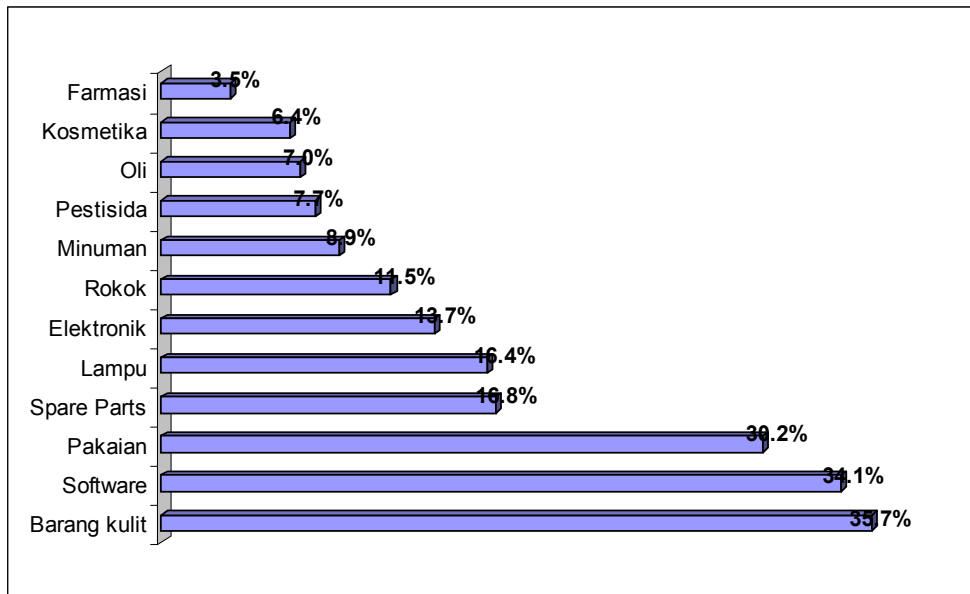
3.2. PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP BARANG PALSU

Saat ini, konsumen Indonesia masih menikmati menggunakan barang palsu. Hal ini terkait dengan berbagai hal diantaranya: pertama, perilaku ingin menggunakan merek terkenal, namun tidak memiliki daya beli yang cukup untuk membeli barang yang asli. Kedua, peredaran barang palsu yang masih sangat luas dan mudah untuk diperoleh. Ketiga, tidak adanya sanksi hukum untuk menggunakan barang palsu.

Namun demikian kesediaan konsumen menggunakan barang palsu tidak untuk semua jenis barang yang ditanyakan. Terdapat beberapa jenis barang, meskipun harga barang aslinya sangat mahal, konsumen akan tetap membeli barang asli. Barang-barang jenis ini adalah yang memiliki resiko tinggi bagi kesehatan tubuh, yaitu barang yang dimakan atau diminum misalnya obat-obatan dan minuman non alkohol.

Gambar 3.1 berikut ini menunjukkan kesediaan konsumen menggunakan barang palsu. Persentase ini dibuat berdasarkan jawaban kuesioner responden, mengenai kesediaannya menggunakan barang palsu. Jawaban menunjukkan persentase responden yang bersedia menggunakan barang palsu. Persentase ini digunakan sebagai proksi untuk menghitung besarnya output produk palsu.

Gambar 3.1
Persentase Kesediaan Masyarakat Menggunakan Barang Palsu



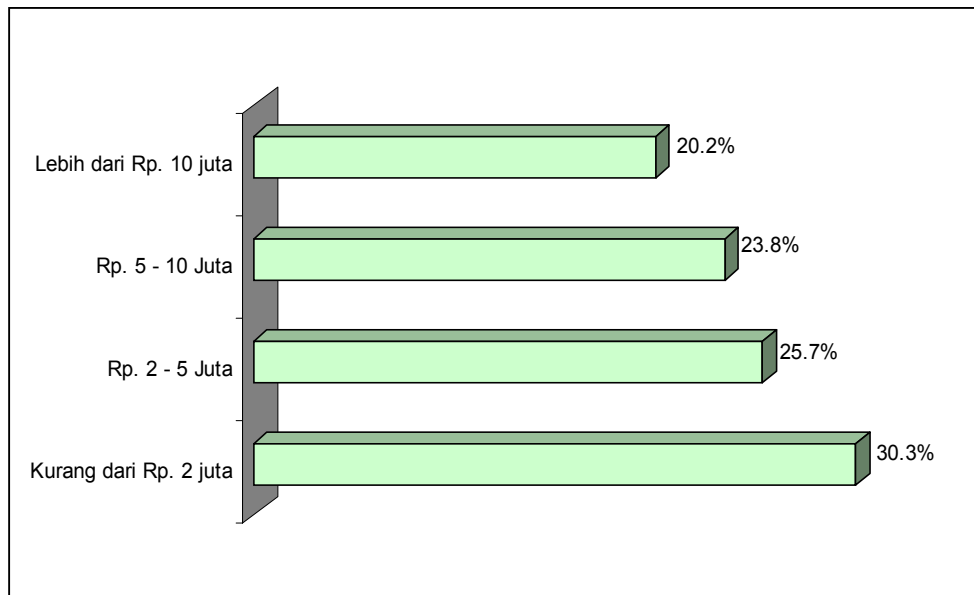
Dapat dilihat pada gambar di atas bahwa konsumen paling tidak bersedia untuk membeli obat-obatan palsu karena membahayakan kesehatan. Namun

demikian masih ada saja konsumen yang mempertimbangkan untuk membeli obat palsu. Pengetahuan yang minim dari konsumen untuk membedakan obat asli dan palsu, dan penjualan obat-obatan yang masih dapat dibeli bebas bukan di apotik, adalah alasan mengapa hal tersebut terjadi. Alasan yang sama dengan obat-obatan, dimana menggunakan kosmetika palsu berisiko merusak tubuh (khususnya kulit), maka Gambar di atas menunjukkan persentase kesediaan yang rendah.

Sesuai dengan kenyataan, penggunaan produk palsu yang paling banyak adalah barang-barang dari kulit (tas, sepatu, dompet, dan lain-lain). Di pasaran dapat dengan mudah ditemukan barang tersebut dari merek terkenal yang dijual dengan jangkauan harga dari yang paling murah ke paling mahal. Kualitas produkpun demikian, mulai dari yang sangat mirip dengan asli sampai yang sama sekali tidak berkualitas.

Penggunaan software palsu juga sangat tinggi. Pendapatan masyarakat Indonesia saat ini belum memadai untuk membeli produk asli. Hal ini tercermin dari deskripsi jawaban responden, dimana pada golongan masyarakat yang lebih tinggi, penggunaan software palsu lebih rendah (asli lebih tinggi). Gambar 3.2 menunjukkan persentase penggunaan software dari responden. Semakin tinggi persentase menunjukkan penggunaan produk palsu yang semakin tinggi.

Gambar 3.2
Persentase Kesediaan Masyarakat Menggunakan Software Palsu
berdasarkan tingkat penghasilan



Namun sering terjadi, masyarakat yang mampu sekalipun tidak bersedia membeli software asli, selama masih bisa membeli yang palsu. Pada gambar

di atas terlihat bahwa perbedaan persentase antara satu tingkat penghasilan dengan tingkat penghasilan yang lebih tinggi, relatif kecil. Berdasarkan survey ini juga dapat diketahui bahwa bahwa pada golongan pendapatan masyarakat di atas Rp. 10 juta per bulan, hanya 53.85% yang hanya membeli software asli. Kesadaran masyarakat untuk menggunakan produk asli, dan rasa malu apabila menggunakan produk palsu belum ada pada sebagian besar masyarakat Indonesia.

Secara ekonomi, tingginya pemalsuan di Indonesia disebabkan oleh dua hal. Pertama karena tingginya suplai barang palsu dari produsen, baik yang diproduksi di dalam negeri maupun diimpor dari luar negeri dan kedua, karena ada permintaan yang tinggi. Kerangka hukum yang belum jelas dan penegakan hukum yang kurang, mempermudah peredaran barang palsu di Indonesia. Tabel berikut ini memuat pendapat responden terhadap beberapa pernyataan yang menjawab mengapa barang palsu banyak beredar di Indonesia.

Tabel 3.2
Pendapat Responden mengenai barang palsu di Indonesia

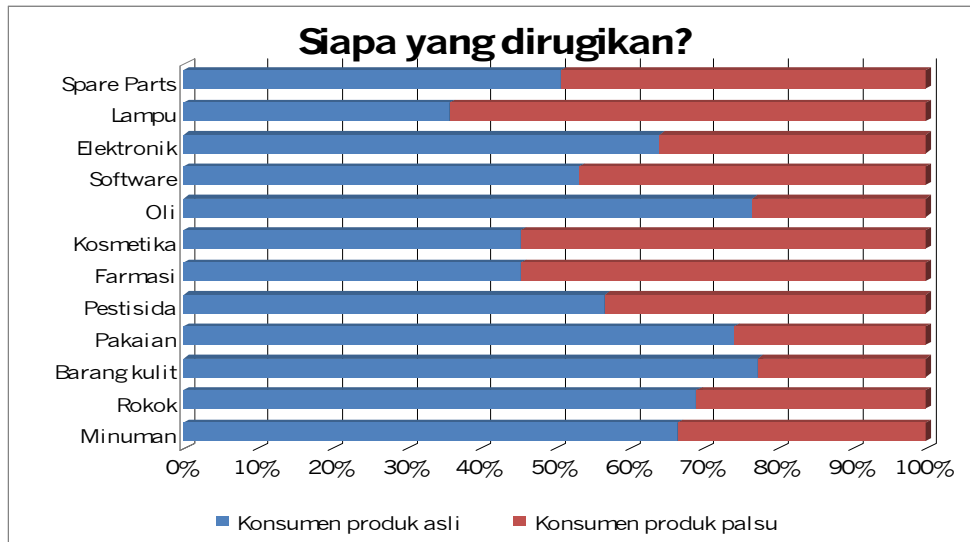
Pernyataan	Persentase Jawaban
Indonesia merupakan pemasok barang palsu untuk konsumsi dunia	28.6%
Indonesia merupakan pasar yang besar bagi barang palsu dari luar negeri (khususnya Cina)	17.2%
Karena daya beli masyarakat rendah, maka tidak ada salahnya membeli barang palsu	21.6%
Barang palsu banyak beredar di Indonesia karena kerangka hukum belum jelas	17.3%
Barang palsu banyak beredar di Indonesia karena penegakan hukum kurang	15.3%
Total	100.0%

Tabel 3.2 di atas menunjukkan bahwa beredarnya barang palsu tidak disebabkan oleh adanya permintaan, tetapi karena banyaknya suplai di pasar. Untuk jenis barang tertentu, seringkali justru sulit mencari barang aslinya. Sebagai contoh, software dan DVD bajakan. Untuk kedua produk ini, jauh lebih sulit untuk memperoleh barang asli dibandingkan dengan barang palsu. Jika demikian, meskipun konsumen mampu membeli asli, tetapi jika lebih mudah memperoleh barang palsu, maka yang dibeli adalah barang palsu. Bagi konsumen barang palsu yang beredar di Indonesia lebih banyak yang diproduksi di dalam negeri, daripada yang diimpor dari Cina. Tidak demikian halnya menurut persepsi perusahaan. Dari penggerebekan-penggerebekan yang dilakukan, lebih sering ditemukan barang palsu yang diimpor dari Cina. Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat Indonesia kurang peduli terhadap barang yang dikonsumsi. Konsumen Indonesia lebih mudah terpengaruh pada iklan dan sebagainya. Banyak konsumen yang mengira bahwa barang palsu berasal dari dalam negeri, namun sebenarnya dari luar negeri.

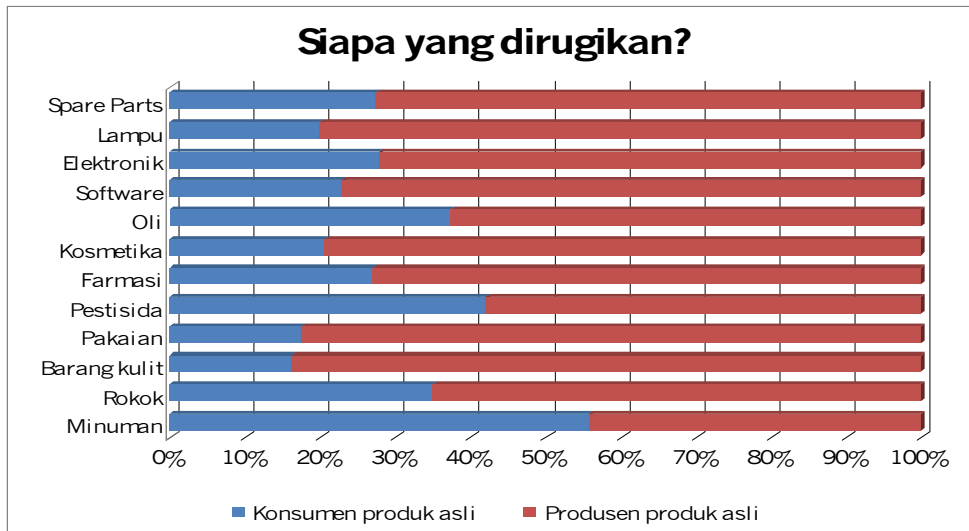
Hasil perhitungan pada Tabel 3.2 di atas menunjukkan bahwa masyarakat Indonesia belum memiliki rasa bersalah apabila menggunakan produk palsu. Hal ini ditunjukkan oleh persentase jawaban yang cukup tinggi untuk memaklumi penggunaan barang palsu dengan alasan pendapatan rendah.

Konsumen juga menyadari bahwa terdapat pihak-pihak yang dirugikan dan diuntungkan akibat beredarnya produk palsu. Dalam Gambar 3.3, Gambar 3.4, dan Gambar 3.5 berikut ini, terdapat pendapat responden yang disajikan dalam bentuk persentase mengenai siapa yang lebih dirugikan dan diuntungkan, dengan beredarnya produk palsu, untuk masing-masing jenis barang. Ada 3 kemungkinan yang dapat terjadi, pertama antara konsumen produk asli dan konsumen produk palsu, mana yang lebih dirugikan. Kedua, antara konsumen produk asli dan produsen produk asli mana yang lebih dirugikan. Ketiga antara konsumen produk palsu dan produsen produk palsu mana yang lebih diuntungkan. Dengan demikian penelitian ini mengasumsikan bahwa produsen produk asli tidak mungkin diuntungkan dengan beredarnya produk palsu.

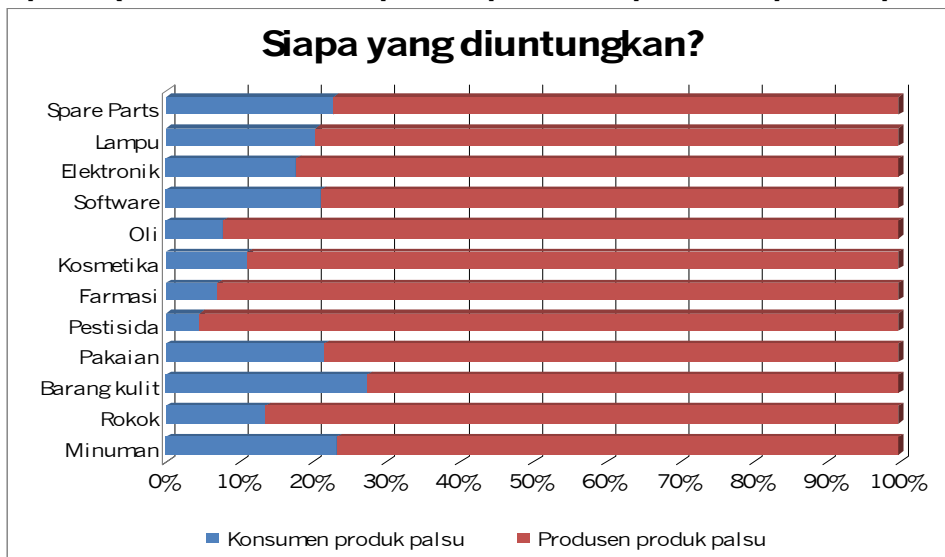
Gambar 3.3
Persentase mana yang lebih dirugikan akibat beredarnya produk palsu (antara konsumen produk asli dan konsumen produk palsu)



Gambar 3.4
Persentase mana yang lebih dirugikan akibat beredarnya produk palsu (antara konsumen produk asli dan produsen produk asli)



Gambar 3.5
Persentase mana yang lebih diuntungkan akibat beredarnya produk palsu (antara konsumen produk palsu dan produsen produk palsu)



Dari ketiga gambar di atas dapat dilakukan analisis berdasarkan karakteristik barang asli dan palsu. Pertama, untuk barang-barang dimana konsumen dengan sadar atau secara sengaja membeli produk palsu (barang kulit, pakaian, software, elektronik), konsumen produk asli yang lebih dirugikan daripada konsumen produk palsu. Untuk barang kulit dan pakaian, hal ini berkaitan dengan rusaknya kebanggaan konsumen produk palsu, sementara mereka membeli hal ini dengan harga yang sangat mahal. Untuk produk software dan elektronik, lebih terkait dengan harga yang tinggi yang harus dibayar oleh konsumen asli, sementara sama-sama memiliki fungsi yang sama.

Kedua, terdapat barang palsu dimana konsumen mengira bahwa barang yang dibelinya adalah asli (kosmetika, farmasi, lampu) untuk jenis barang yang demikian, konsumen produk palsu yang lebih dirugikan daripada konsumen produk asli. Hal ini disebabkan karena konsumen (produk palsu) mendapatkan barang dengan kualitas lebih rendah, padahal sudah membayar dengan harga sama (dengan harga barang asli). Khusus untuk lampu konsumen mengatakan bahwa produk palsu kurang tahan lama (lebih cepat "putus").

Ketiga, untuk seluruh jenis barang, kecuali minuman, produsen produk asli lebih dirugikan dibandingkan dengan konsumen produk asli. Hal ini terlihat pada jawaban responden pada Gambar 3.4. Hasil ini sejalan dengan hasil wawancara dengan produsen, dimana produsen minuman non alkohol yang produknya dipalsukan mengatakan bahwa pemalsu produknya merupakan usaha kecil rumah tangga, yang nilainya tidak sebanding dengan kegiatan usahanya yang merupakan multinational company. Namun demikian, risiko kesehatan bagi konsumen yang lebih besar dan menjadi concern, sehingga konsumen produk palsu yang lebih dirugikan.

Keempat, untuk seluruh jenis barang, keuntungan adanya produk palsu semata-mata dinikmati oleh produsen produk palsu. Hal ini tercermin melalui jawaban pada Gambar 3.5. Terlihat pada gambar tersebut bahwa konsumen produk palsu untuk barang-barang yang tidak dimakan/diminum atau barang yang tidak memiliki risiko kesehatan, (barang kulit, pakaian, dan software) keuntungan yang diperoleh konsumen produk palsu lebih tinggi dibandingkan dengan jenis barang lainnya.

Analisis berikut akan dilakukan berbeda untuk masing-masing sektor. Jika analisis di atas didasarkan pada jawaban 500 responden, maka untuk analisis berikut ini adalah berdasarkan jawaban 40 responden untuk masing-masing sektor. Karena sampel diambil secara random, maka jumlah sampel ini tetap dapat mewakili untuk dianalisis dengan asumsi distribusi normal.

3.2.1. Minuman non Alkohol

Pertimbangan konsumen membeli minuman non alkohol dapat dilihat pada Tabel 3.3 berikut ini. Ranking 1 menunjukkan pertimbangan yang paling utama. Dari jawaban responden terlihat bahwa keaslian produk termasuk pada ranking 4, sehingga dapat dikatakan bahwa pertimbangan ini tidak

merupakan prioritas bagi konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen di Indonesia masih kurang peduli terhadap keaslian produk minuman ringan yang dikonsumsinya, padahal dalam hal mengkonsumsi produk yang tidak asli terdapat risiko bagi kesehatannya.

Tabel 3.3
Pertimbangan Konsumen
Membeli Minuman Non Alkohol

Pertimbangan	Ranking
Rasa	1
Manfaat	2
Merek	3
Keaslian produk	4
Harga	5
Tempat asal produksi	6

Tabel 3.4 berikut ini menyajikan reaksi konsumen terhadap keberadaan produk minuman palsu. Konsumen yang mengetahui adanya produk minuman alkohol palsu sangat tinggi, yaitu 82.5%. Hal ini menunjukkan bahwa produk palsu tersebut beredar luas di masyarakat. Masyarakat yang mengetahui beredarnya produk palsu dan secara sengaja atau dengan sadar membelinya juga cukup banyak (45.5%). Bagi yang tidak mengetahui adanya produk palsu, masih ada yang tidak akan beralih ke produk asli, seandainya produk yang dibeli tersebut ternyata palsu (14.3%). Hasil ini juga membuktikan bahwa kepedulian konsumen terhadap keaslian produk minuman ringan yang dikonsumsinya sangat rendah.

Konsumen tidak menyadari bahwa di balik produk palsu yang dikonsumsinya terdapat risiko bagi kesehatan, meskipun rasa dan manfaat yang diperoleh sama dengan produk aslinya. Produk minuman non alkohol palsu biasanya diproduksi dengan cara yang sama sekali tidak memenuhi standar kesehatan, karena diproduksi dengan cara tradisional dan pada usaha kecil rumah tangga. Ketidakterpedulian masyarakat ini menunjukkan bahwa pemerintah dalam hal ini Kementerian kesehatan dan BPOM seharusnya memberikan sosialisasi yang lebih intens kepada masyarakat mengenai bahaya mengkonsumsi produk palsu.

Tabel 3.4
Reaksi Konsumen Terhadap Produk Minuman Non Alkohol Palsu

Mengetahui adanya produk palsu yang beredar?	Pernah membeli produk palsu ?		
	YA (82.5%)	YA 45.5%	TIDAK 45.5%
TIDAK (17.5%)	Akan beralih ke produk asli seandainya produk yang dibeli palsu?		
	YA 71.43%	TIDAK 14.3%	TIDAK TAHU 14.29%

Dalam kuesioner ditanyakan juga alasan masyarakat tidak membeli dan membeli produk palsu, yang dapat dilihat pada Tabel 3.5 dan Tabel 3.6 berikut ini. Meskipun responden tidak pernah membeli produk palsu, namun dalam kuesioner ditanyakan seandainya orang lain membeli produk produk palsu, apa alasannya.

Tabel 3.5
Alasan Masyarakat Tidak Membeli Produk
Minuman Non Alkohol Palsu

Alasan tidak membeli produk palsu	Ranking
Membahayakan kesehatan	1
Tidak terjamin kualitasnya	2
Tidak terjamin kehalalannya	3
Melanggar hukum	4
Merugikan produsen asli	5
Merugikan pemerintah	6

Tabel 3.6
Alasan Masyarakat Membeli Produk
Minuman Non Alkohol Palsu

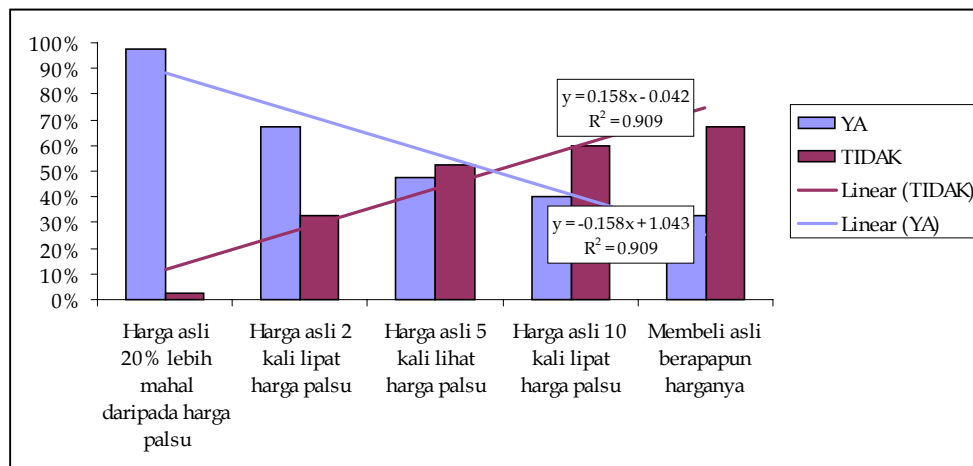
Alasan membeli produk palsu	Ranking
Harga jauh lebih murah	1
Kualitas hampir sama dengan asli	2
Pendapatan belum cukup untuk membeli produk asli	3
Rasa dan kegunaan hampir sama dengan asli	4
Kerangka dan penegakan hukum tidak jelas	5
Produsen asli sudah memperoleh untung besar	6
Penerimaan pemerintah sudah cukup besar	7

Dari kedua tabel dapat terlihat bahwa: Pertama, dalam hal membeli produk palsu, konsumen tidak mempertimbangkan adanya pelanggaran hukum (tidak takut melanggar hukum). Hal ini sejalan dengan belum adanya ketentuan hukum yang mengatur atau menghukum pembeli produk minuman non alkohol palsu. Alasan berbahaya bagi kesehatan dan kualitas lebih terjamin merupakan alasan utama bagi masyarakat untuk tidak membeli produk palsu. Kedua, harga masih merupakan pertimbangan utama bagi masyarakat yang bersedia membeli produk minuman non alkohol palsu. Pendapatan masyarakat yang rendah juga terlihat masih merupakan pemakluman (excuse) untuk membeli produk palsu. Dari sisi konsumen, kesejahteraan masyarakat, atau pendapatan masyarakat yang cukup tinggi merupakan kunci sukses hilangnya produk palsu di pasaran.

Analisis dengan menggunakan **Gambar 3.6** diarahkan untuk mengetahui pada perbedaan harga berapa, konsumen masih bersedia untuk membeli minuman non alkohol yang asli. Analisis dilakukan dengan menggunakan persamaan

tren regresi linear. Pada gambar terlihat diagram batang yang menunjukkan jawaban responden untuk tetap membeli produk asli seandainya harga asli dan palsu berbeda. Semakin tinggi perbedaan antara barang asli dan palsu, semakin banyak konsumen yang tidak bersedia untuk mengkonsumsi barang asli.

Gambar 3.6
Perbedaan Harga Minuman Non Alkohol Asli dan Palsu



Dari gambar dapat dilihat bahwa jika harga asli 2 kali lipat harga palsu, masih lebih banyak konsumen yang bersedia membeli produk asli. Namun apabila harga asli sudah menjadi 5 kali lipat harga palsu, maka sudah lebih banyak konsumen yang tidak bersedia membeli produk asli. Untuk mengetahui berapa besarnya perpindahan konsumen produk asli dan palsu digunakan garis regresi linear tren, yang terlihat pada gambar. Perpotongan garis menunjukkan bahwa pada titik tersebut konsumen akan berpindah². Konsumen akan berpindah mengkonsumsi barang palsu apabila harga barang asli 5.73 kali lipat barang palsu, atau lebih mahal. Sebagai contoh, apabila 1 kaleng harga minuman non alkohol palsu harganya Rp. 5.000, konsumen masih akan membeli produk asli apabila harganya Rp. 28.700. Seandainya harganya di atas itu, maka konsumen akan beralih ke produk palsu.

Untuk minuman ringan mungkin ilustrasi di atas belum relevan, karena dalam praktek belum ditemukan adanya perbedaan harga yang sampai sedemikian jauh. Namun demikian hal hasil penelitian ini dapat menjadi pedoman bagi produsen produk asli dalam menetapkan harga. Perlu diingat bahwa disparitas harga akan berpengaruh pada beredarnya produk palsu, dan adanya peluang

² Titik potong terletak pada $x=3.44$, yang diperoleh dengan menyetarakan kedua persamaan garis, $0.158x-0.043=-0.158x+1.043$. Nilai $x=3.44$ setara dengan $(3.44/3)*5=5.73$ kali lipat. Artinya harga barang asli 5.73 kali lipat harga barang palsu. Dengan cara yang sama perhitungan ini direplikasikan untuk seluruh sektor.

permintaan produk palsu dari masyarakat.

3.2.3. Rokok

Pertimbangan konsumen membeli rokok dapat dilihat pada **Tabel 3.7** berikut ini. Ranking 1 menunjukkan pertimbangan yang paling utama. Dari jawaban responden terlihat bahwa keaslian produk menjadi hal yang tidak terlalu penting bagi konsumen. Hal ini terlihat kriteria keaslian produk hanya di peringkat 4. Bagi konsumen, yang terpenting dalam mengkonsumsi rokok adalah rasa. Citra rasa/aroma khas rokok menjadi adiktif bagi perokok.

Tabel 3.7
Pertimbangan Konsumen Membeli Rokok

Pertimbangan	Ranking
Rasa	1
Manfaat	2
Merek	3
Keaslian produk	4
Harga	5
Tempat asal produksi	6

Tabel 3.8 berikut ini menyajikan reaksi konsumen terhadap keberadaan produk rokok. Setelah ditanyakan kepada responden, yang menjawab bahwa responden yang mengetahui adanya rokok palsu sebesar 67,5%. Hal ini berarti ada rokok palsu yang beredar di masyarakat. Dari responden yang mengetahui ada rokok palsu yang beredar di masyarakat, 25,9% dengan sadar atau secara sengaja pernah membelinya. Tapi lebih banyak yang memilih untuk tidak membelinya (70,4%). Bagi responden yang tidak mengetahui ada rokok palsu (32,5%), 69,2% menyatakan akan beralih jika rokok yang di konsumsinya ternyata palsu dan 30,8% menyatakan tidak tahu. Ini berarti tingkat kesadaran responden terhadap rokok palsu cukup tinggi.

Tabel 3.8
Reaksi Konsumen Terhadap Rokok Palsu

Mengetahui adanya produk palsu yang beredar ?	Pernah membeli produk palsu ?		
	YA	TIDAK	TIDAK TAHU
YA (67.5%)	25.9%	70.4%	3.7%
TIDAK (32.5%)	Akan beralih ke produk asli setelah mengetahui bahwa yang dibeli palsu ?		
	YA	TIDAK	TIDAK TAHU
	69.2%	0.0%	30.8%

Keengganan mengkonsumsi rokok palsu disebabkan karena adanya kesadaran responden bahwa rokok palsu memberikan tingkat ketidakpastian akan

bahaya kesehatan. Memang rokok yang asli pun sudah diperingati akan berdampak pada kesehatan. Tapi rokok palsu memberikan ketidakpastian seberapa besar kadar nikotin yang terkandung di dalam rokok palsu. Alasan lainnya adalah karena rasa yang berbeda dengan rokok asli. Ranking alasan masyarakat tidak membeli rokok lebih jelasnya dapat dilihat pada **Tabel 3.9**.

Tabel 3.9
Alasan Masyarakat tidak Membeli Rokok Palsu

Alasan tidak membeli produk palsu	Ranking
Membahayakan kesehatan	1
Rasa berbeda	2
Tidak terjamin kualitasnya	3
Melanggar hukum	4
Merugikan produsen asli	5
Merugikan pemerintah	6

Selain ditanyakan alasan tidak membeli rokok palsu, ditanyakan juga alasan membeli rokok palsu. Pertanyaan ini tetap ditanyakan kepada responden yang tidak pernah mengkonsumsi rokok palsu dengan memberikan ilustrasi orang lain yang membeli rokok palsu tersebut. Hasilnya menunjukkan bahwa alasan pertama masyarakat membeli rokok palsu adalah harga yang lebih murah.

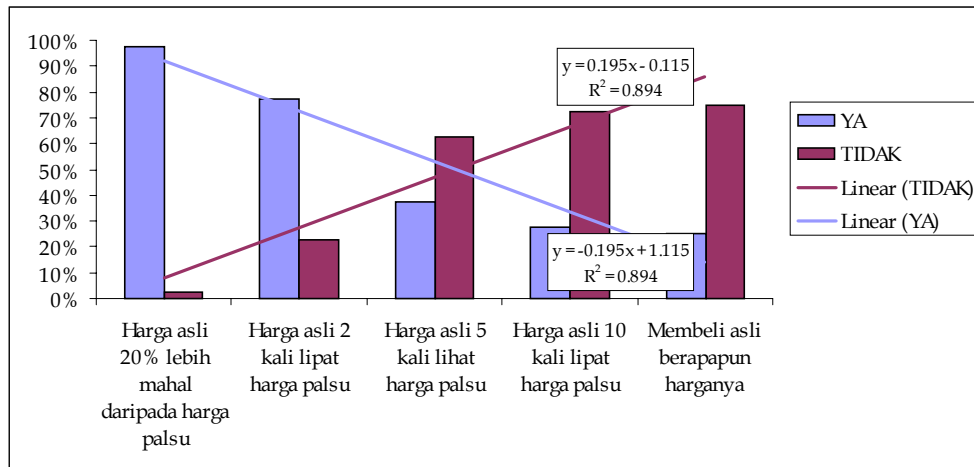
Tabel 3.10
Alasan masyarakat membeli rokok palsu

Alasan membeli produk palsu	Ranking
Harganya jauh lebih murah	1
Pendapatan belum cukup untuk membeli produk asli	2
Kualitas hampir sama dengan asli	3
Rasa hampir sama dengan asli	4
Kerangka dan penegakan hukum tidak jelas	5
Produsen asli sudah memperoleh keuntungan besar	6
Penerimaan pemerintah sudah cukup besar	7

Tabel 3.10 di atas menunjukkan : *pertama*, kerangka dan penegakan hukum yang lemah menjadi faktor pendorong masih maraknya rokok palsu. Aparat pemerintah harus di dorong lebih insentif lagi dalam melakukan penegakan hukum bagi pemalsu rokok ini. *Kedua*, ini juga terkait masalah kesehatan. Kadar nikotin rokok palsu dapat saja melebihi ambang batas, sehingga dapat merugikan konsumen. Karena itu penindakan, pemantauan dan pencegahan harus dilakukan secara reguler agar pasar rokok palsu tidak membesar. *Ketiga*, harga masih menjadi penentu dalam pasar rokok. Konsumen akan berpaling ke rokok palsu jika harga rokok palsu jauh lebih murah daripada rokok asli. Hal ini akan dijelaskan pada **Gambar 3.7**.

Analisis dengan menggunakan **Gambar 3.7** diarahkan untuk mengetahui pada perbedaan harga berapa, konsumen masih bersedia untuk membeli rokok yang asli. Analisis dilakukan dengan menggunakan persamaan tren regresi linear. Pada gambar terlihat diagram batang yang menunjukkan jawaban responden untuk tetap membeli produk asli seandainya harga asli dan palsu berbeda. Semakin tinggi perbedaan antara barang asli dan palsu, semakin banyak konsumen yang tidak bersedia untuk mengkonsumsi barang asli.

Gambar 3.7
Perbedaan Harga Rokok Asli Dan Palsu



Dari diagram dapat dilihat bahwa jika harga asli 2 kali lipat harga palsu, masih lebih banyak konsumen yang bersedia membeli produk asli. Namun apabila harga asli sudah menjadi 5 kali lipat harga palsu, maka sudah lebih banyak konsumen yang tidak bersedia membeli produk asli. Untuk mengetahui berapa besarnya perpindahan konsumen produk asli dan palsu digunakan garis regresi linear tren, yang terlihat pada gambar. Perpotongan garis menunjukkan bahwa pada titik tersebut konsumen akan berpindah. Konsumen akan berpindah mengkonsumsi barang palsu apabila harga barang asli 3.15 kali lipat barang palsu, atau lebih mahal. Sebagai contoh, apabila 1 bungkus rokok palsu harganya Rp. 3.000, konsumen masih akan membeli produk asli apabila harganya Rp. 15.770. Seandainya harganya di atas itu, maka konsumen akan beralih ke produk palsu. Atau untuk rokok asli yang satu bungkusnya Rp. 30.000, konsumen akan beralih ke produk palsu apabila beredar produk palsunya seharga Rp. 5.708. Apabila rokok palsu berharga di atas itu, maka konsumen akan membeli yang asli.

Untuk kasus rokok masalah yang dihadapi pemerintah dan pengusaha bukan kepada rokok palsu, tetapi kepada cukai palsu. Rokok yang diproduksi tidak memalsukan merek rokok terkenal, hanya mungkin design bungkus yang

mirip, namun tidak menggunakan cukai atau menggunakan cukai palsu.

3.2.4. Barang-barang dari kulit

Pertimbangan konsumen membeli barang dari kulit dapat dilihat pada **Tabel 3.11** berikut ini. Ranking 1 menunjukkan pertimbangan yang paling utama. Dari jawaban responden terlihat bahwa pertimbangan utama dari membeli barang dari kulit adalah kualitas. Sedangkan keaslian produk bukan prioritas dalam mengkonsumsi barang dari kulit. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen tidak begitu memperdulikan apakah produk yang dibelinya asli atau palsu, yang terpenting adalah kualitas.

Tabel 3.11
Pertimbangan Konsumen Membeli Barang dari Kulit

Pertimbangan	Ranking
Kualitas	1
Manfaat	2
Harga	3
Keaslian Produk	4
Merek	5
Tempat Asal produksi	6

Tabel 3.12 berikut ini menyajikan reaksi konsumen terhadap keberadaan produk barang dari kulit. Setelah ditanyakan kepada responden, yang menjawab bahwa responden yang mengetahui adanya barang dari kulit palsu sebesar 95%. Tingginya pengetahuan responden terhadap produk barang dari kulit palsu menunjukkan bahwa peredarannya produk palsu tersebut sangat masive dan beredar luas di masyarakat. Ketika ditanya kembali apakah mereka membelinya, jawaban responden cukup tinggi mengatakan iya, yaitu 96,3%. Artinya konsumen secara sadar dan dengan sengaja membeli produk palsu tersebut cukup tinggi. Ketika responden tidak mengetahui bahwa produk palsu dan ternyata produk barang dari kulitnya adalah produk palsu, hanya 15,4% responden yang ingin beralih membeli produk asli. Artinya konsumen Indonesia tidak begitu peduli dengan keaslian produk barang dari kulit dan tingkat konsumsi produk dari kulit yang asli rendah di masyarakat Indonesia.

Pada kenyataannya konsumsi barang dari kulit palsu memang masing sangat tinggi di Indonesia. Hal ini terkait dengan pola hidup dan gaya hidup yang ingin mengikuti trend dan tidak ketinggalan jaman. Padahal kondisinya kontradiktif dengan kemampuan daya beli masyarakat Indonesia. Peluang ini yang diisi oleh produsen palsu untuk memasarkan produk palsu mereka. Konsumen tidak peduli barangnya asli atau palsu, yang penting bagi mereka adalah harga terjangkau, mengikuti trend dan kualitas masih bisa ditelorir.

Tabel 3.12
Reaksi konsumen terhadap barang dari kulit palsu

Mengetahui adanya produk palsu yang beredar ?	Pernah membeli produk palsu ?		
	YA (95%)	YA 96.3%	TIDAK 22.2%
TIDAK (5%)	Akan beralih ke produk asli setelah mengetahui bahwa yang dibeli palsu ?		
	YA 15.4%	TIDAK 0.0%	TIDAK TAHU 0.0%

Di dalam kuesioner ditanyakan juga alasan masyarakat tidak membeli produk palsu, yang dapat dilihat pada **Tabel 3.13** berikut ini. Alasan pertama masyarakat untuk tidak mengkonsumsi barang dari kulit yang palsu adalah dari sisi kualitas tidak terjamin. Pernyataan ini konsisten dengan pertanyaan sebelumnya yang menanyakan alasan membeli barang dari kulit yaitu kualitas. Dalam kenyataannya produk palsu pun ada yang kualitasnya menyerupai dengan yang asli. Penyebutannya sering dikenal dengan KW 1, KW 2 dan seterusnya. Karena itu alasan kualitas tidak menjamin konsumen membeli produk asli dan ini dibuktikan banyaknya responden yang mengetahui dan secara sadar dan sengaja membeli produk palsu.

Tabel 3.13
Alasan Masyarakat Tidak Membeli Barang dari Kulit Palsu

Alasan tidak membeli produk palsu	Ranking
Tidak terjamin kualitasnya	1
Harga diri naik jika membeli barang asli	2
Harga dengan produk asli hampir sama	3
Merugikan produsen asli	4
Melanggar hukum	5
Merugikan pemerintah	6

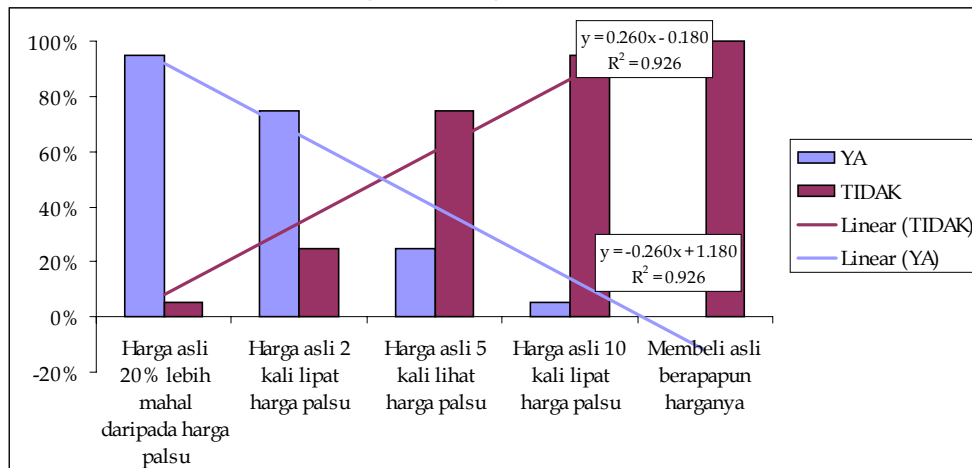
Tabel 3.14
Alasan Masyarakat Membeli Barang dari Kulit Palsu

Alasan membeli produk palsu	Ranking
Pendapatan belum cukup untuk membeli produk asli	1
Harga jauh lebih murah daripada produk asli	2
Kualitas hampir sama dengan asli	3
Fungsi sama dengan asli	4
Kerangka hukum tidak jelas	5
Produsen asli sudah memperoleh keuntungan besar	6
Penerimaan pemerintah sudah cukup besar	7

Pada **Tabel 3.14** diatas menunjukkan alasan masyarakat membeli produk barang dari kulit palsu. Hal ini ditanyakan ke responden walaupun responden mungkin tidak pernah membeli produk palsu tersebut dengan cara memberikan ilustrasi jika orang lain yang membeli produk tersebut. Alasan pertama membeli yang palsu adalah karena pendapatan masyarakat yang belum mencukupi membeli yang asli. Alasan lainnya adalah harga yang jauh lebih murah. Kedua alasan ini masuk akal karena harga barang dari kulit asli memang kenyataannya sangat mahal untuk ukuran rata-rata pendapatan masyarakat Indonesia. Masyarakat pada umumnya tidak dapat menjangkau produk asli tersebut, hanya masyarakat kelas atas saja yang mampu membelinya. Karena tetap ingin mengikuti trend, maka pilihan selanjutnya adalah membeli yang palsu tapi dengan kualitas yang bagus. Pilihan palsu ada di pasar dengan mudahnya diperoleh karena upaya penegakan hukum yang lemah.

Analisis dengan menggunakan **Gambar 3.8** diarahkan untuk mengetahui pada perbedaan harga berapa, konsumen masih bersedia untuk membeli barang dari kulit asli. Analisis dilakukan dengan menggunakan persamaan tren regresi linear. Pada gambar terlihat diagram batang yang menunjukkan jawaban responden untuk tetap membeli produk asli seandainya harga asli dan palsu berbeda. Semakin tinggi perbedaan antara barang asli dan palsu, semakin banyak konsumen yang tidak bersedia untuk mengkonsumsi barang asli.

Gambar 3.8
Perbedaan Harga Barang dari Kulit Asli dan Palsu



Dari diagram dapat dilihat bahwa jika harga asli 2 kali lipat harga palsu, masih lebih banyak konsumen yang bersedia membeli produk asli. Namun apabila harga asli sudah menjadi 5 kali lipat harga palsu, maka sudah lebih banyak konsumen yang tidak bersedia membeli produk asli. Untuk mengetahui berapa besarnya perpindahan konsumen produk asli dan palsu digunakan garis

regresi linear tren, yang terlihat pada gambar. Perpotongan garis menunjukkan bahwa pada titik tersebut konsumen akan berpindah. Konsumen akan berpindah mengkonsumsi barang palsu apabila harga barang asli 2.62 kali lipat barang palsu, atau lebih mahal. Sebagai contoh, apabila 1 buah tas bermerek palsu dijual dengan harga Rp. 100.000, konsumen masih akan membeli produk asli apabila harganya di bawah Rp. 436.000. Seandainya harganya di atas itu, maka konsumen akan beralih ke produk palsu. Atau sebaliknya, apabila tas asli seharga Rp. 10 juta rupiah, maka konsumen bersedia membeli tas palsunya sampai dengan harga Rp. 2,3 juta rupiah. Apabila tas palsu dijual di atas itu, maka konsumen akan membeli produk asli.

Adanya perilaku seperti ini memberikan suatu rekomendasi kepada pemerintah untuk membatasi ruang gerak produsen palsu. Pemalsuan dapat dikurangi, misalnya dengan mengenakan denda kepada penjual dan pembuat tas palsu. Apabila penjual menjual tas palsu berlogo tertentu, maka tidak perlu serta merta dilakukan penggerebekan karena tidak efektif. Misalnya dapat dikenakan denda, sehingga mereka terpaksa menjualnya dengan harga yang lebih tinggi kepada konsumen. Dengan demikian konsumen semakin tidak tertarik membeli barang palsu, dan berpindah ke barang asli.

3.2.5. Pakaian

Pertimbangan konsumen membeli pakaian dapat dilihat pada **Tabel 3.15** berikut ini. Ranking 1 menunjukkan pertimbangan yang paling utama. Dari jawaban responden terlihat bahwa pertimbangan utama dari membeli pakaian adalah kualitas. Sedangkan keaslian produk bukan prioritas dalam mengkonsumsi pakaian. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen tidak begitu memperdulikan apakah produk yang dibelinya asli atau palsu, yang terpenting adalah kualitas.

Tabel 3.15
Pertimbangan Konsumen Membeli Pakaian

Pertimbangan	Ranking
Kualitas	1
Manfaat	2
Harga	3
Merek	4
Keaslian Produk	5
Tempat Asal produksi	6

Tabel 3.16 berikut ini menyajikan reaksi konsumen terhadap keberadaan produk pakaian. Setelah ditanyakan kepada responden, yang menjawab bahwa responden yang mengetahui adanya pakaian palsu sebesar 80%. Tingginya pengetahuan responden terhadap produk pakaian palsu menunjukkan bahwa peredarannya produk palsu tersebut sangat masive dan

beredar luas di masyarakat. Ketika ditanya kembali apakah mereka membelinya, jawaban responden mengatakan iya, yaitu 65,6%. Artinya konsumen secara sadar dan dengan sengaja membeli produk palsu tersebut cukup tinggi. Ketika responden tidak mengetahui bahwa produk palsu dan ternyata produk pakaiannya adalah produk palsu, 100% responden yang ingin beralih membeli produk asli. Artinya konsumen Indonesia sebenarnya ingin membeli produk asli walaupun secara proporsional jumlah respondennya hanya 20% yang tidak mengetahui produknya asli atau palsu. Tingkat kesadaran untuk membeli yang asli memang lebih baik daripada barang dari kulit karena jenis pakaian yang asli saat ini harganya cukup terjangkau dan di produksi massal.

Tabel 3.16
Reaksi Konsumen Terhadap Pakaian Palsu

Mengetahui adanya produk palsu yang beredar ?	Pernah membeli produk palsu ?		
	YA	TIDAK	TIDAK TAHU
YA (80%)	65.6%	18.8%	15.6%
TIDAK (20%)	Akan beralih ke produk asli setelah mengetahui bahwa yang dibeli palsu ?		
	YA	TIDAK	TIDAK TAHU
	100.0%	0.0%	0.0%

Di dalam kuesioner ditanyakan juga alasan masyarakat tidak membeli produk palsu, yang dapat dilihat pada **Tabel 3.17** berikut ini. Alasan pertama masyarakat untuk tidak mengkonsumsi pakaian yang palsu adalah dari sisi kualitas tidak terjamin. Pernyataan ini konsisten dengan pertanyaan sebelumnya yang menanyakan alasan membeli pakaian yaitu kualitas. Dalam kenyataannya produk palsu pun ada yang kualitasnya menyerupai dengan yang asli. Karena itu alasan kualitas tidak menjamin konsumen membeli produk asli dan ini dibuktikan banyaknya responden yang mengetahui dan secara sadar dan sengaja membeli produk palsu.

Tabel 3.17
Alasan Masyarakat Tidak Membeli Pakaian Palsu

Alasan tidak membeli produk palsu	Ranking
Barang palsu tidak terjamin kualitasnya	1
Harga diri naik jika membeli barang asli	2
Melanggar hukum	3
Merugikan pemerintah	4
Harga produk asli hampir sama dengan produk palsu	5
Merugikan produsen produk asli	6

Pada **Tabel 3.18** dibawah ini menunjukkan alasan masyarakat membeli produk pakaian palsu. Hal ini ditanyakan ke responden walaupun responden mungkin tidak pernah membeli produk palsu tersebut dengan cara memberikan ilustrasi jika orang lain yang membeli produk tersebut. Alasan

pertama membeli yang palsu adalah karena harga yang jauh lebih murah dari harga pakaian asli. Alasan lainnya adalah pendapatan masyarakat yang belum mencukupi membeli yang asli. Kedua alasan ini masuk akal karena harga pakaian asli memang kenyataannya sangat mahal untuk ukuran rata-rata pendapatan masyarakat Indonesia. Masyarakat pada umumnya tidak dapat menjangkau produk asli tersebut, hanya masyarakat kelas atas saja yang mampu membelinya. Karena tetap ingin mengikuti trend, maka pilihan selanjutnya adalah membeli yang palsu tapi dengan kualitas yang bagus. Pilihan palsu ada di pasar dengan mudahnya diperoleh karena upaya penegakan hukum yang lemah.

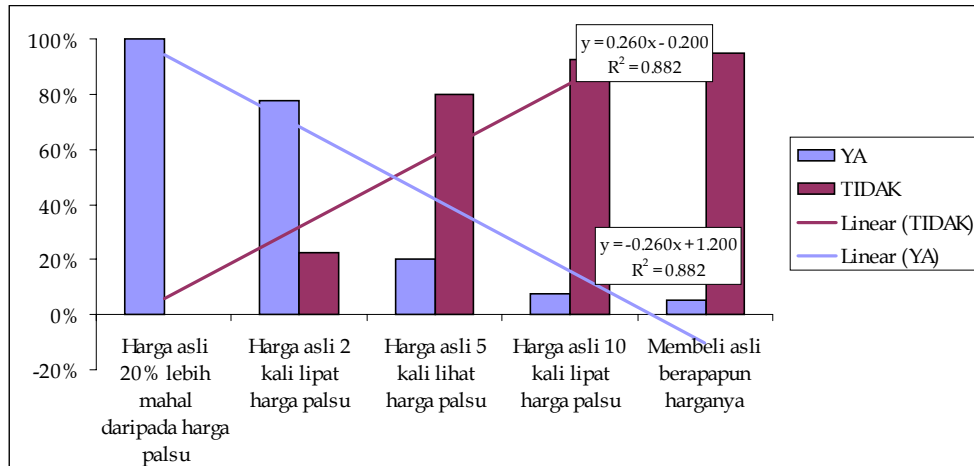
Tabel 3.18
Alasan Masyarakat Membeli Pakaian Palsu

Alasan membeli produk palsu	Ranking
Harga jauh lebih murah daripada produk asli	1
Pendapatan belum cukup untuk membeli produk asli	2
Fungsi sama dengan asli	3
Kualitas hampir sama dengan asli	4
Kerangka hukum tidak jelas	5
Produsen asli sudah memperoleh keuntungan besar	6
Penerimaan pemerintah sudah cukup besar	7

Analisis dengan menggunakan Gambar 3.9 diarahkan untuk mengetahui pada perbedaan harga berapa, konsumen masih bersedia untuk membeli pakaian dengan merek asli. Analisis dilakukan dengan menggunakan persamaan tren regresi linear. Pada gambar terlihat diagram batang yang menunjukkan jawaban responden untuk tetap membeli produk asli seandainya harga asli dan palsu berbeda. Semakin tinggi perbedaan antara barang asli dan palsu, semakin banyak konsumen yang tidak bersedia untuk mengkonsumsi barang asli.

Dari diagram dapat dilihat bahwa jika harga asli 2 kali lipat harga palsu, masih lebih banyak konsumen yang bersedia membeli produk asli. Namun apabila harga asli sudah menjadi 5 kali lipat harga palsu, maka sudah lebih banyak konsumen yang tidak bersedia membeli produk asli. Untuk mengetahui berapa besarnya perpindahan konsumen produk asli dan palsu digunakan garis regresi linear tren, yang terlihat pada gambar. Perpotongan garis menunjukkan bahwa pada titik tersebut konsumen akan berpindah. Konsumen akan berpindah mengkonsumsi barang palsu apabila harga barang asli 2.69 kali lipat barang palsu, atau lebih mahal. Sebagai contoh, apabila 1 T-shirt bermerek palsu dijual dengan harga Rp. 50.000, konsumen masih akan membeli produk asli apabila harganya kurang dari Rp. 224.000. Seandainya harganya di atas itu, maka konsumen akan beralih ke produk palsu. Sebaliknya, apabila harga 1 T-shirt asli seharga Rp. 250.000, maka konsumen akan bersedia membeli barang palsunya sampai dengan harga Rp. 55.700. Apabila barang palsu dijual dengan harga lebih dari itu, maka konsumen lebih memilih untuk membeli barang asli.

Gambar 3.9
Perbedaan Harga Pakaian Asli dan Palsu



Di pasar, perbandingan produk asli dan palsu untuk pakaian berkisar antara nilai di atas. Hal ini menunjukkan adanya persaingan antara barang pakaian asli dan palsu. Permintaan pakaian bermerek palsu akan terus meningkat, khususnya di kalangan remaja, karena dengan mengenakan pakaian bermerek, ada kebanggaan tersendiri. Agar masyarakat berpindah dari pakaian dengan merek palsu ke asli, produsen pakaian asli harus dapat menjual dengan harga yang cukup rendah sehingga kompetitif dengan produk palsu.

3.2.6. Pestisida

Pertimbangan konsumen membeli pestisida dapat dilihat pada **Tabel 3.19** berikut ini. Ranking 1 menunjukkan pertimbangan yang paling utama. Dari jawaban responden terlihat bahwa pertimbangan utama dari membeli pestisida adalah manfaat. Sedangkan keaslian produk prioritas kedua dalam mengkonsumsi pestisida. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen tidak begitu memperdulikan apakah produk yang dibelinya asli atau palsu, yang terpenting adalah manfaat.

Tabel 3.19
Pertimbangan Konsumen Membeli Pestisida

Pertimbangan	Ranking
Manfaat	1
Keaslian Produk	2
Harga	3
Merek	4
Ketersediaan produk pestisida di pasar	5
Beli di agen resmi	6

Tabel 3.20 berikut ini menyajikan reaksi konsumen terhadap keberadaan produk pestisida. Setelah ditanyakan kepada responden, yang menjawab bahwa responden yang mengetahui adanya pestisida palsu sebesar 80%. Hal ini menunjukkan peredaran pestisida palsu cukup luas di masyarakat. Tapi yang menarik adalah walaupun responden tahu ada pestisida palsu, yang memakai pestisida palsu hanya 34,8%. Ini menunjukkan bahwa secara sadar responden mengetahui adanya peredaran palsu tapi hanya sedikit yang mau mengkonsumsi pestisida palsu. Jawabannya konsisten dengan pertanyaan sebelumnya tentang alasan membeli pestisida yaitu manfaat. Manfaat produk pestisida palsu tidak lebih ampuh daripada produk pestisida asli. Hal itu menjadi pertimbangan responden membeli produk pestisida asli. Bagi responden yang tidak mengetahui produk palsu (20%), jika ternyata produk pestisida yang dibeli palsu, responden yang akan beralih ke cukup tinggi yaitu 76,5%. Artinya responden secara sadar tetap ingin mengkonsumsi pestisida asli.

Tabel 3.20
Reaksi Konsumen Terhadap Pestisida Palsu

Mengetahui adanya produk palsu yang beredar ?	Pernah membeli produk palsu ?		
	YA (80%)	YA 34.8%	TIDAK 56.5%
TIDAK (20%)	Akan beralih ke produk asli setelah mengetahui bahwa yang dibeli palsu ?		
	YA 76.5%	TIDAK 23.5%	TIDAK TAHU 0.0%

Di dalam kuesioner ditanyakan juga alasan masyarakat tidak membeli produk palsu, yang dapat dilihat pada **Tabel 3.21** berikut ini. Alasan pertama masyarakat untuk tidak mengkonsumsi pestisida palsu adalah karena pestisida palsu dapat merusak tanaman. Selanjutnya adalah tidak terjamin kualitasnya. Alasan ini tetap konsisten dengan pertanyaan pertama tentang alasan membeli pestisida dan membeli yang asli. Responden menganggap manfaat pestisida asli lebih baik daripada yang palsu. Pestisida palsu dikhawatirkan dapat merusak tanaman, kualitasnya lebih rendah dari yang asli dan tentunya tidak akan meningkatkan hasil produksi.

Tabel 3.21
Alasan Masyarakat Tidak Membeli Pestisida Palsu

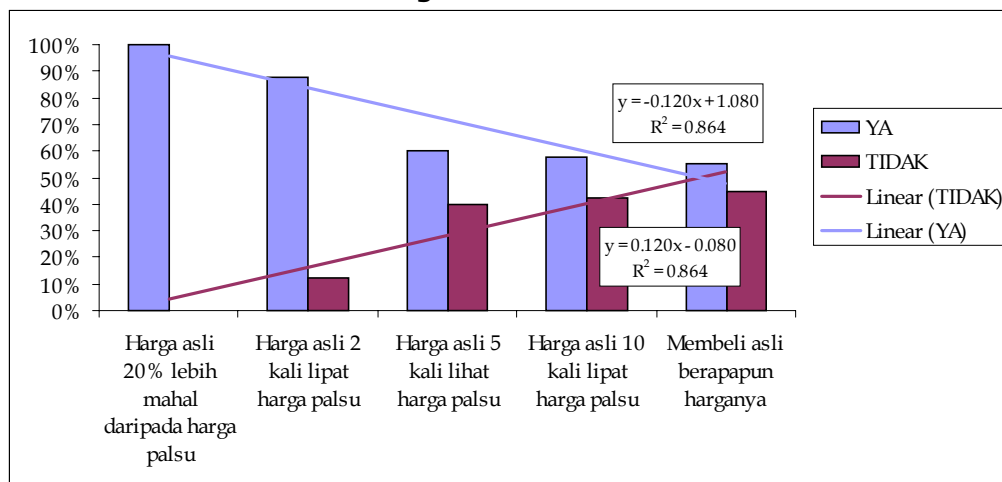
Alasan tidak membeli produk palsu	Ranking
Dapat merusak tanaman	1
Tidak terjamin kualitasnya	2
Tidak meningkatkan hasil produksi	3
Melanggar hukum	4
Merugikan produsen produk asli	5
Harganya hampir sama dengan yang palsu	6
Merugikan pemerintah	7

Pada **Tabel 3.22** dibawah ini menunjukkan alasan masyarakat membeli produk pestisida palsu. Hal ini ditanyakan ke responden walaupun responden mungkin tidak pernah membeli produk palsu tersebut dengan cara memberikan ilustrasi jika orang lain yang membeli produk tersebut. Alasan pertama membeli yang palsu adalah karena harga jauh lebih murah daripada produk asli. Alasan lainnya adalah pendapatan yang belum cukup untuk membeli yang asli dan penegakan hukum yang lemah. Ini yang menyebabkan pemalsu masih mau melakukan kegiatan pemalsuan di Indonesia.

Tabel 3.22
Alasan Masyarakat Membeli Pestisida Palsu

Alasan membeli produk palsu	Ranking
Harga jauh lebih murah daripada produk asli	1
Pendapatan belum cukup untuk membeli produk asli	2
Kualitas hampir sama dengan asli	3
Sama ampuhnya membasmi hama dengan yang asli	4
Tidak ada efek samping bagi tanaman	5
Kerangka hukum tidak jelas	6
Produsen asli sudah memperoleh keuntungan besar	7
Penerimaan pemerintah sudah cukup besar	8

Gambar 3.10
Perbedaan Harga Pestisida Asli Dan Palsu



Gambar 3.10 di atas menunjukkan bahwa perpotongan kedua garis regresi berada pada interval bahwa konsumen akan membeli berapapun harganya. Pestisida merupakan produk yang tidak dikonsumsi secara rutin dan terus menerus oleh seluruh kalangan masyarakat. Dibandingkan dengan konsumsi secara keseluruhan, konsumsi pestisida sangat kecil. Bagi responden,

dikonsumsi atau tidak dikonsumsi tidak merupakan masalah.

Namun bagi para petani, pestisida merupakan produk penting, tetapi tidak bagi masyarakat di perkotaan. Oleh karena itu, masyarakat tetap akan membeli produk asli berapapun harganya. Karena survey dilakukan di 2 kota besar, kesimpulan ini mungkin akan berbeda jika dilakukan di perdesaan, khususnya kepada petani. Hal ini menjadi catatan dari penelitian ini.

3.2.7. Farmasi/Obat

Pertimbangan konsumen membeli obat dapat dilihat pada **Tabel 3.23** berikut ini. Ranking 1 menunjukkan pertimbangan yang paling utama. Dari jawaban responden terlihat bahwa pertimbangan utama dari membeli obat adalah resep dokter. Lalu pertimbangan lainnya adalah keaslian produk. Sedangkan merek obat dan harga obat tidak menjadi pertimbangan utama membeli obat. Hal yang wajar bagi responden menempatkan pertimbangan pertama dan kedua, sedapat mungkin obat yang dibeli adalah dari resep dokter dan asli. Resep dokter adalah rujukan yang dapat dipercaya oleh konsumen dan membeli obat asli karena kemampuan menyembuhkan lebih baik daripada yang palsu. Selain itu ada keawatiran konsumen jika mengkonsumsi yang palsu dapat membahayakan kesehatan.

Tabel 3.23
Pertimbangan Konsumen Membeli Obat

Pertimbangan	Ranking
Resep dokter	1
Keaslian produk	2
Kemanjuran obat untuk menyembuhkan	3
Merek obat	4
Harga obat	5
Tempat asal produksi	6

Tabel 3.24 berikut ini menyajikan reaksi konsumen terhadap keberadaan produk obat. Setelah ditanyakan kepada responden, yang menjawab bahwa responden yang mengetahui adanya obat palsu sebesar 90%. Dari 90% responden yang mengetahui ada obat palsu lalu secara tidak sengaja mengkonsumsi obat palsu (baru tahu setelah di pakai) sebesar 30,6%. Sedangkan yang tidak tahu ada peredaran obat palsu hanya 10%. Dari 10% ini tidak ada yang mau meneruskan memakai obat jika ternyata yang dikonsumsi oleh responden adalah palsu, bahkan sebaliknya obat palsu tersebut dibuang dan kemudian membeli obat asli di apotik. Tapi ada beberapa responden tetap mencari harga yang lebih murah.

Responden tidak menyadari membeli produk obat palsu akibat dari "rayuan" penjual obat dan tanpa resep dokter. Dampak obat palsu ini lebih berbahaya karena dikonsumsi oleh tubuh. Obat palsu tidak diketahui bahan-bahannya dan tidak melewati kontrol dari BPOM. Karena pengawasan dan penegakan

hukum harus rutin dilakukan untuk meminimalisir dampaknya kepada masyarakat.

Tabel 3.24
Reaksi Konsumen Terhadap Obat Palsu

Mengetahui adanya produk palsu yang beredar ?	Pernah membeli produk palsu ?		
	YA (90%)	YA 30.6%	TIDAK 55.6%
TIDAK (10%) <i>Seandainya produk yang anda pakai palsu, kemudian anda mengetahuinya. Apa yang anda lakukan dengan obat tersebut?</i>	Meneruskan memakai, selama berdampak baik		
	YA 0.0%	TIDAK 100.0%	
	Membuang, kemudian membeli yang asli di apotek		
	YA 100.0%	TIDAK 0.0%	
	Mencari merek lain yang lebih murah		
	YA 50.0%	TIDAK 50.0%	

Di dalam kuesioner ditanyakan juga alasan masyarakat tidak membeli produk palsu, yang dapat dilihat pada **Tabel 3.25** berikut ini. Alasan pertama masyarakat untuk tidak mengkonsumsi obat palsu adalah karena obat palsu dapat membahayakan kesehatan diri sendiri dan keluarga. Selanjutnya adalah tidak terjamin kualitasnya. Alasan ini tercermin keengganan responden untuk membeli obat palsu, bahkan jika obat yang dibeli adalah palsu, responden langsung membuang dan mengganti obat asli. Kualitas tidak terjamin karena dampaknya kepada kesehatan. Tidak ada orang yang mau mengambil resiko dengan mempertaruhkan kesehatannya demi mengkonsumsi obat palsu. Karena itu, responden lebih banyak tertipu membeli obat palsu akibat bujukan dari penjual obat bukan karena kesadaran sendiri untuk membeli obat tersebut.

Tabel 3.25
Alasan Masyarakat tidak Membeli Obat Palsu

Alasan tidak membeli produk palsu	Ranking
Membahayakan kesehatan diri sendiri dan keluarga	1
Tidak terjamin kualitasnya	2
Tidak direkomendasikan dokter	3
Melanggar hukum	4
Merugikan produsen produk asli	5
Merugikan pemerintah	6

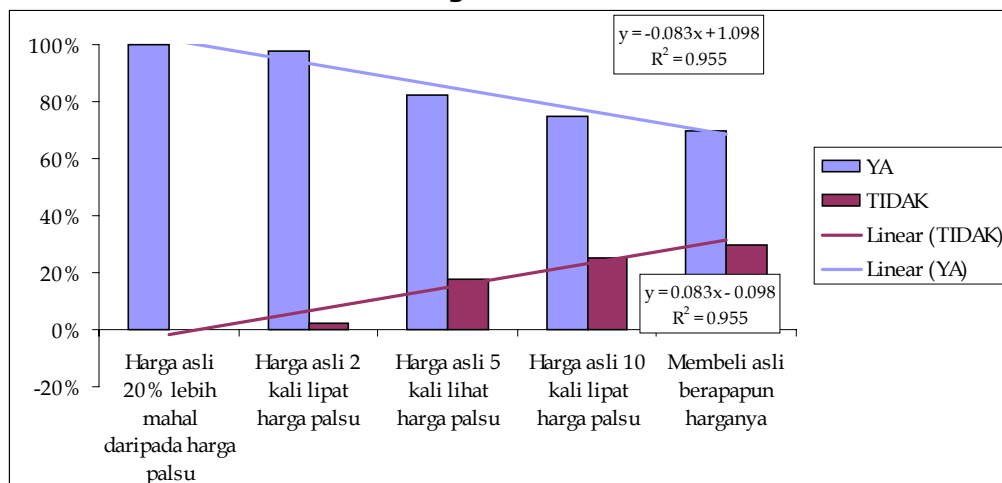
Pada **Tabel 3.26** dibawah ini menunjukkan alasan masyarakat membeli produk obat palsu. Hal ini ditanyakan ke responden walaupun responden

mungkin tidak pernah membeli produk palsu tersebut dengan cara memberikan ilustrasi jika orang lain yang membeli produk tersebut. Alasan pertama membeli yang palsu adalah karena harga jauh lebih murah daripada produk asli. Alasan lainnya adalah kualitasnya hampir sama dengan yang asli. Pendapatan rata-rata penduduk Indonesia yang masih tergolong rendah, menjadi penyebab munculnya obat palsu di pasaran. Kegiatan pasar obat palsu menyebar luas di masyarakat, namun penegakan hukum dan pengawasan kurang. Walaupun seperti kata responden efek obat palsu itu hampir sama dengan yang asli, bahan-bahan yang di olah belum tentu baik untuk di konsumsi. Seharusnya semua obat sudah melewati BPOM dan sudah di registrasi.

Tabel 3.26
Alasan Masyarakat Membeli Obat Palsu

Alasan membeli produk palsu	Ranking
Harga jauh lebih murah	1
Kualitas hampir sama dengan asli	2
Kegunaan hampir sama dengan asli	3
Pendapatan belum cukup untuk membeli produk asli	4
Kerangka hukum tidak jelas	5
Pabrik obat asli sudah memperoleh keuntungan besar	6
Penerimaan pemerintah sudah cukup besar	7

Gambar 3.11
Perbedaan Harga Obat Asli dan Palsu



Konsumen akan selalu membeli obat asli, berapapun harganya, ditunjukkan oleh perpotongan garis regresi yang terletak di luar interval jawaban yang tersedia, tidak tampak pada gambar. Risiko melakukan konsumsi obat palsu pada kematian, tentu membuat obat merupakan produk dimana konsumen tidak akan membeli apabila mengetahui bahwa obat tersebut adalah palsu.

Produk obat-obatan harus mendapat perhatian khusus dari pemerintah. Peredaran produk palsu sama sekali tidak dikehendaki oleh masyarakat, tidak sama halnya dengan produk-produk lain seperti barang dari kulit dan pakaian. Produk palsu diproduksi untuk menipu konsumen, sehingga membeli dengan harga yang sama dengan produk asli. Bahkan untuk jenis obat yang sulit dicari, konsumen bersedia membayar dengan harga lebih mahal.

3.2.8. Kosmetika

Pertimbangan konsumen membeli kosmetika dapat dilihat pada **Tabel 3.27** berikut ini. Ranking 1 menunjukkan pertimbangan yang paling utama. Dari jawaban responden terlihat bahwa pertimbangan utama dari membeli kosmetika adalah harga produk. Sedangkan keaslian produk bukan merupakan pertimbangan utama bagi responden. Ini mengindikasikan adanya peredaran kosmetika palsu dipasaran. Jika pertimbangannya harga, maka harga yang lebih murah akan dipilih oleh konsumen, tidak melihat produknya asli atau palsu dan tidak melihat merek juga.

Tabel 3.27
Pertimbangan Konsumen Membeli Kosmetika

Pertimbangan	Ranking
Harga produk	1
Iklan produk kosmetika di media masa	2
Keaslian produk	3
Merek kosmetika	4
Produk berasal dari luar negeri	5
Produk sesuai dengan kebutuhan	6
Produk tidak mengandung bahan-bahan kimia (alami)	7
Rekomendasi teman, dokter, dan sejawat	8

Tabel 3.28 berikut ini menyajikan reaksi konsumen terhadap keberadaan produk kosmetika. Setelah ditanyakan kepada responden, yang menjawab bahwa responden yang mengetahui adanya kosmetika palsu sebesar 97,5%. Jadi memang benar ada peredaran kosmetika palsu di masyarakat yang cukup massive sehingga hampir seluruh responden mengetahui ada kosmetika palsu.

Tabel 3.28
Reaksi Konsumen Terhadap Kosmetika Palsu

Mengetahui adanya produk palsu yang beredar ?	Pernah membeli produk palsu ?		
YA (97.5%)	YA 30.8%	TIDAK 64.1%	TIDAK TAHU 5.1%
TIDAK (2.5%)	Akan beralih ke produk asli setelah mengetahui bahwa yang dibeli palsu ?		
	YA 0.0%	TIDAK 100.0%	TIDAK TAHU 0.0%

Dari yang mengetahui adanya peredaran kosmetika palsu, yang mengkonsumsi hanya 30,8%. Artinya responden mempertimbangkan dampak membeli produk kosmetik palsu sehingga sedikit yang memutuskan untuk membeli yang palsu. Bagi yang tidak tahu ada peredaran obat palsu (2,5%) jika ternyata kosmetika yang di pakai adalah palsu, semua responden tersebut tetap bertahan menggunakan kosmetika yang lama (palsu). Pertimbangan responden untuk tetap menggunakan kosmetika palsu adalah harga, sesuai dengan pertanyaan awal pertimbangan membeli kosmetika.

Di dalam kuesioner ditanyakan juga alasan masyarakat tidak membeli produk palsu, yang dapat dilihat pada **Tabel 3.29** berikut ini. Alasan pertama masyarakat untuk tidak mengkonsumsi kosmetika palsu adalah karena kosmetika palsu membahayakan dan dapat merusak wajah/tubuh konsumen. Alasan lainnya adalah tidak terjamin kualitasnya. Inilah jawaban atas keengganan responden membeli kosmetika palsu, walaupun mengetahui ada peredaran kosmetika palsu di pasar.

Tabel 3.29
Alasan Masyarakat tidak Membeli Kosmetika Palsu

Alasan tidak membeli produk palsu	Ranking
Membahayakan dan merusak wajah/tubuh	1
Tidak terjamin kualitasnya	2
Hasil yang diharapkan tidak sesuai	3
Melanggar hukum	4
Merugikan produsen produk asli	5
Merugikan pemerintah	6

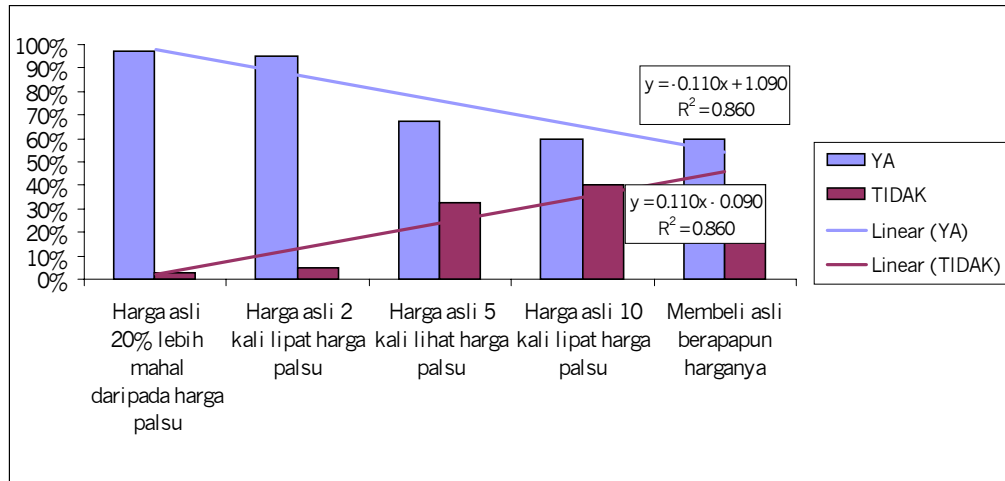
Tabel 3.30
Alasan Masyarakat Membeli Kosmetika Palsu

Alasan membeli produk palsu	Ranking
Harga jauh lebih murah	1
Kualitas hampir sama dengan asli	2
Pendapatan belum cukup untuk membeli produk asli	3
Hasil dan kegunaan hampir sama dengan asli	4
Kerangka dan penegakan hukum tidak jelas	5
Produsen asli sudah memperoleh keuntungan besar	6
Penerimaan pemerintah sudah cukup besar	7

Pada **Tabel 3.30** diatas ini menunjukkan alasan masyarakat membeli produk kosmetika palsu. Hal ini ditanyakan ke responden walaupun responden mungkin tidak pernah membeli produk palsu tersebut dengan cara memberikan ilustrasi jika orang lain yang membeli produk tersebut. Bagi responden yang tetap mengkonsumsi kosmetika palsu alasan harga adalah yang utama. Diikuti alasan kualitas kosmetika palsu hampir sama dengan yang asli. Alasan harga karena rata-rata pendapatan masyarakat Indonesia

yang masih rendah menjadi kendala untuk membeli barang kosmetika asli.

Gambar 3.12
Perbedaan Harga Kosmetika Asli dan Palsu



Sama halnya dengan produk pestisida dan farmasi, konsumen akan selalu membeli kosmetika asli, berapapun harganya. Hal ini ditunjukkan oleh perpotongan garis regresi yang terletak pada interval membeli asli berapapun harganya. Di antara pestisida, farmasi dan kosmetika, produk farmasi adalah yang paling tidak diinginkan produk palsunya oleh masyarakat. Dapat dikatakan bahwa masyarakat masih dapat toleransi terhadap beredarnya pestisida dan kosmetika palsu, tetapi tidak dapat toleransi terhadap beredarnya obat palsu.

3.2.9. Pelumas Mesin

Studi ini mencoba menyajikan urutan pertimbangan konsumen dalam membeli produk kosmetika melalui **Tabel 3.31** berikut. Hasil menunjukkan bahwa pertimbangan yang paling utama konsumen membeli produk pelumas mesin adalah merek. Faktor keaslian produk membaik karena berada diranking 2, sehingga dapat dikatakan bahwa pertimbangan keaslian produk menjadi prioritas pertimbangan bagi konsumen. Disini kesadaran konsumen di Indonesia telah tumbuh dimana mereka peduli terhadap keaslian produk pelumas mesin yang dikonsumsi. Mereka tidak sadar bahwa mengkonsumsi produk pelumas palsu dapat menyebabkan kerusakan mesin dalam kurun waktu yang lama. Maraknya pelumas palsu disinyalir karena ketidakmampuan konsumen untuk membedakan produk asli dibandingkan produk palsu selain kuatnya jejaring pemalsu dari tingkat pembuat, distributor, hingga penjual atau pengecer.

Tabel 3.31
Pertimbangan Konsumen Membeli Pelumas Mesin

Pertimbangan	Ranking
Merek	1
Keaslian produk	2
Harga	3
Ketersediaan di pasar	4
Performa mesin	5
Beli di bengkel resmi/tidak resmi	6

Tabel 3.32 berikut ini menyajikan reaksi konsumen terhadap keberadaan produk pelumas palsu. Konsumen yang mengetahui adanya produk pelumas palsu sangat tinggi, yaitu 97.5%. Hal ini menunjukkan bahwa produk palsu tersebut beredar luas di masyarakat. Masyarakat yang mengetahui beredarnya produk palsu dan secara sengaja atau dengan sadar membelinya juga cukup banyak (35.9%). Bagi yang tidak mengetahui adanya produk palsu, mayoritas responden tidak akan beralih ke produk asli, seandainya produk yang dibeli tersebut ternyata palsu (100.0%). Hasil ini juga membuktikan bahwa kepedulian konsumen terhadap keaslian produk pelumas yang dikonsumsi masih sangat rendah.

Banyak konsumen yang tidak paham jika penggunaan produk palsu memiliki resiko terhadap mesin dalam jangka waktu lama. Secara fisik bentuk produk palsu mirip dengan produk aslinya. Tetapi produk palsu tidak memiliki suatu kandungan *additive* tertentu yang menjadi formula tersendiri dari produk asli. Kandungan *additive* ini hanya dimiliki produk asli untuk menjamin keandalan dan keawetan mesin menjadi lebih baik. Produk pelumas palsu relatif mudah dibuat asalkan pembuat memiliki bahan dasar oli atau sering dikenal dengan *base oil*. Produk oli palsu ini kemudian dibungkus dan dilabeli agar mirip aslinya untuk kemudian dipasarkan. Proses produksinya dapat dilakukan dalam skala besar jadi dapat dibayangkan begitu banyaknya produk palsu yang beredar. Perilaku masyarakat yang *sembrono* ini menunjukkan kurang efektifnya pemerintah dalam pemalsuan pelumas. Pemerintah beserta aparat hukum terkesan tidak berdaya untuk memberantas pemalu produk pelumas palsu. Kondisi ini didukung oleh perilaku konsumen untuk tidak menghentikan konsumsi pelumas palsu jika mengetahui ada produk pelumas aslinya.

Tabel 3.32
Reaksi Konsumen Terhadap Pelumas Mesin Palsu

Mengetahui adanya produk palsu yang beredar	Pernah membeli produk palsu		
YA (97.5%)	YA 35.9%	TIDAK 43.6%	TIDAK TAHU 20.5%
TIDAK (2.5%)	Akan beralih ke produk asli setelah mengetahui bahwa yang dibeli palsu		
	YA	TIDAK	TIDAK TAHU

	0.0%	100.0%	0.0%
--	------	--------	------

Studi ini dalam kuesionernya juga ditanyakan alasan masyarakat tidak membeli produk palsu, sebagaimana terlihat pada **Tabel 3.33** dan **Tabel 3.34** berikut ini. Meskipun responden tidak pernah membeli produk palsu, namun dalam kuesioner ditanyakan seandainya orang lain membeli produk palsu, apa alasannya.

Tabel 3.33
Alasan Masyarakat Tidak Membeli Pelumas Mesin Palsu

Alasan tidak membeli produk palsu	Ranking
Membahayakan keselamatan bermotor	1
Tidak terjamin kualitasnya	2
Tidak meningkatkan kinerja mesin	3
Harga pelumas palsu hampir sama dengan asli	4
Merugikan produsen asli	5
Melanggar hukum/undang-undang	6
Merugikan pemerintah	7

Tabel 3.34
Alasan Masyarakat Membeli Pelumas Mesin Palsu

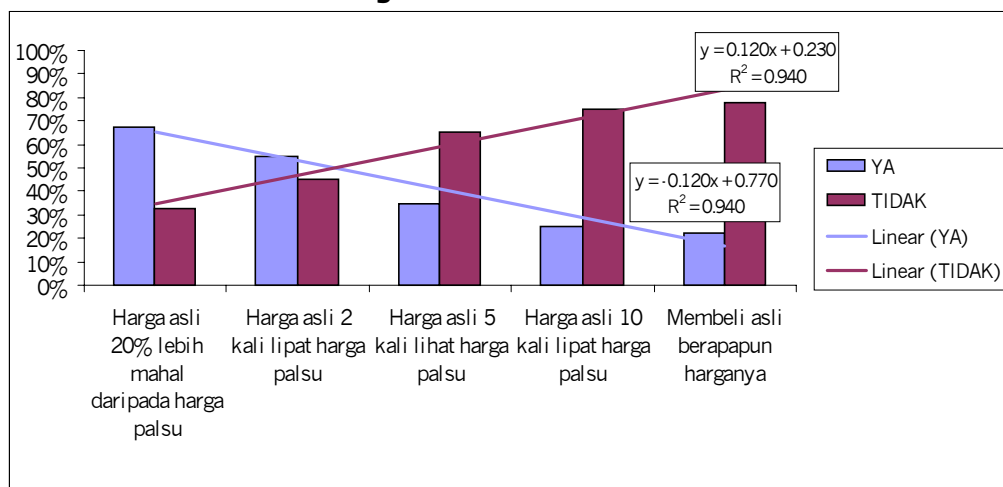
Alasan membeli produk palsu	Ranking
Harga jauh lebih murah	1
Pendapatan belum cukup untuk membeli produk asli	2
Kualitas hampir sama dengan asli	3
Tidak mempengaruhi performa mesin	4
Kerangka dan penegakan hukum tidak jelas	5
Produsen asli sudah memperoleh keuntungan besar	6
Penerimaan pemerintah sudah cukup besar	7

Melalui kedua tabel dapat dilihat bahwa: *Pertama*, dalam hal membeli produk palsu, pelanggaran hukum tidak menjadi pertimbangan utama (masyarakat tidak begitu takut melanggar hukum). Alasan ini dapat dipahami karena hingga sekarang belum terdapat ketentuan hukum yang mengatur atau menghukum pembeli produk pelumas palsu. Alasan berbahaya bagi keselamatan berkendara menjadi alasan utama bagi masyarakat untuk tidak membeli produk palsu. *Kedua*, harga masih merupakan pertimbangan utama bagi masyarakat yang bersedia membeli produk pelumas palsu. Karena sebagian masyarakat masih menganggap bahwa hasil dan kegunaan produk palsu yang dibeli hampir sama dengan aslinya selain juga tidak begitu berpengaruh terhadap performa mesin. Disatu sisi, pendapatan masyarakat yang rendah mendorong masyarakat untuk membeli produk palsu meski ini tidak bisa menjadi pemakluman karena mereka sadar bahwa produk palsu dapat membahayakan konsumen sendiri dalam berkendara.

Analisis dengan menggunakan Gambar 3.13 diarahkan untuk mengetahui

pada perbedaan harga berapa, konsumen masih bersedia untuk membeli pelumas mesin yang asli. Analisis dilakukan dengan menggunakan persamaan tren regresi linear. Pada gambar terlihat diagram batang yang menunjukkan jawaban responden untuk tetap membeli produk asli seandainya harga asli dan palsu berbeda. Semakin tinggi perbedaan antara barang asli dan palsu, semakin banyak konsumen yang tidak bersedia untuk mengkonsumsi barang asli.

Gambar 3.13
Perbedaan Harga Pelumas Mesin Asli Dan Palsu



Dari diagram dapat dilihat bahwa jika harga asli 2 kali lipat harga palsu, masih lebih banyak konsumen yang bersedia membeli produk asli. Namun apabila harga asli sudah menjadi 5 kali lipat harga palsu, maka sudah lebih banyak konsumen yang tidak bersedia membeli produk asli. Untuk mengetahui berapa besarnya perpindahan konsumen produk asli dan palsu digunakan garis regresi linear tren, yang terlihat pada gambar. Perpotongan garis menunjukkan bahwa pada titik tersebut konsumen akan berpindah. Konsumen akan berpindah mengkonsumsi barang palsu apabila harga barang asli 2.25 kali lipat barang palsu, atau lebih mahal. Sebagai contoh, apabila 1 kaleng harga pelumas mesin palsu Rp. 6.000, konsumen masih akan membeli produk asli apabila harganya Rp. 22.500. Seandainya harganya di atas itu, maka konsumen akan beralih ke produk palsu. Sebaliknya pelumas mesin asli yang harganya Rp. 30,000, maka konsumen akan membeli barang palsunya apabila harganya di bawah Rp. 8,000. Jika di atas itu, maka cenderung untuk membeli asli.

Hasil di atas menunjukkan betapa mudahnya konsumen beralih ke pelumas mesin palsu. Kesadaran masyarakat bahwa menggunakan pelumas mesin palsu dapat membahayakan dalam berkendara dan merusak mesin, belum menjadi perhatian. Harga masih merupakan prioritas yang menjadi pertimbangan utama dalam membeli pelumas mesin. Perawatan kendaraan juga seringkali tidak dilakukan oleh pemilik kendaraan, sehingga dalam

memilih pelumas mesin, keaslian produk belum menjadi prioritas.

3.2.10. Perangkat lunak (software)

Melalui **Tabel 3.35** berikut, studi ini mencoba menyajikan urutan pertimbangan konsumen dalam membeli produk perangkat lunak. Ranking 1 menunjukkan pertimbangan yang paling utama. Terlihat kualitas produk menjadi pertimbangan utama konsumen membeli produk. Dari jawaban responden menunjukkan keaslian produk berada diranking 5, sehingga dapat dikatakan bahwa pertimbangan keaslian produk tidak menjadi prioritas bagi konsumen. Konsumen lebih mempertimbangkan kualitas, merek, manfaat, serta harga dalam membeli perangkat lunak. Tidak peduli apakah perangkat lunak tersebut asli atau bajakan. Kondisi ini menjadi tidak bersahabat bagi perangkat lunak buatan dalam negeri karena pengembangan produknya menjadi terhambat dikarenakan tidak banyak *software* asli yang terjual.

Tabel 3.35
Pertimbangan Konsumen Membeli Software

Pertimbangan	Ranking
Kualitas	1
Merek	2
Manfaat	3
Harga	4
Keaslian produk	5
Tempat asal produksi	6

Tabel 3.36 berikut ini menyajikan reaksi konsumen terhadap keberadaan produk perangkat lunak palsu. Konsumen yang mengetahui adanya produk perangkat lunak bajakan sangat tinggi, yaitu 97.5%. Hal ini menunjukkan bahwa produk bajakan tersebut beredar luas di masyarakat. Masyarakat yang mengetahui beredarnya produk bajakan dan secara sengaja atau dengan sadar membelinya juga sangat banyak (61.5 %). Bagi responden yang tidak mengetahui adanya produk palsu, mayoritas responden tidak yakin akan beralih ke produk asli, seandainya produk yang dibeli tersebut ternyata palsu (100.0 %). Hasil ini menunjukkan bahwa konsumen masih setengah hati atau tidak sepenuhnya bersedia untuk beralih dari perangkat lunak bajakan kepada perangkat lunak asli. Temuan ini membuktikan bahwa belum tumbuhnya kesadaran masyarakat terhadap pentingnya suatu produk IT karena produk IT bagi sebagian besar masyarakat masih dianggap sebagai biaya bukan sebagai aset. Tentu ini selaras pertimbangan konsumen dalam menggunakan perangkat lunak, dimana keaslian produk telah menjadi pertimbangan yang kesekian.

Meski demikian, tampaknya konsumen belum memahami jika keberadaan produk perangkat lunak bajakan dapat megnurangi efek pengganda penyerapan tenaga kerja meski tidak banyak. Setidaknya, berkurangnya

masyarakat yang menggunakan produk bajakan dapat meningkatkan pendapatan produsen *software* sehingga mereka memiliki alokasi dana untuk pengembangan sekaligus merekrut tenaga kerja baru.

Tabel 3.36
Reaksi konsumen terhadap software palsu

Mengetahui adanya produk palsu yang beredar?	Pernah membeli produk palsu?		
	YA (97.5%)	YA 61.5%	TIDAK 28.2%
TIDAK (2.5%)	Akan beralih ke produk asli setelah mengetahui bahwa yang dibeli palsu?		
	YA 0.0%	TIDAK 0.0%	TIDAK TAHU 100.0%

Studi ini dalam kuesionernya juga ditanyakan alasan masyarakat tidak membeli produk perangkat lunak bajakan, sebagaimana dapat dilihat pada **Tabel 3.37** dan **Tabel 3.38** berikut ini. Meskipun responden tidak pernah membeli produk bajakan, namun dalam kuesioner ditanyakan seandainya orang lain membeli produk perangkat lunak bajakan, apa alasannya.

Tabel 3.37
Alasan Masyarakat Tidak Membeli Software Palsu

Alasan tidak membeli produk palsu	Ranking
Membahayakan keselamatan bermotor	1
Tidak terjamin kualitasnya	2
Tidak meningkatkan kinerja mesin	3
Harga pelumas palsu hampir sama dengan asli	4
Merugikan produsen asli	5
Melanggar hukum/undang-undang	6
Merugikan pemerintah	7

Tabel 3.38
Alasan Masyarakat Membeli Software Palsu

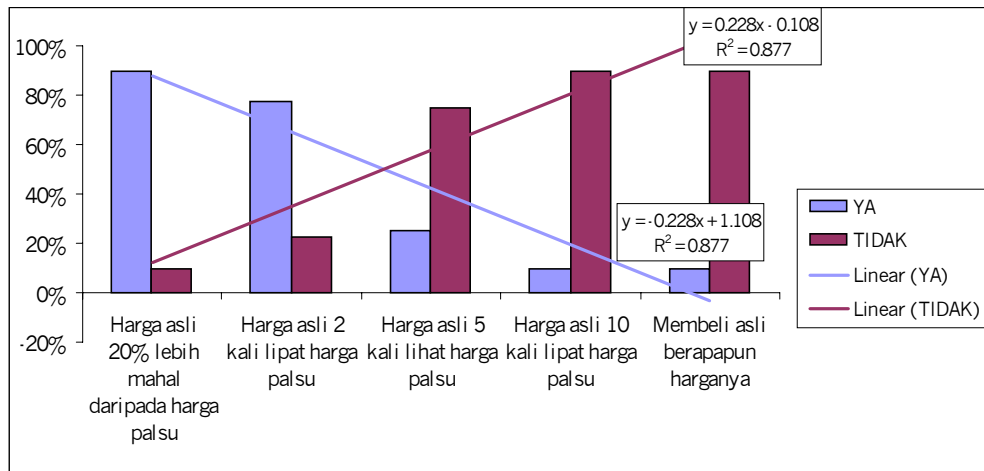
Alasan membeli produk palsu	Ranking
Harga jauh lebih murah	1
Fungsi sama dengan asli	2
Pendapatan belum cukup untuk membeli produk asli	3
Kualitas hampir sama dengan asli	4
Kerangka dan penegakan hukum tidak jelas	5
Produsen asli sudah memperoleh keuntungan besar	6
Penerimaan pemerintah sudah cukup besar	7

Dari kedua tabel dapat dilihat bahwa: harga masih merupakan pertimbangan

utama bagi masyarakat yang bersedia membeli produk perangkat lunak bajakan. Karena sebagian besar masyarakat masih menganggap bahwa fungsi dan kualitas produk perangkat lunak bajakan yang dibeli hampir sama atau mirip sekali dengan aslinya. Disatu sisi, pendapatan masyarakat yang rendah seringkali mendorong masyarakat untuk membeli produk palsu meski ini tidak bisa menjadi pemakluman.

Analisis dengan menggunakan **Gambar 3.14** diarahkan untuk mengetahui pada perbedaan harga berapa, konsumen masih bersedia untuk membeli software asli. Analisis dilakukan dengan menggunakan persamaan tren regresi linear. Pada gambar terlihat diagram batang yang menunjukkan jawaban responden untuk tetap membeli produk asli seandainya harga asli dan palsu berbeda. Semakin tinggi perbedaan antara barang asli dan palsu, semakin banyak konsumen yang tidak bersedia untuk mengkonsumsi barang asli.

Gambar 3.14
Perbedaan Harga Software Asli Dan Palsu



Dari diagram dapat dilihat bahwa jika harga asli 2 kali lipat harga palsu, masih lebih banyak konsumen yang bersedia membeli produk asli. Namun apabila harga asli sudah menjadi 5 kali lipat harga palsu, maka sudah lebih banyak konsumen yang tidak bersedia membeli produk asli. Untuk mengetahui berapa besarnya perpindahan konsumen produk asli dan palsu digunakan garis regresi linear tren, yang terlihat pada gambar. Perpotongan garis menunjukkan bahwa pada titik tersebut konsumen akan berpindah. Konsumen akan berpindah mengkonsumsi barang palsu apabila harga barang asli 2.67 kali lipat barang palsu, atau lebih mahal. Sebagai contoh, apabila CD yang berisi software palsu dijual dengan harga Rp. 20.000, konsumen masih akan membeli produk asli apabila harganya Rp. 89.000. Seandainya harganya di atas itu, maka konsumen akan beralih ke produk palsu.

3.2.11. Perlengkapan Kantor dan Elektronik

Studi ini mencoba menyajikan urutan pertimbangan konsumen dalam membeli produk perlengkapan kantor dan elektronik melalui Tabel 3.39 berikut. Hasil menunjukkan bahwa pertimbangan yang paling utama konsumen membeli produk pelumas mesin adalah merek. Faktor keaslian produk berada diranking 4, sehingga dapat dikatakan bahwa pertimbangan keaslian produk tidak menjadi prioritas bagi konsumen. Konsumen lebih mempertimbangkan merek, harga, dan manfaat dalam membeli perlengkapan kantor dan elektronik. Disini kesadaran konsumen di Indonesia belum tumbuh dimana mereka tidak begitu peduli terhadap keaslian produk perlengkapan kantor dan elektronik yang dikonsumsi. Memang harus diakui, produk ini banyak tersebar dengan beragam kualitas dipasaran sehingga cukup sulit bagi konsumen untuk memilah produk asli dengan produk palsu.

Tabel 3.39
Pertimbangan Konsumen Membeli Perlengkapan
Kantor dan Elektronik

Pertimbangan	Ranking
Merek	1
Harga	2
Manfaat	3
Keaslian produk	4
Ketersediaan di pasar	5
Tempat asal produksi	6

Tabel 3.40 berikut ini menyajikan reaksi konsumen terhadap keberadaan produk pelumas palsu. Konsumen yang mengetahui adanya produk pelumas palsu termasuk tinggi, yaitu 87.5%. Hal ini menunjukkan bahwa produk palsu tersebut beredar luas di masyarakat. Masyarakat yang mengetahui beredarnya produk palsu dan secara sengaja atau dengan sadar membelinya juga cukup banyak (34.3%). Bagi yang tidak mengetahui adanya produk palsu, sebagian responden akan beralih ke produk asli, seandainya produk yang dibeli tersebut ternyata palsu (40.0%). Hasil ini menunjukkan bahwa kepedulian konsumen terhadap keaslian produk perlengkapan kantor dan elektronik yang dikonsumsi masih tergolong rendah.

Resiko yang dihadapi dari penggunaan produk perlengkapan kantor dan elektronik palsu tentu berbeda dengan produk lain. Hanya saja, penggunaan produk palsu sering diragukan keawetannya karena produk palsu tidak tahan lama, biasanya akan terlihat dalam rentang durasi waktu tertentu. Tidak heran jika pembeli produk palsu sering menyampaikan keluhan kepada penjual terkait keawetan produk yang tidak sebagaimana mestinya. Bahkan tak jarang mereka harus membeli produk sejenis lagi terkait keperluannya. Jika seperti maka konsumen akan dirugikan dua kali karena mesti membeli barang sejenis yang sama.

Tabel 3.40
Reaksi Konsumen Terhadap Perlengkapan Kantor Dan Elektronik Palsu

Mengetahui adanya produk palsu yang beredar	Pernah membeli produk palsu		
	YA (87.5%)	YA 34.3%	TIDAK 45.7%
TIDAK (12.5%)	Akan beralih ke produk asli setelah mengetahui bahwa yang dibeli palsu		
	YA 40.0%	TIDAK 20.0%	TIDAK TAHU 40.0%

Studi ini dalam kuesionernya juga ditanyakan alasan masyarakat tidak membeli produk perlengkapan kantor dan elektronik palsu, sebagaimana dapat dilihat pada **Tabel 3.41** dan **Tabel 3.42** berikut ini. Meskipun responden tidak pernah membeli produk palsu, namun dalam kuesioner ditanyakan seandainya orang lain membeli produk perlengkapan kantor dan elektronik palsu, apa alasannya.

Tabel 3.41
Alasan Masyarakat Tidak Membeli Perlengkapan Kantor Dan Elektronik Palsu

Alasan tidak membeli produk palsu	Ranking
Mudah rusak/berkualitas rendah	1
Tidak terjamin servis purna jualnya	2
Harga hampir sama dengan asli	3
Merugikan produsen asli	4
Melanggar hukum/undang-undang	5
Merugikan pemerintah	6

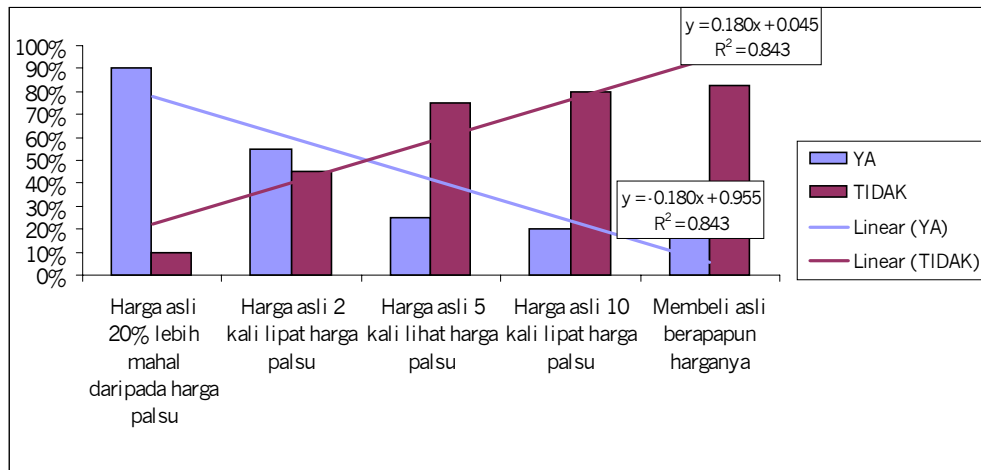
Tabel 3.42
Alasan Masyarakat Membeli Perlengkapan Kantor Dan Elektronik Palsu

Alasan membeli produk palsu	Ranking
Harga jauh lebih murah	1
Pendapatan belum cukup untuk membeli produk asli	2
Manfaat sama dengan yang asli	3
Kualitas hampir sama dengan asli	4
Kerangka dan penegakan hukum tidak jelas	5
Produsen asli sudah memperoleh keuntungan besar	6
Penerimaan pemerintah sudah cukup besar	7

Melalui kedua tabel dapat dilihat bahwa: *Pertama*, pembelian produk palsu tidak merupakan bentuk pelanggaran hukum karena tidak menjadi pertimbangan utama (masyarakat tidak begitu takut melanggar hukum). Alasan ini dapat dimahfumi karena belum terdapat ketentuan hukum yang mengatur atau menghukum pembeli produk perlengkapan kantor dan elektronik palsu. Alasan berbahaya bagi keselamatan berkendara menjadi alasan utama bagi masyarakat untuk tidak membeli produk palsu. *Kedua*, harga yang jauh lebih murah tampaknya menjadi pertimbangan utama bagi masyarakat membeli produk perlengkapan kantor dan elektronik palsu. Sebagian besar masyarakat menganggap kualitas dan kegunaan produk palsu yang dibeli hampir sama dengan aslinya. Di satu sisi, faktor pendapatan dapat mendorong masyarakat untuk membeli produk palsu meski terkadang alasan ini tidak bisa terus menerus diutarakan.

Analisis dengan menggunakan **Gambar 3.15** diarahkan untuk mengetahui pada perbedaan harga berapa, konsumen masih bersedia untuk membeli perlengkapan kantor dan elektronik yang asli. Analisis dilakukan dengan menggunakan persamaan tren regresi linear. Pada gambar terlihat diagram batang yang menunjukkan jawaban responden untuk tetap membeli produk asli seandainya harga asli dan palsu berbeda. Semakin tinggi perbedaan antara barang asli dan palsu, semakin banyak konsumen yang tidak bersedia untuk mengkonsumsi barang asli.

Gambar 3.15
Perbedaan Harga Perlengkapan Kantor Dan Elektronik Asli Dan Palsu



Dari diagram dapat dilihat bahwa jika harga asli 2 kali lipat harga palsu, masih lebih banyak konsumen yang bersedia membeli produk asli. Namun apabila harga asli sudah menjadi 5 kali lipat harga palsu, maka sudah lebih banyak konsumen yang tidak bersedia membeli produk asli. Untuk mengetahui berapa besarnya perpindahan konsumen produk asli dan palsu digunakan garis regresi linear tren, yang terlihat pada gambar. Perpotongan garis menunjukkan bahwa pada titik tersebut konsumen akan berpindah. Konsumen

akan berpindah mengkonsumsi barang palsu apabila harga barang asli 2.53 kali lipat barang palsu, atau lebih mahal. Sebagai contoh, apabila sebuah televisi seharga Rp. 5 juta rupiah dipalsukan, maka masyarakat akan membeli televisi palsu apabila dijual dengan harga Rp. 1,2 juta atau dibawahnya.

3.2.12. Peralatan penerangan

Pertimbangan konsumen membeli produk peralatan penerangan dapat dilihat pada **Tabel 3.43** berikut ini. Ranking 1 menunjukkan pertimbangan yang paling utama. Dari jawaban responden terlihat bahwa keaslian produk termasuk pada ranking 4, sehingga dapat dikatakan bahwa pertimbangan ini tidak merupakan prioritas bagi konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen di Indonesia masih kurang peduli terhadap keaslian produk peralatan penerangan yang digunakan, padahal tak jarang dalam hal memakai produk yang tidak asli terdapat risiko bagi keselamatan konsumen.

Tabel 3.43
Pertimbangan Konsumen Membeli Peralatan Penerangan

Pertimbangan	Ranking
Kualitas	1
Merek	2
Kegunaan	3
Keaslian produk	4
Harga	5
Tempat asal produksi	6

Tabel 3.44 berikut ini menyajikan reaksi konsumen terhadap keberadaan produk peralatan penerangan palsu. Konsumen yang mengetahui adanya produk peralatan penerangan palsu sangat tinggi, yaitu 82.5%. Hal ini menunjukkan bahwa produk palsu tersebut beredar luas di masyarakat. Masyarakat yang mengetahui beredarnya produk palsu dan secara sengaja atau dengan sadar membelinya juga sangat tinggi (63.6%). Bagi yang tidak mengetahui adanya produk palsu, masih ada yang tidak akan beralih ke produk asli, seandainya produk yang dibeli tersebut ternyata palsu (57.1%). Hasil ini juga membuktikan bahwa kepedulian konsumen terhadap keaslian produk peralatan penerangan masih sangat rendah.

Konsumen tidak menyadari bahwa di balik produk palsu yang dikonsumsi terdapat risiko bagi keselamatan diri pengguna dan keluarga, meskipun hasil dan kegunaan yang diperoleh sama dengan produk aslinya. Tak jarang, produk peralatan penerangan palsu diproduksi dengan cara yang tidak memenuhi standar prosedur operasional. Tidak heran jika pembeli produk peralatan penerangan palsu sering menyampaikan keluhan kepada penjual terkait kehandalan produk yang tidak sebagaimana mestinya. Bahkan tak jarang mereka harus membeli produk sejenis lagi akibat kerusakan produk karena tidak ada jaminan garansi yang pasti.

Studi ini dalam kuesionernya juga ditanyakan alasan masyarakat tidak membeli produk peralatan penerangan palsu, sebagaimana dapat dilihat pada **Tabel 3.45** dan **Tabel 3.46** berikut ini. Meskipun responden tidak pernah membeli produk palsu, namun dalam kuesioner ditanyakan seandainya orang lain membeli produk peralatan penerangan palsu, apa alasannya.

Tabel 3.44
Reaksi Konsumen Terhadap Peralatan Penerangan Palsu

Mengetahui adanya produk palsu yang beredar	Pernah membeli produk palsu		
	YA (82.5%)	YA 63.6%	TIDAK 27.3%
TIDAK (17.5%)	Akan beralih ke produk asli setelah mengetahui bahwa yang dibeli palsu		
	YA 14.3%	TIDAK 57.1%	TIDAK TAHU 28.6%

Tabel 3.45
Alasan Masyarakat Tidak Membeli Peralatan Penerangan Palsu

Alasan tidak membeli produk palsu	Ranking
Tidak tahan lama	1
Membahayakan keselamatan diri dan keluarga	2
Tidak memiliki jaminan garansi	3
Melanggar hukum/undang-undang	4
Merugikan produsen asli	5
Merugikan pemerintah	6

Tabel 3.46
Alasan Masyarakat Membeli Peralatan Penerangan

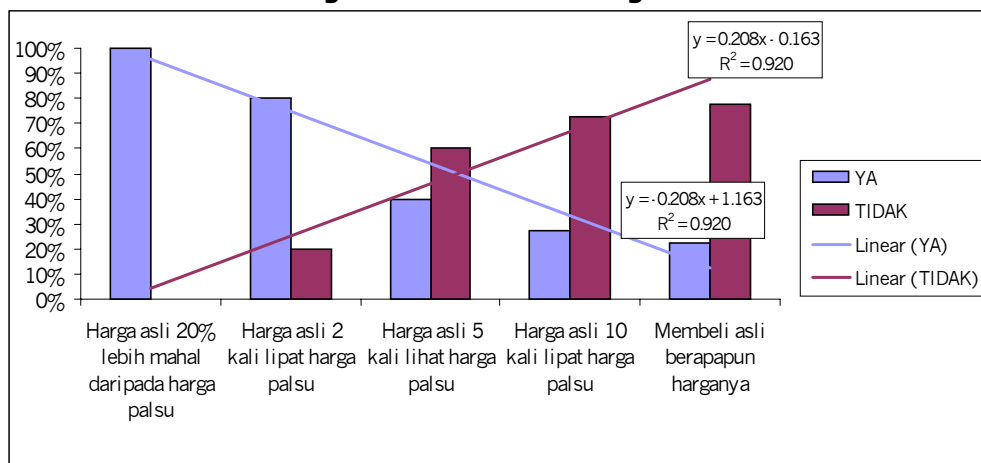
Alasan membeli produk palsu	Ranking
Harga jauh lebih murah	1
Hasil dan kegunaan hampir sama dengan asli	2
Pendapatan belum cukup untuk membeli produk asli	3
Kualitas hampir sama dengan asli	4
Kerangka dan penegakan hukum tidak jelas	5
Produsen asli sudah memperoleh keuntungan besar	6
Penerimaan pemerintah sudah cukup besar	7

Melalui kedua tabel dapat dilihat bahwa: *Pertama*, sebagian besar konsumen yang melakukan pembelian produk palsu menganggap tidak merupakan bentuk pelanggaran hukum. Terlihat bahwa tidak begitu diperhatikannya pertimbangan hukum sebagai alasan utama. Selain itu, masih adanya ketidaktegasan penegakan hukum dari aparat berwenang. Tentu hal ini tidak

menjadikan masyarakat tidak begitu takut melanggar hukum. *Kedua*, harga yang jauh lebih murah dibandingkan produk asli lebih dikedepankan menjadi pertimbangan utama bagi masyarakat membeli produk peralatan penerangan palsu. Sebagian besar masyarakat menganggap kualitas dan kegunaan produk palsu yang dibeli hampir sama dengan aslinya. Meski harus mengorbankan sisi keselamatan pengguna produk peralatan penerangan palsu itu sendiri.

Analisis dengan menggunakan **Gambar 3.16** diarahkan untuk mengetahui pada perbedaan harga berapa, konsumen masih bersedia untuk membeli peralatan penerangan yang asli. Analisis dilakukan dengan menggunakan persamaan tren regresi linear. Pada gambar terlihat diagram batang yang menunjukkan jawaban responden untuk tetap membeli produk asli seandainya harga asli dan palsu berbeda. Semakin tinggi perbedaan antara barang asli dan palsu, semakin banyak konsumen yang tidak bersedia untuk mengkonsumsi barang asli.

Gambar 3.16
Perbedaan Harga Peralatan Penerangan Asli Dan Palsu



Dari diagram dapat dilihat bahwa jika harga asli 2 kali lipat harga palsu, masih lebih banyak konsumen yang bersedia membeli produk asli. Namun apabila harga asli sudah menjadi 5 kali lipat harga palsu, maka sudah lebih banyak konsumen yang tidak bersedia membeli produk asli. Untuk mengetahui berapa besarnya perpindahan konsumen produk asli dan palsu digunakan garis regresi linear tren, yang terlihat pada gambar. Perpotongan garis menunjukkan bahwa pada titik tersebut konsumen akan berpindah. Konsumen akan berpindah mengkonsumsi barang palsu apabila harga barang asli 3.19 kali lipat barang palsu, atau lebih mahal. Sebagai contoh, apabila sebuah lampu palsu beredar seharga Rp. 5.000. Maka konsumen akan tetap membeli asli apabila harga lampu asli maksimum Rp. 27.000. Apabila harga lampu asli dijual di atas harga tersebut, maka konsumen akan beralih ke lampu palsu.

3.2.13. Komponen Otomotif

Melalui **Tabel 3.47** berikut, studi ini mencoba menyajikan urutan pertimbangan konsumen dalam membeli produk komponen otomotif. Ranking 1 menunjukkan pertimbangan yang paling utama. Terlihat kualitas produk menjadi pertimbangan utama konsumen membeli produk, menyusul kemudian merek produk. Tidak begitu buruk jika keaslian produk berada diperingkat 3, sehingga dapat dikatakan bahwa pertimbangan keaslian produk senantiasa dijadikan prioritas bagi konsumen meski bukan yang utama. Konsumen lebih mempertimbangkan kualitas dan merek dalam membeli komponen otomotif. Kondisi ini tentunya menjadi tantangan tersendiri bagi produsen komponen otomotif untuk menyediakan produk yang berkualitas dengan harga yang tidak terlalu jauh dengan produk komponen otomotif palsunya.

Tabel 3.47
Pertimbangan Konsumen Membeli Komponen Otomotif

Pertimbangan	Ranking
Kualitas	1
Merek	2
Keaslian produk	3
Produk tahan lama	4
Manfaat	5
Harga	6
Tempat produksi	7

Tabel 3.48 berikut ini menyajikan reaksi konsumen terhadap keberadaan produk komponen otomotif palsu. Konsumen yang mengetahui adanya produk komponen otomotif palsu sangat tinggi, yaitu 95.0%. Hal ini menunjukkan bahwa produk palsu tersebut beredar luas di masyarakat. Masyarakat yang mengetahui beredarnya produk palsu dan secara sengaja atau dengan sadar membelinya juga cukup tinggi (60.5%). Bahkan, mayoritas responden tidak akan beralih ke produk asli, seandainya produk yang dibeli tersebut ternyata palsu (100.0%). Hasil ini juga membuktikan bahwa kepedulian konsumen terhadap keaslian produk komponen otomotif masih sangat rendah.

Konsumen sadar bahwa produk palsu yang dikonsumsi memiliki resiko bagi keselamatan jiwa pemakai produk palsu, meskipun konsumen telah mengetahui dan sadar bahwa kualitas produk komponen otomotif palsu tidak terjamin. Banyak produk komponen otomotif palsu diproduksi dengan cara yang belum memenuhi standar prosedur operasional. Tidak heran muncul yang namanya produk cacat. Tapi, jarang sekali pembeli produk komponen otomotif palsu yang menyampaikan keluhan. Padahal produk komponen otomotif palsu sangat diragukan kehandalan dan tidak ada jaminan dealer terkait kerusakan dan keselamatan konsumen.

Tabel 3.48
Reaksi Konsumen Terhadap Komponen Otomotif Palsu

Mengetahui adanya produk palsu yang beredar	Pernah membeli produk palsu
--	------------------------------------

YA (95%)	YA 60.5%	TIDAK 34.2%	TIDAK TAHU 5.3%
TIDAK (5%)	Akan beralih ke produk asli setelah mengetahui bahwa yang dibeli palsu		
	YA 0.0%	TIDAK 100.0%	TIDAK TAHU 0.0%

Studi ini dalam kuesionernya juga ditanyakan alasan masyarakat tidak membeli produk komponen otomotif palsu, sebagaimana dapat dilihat pada **Tabel 3.49** dan **Tabel 3.50** berikut ini. Meskipun responden tidak pernah membeli produk palsu, namun dalam kuesioner ditanyakan seandainya orang lain membeli produk komponen otomotif palsu, apa alasannya.

Tabel 3.49
Alasan Masyarakat Tidak Membeli
Komponen Otomotif Palsu

Alasan tidak membeli produk palsu	Ranking
Tidak terjamin kualitasnya	1
Produk asli lebih tahan lama	2
Penggunaan produk palsu berbahaya bagi keselamatan	3
Harga dengan produk asli hampir sama	4
Melanggar hukum/undang-undang	5
Merugikan produsen produk asli	6
Merugikan pemerintah	7

Tabel 3.50
Alasan Masyarakat Membeli Komponen Otomotif

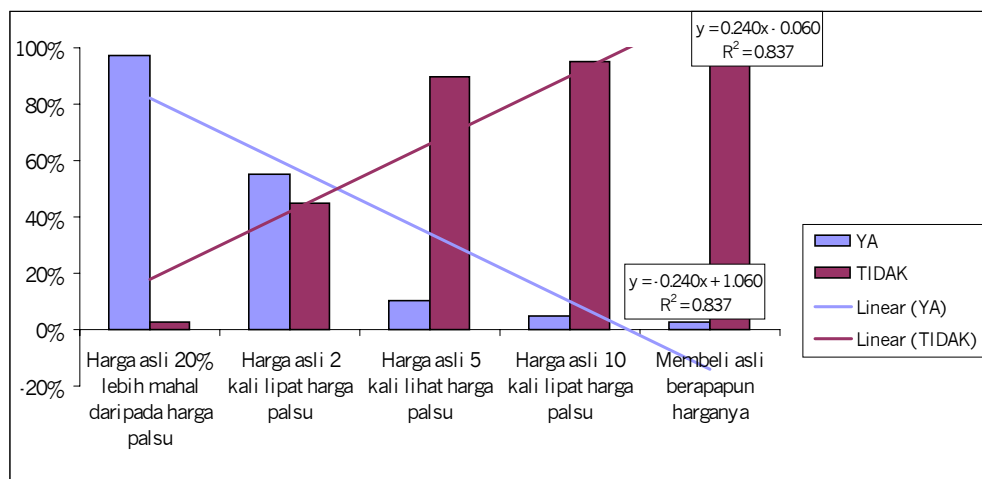
Alasan membeli produk palsu	Ranking
Harga jauh lebih murah	1
Pendapatan belum cukup untuk membeli produk asli	2
Kualitas hampir sama dengan asli	3
Barang asli sulit dicari di pasar	4
Fungsi sama dengan asli	5
Kerangka dan penegakan hukum tidak jelas	6
Produsen asli sudah memperoleh keuntungan besar	7
Penerimaan pemerintah sudah cukup besar	8

Melalui kedua tabel dapat dilihat bahwa: *Pertama*, dalam hal membeli produk palsu, pelanggaran hukum tidak menjadi pertimbangan utama (masyarakat tidak takut jika perbuatannya melanggar hukum). Ini karena belum adanya ketentuan hukum yang mengatur atau menghukum pembeli produk komponen otomotif palsu. *Kedua*, harga masih merupakan pertimbangan utama bagi masyarakat agar bersedia membeli produk komponen palsu, tentu saja menyesuaikan dengan kantong konsumen yang tidak begitu tebal. Selain itu, sebagian masyarakat masih menganggap fungsi

produk palsu yang dibeli tidak jauh beda dengan aslinya. Disatu sisi, terkadang produk asli jarang dijumpai dipasaran entah karena tidak diproduksi lagi atau kehabisan stok.

Analisis dengan menggunakan **Gambar 3.17** diarahkan untuk mengetahui pada perbedaan harga berapa, konsumen masih bersedia untuk membeli komponen otomotif yang asli. Analisis dilakukan dengan menggunakan persamaan tren regresi linear. Pada gambar terlihat diagram batang yang menunjukkan jawaban responden untuk tetap membeli produk asli seandainya harga asli dan palsu berbeda. Semakin tinggi perbedaan antara barang asli dan palsu, semakin banyak konsumen yang tidak bersedia untuk mengkonsumsi barang asli.

Gambar 3.17
Perbedaan Harga Komponen Otomotif Asli Dan Palsu



Dari diagram dapat dilihat bahwa jika harga asli 2 kali lipat harga palsu, masih lebih banyak konsumen yang bersedia membeli produk asli. Namun apabila harga asli sudah menjadi 5 kali lipat harga palsu, maka sudah lebih banyak konsumen yang tidak bersedia membeli produk asli. Untuk mengetahui berapa besarnya perpindahan konsumen produk asli dan palsu digunakan garis regresi linear tren, yang terlihat pada gambar. Perpotongan garis menunjukkan bahwa pada titik tersebut konsumen akan berpindah. Konsumen akan berpindah mengkonsumsi barang palsu apabila harga barang asli 2.33 kali lipat barang palsu, atau lebih mahal. Sebagai contoh, apabila sebuah komponen otomotif seharga Rp. 500.000 dipalsukan, maka sebagian konsumen akan beralih ke produk palsu apabila produk palsu tersebut dijual seharga Rp. 129.000 atau lebih rendah.

Bab 4

DAMPAK PEMALSUAN 12 SEKTOR INDUSTRI TERHADAP PEREKONOMIAN DI INDONESIA

4.1. METODE INPUT OUTPUT

Tabel Input Output (Tabel I-O) dan analisisnya merupakan suatu metode yang secara sistematis mengukur hubungan timbal balik antar sektor dalam sistem ekonomi yang kompleks. Sesuai dengan namanya, model I-O pada dasarnya berisikan gambaran mengenai saling keterkaitan suatu sektor yang digunakan sebagai input, baik untuk menghasilkan output sektor itu sendiri maupun sektor lain. Seperti diketahui, di dalam proses produksi, untuk menghasilkan output, suatu sektor memerlukan input baik berupa barang, jasa, maupun faktor produksi lainnya.

Kerangka dasar model I-O terdiri atas empat kuadran seperti diperlihatkan pada **Gambar 4.1** berikut ini.

Gambar 4.1
Kerangka Dasar Model Input-Output

Kuadran I : Transaksi antar kegiatan (nxn)	Kuadran II : Permintaan akhir (nxm)
Kuadran III : Input primer sektor produksi (pxn)	Kuadran IV : Input primer permintaan akhir (pxm)

Kuadran *pertama* menunjukkan arus barang dan jasa yang dihasilkan dan digunakan oleh sektor-sektor dalam suatu perekonomian. Kuadran ini menunjukkan distribusi penggunaan barang dan jasa untuk suatu proses produksi sehingga disebut juga sebagai transaksi antara (*intermediate transaction*). Kuadran *kedua* menunjukkan permintaan akhir (*final demand*), yaitu penggunaan barang dan jasa bukan untuk proses produksi yang biasanya terdiri atas konsumsi rumah tangga, pengeluaran pemerintah, persediaan (*stock*), investasi dan ekspor. Kuadran *ketiga* memperlihatkan input primer sektor-sektor produksi, yaitu semua balas jasa faktor produksi yang biasanya meliputi upah dan gaji, surplus usaha, penyusutan dan pajak tidak langsung. Sedangkan kuadran *keempat* memperlihatkan input primer yang langsung didistribusikan ke sektor-sektor permintaan akhir.

Bentuk umum tabel Input-Output digambarkan dalam kerangka tabel transaksi Input-Output seperti tertera pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.1
Bentuk Umum Tabel Transaksi Input-Output

Input	Sektor	Permintaan Antara				Permintaan Akhir	Total Output
		1	2	...	n		
Input Antara	1	X_{11}	X_{12}	...	X_{1n}	W_1	X_1
	2	X_{21}	X_{22}	...	X_{2n}	W_2	X_2
	-	-
	-	-
	N	X_{n1}	X_{n2}	...	X_{nn}	W_n	X_n
Input Primer/NTB		V_1	V_2	V_n		
Total Input		X_1	X_2	X_n		

Sumber: Tabel Input-Output, BPS, 2000

Secara umum sebagai model kuantitatif, tabel IO mampu memberi gambaran menyeluruh tentang:

1. Struktur perekonomian yang mencakup struktur output dan nilai tambah masing-masing kegiatan ekonomi di suatu daerah,
2. Struktur input antara (*intermediate input*), yaitu penggunaan barang dan jasa oleh kegiatan produksi di suatu daerah,
3. Struktur penyediaan barang dan jasa baik yang berupa produksi dalam negeri maupun barang-barang yang berasal dari impor, dan
4. Struktur permintaan barang dan jasa, baik permintaan oleh kegiatan produksi maupun permintaan akhir untuk konsumsi, investasi dan ekspor.

Ada dua analisa yang kita bisa dapatkan dari Tabel IO. Analisa pertama adalah analisa dampak untuk mengukur perubahan indikator makro ekonomi utama dalam IO apabila ada perubahan dalam satu unit permintaan akhir dari suatu sektor khusus. Dalam penelitian ini, ada 4 indikator makro yang diukur akibat adanya pemalsuan yaitu output bruto, pendapatan masyarakat, penerimaan pajak tidak langsung, dan tenaga kerja.

Analisa kedua adalah analisa keterkaitan antar sektor. Ada dua jenis keterkaitan antar sektor, yaitu pertama keterkaitan ke belakang (*backward linkages*) yang merupakan keterkaitan dengan bahan mentah dan dihitung menurut kolom, dan kedua adalah keterkaitan ke depan (*forward linkages*) yang merupakan keterkaitan penjualan barang jadi dan dihitung menurut baris.

4.2. KETERKAITAN ANTAR SEKTOR

Analisis keterkaitan pada mulanya dikembangkan oleh Rasmussen (1956) dan Hirschman (1958) untuk melihat keterkaitan antar sektor, terutama untuk menentukan strategi kebijakan pembangunan. Konsep ini kemudian diperbaiki oleh Cella (1984) dan diterapkan oleh Clements dan Rossi (1991). Dikenal dua jenis keterkaitan, yaitu (1) keterkaitan ke belakang (*backward linkages*) yang merupakan keterkaitan dengan bahan mentah dan dihitung menurut kolom, dan (2) keterkaitan ke depan (*forward linkages*) yang merupakan keterkaitan penjualan barang jadi dan dihitung menurut baris.

Makna angka indeks keterkaitan ke belakang adalah sebagai berikut: jika lebih dari satu, maka derajat keterkaitan sektor tersebut ke arah belakang adalah lebih dari rata-rata keterkaitan sektor pada umumnya. Angka derajat keterkaitan yang rendah memiliki makna bahwa kemajuan yang pesat pada sektor tersebut tidak banyak memicu atau mendorong berkembangnya sektor-sektor perekonomian lainnya. Angka keterkaitan ke belakang untuk 12 sektor yang dianalisa disajikan dalam Tabel 4.2 sebagai berikut.

Tabel 4.2
Analisa Keterkaitan ke Belakang Antar Sektor

NO	Kode ISIC	Industri	Keterkaitan ke Belakang
1	82	Barang-barang dari kulit	1.2132
2	71	Minuman tak beralkohol	1.2027
3	79	Pakaian jadi	1.1793
4	171	Film dan jasa distribusi swasta	1.1530
5	129	Perlengkapan listrik lainnya	1.0733
6	102	Barang-barang kosmetik	1.0371
7	99	Obat-obatan	1.0361
8	127	Barang-barang elektronika, komunikasi dan perlengkapannya	1.0257
9	73	Rokok	0.8912
10	96	Pestisida	0.8492
11	124	Mesin dan perlengkapannya	0.8122
12	104	Barang-barang hasil kilang minyak	0.6610

Dari tabel tersebut bisa dilihat bahwa di antara 12 sektor tersebut, yang memiliki nilai keterkaitan ke belakang paling tinggi adalah barang-barang dari kulit sebesar 1,21. Artinya setiap penambahan investasi 1 miliar rupiah, industri-industri sebagai penyedia input bagi industri barang-barang dari kulit (lebih hulu) akan memberikan tambahan output sebesar 0,21 miliar. Sektor lain yang juga memiliki angka keterkaitan ke belakang yang tinggi adalah sektor pakaian sebesar 1,17 dan *software* sebesar 1,15. Selain industri-industri tersebut, industri/sektor lain yang memiliki keterkaitan ke belakang – dengan sektor yang lebih hulu – yaitu: industri film dan jasa distribusi swasta.

Sama seperti indeks keterkaitan ke belakang, angka-angka derajat keterkaitan ke depan (indeks kepekaan) memberikan makna, jika lebih dari satu, maka derajat keterkaitan sektor tersebut ke arah depan adalah lebih

dari rata-rata keterkaitan sektor pada umumnya. Makna angka ini adalah bahwa perkembangan yang pesat dari sektor ini akan mendorong berkembangnya sektor-sektor yang lebih hilir dari sektor ini. Angka keterkaitan ke belakang untuk 12 sektor yang di analisa disajikan pada Tabel 4.3 di bawah ini.

Tabel 4.3
Analisa Keterkaitan Ke Depan Antar Sektor

NO	Kode ISIC	Industri	Keterkaitan ke Depan
1	104	Barang-barang hasil kilang minyak	4.2784
2	124	Mesin dan perlengkapannya	1.7764
3	127	Barang-barang elektronika, komunikasi dan perlengkapannya	0.8779
4	99	Obat-obatan	0.8751
5	96	Pestisida	0.8473
6	129	Perlengkapan listrik lainnya	0.7880
7	171	Film dan jasa distribusi swasta	0.7726
8	82	Barang-barang dari kulit	0.7049
9	79	Pakaian jadi	0.6661
10	71	Minuman tak beralkohol	0.6573
11	73	Rokok	0.6404
12	102	Barang-barang kosmetik	0.6263

Berdasarkan Tabel 4.3 di atas, diantara 12 sektor yang memiliki keterkaitan ke depan yang cukup besar dan memiliki nilai lebih dari 1 adalah sektor Oli sebesar 4,27 dan *spare-parts* sebesar 1,77. Barang-barang dari sektor lain memiliki angka keterkaitan ke belakang yang lebih kecil dari 1 dapat dimengerti mengingat bahwa kebanyakan dari barang-barang tersebut adalah barang jadi. Misalnya pakaian dan kosmetika hanya memiliki nilai sebesar 0,67 dan 0,62 karena sektor ini adalah barang jadi yang siap dijual ke konsumen dan tidak memberikan nilai tambah atau digunakan oleh sektor lain.

4.3. DAMPAK PEMALSUAN TERHADAP PEREKONOMIAN

Seperti telah dijelaskan sebelumnya, analisa dengan menggunakan Tabel IO bisa memperlihatkan dampak perubahan suatu sektor perekonomian terhadap sektor lainnya. Dengan demikian, kita dapat juga menghitung dampak adanya pemalsuan terhadap beberapa indikator makro ekonomi. Salah satu indikator yang terpenting dalam ekonomi adalah nilai output bruto.

Output bruto menghitung seluruh produksi dalam perekonomian suatu negara ditambah dengan konsumsi pemerintah dan rumah tangga, investasi, dan juga nilai ekspor impor, terhadap seluruh sektor dalam perekonomian. Secara total dampak dari pemalsuan terhadap output bruto adalah sebesar **Rp 43,188,098.970.000** atau lebih dari 43 trilyun rupiah. Jika kita fokuskan pada 12 sektor yang diteliti, maka dampak dari adanya pemalsuan terhadap output sektor yang diteliti dapat kita lihat pada Tabel 4.4 sebagai berikut.

Tabel 4.4
Dampak Pemalsuan terhadap Output Bruto Indonesia
(dalam juta rupiah)

No	KODE ISIC	SEKTOR	OUTPUT
1	127	Barang-barang elektronika, komunikasi dan perlengkapannya	8,548,730.77
2	79	Pakaian jadi	8,308,349.88
3	73	Rokok	3,874,882.61
4	124	Mesin dan perlengkapannya	2,737,551.61
5	104	Barang-barang hasil kilang minyak	1,381,945.39
6	129	Perlengkapan listrik lainnya	998,667.76
7	82	Barang-barang dari kulit	679,017.07
8	71	Minuman tak beralkohol	413,387.08
9	102	Barang-barang kosmetik	261,195.62
10	171	Film dan jasa distribusi swasta	165,488.34
11	99	Obat-obatan	99,503.70
12	96	Pestisida	24,683.26
		JUMLAH	27,493,403.09

Dari Tabel 4.4 di atas dapat dilihat bahwa kerugian nilai output bruto akibat adanya pemalsuan untuk 12 sektor tersebut adalah sekitar Rp 27 triliun. Dari jumlah yang sangat besar ini bisa dilihat bahwa sektor yang berkontribusi paling besar terhadap nilai kerugian output ini adalah sektor barang-barang elektronika, pakaian dan aksesorisnya, serta rokok.

Keseluruhan indikator ini mengalami peningkatan nilai dampak akibat pemalsuan apabila dibandingkan penelitian sebelumnya, sehingga kita dapat mengatakan bahwa tiap tahunnya pemalsuan memberikan dampak negatif yang terus meningkat terhadap perekonomian.

4.4. PRODUK DOMESTIK BRUTO

Produk domestik bruto yang diukur dalam penelitian ini adalah PDB yang dihitung melalui nilai tambah input ditambah upah dan gaji, surplus usaha, pajak tak langsung, dan subsidi. Berdasarkan indikator ini, total PDB secara total yang hilang akibat adanya pemalsuan adalah sebesar Rp 34.207.292.978, atau lebih dari 34 trilyun rupiah. Sementara itu, dampak pemalsuan terhadap nilai tambah di sektor-sektor yang diteliti dinyatakan pada Tabel 4.5 berikut ini.

Tabel 4.5
Dampak Pemalsuan terhadap Nilai Tambah (dalam rupiah)

No	Kode Isic	Sektor	Nilai Tambah
1	79	Pakaian jadi	6,614,105
2	127	Barang-barang elektronika, komunikasi dan perlengkapannya	5,813,936
3	73	Rokok	4,730,755
4	124	Mesin dan perlengkapannya	1,415,266
5	104	Barang-barang hasil kilang minyak	1,389,129
6	129	Perlengkapan listrik lainnya	674,176
7	82	Barang-barang dari kulit	566,549
8	71	Minuman tak beralkohol	289,787
9	102	Barang-barang kosmetik	143,589
10	171	Film dan jasa distribusi swasta	114,299
11	99	Obat-obatan	60,739
12	96	Pestisida	18,763
		JUMLAH	21,831,091.47

Berdasarkan Tabel 4.5 di atas, sektor yang paling besar kontribusi dampak pemalsuannya terhadap nilai PDB adalah sektor pakaian sebesar 6,6 triliun rupiah. Kemudian diikuti oleh barang elektronika, komunikasi dan perlengkapannya sebesar 5,8 triliun rupiah, dan sektor rokok sebesar 4,7 triliun rupiah. Sektor yang paling sedikit terkena dampak pemalsuan dari 12 sektor yang di teliti adalah sektor pestisida yang berjumlah 18 miliar rupiah.

4.5. PENERIMAAN PAJAK TAK LANGSUNG

Dampak pemalsuan yang lain yang bisa diukur adalah penerimaan pajak tidak langsung. Total penerimaan pajak tidak langsung yang hilang akibat adanya pemalsuan kurang lebih sebesar Rp 43 triliun rupiah, seperti yang bisa dilihat pada Tabel 4.6 di bawah ini.

Tabel 4.6
Dampak Pemalsuan terhadap Penerimaan Pajak Tidak Langsung Indonesia (dalam rupiah)

No	Kode Isic	Industri	Pajak
1	71	Minuman tak beralkohol	794,434.00
2	73	Rokok	5,650,955.09
3	79	Pakaian jadi	15,954,709.96
4	82	Barang-barang dari kulit	1,256,317.77
5	96	Pestisida	24,549.95
6	99	Obat-obatan	141,494.93
7	102	Barang-barang kosmetik	440,459.96
8	104	Barang-barang hasil kilang minyak	817,361.09
9	124	Mesin dan perlengkapannya	3,132,632.49
10	127	Barang-barang elektronika, komunikasi dan perlengkapannya	13,441,472.57
11	129	Perlengkapan listrik lainnya	1,273,452.20
12	171	Film dan jasa distribusi swasta	250,462.18
		JUMLAH	43,178,302.17

Dari Tabel 4.6 di atas, sektor yang paling besar kontribusinya terhadap pajak tidak langsung yang hilang adalah sektor pakaian jadi sebesar 15 triliun rupiah diikuti barang-barang elektronika sebesar 13 trilyun rupiah. Sektor lain yang juga memberikan dampak negatif yang cukup besar terhadap penerimaan pajak tidak langsung adalah sektor rokok sebesar 8 trilyun rupiah. Di sisi lain, sektor yang tidak banyak memiliki dampak negatif terhadap indicator ini adalah pestisida sebesar 24 miliar rupiah.

4.6. PENDAPATAN MASYARAKAT

Nilai upah dan gaji atau pendapatan masyarakat tentunya sangat terpengaruh oleh adanya aktivitas pemalsuan di Indonesia. Tabel 4.7 menyajikan besarnya dampak pemalsuan terhadap pendapatan masyarakat yaitu sebesar Rp 43 triliun.

Tabel 4.7
Dampak Pemalsuan terhadap Tingkat Pendapatan Masyarakat Indonesia (dalam rupiah)

No	Kode Isic	Industri	Income
1	71	Minuman tak beralkohol	794,393.74
2	73	Rokok	5,653,274.07
3	79	Pakaian jadi	15,953,061.06
4	82	Barang-barang dari kulit	1,255,749.93
5	96	Pestisida	24,553.47
6	99	Obat-obatan	141,511.58
7	102	Barang-barang kosmetik	440,615.34
8	104	Barang-barang hasil kilang minyak	820,843.09
9	124	Mesin dan perlengkapannya	3,134,984.84
10	127	Barang-barang elektronika, komunikasi dan perlengkapannya	13,450,263.07
11	129	Perlengkapan listrik lainnya	1,274,320.71
12	171	Film dan jasa distribusi swasta	250,913.17
		JUMLAH	43,194,484.05

Sektor-sektor yang tenaga kerjanya paling banyak merasakan dampak adanya pemalsuan terhadap pendapatannya adalah sektor pakaian jadi sebesar lebih dari 15 triliun rupiah, pakaian sebesar 965 miliar rupiah, barang-barang elektronik sebesar 13 trilyun rupiah, dan juga rokok sebesar 5 trilyun rupiah. Sedangkan sektor yang paling sedikit terkena dampak pemalsuan adalah pestisida dimana dampak penurunan pendapatan adalah sebesar 24 miliar rupiah.

Dalam **Tabel 4.8** di bawah ini, kita bisa melihat ringkasan besar kerugian pada indikator-indikator ekonomi yang lain sebagai dampak akibat adanya pemalsuan. Nilai PDB yang hilang akibat adanya pemalsuan adalah sebesar Rp 34 triliun. Pendapatan masyarakat yang hilang sebesar Rp 43 triliun, penerimaan pajak tidak langsung yang seharusnya diperoleh pemerintah sebesar Rp 43 triliun, dan terakhir tenaga kerja yang seharusnya bisa diserap oleh perekonomian atau penambahan pengangguran adalah sebanyak 83 juta jiwa.

Tabel 4.8
Besaran Dampak Pemalsuan terhadap Indikator Indikator
Perekonomian

Indikator	Nilai	Satuan
Output Bruto	43,188,099	Juta Rupiah
PDB	34,207,293	Juta Rupiah
Pendapatan	43,194,484	Juta Rupiah
Penerimaan pajak tidak langsung	43,178,302	Juta Rupiah
Pengangguran	83,167,781	Jiwa

Bab 5 PENUTUP

Pemalsuan di Indonesia merupakan permasalahan serius yang dihadapi oleh pemerintah maupun pihak yang dirugikan, dalam hal ini adalah produsen produk asli. Pemalsuan tidak hanya merugikan produsen dari produk yang dipalsukan, tetapi juga kepada sektor-sektor lain yang terkait dengan produksi di sektor yang dipalsukan. Pada akhirnya pemalsuan merugikan seluruh masyarakat Indonesia.

Tingginya pemalsuan di Indonesia tidak hanya disebabkan karena produsen produk palsu banyak memasok barang palsu ke pasar, tetapi juga adanya permintaan barang palsu. Kurangnya sosialisasi dan edukasi kepada masyarakat, serta perlindungan konsumen membuat masyarakat Indonesia kurang memahami kerugian mengkonsumsi barang palsu. Kesadaran masyarakat Indonesia terhadap bahaya barang palsu masih sangat rendah, terbukti masih adanya responden yang menjawab bersedia untuk membeli produk farmasi palsu, meskipun persentasenya paling rendah (3.5%) dibandingkan dengan produk lainnya. Permintaan produk barang dari kulit palsu dapat dikatakan paling tinggi dibandingkan dengan produk lainnya (35.7%). Konsumen Indonesia juga tidak peduli dengan peraturan yang dilanggar akibat menggunakan produk palsu. Melanggar undang-undang hak cipta karena menggunakan *software* palsu, tidak merupakan concern bagi konsumen di Indonesia. Hal tersebut terbukti dari hasil survey bahwa *software* merupakan produk kedua terbesar yang dipalsukan, setelah barang dari kulit, dengan persentase (34.1%).

Oleh konsumen Indonesia lebih dipercaya sebagai pemasok barang palsu untuk kebutuhan seluruh dunia. Hal ini berbeda dengan pandangan produsen yang produk-produknya dipalsukan, karena beberapa produsen menemukan bahwa produk palsu tersebut banyak yang berasal dari Cina. Pendapatan yang rendah juga menjadi suatu permakluman (*excuse*) bagi masyarakat untuk mengkonsumsi barang palsu. Kerangka hukum yang kurang jelas dan penegakkan peraturan yang kurang dari aparat pemerintah juga merupakan faktor pendorong banyaknya barang palsu di Indonesia, namun demikian faktor pendorong yang lebih kuat adalah perilaku masyarakat yang dicerminkan melalui permintaan barang palsu yang tinggi.

Pemalsuan di suatu sektor industri tidak hanya merugikan sektor industri bersangkutan, tetapi juga memiliki dampak multiplier kepada sektor-sektor lainnya. Perhitungan dapat dilakukan dengan dan tanpa memperhitungkan dampak multiplier. Tabel 5.1 berikut ini meringkas kerugian perekonomian yang disebabkan oleh pemalsuan pada 12 sektor ekonomi, dengan dan tanpa memperhitungkan dampak multiplier.

Tabel 5.1
Kerugian Akibat Pemalsuan terhadap Perekonomian

Indikator	Memperhitungkan dampak multiplier	Tidak memperhitungkan dampak multiplier
Output Bruto	43.2 triliun rupiah	27.5 triliun rupiah
PDB	34.2 triliun rupiah	21.8 triliun rupiah
Pendapatan	43.2 triliun rupiah	43.2 triliun rupiah
Penerimaan pajak tidak langsung	43.2 triliun rupiah	43.2 triliun rupiah
Pengangguran		

Dampak pemalsuan terhadap pendapatan dan penerimaan pajak tidak langsung nilainya sama saja, karena kedua sektor tersebut tidak menghasilkan barang dan jasa dalam perekonomian (output) tetapi hanya merupakan sektor yang digunakan untuk menghasilkan barang dan jasa dalam perekonomian (input). Pendapatan adalah upah dan gaji yang diterima oleh masyarakat, sementara pajak tidak langsung diterima oleh pemerintah. Dapat dikatakan bahwa kedua sektor tidak berkaitan dengan barang, tetapi dengan uang.

DAFTAR PUSTAKA

- Berman, Barry. "Strategies to detect and reduce counterfeiting activity".
Business Horizons (2008) 51, 191-199
- Harvey, Michael. "A new way to combat product counterfeiting". Business
Horizons July-August 1988
- Safa, Mohammad Samaun and Jessica, Wang Jing. "Influential decision factors
of counterfeit consumers in Shijiazhuang city of China: A Logit analysis".
MPRA, Binary University College, 2005
- Wee, H., Ta, S. J. and Cheok, K. H. (1995). Non-price determinants of
intention to purchase counterfeit goods: an exploratory study.
International Marketing Review, Vol. 12, No. 6, pp. 19-46(28)
- KPMG Report. "Economic impact study analyzing counterfeit products in UAE".
January 2008
- OECD Report, "The Economic Impact of Counterfeiting and Piracy". 2007 &
2008

Lampiran



Lembaga Penyelidikan Ekonomi dan Masyarakat
Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia

Laporan Akhir

Jadwal Wawancara



Lembaga Penyelidikan Ekonomi dan Masyarakat
Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia

Laporan Akhir

Catatan wawancara



Lembaga Penyelidikan Ekonomi dan Masyarakat
Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia

Laporan Akhir

Kuesioner konsumen