

DAMPAK EKONOMI PEMALSUAN DI INDONESIA

(ECONOMIC IMPACT OF COUNTERFEITING IN INDONESIA)

TIM PENELITI:

DR. EUGENIA MARDANUGRAHA

SITA WARDHANI, SE, MSC

BUDHI ISMAYADI, SE, ME

DENNIS BERGKAMP, SE

BENEDICT YAPPY

LAPORAN TAMBAHAN KHUSUS TINTA



MAKARA MAS

Holding Company Universitas Indonesia

1. Distribusi Responden

Bab ini berisi deskripsi hasil survey kepada 90 responden di Jakarta, Bogor, Tangerang, Bekasi (Jabodetabek) dan Surabaya. Responden terdiri dari konsumen akhir, yaitu pembeli tinta printer, dan konsumen antara, yaitu penjual tinta printer isi ulang. **Tabel 1** berikut ini memuat distribusi responden berdasarkan lokasi dan jenis produk.

Tabel 1
Distribusi Jumlah Responden

Jabodetabek		Surabaya		Total
Konsumen Akhir	Konsumen Antara	Konsumen Akhir	Konsumen Antara	
25	25	20	20	90

Dalam penelitian LPEM Tahun 2010 produk tinta belum terdapat dalam penelitian. Kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini dapat dilihat pada Lampiran.

2. Persentase Produk Tinta Palsu

Persentase barang palsu diestimasi dengan menggunakan cara sebagai berikut: Pertama, estimasi persentase berdasarkan jawaban responden pada kuesioner yang disebarkan kepada konsumen akhir (pembeli). Kepada responden ditanyakan frekwensi membeli tinta dengan menggunakan skala 1-6. Skala 1 menunjukkan bahwa konsumen selalu membeli barang ASLI, dan skala 6 menunjukkan bahwa responden selalu membeli barang PALSU. Jawaban responden kemudian dirata-ratakan, kemudian di buat suatu nilai persentase. Semakin tinggi nilai persentase menunjukkan bahwa konsumen semakin bersedia untuk membeli barang palsu. Persentase inilah yang digunakan sebagai proksi persentase pemalsuan di Indonesia dari sudut pandang konsumen akhir. Metode perhitungan inilah yang juga digunakan oleh LPEM-FEUI pada Tahun 2010.

Kedua, estimasi persentase berdasarkan jawaban responden pada kuesioner yang disebarkan kepada konsumen antara (penjual). Responden diminta untuk mengisi ranking 1-6 yang mencerminkan minat konsumen membeli tinta palsu. Ranking 1 menunjukkan minat konsumen membeli tinta isi ulang atau suntikan, dan 6 menunjukkan jenis konsumen yang pasti membeli asli. Rata-rata dari ranking tersebut kemudian dipersentasekan. Semakin tinggi persentase semakin tinggi penjualan tinta palsu. Persentase ini dirata-rata dengan hasil yang diperoleh dari konsumen akhir, kemudian hasilnya yang dianggap sebagai

proksi persentase tinta palsu di Indonesia. Metode ini tidak digunakan pada penelitian LPEM tahun 2010, karena pada saat itu belum dilakukan survey kepada konsumen antara (penjual).

Tabel 2 berikut ini menyajikan persentase pemalsuan hasil perhitungan berdasarkan jawaban konsumen akhir, konsumen antara dan rata-rata dari keduanya. Tabel ini juga memuat perbandingan hasil penelitian LPEM pada Tahun 2010 yang lalu.

Tabel 1
Persentase Produk Palsu

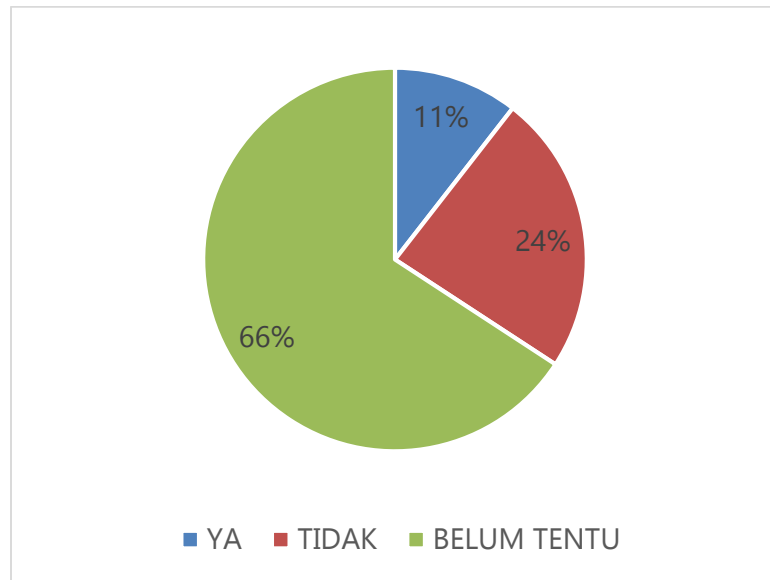
Persentase konsumen akhir	Persentase konsumen antara	Persentase Produk Palsu
52.2%	46.7%	49.4%

Persentase beredarnya tinta palsu berdasarkan persepsi konsumen akhir dan antara cukup tinggi, yaitu 49.4%. Penyebab tingginya tinta palsu bisa berasal dari sisi permintaan maupun penawaran. Dari sisi penawaran adalah masuknya tinta printer impor, khususnya dari Korea telah memenuhi pasar tinta printer di Indonesia. Teknologi membuat tinta printer isi ulang tidak terlalu rumit, sehingga mudah untuk dipalsukan. Tingginya pemalsuan dapat disebabkan dari sisi permintaan, dimana harga jauh lebih rendah dibandingkan tinta asli, membuat konsumen memilih untuk membeli tinta asli. Bagian berikutnya menyajikan alasan dan pendapat konsumen akhir dan antara.

3. Persepsi Konsumen Akhir

Dalam kuesioner ditanyakan kepada responden yang pernah membeli tinta palsu (tinta isi ulang), apakah anda akan berhenti membeli produk tersebut. **Gambar 1** berikut ini menyajikan jawaban responden.

Gambar 1
Persentase Responden yang akan berhenti membeli produk palsu



Sebagian besar responden (66%) menjawab belum tentu, dan hanya 11% yang menjawab YA. Hal ini dapat disebabkan oleh perbedaan hasil print yang tidak jauh berbeda antara menggunakan tinta isi ulang atau tinta asli. **Tabel 2** berikut ini memuat pertimbangan membeli tinta printer.

Tabel 2
Pertimbangan Membeli Tinta Printer

Ranking	Pertimbangan	Skor
1	Manfaat	2.45
2	Harga	2.50
3	Kualitas	2.78
4	Keaslian Produk	3.66
5	Merek	3.73
6	Tempat asal produksi	5.62

Manfaat dan harga merupakan pertimbangan utama dalam membeli tinta, baru disusul oleh kualitas. Seperti pada produk-produk lainnya, keaslian produk bukan merupakan pertimbangan yang utama. Dengan urutan pertimbangan seperti di atas, maka apabila perbedaan harga antara tinta asli dan isi ulang tidak terlalu besar, maka konsumen akan beralih ke tinta asli. Tabel 3 berikut ini memuat alasan konsumen tidak membeli isi ulang.

Tabel 3
Alasan Tidak Membeli Tinta Isi Ulang

Ranking	Alasan	Skor
1	Tinta isi ulang merusak printer	4.31
2	Kualitas hasil print tidak terjamin	4.29
3	Melanggar hukum/undang-undang	3.36
4	Merugikan produsen asli	3.07

Alasan bahwa tinta isi ulang merusak printer merupakan alasan yang utama, oleh karena itu produsen perlu mengembangkan teknologi yang tidak memungkinkan konsumen untuk menggunakan tinta isi ulang, dan harga tinta asli dapat terjangkau oleh konsumen. Dari tabel di atas dapat juga dilihat bahwa konsumen tidak takut melanggar undang-undang. **Tabel 4** berikut ini menyajikan alasan membeli tinta isi ulang. Konsumen menganggap bahwa kualitas hasil print hampir sama dengan asli, dan pendapatan belum cukup untuk membeli tinta asli. Selama ini tinta asli harganya relative mahal dan tidak terjangkau bagi konsumen pada umumnya.

Tabel 4
Alasan Membeli Tinta Isi Ulang

Ranking	Alasan	Skor
1	Kualitas hampir sama dengan asli	3.93
2	Fungsi sama dengan asli	3.91
3	Pendapatan belum cukup untuk selalu membeli tinta asli	3.73
4	Harganya jauh lebih murah daripada tinta asli	3.51
5	Produsen tinta asli sudah memperoleh keuntungan besar	3.23
6	Lebih mudah memperoleh tinta isi ulang daripada asli	3.16

4. Persepsi Konsumen Antara

Konsumen antara adalah penjual tinta printer, baik tinta printer asli maupun isi ulang atau suntikan. Penjual tinta printer biasanya menawarkan jasa pemasangan perangkat printer dengan tinta isi ulang untuk merek-merek printer tertentu yang tidak diawasi secara ketat oleh produsen printer. Profit dan keuntungan merupakan alasan menjual tinta printer. Seperti halnya produk lainnya, keaslian produk tidak menjadi pertimbangan dari penjual. Hal tersebut dapat dilihat pada Tabel 4 berikut ini:

Tabel 4
Alasan Mejual Tinta Printer

Ranking	Pertimbangan	Skor
1	Profit/keuntungan	2.36
2	Kualitas produk	2.66
3	Produk laku dijual	2.67
4	Keaslian produk	3.48
5	Harga produk	3.86

Tabel 5 berikut ini menyajikan jenis konsumen pembeli tinta printer. Kepada penjual kami tanyakan bagaimana minat setiap jenis konsumen berikut ini membeli tinta printer dengan menggunakan skor 1-6. Semakin tinggi skornya, maka semakin tinggi minat konsumen tersebut membeli tinta asli. Skor tersebut kemudian diolah menjadi persentase yang menunjukkan semakin tinggi persentase, semakin besar kemungkinan konsumen tertentu membeli tinta isi ulang.

Tabel 5
Kemungkinan Konsumen Membeli Tinta Isi Ulang

Ranking	Jenis Konsumen	Kemungkinan
1	Pelajar	13.7%
2	Mahasiswa	13.6%
3	Rumah Tangga	12.5%
4	Pedagang kecil menengah	10.7%
5	Perusahaan kecil menengah	9.2%
6	Pedagang besar	8.2%
7	Kantor Swasta	8.1%
8	Kantor Pemerintah	7.8%
9	Perusahaan besar	6.6%
10	Bank	5.1%
11	Perusahaan asing	4.4%
	TOTAL	100.0%

Tabel 6 berikut ini menyajikan beberapa pernyataan responden mengenai tinta isi ulang. Penjual tinta printer mengemukakan bahwa konsumen lebih mudah memperoleh tinta isi ulang/suntikan dibandingkan dengan yang asli. Mereka kurang setuju pada pendapat bahwa kualitas tinta isi ulang/suntikan hampir sama dengan tinta asli.

Tabel 6
Pendapat Mengenai Tinta Isi Ulang

Ranking	Pernyataan	Skor
1	Konsumen lebih mudah memperoleh tinta isi ulang/suntikan dibandingkan asli.	3.98
2	Semakin tinggi penghasilan seseorang, maka semakin tinggi kesadaran orang tersebut untuk membeli tinta	3.67
3	Teknologi pembuatan tinta sangat sederhana sehingga tinta isi ulang/suntikan memiliki kualitas hampir sama dengan tinta asli.	3.13

Produsen tinta selama ini memasarkan produk hanya di toko-toko tertentu, seperti di toko buku dan alat tulis kantor yang berada mal-mal. Padahal kebutuhan tinta printer lebih banyak adalah di toko-toko sekitar kampus atau perkantoran. **Tabel 7** berikut ini menyajikan alasan mengapa tinta isi ulang tetap beredar di masyarakat.

Tabel 7
Alasan tinta isi ulang tetap beredar di masyarakat

Ranking	Alasan	Skor
1	Perbedaan harga tinta asli dan isi ulang/suntikan terlalu jauh	4.50
2	Tinta isi ulang impor sangat mudah beredar di Indonesia	4.13
3	Tinta asli tidak laku dijual/ peminat tinta isi ulang dan suntikan masih lebih besar	3.84
4	Menjual tinta isi ulang memperoleh keuntungan lebih besar	3.84
5	Pengawasan terhadap perdagangan tinta isi ulang/suntikan kurang ketat	3.82
6	Pendapatan masyarakat belum mampu membeli tinta asli	3.67

Alasan utama adalah harga yang jauh lebih murah. Sehingga konsumen yang mampu membeli tinta printer asli sekalipun akan berpindah ke tinta palsu. Tinta isi ulang impor diakui oleh para penjual tinta sangat luas peredarannya di pasaran. Alasan bahwa pendapatan masyarakat belum mampu membeli tinta asli tidak dianggap penting oleh penjual. Artinya, konsumen sebenarnya mampu membeli tinta asli, tetapi karena murah dan banyaknya tinta palsu, maka konsumen memilih untuk membeli tinta palsu.

5. Kerangka dan Penegakan Hukum Terhadap Pemalsuan

Secara khusus ditanyakan kepada semua responden, baik konsumen akhir maupun antara, mengenai kerangka dan penegakan hukum terhadap pemalsuan. Jawaban responden dapat dilihat pada **Tabel 8** di bawah ini. Persentase menunjukkan banyaknya responden yang setuju pada suatu ranking kerangka dan penegakan hukum, untuk setiap pihak yang terlibat dalam kegiatan pemalsuan, yaitu konsumen, penjual dan produsen.

Tabel 8
Persepsi mengenai kerangka hukum pemalsuan

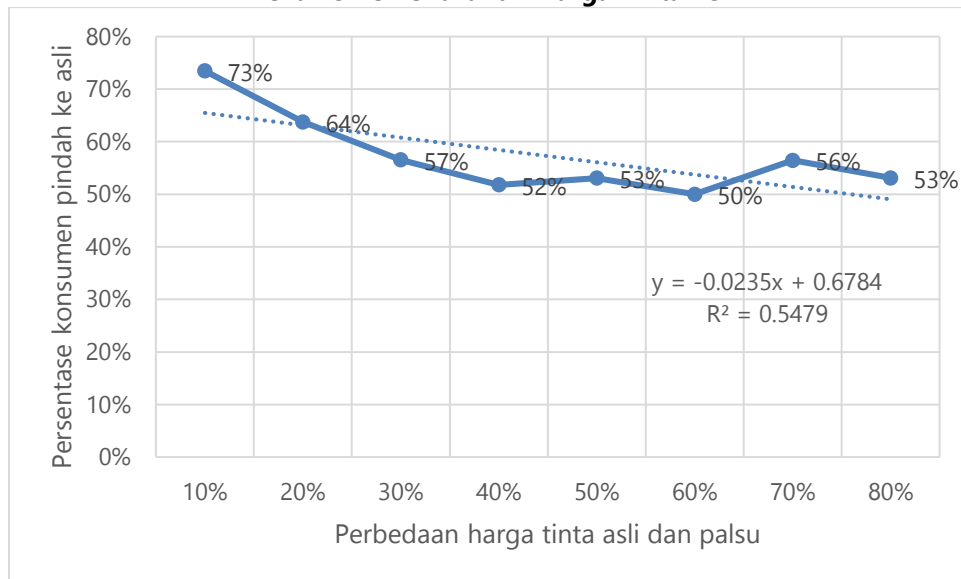
Kerangka dan penegakan hukum	Produsen	Penjual	Konsumen
Tidak mungkin diadili	12.6%	4.5%	65.5%
Razia yang dilakukan masih kurang	21.1%	27.9%	10.3%
Sering dilakukan razia tetapi tidak dihukum	17.6%	34.2%	10.3%
Hukuman terlalu ringan	24.1%	19.8%	6.9%
Hukuman sudah cukup membuat jera	24.6%	13.5%	6.9%
TOTAL	100.0%	100.0%	100.0%

Dapat dilihat pada Tabel di atas bahwa responden menganggap bahwa konsumen tidak mungkin diadili apabila membeli barang palsu. Sementara sering dilakukan razia kepada para penjual sering dilakukan namun razia yang dilakukan masih kurang. Hukuman kepada produsen barang palsu terlalu ringan dan tidak cukup membuat jera.

6. Mekanisme Harga

Pada bagian ini akan dianalisis bagaimana pengaruh harga terhadap kesediaan konsumen untuk membeli hanya tinta asli. Hasil pengolahan data hasil survey kepada konsumen akhir dan antara mengenai perbedaan harga antara software asli dan palsu dapat dilihat pada **Gambar 2** berikut ini.

Gambar 2
Mekanisme Penurunan Harga Tinta Asli



Keterangan dan analisis untuk gambar di atas adalah sebagai berikut:

1. Sumbu horizontal (sumbu x) menunjukkan persentase perbedaan harga antara tinta asli dan palsu. Sumbu vertikal (sumbu y) menunjukkan persentase konsumen yang bersedia membeli hanya tinta asli.
2. Terdapat hubungan negatif antara kedua variabel. Artinya, semakin rendah perbedaan harga antara tinta asli dan palsu, maka semakin tinggi kesediaan konsumen untuk membeli produk asli.
3. Hubungan antara kedua variabel dijelaskan dengan menggunakan persamaan regresi linear sebagai berikut: $y = -0.0235x + 0.6784$ atau $x = -42.55y + 28.87$. Dengan menggunakan persamaan ini, maka dapat diinterpretasikan beberapa hal sebagai berikut:
 - a. Apabila tidak ada perbedaan harga antara tinta asli dan bajakan sekalipun ($x=0\%$) masih ada sekitar 0.67% ($y=0.67\%$) konsumen yang membeli tinta bajakan. Hal ini menunjukkan bahwa peredaran tinta palsu sangat luas, sehingga terdapat konsumen yang sebenarnya bersedia membeli tinta asli, tetapi tidak ada di pasaran.
 - b. Perbedaan harga maksimum antara apabila diinginkan seluruh konsumen hanya membeli tinta asli ($y=100\%$) adalah sekitar 13.68% ($x=13.68\%$). Apabila perbedaan harga di atas nilai tersebut, maka konsumen akan membeli tinta yang palsu. Upaya memberantas pembelian tinta palsu dapat dilakukan dengan menurunkan harga tinta asli.

7. Kesimpulan

Tinta printer palsu, yaitu tinta printer isi ulang dan suntikan, beredar sangat luas di masyarakat. Berdasarkan persepsi konsumen akhir dan antara, diperkirakan terdapat 49,4% tinta palsu, dari seluruh perdagangan tinta printer. Hal ini disebabkan bukan karena konsumen tidak mampu membeli tinta asli, tetapi karena peredaran tinta palsu yang sangat luas, dan harga yang sangat rendah dibandingkan dengan tinta asli, sehingga konsumen akan berpindah ke tinta palsu. Banyaknya tinta palsu juga disebabkan oleh mudahnya impor dari luar negeri.

Kualitas tinta palsu tidak sama dengan tinta asli, konsumen tidak membeli tinta palsu karena merusak printer. Hal ini yang perlu menjadi pertimbangan bagi produsen, untuk terus meningkatkan kualitas dari tinta printer asli dan memperbaiki teknologi dari printer sehingga tinta palsu tidak mudah untuk dipakai. Selain itu perbedaan harga antara tinta asli dan palsu juga perlu diperhatikan, sehingga produsen tinta asli dapat memproduksi tinta lebih banyak dan harganya lebih murah.