



BUKAN SEKADAR TOKO:

BAGAIMANA INDUSTRI ROKOK MEMANFAATKAN TOKO ECERAN UNTUK MENJERAT KONSUMEN

Bodega. Sari-sari. Kirana. Baqala. Warung eceran. Untuk Anda, ini adalah kemudahan untuk membeli kebutuhan sehari-hari dengan jarak dekat. Bagi industri rokok, ini adalah mesin pemasaran dengan daya tarik yang kuat - peluang untuk membuat rokok terlihat dan menarik semua orang yang masuk.

Industri rokok memanfaatkan toko eceran untuk menormalisasi kehadiran rokok untuk menjerat anak muda, menyasar kelompok spesifik, merekrut sekutu dan meningkatkan penjualan. Berikut adalah sebagian kecil cara yang dimanfaatkan perusahaan rokok dan mempengaruhi toko eceran untuk menguntungkan mereka.

Pegawai Toko

Banyak perusahaan rokok **memberikan insentif kepada pegawai toko berupa imbalan**, diskon dan berbagai hal lain jika mereka memenuhi target penjualan atau **mempromosikan merk perusahaan**. Perusahaan rokok juga pernah berusaha **memobilisasi pegawai toko dan asosiasi pengecer untuk bertindak sebagai sekutu**, dengan melawan regulasi pengendalian rokok dan bertindak sebagai kelompok pembela untuk melindungi profit industri.

Pajangan Konter

Beberapa outlet pengecer **memposisikan produk rokok dan nikotin secara strategis di lokasi yang menarik anak-anak** - seperti aneka produk beraneka rasa atau produk berkemasan warna-warni - di rak yang sejajar dengan mata anak-anak atau di dekat permen dan sejenisnya. Perusahaan rokok juga **menyediakan rak bermerk rokok untuk toko**, bahkan untuk produk non-rokok.

Dinding di Balik Konter

Perusahaan rokok berusaha **memastikan merk mereka terpampang jelas dengan mempengaruhi penempatan produk di rak dan daftar harga, bahkan di berbagai tempat di mana produk rokok harus ditutup**. Mereka juga mungkin berusaha menarik konsumen dengan **pajangan toko bermerk serta iklan pada rak toko**.

Lokasi

Sebagian perusahaan rokok **menawarkan insentif kepada pengecer untuk penempatan pajangan rokok atau spanduk secara mencolok di pintu masuk toko, termasuk pada toko berlokasi di dekat sekolah**. Mereka juga **secara strategis memampangkan merk tertentu dan/atau potongan harga di wilayah yang menjadi sasaran demografis, seperti kalangan penduduk Amerika berkulit hitam berpendapatan rendah**. Wilayah semacam ini seringkali memiliki pengecer rokok dengan kepadatan lebih tinggi.



Pelajari berbagai cara industri **memanfaatkan pengecer untuk menjaring konsumen baru dan memelihara adiksi** di kalangan konsumen terkini di **Tobacco Tactics**.

REKOMENDASI

Kebijakan yang mengatur penjualan produk rokok di tingkat pengecer dapat menurunkan konsumsi rokok. Hal ini mendorong komunitas yang lebih sehat dan lebih produktif. Berikut ini beberapa hal yang dapat dilakukan para pembuat kebijakan untuk melindungi kesehatan masyarakat.

1

Larangan Iklan, Promosi dan Sponsor rokok (TAPS), harus meliputi pajangan di titik penjualan serta syarat untuk kemasan polos.

Ini akan mencegah perusahaan rokok memanfaatkan pajangan toko bermerk serta kemasan rokok bermerk untuk menjerat konsumen dan menormalisasi kehadiran rokok. Ini juga akan melindungi anak-anak dari pajangan produk rokok yang muncul di dekat permen serta makanan ringan, serta dari kemasan berwarna cerah yang dirancang untuk menarik anak muda.

• 2

Memberlakukan dan menegakkan larangan iklan serta penjualan rokok di dekat sekolah dan taman bermain. Pemerintah harus mensyaratkan jarak minimal antara outlet penjual rokok dengan berbagai fasilitas seperti sekolah, serta melarang penjualan rokok melalui mesin penjual otomatis, yang dapat diakses dengan mudah oleh penduduk di bawah umur.

• 3

Pembuat kebijakan harus sadar akan keberadaan kelompok pembela yang didukung oleh Perusahaan Rokok Raksasa. Industri kerap membujuk pengecer dan asosiasinya untuk melobi kepentingan mereka. Pembuat kebijakan harus memeriksa basis data sekutu industri rokok dari STOP' atau Tobacco Tactics untuk mengetahui kelompok mana yang memiliki kaitan dengan industri. Pemerintah juga harus memberikan kegiatan alternatif bernilai ekonomis kepada pengecer, dengan memberi insentif kepada mereka yang menjauhi rokok.

4

Pembuat kebijakan harus mengakui bahwa pemasaran industri rokok menyebabkan memburuknya ketidak-adilan sistemik serta memberlakukan kebijakan yang tepat. Praktik pemasaran tertarget industri rokok, termasuk di lingkungan pengecer mengekalkan ketidak-adilan. Mensyaratkan lisensi penjualan rokok dan membatasi jumlah pengecer rokok di wilayah geografis tertentu atau berdasarkan kepadatan populasi dapat menurunkan konsentrasi tidak merata pengecer rokok di wilayah yang sudah terdampak diskriminasi.

**AMBIL
TINDAKAN**

Berbagai negara di seluruh dunia mulai memberlakukan aneka solusi tersebut serta berbagai kebijakan lain untuk menurunkan ketersediaan rokok.

Temukan berbagai solusi kebijakan yang teridentifikasi dalam tinjauan di tahun 2023, serta pelajari studi kasus yang mengamati persepsi publik tentang kebijakan terkait di Mesir, di mana terjadi peningkatan konsumsi rokok.

SUMBER

- + Tobacco Tactics
- + Indonesia: Industri rokok menggabungkan insentif pengecer dengan promosi merk
- + Kebijakan regulasi lingkungan pengecer untuk mengurangi ketersediaan rokok: Sebuah tinjauan ruang lingkup
- + Persepsi publik akan kebijakan pengurangan ketersediaan rokok dengan meregulasi lingkungan pengecer rokok : Sebuah studi kasus di Mesir