

## Promosi Rokok di Hindia-Belanda Tahun 1930-1942

**Lolita Habsari<sup>1\*</sup>, Muhammad Basri<sup>2</sup>, Yustina Sri Ekwandari<sup>3</sup>**  
FKIP Unila Jalan Prof. Dr. Soemantri Brojonegoro No. 01 Bandar Lampung

\*Corresponding e-mail: [lolithabsari@gmail.com](mailto:lolithabsari@gmail.com)

Received: November 22<sup>th</sup>, 2021 Accepted: December 8<sup>th</sup>, 2021 Online Published: Desember 15<sup>th</sup>, 2021

### ABSTRAK

**Promosi Rokok di Hindia-Belanda Tahun 1930-1942.** Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui Promosi Strategi Pemasaran Rokok Kretek Tjab Bal Tiga Nitisemito Tahun 1930-1942. Metode yang digunakan dalam penelitian ini meliputi, penelitian historis dengan menerapkan empat tahapan yaitu: Heuristik, Kritik Interpretasi dan Historiografi. Sedangkan dalam teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis data kualitatif. Promosi menjadikan salah satu cara untuk mencapai suatu keberhasilan dalam usaha. Hal ini dibuktikan oleh Nitisemito yang berhasil membawa namanya menjadi orang yang berpengaruh pada saat itu sehingga Bapak Nitisemito dikenal dengan julukan "Raja Kretek", karena produk rokoknya telah berhasil menguasai pemasaran rokok kretek di Jawa. Keberhasilan promosi nya membawa dampak meningkatnya penjualan rokok kretek Tjab Bal Tiga sehingga Nitisemito mampu meningkatkan status sosialnya di masyarakat.

**Kata kunci:** hindia-belanda, Nitisemito, promosi, rokok, tjab bal tiga

### ABSTRACT

**Promotion of Cigarettes in the Dutch East Indies 1930-1942.** The purpose of the study was to determine the Marketing Strategy Promotion of Tjab Bal Tiga Nitisemito Kretek Cigarettes in 1930-1942. The method used in this study includes historical research by applying four stages, namely: Heuristics, Criticism of Interpretation and Historiography. Meanwhile, the data analysis technique used in this research is qualitative data analysis technique. Promotion is one way to achieve success in business. This is evidenced by Nitisemito who succeeded in bringing his name to an influential person at that time so that Mr. Nitisemito was known by the nickname "King of Kretek", because his cigarette products had succeeded in mastering the marketing of kretek cigarettes in Java. The success of his promotion brought the impact of increasing sales of Tjab Bal Tiga kretek cigarettes so that Nitisemito was able to improve his social status in society.

**Keywords:** dutch east indies, Nitisemito, promotion, cigarettes, tjab bal tiga

### I. PENDAHULUAN

Kedatangan bangsa Barat di Indonesia dipelopori oleh bangsa Portugis menduduki Malaka pada tahun 1511 yang kemudian disusul oleh Spanyol pada tahun 1512, Belanda tahun 1596 dan Inggris tahun 1811. Setelah tiba di Indonesia mereka mendirikan koloni, mengadakan perdagangan, serta melaksanakan monopoli perdagangan. Pada saat Indonesia dijajah Belanda, rakyat Indonesia diwajibkan menanam tanaman yang laku dipasar dunia. Misalnya lada, kopi, cengkeh. Semua kebijakan pemerintah kolonial sangat merugikan bangsa Indonesia. (Gathot Asrianta, Aries Budi Santoso dan Sri Winarti, 2010:48).

Pada tahun 1870, Belanda menerapkan sistem perekonomian baru bagi masyarakat Hindia-Belanda terutama di wilayah Jawa. Belanda mengeluarkan Undang-undang yang baru mengenai perkebunan, hal ini timbul akibat adanya penentangan dari golongan liberal di negeri Belanda mengenai Tanam Paksa yang dilakukan di Nusantara. Undang-undang baru dilaksanakan yakni "Politik Pintu Terbuka, atau sering disebut

dengan Undang-Undang Agraria (*Agraris Wet*). Undang-undang Agraria telah menimbulkan modernisasi dalam masyarakat Hindia-Belanda. Perusahaan-perusahaan asing mulai memanfaatkan adanya Undang-undang baru yang diterapkan di Hindia-Belanda. Mereka menanamkan modal keberbagai sektor terutama sektor perkebunan. Kebijakan ini merupakan kebijakan yang memulai modernisasi di wilayah Nusantara terutama di Jawa, yang wilayahnya sebagian besar merupakan sektor perkebunan.

Golongan yang menentang Tanam Paksa terdiri dari beberapa golongan. Pertama, ialah mereka yang merasa iba mendengar keadaan petani Indonesia yang menderita akibat Tanam Paksa. Mereka menghendaki agar Tanam Paksa dihapuskan, berdasarkan perikemanusiaan. Kedua, ialah golongan menengah yang terdiri dari pengusaha dan pedagang swasta. Pada tahun 1870 di Indonesia mulai dilaksanakan politik kolonial liberal yang sering disebut "Politik Pintu Terbuka" (*open door policy*) besarnya (Gathot Asrianta, Aries Budi Santoso dan Sri Winarti, 2010:53)

Menurut Bedjo Riyanto, pertumbuhan industri seperti pabrik-pabrik gula, nila (indigo), kopi, teh, dan tembakau sejak masa Tanam Paksa, telah merangsang proses industrialisasi sebagai motor penggerak pertumbuhan ekonomi di Jawa (Bedjo Riyanto. 2000: 123-124). Dalam waktu singkat perkebunan-perkebunan tembakau merebak di beberapa wilayah di pulau Jawa bagian barat seperti di wilayah Bogor, Priangan, dan Cirebon. Sedangkan di bagian timur pulau berada di Kediri, Madiun, Surabaya dan Madura. Di luar pulau Jawa, tembakau ekspor juga ditanam di Ternate, kepulauan Kei, Makian, Buru, Seram, Ambon Saparua dan pulau Bali yang dalam kurun waktu dua puluh tahun kemudian pada 1850 menjadi lahan eksportir tembakau utama. Namun uniknya, perkebunan tembakau terbaik di dunia berorientasi ekspor berhasil dilakukan di Deli, Sumatera Utara setelah tanam Paksa berakhir pada tahun 1863. Tembakau telah menjadi sumber utama pendapatan pemerintah Hindia- Belanda pada akhir abad ke 19 (Thomas Sunaryo. 2013: 36).

Banyaknya hasil tembakau di Nusantara, membuat masyarakat Hindia-Belanda memanfaatkan tembakau sebagai salah satu bahan pembuatan rokok. Merokok adalah budaya asli Nusantara. Bahan baku rokok yakni tembakau telah diperkenalkan oleh orang Belanda pada tahun 1596 yaitu Cornelis De Houtman yang dibawanya ke Banten hingga akhirnya dapat terkenal dikalangan Kerajaan Banten. Istilah Rokok diketahui berasal dari kebiasaan merokok orang-orang di Kepulauan Maluku sekitar abad ke 17 (Elisabet Ratna Eko Yuliasuti, 2008:53). Merokok telah menjadi kebiasaan kelompok priyayi atau golongan atas di Hindia-Belanda, hingga kebiasaan itu tersebar hingga keseluruhan Nusantara terutama wilayah Jawa bagian Kudus.

Pada abad 19 Kudus menjadi salah satu wilayah jalur perdagangan di Pantai Utara Jawa. Tahun 1880-an sampai 1980-an industri rokok kretek di Kudus mulai berkembang. Ditemukannya tembakau berakibat kepada semakin meningkatnya kegemaran orang mengkonsumsi tembakau. Perkembangan ini menumbuhkan kemampuan masyarakat Kudus untuk membuat rokok tradisional. Rokok klobot merupakan jenis rokok pertama yang umum dinikmati masyarakat Kudus. Baru pada tahun 1880 ditemukanlah rokok kretek sebagai pembaharuan rokok klobot. Bunyi kretek-kretek yang ditimbulkan dari pembakaran klobot ini membawa perubahan sebutan rokok klobot menjadi rokok kretek. Maksud awal pembuatan rokok kretek ini hanya sebagai obat, namun karena menjadi sumber manfaat dan membawa kenikmatan bagi masyarakat. Permintaan yang membludak dari masyarakat ini memaksa penemu rokok kretek, Hj. Djamahri untuk mendirikan sebuah usaha rokok kecil- kecilan tanpa label dengan metode membuat rokok *tingwe (linting dhewe)* dan wujudnya lancip disalah satu ujungnya dengan pembungkus *daun klobot (daun jagung kering)*, sehingga cukup sulit untuk membuat

rokok ini dengan mesinbutuh ketrampilan tangan yang ulet (Lance Castle, 1982 : 60).

Namun perkembangan usaha Haji Jamahri tidak berlanjut karena Haji Jamahri diketahui meninggal pada 1890 dan tidak ada penerus. Kemudian ide dari Haji Jamahri diminati dan dijadikan usaha oleh Nitisemito. Bisnis rokok dimulai oleh Nitisemito pada 1906 dan pada 1908 usahanya resmi terdaftar dengan merek "*Tjap Bal Tiga*". Bisa dikatakan langkah Nitisemito itu menjadi tonggak tumbuhnya industri rokok kretek di Kudus (Amen Budiman & Onghokham, 1987 : 93-94).

Munculnya industri rokok kretek Kudus pertama oleh pengusaha kretek pribumi, secara otomatis membawa perubahan bagi masyarakat Kudus yang semula bertani menjadi buruh pabrik. Keberadaan perusahaan rokok kretek Kudus tersebut telah memperbaiki kesejahteraan penduduk sekitar Kudus. Industri pabrikkretek merupakan industri padat karya, yang awalnya mempekerjakan pekerja di sekitar district Kudus yang disebut dengan *abone* yang bertugas menerima jatah bahan baku pembuat rokok kretek untuk dibagikan kepada para buruh rumahan dan mengumpulkan serta menyetorkan rokok kretek yang telah jadi ke pabrik pemesan (Amen Budiman & Onghokham : 1987, 112).

Nasib baik para pengusaha pabrik kretek pribumi pada waktu itu memunculkan kepercayaan orang untuk beradu nasib di bidang industri rokok kretek. Keberhasilan pengusaha pabrik kretek pribumi tersebut menarik golongan lain di luar pribumi yaitu etnis Tionghoa untuk beradu nasib pada industri rokok kretek. Akibat kesulitan fiskal (baik sebelum maupun sesudah kemerdekaan),kesukaran untuk mendapatkan cengkeh yang sebagian besar didatangkan daridaerah luar, serta persaingan dengan pusat-pusat produksi rokok kretek di luar wilayah Kudus menjadi penyebab kegagalan pabrik kecil milik pengusaha pribumi dan menguntungkan munculnya perusahaan bermodal besar. Dalam waktu yang relatif singkat, pengusaha pabrik kretek Tionghoa berusaha mengikutijejak keberhasilan pengusaha kretek pribumi. Keuntungan golongan Tionghoa yang telah terkenal dengan stereotip kemapanan manajemen ekonominya membawa mereka melesat bagaikan roket dalam berbagai bidang ekonomi. Selain itu, sejak pemerintahan kolonial dalam struktur sosial mereka ditempatkan pada golongan kedua yang memungkinkan mereka menjadi kekuatan ekonomi penghubung antara kolonial dan rakyat pribumi. Ditambah lagi dengan ciri khas etnis Tionghoa yang cenderung mengeksklusifkan diri, memandang rendah golongan pribumi asli, dan hanya mementingkan kepentingan kelompoknya sendiri khususnya kepentingan ekonomi (Charles A Coppel, 1994: 39).

Semakin banyaknya industri rokok kretek membuat semakin kuatnya daya saing penjualan rokok kretek di pasaran. Oleh sebab itu Nitisemito berusaha untuk memperkenalkan lebih jauh produk rokok kreteknya dengan cara promosi. Berbagai macam promosi yang telah dilakukan Nitisemito hingga membuat produk Tjab Bal Tiga menjadi terkenal dan diminati konsumen.

Besarnya arus penawaran produk-produk industri dan jasa modern bagi masyarakat konsumen di kota-kota besar Jawa yang semakin heterogenberakibat semakin ketatnya kompetisi pasar, sehingga memerlukan jasa professional komunikator untuk memasarkan produk-produk industri dan jasa tersebut melalui media yang dipilih secara selektif dan efektif. (Bedjo Riyanto. 2000: 214).

Berdasarkan penjabaran latar belakang di atas peneliti tertarik untuk meneliti tentang apakah promosi menjadi strategi pemasaran rokok kretek tjab bal tiga Nitisemito tahun 1930-1942?.

## II. METODE PENELITIAN

Metode dalam penelitian ini adalah metode penelitian historis yang terdiri dari heuristik, kritik (ekstern dan intern), interpretasi dan historiografi. Metode historis adalah proses menguji dan mengkaji kebenaran rekaman dan peninggalan-peninggalan masa lampau dengan menganalisis secara kritis bukti-bukti dan data-data yang ada sehingga menjadi penyajian dan cerita sejarah yang dapat dipercaya (Sjamsuddin, 2007: 61). Teknik pengumpulan data yang digunakan untuk mengetahui keterangan dan informasi mengenai segala hal yang berkaitan dengan penelitian ini adalah teknik kepustakaan dan dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisa data kualitatif.

## III. HASIL DAN PEMBAHASAN

### Penduduk Hindia-Belanda Tahun 1930

Masyarakat Nusantara telah lama dikenal sebagai Bhineka Tunggal Ika, Berbeda-Beda Tetap Satu Jua. Perbedaan itu terlihat dari banyaknya suku, agama, bahasa, kebudayaan. Pada masa kolonial Belanda hal itupun dijadikan sebagai pembeda antara masyarakat asli Nusantara dengan orang-orang asing yang tinggal dan menetap di Nusantara. Sebutan yang diberikan oleh kolonial Belanda untuk masyarakat asli Nusantara adalah *Inlanders* atau penduduk pribumi. Nusantara tidak hanya didiami oleh masyarakat asli namun ada pula yang berasal dari Negara-negara lain. Bahkan ke Nusantara bertujuan untuk tinggal menetap dan membuka usaha di Nusantara.

### Keadaan Ekonomi di Hindia-Belanda Saat Masa Depresi Ekonomi Dunia Tahun 1930

Tahun 1929-1933 terjadilah masa depresi ekonomi yang melanda seluruh dunia, sehingga permintaan terhadap produk hasil bumi tropis sangat merosot dan mengakibatkan jatuhnya harga produk-produk industri perkebunan dan hasil pertanian di pasaran dunia. Untuk mengatasi kelebihan pasok barang-barang, maka terjadi pembatasan produktifitas industri (kuota), likuidasi perkebunan, serta merger (penggabungan) diantara perusahaan-perusahaan perkebunan (Bedjo Riyanto, 2000: 36-37). Depresi ekonomi atau *melaise* adalah sebuah peristiwa menurunnya tingkat ekonomi diseluruh dunia yang dimulai dari tahun 1929, dimana kapasitas perdagangan internasional berkurang drastis, bahkan hal tersebut mampu mempengaruhi pendapatan perseorang, pendapatan pajak, harga dan keuntungan.

Pada 1930-1936 pemerintah Hindia- Belanda selalu defisit dalam neraca keuangan sehingga harus berhutang, yang bertambah besar jumlahnya. Keadaan itu menyebabkan pengambilan kebijakan untuk pengurangan tenaga pegawai, gaji dikurangi, penghentian penambahan pegawai di Eropa, pensiun lebih awal, pengurangan biaya pengeluaran belanja pemerintah dan pengenaan cukai tambahan untuk menambah kas Negara kolonial. (Sartono Kartodirjo.1993: 179).

Depresi ekonomi juga berpengaruh pada investasi Negara-negara asing di Hindia-Belanda, terutama pada bahan-bahan dagang ke dunia ekspor, khususnya bahan dagang dari hasil perkebunan. Investasi asing ini sudah mulai dibiarkan masuk ke Hindia- Belanda oleh pihak Belanda sejak tahun 1870 bahkan telah dibuka sendiri oleh pihak Belanda melalui sistem "politik pintu terbuka". Penurunan investasi asing yang ditanamkan oleh perusahaan-perusahaan swasta dibidang perkebunan telah terjadi pada ditahun 1930 dan mengalami penurunan selama 9 tahun yang terjadi di perjalanan waktu 1930-1939.

### **Kebiasaan Masyarakat Hindia-Belanda Mengonsumsi Rokok**

Manusia di dunia yang merokok untuk pertama kalinya adalah suku bangsa Indian di Amerika, untuk keperluan ritual seperti memuja dewa atau roh. Pada abad ke-15 ketika bangsa Eropa Columbus beserta rombongannya menemukan benua Amerika untuk pertama kalinya mereka melihat penduduk asli orang Indian membungkus semacam rempah-rempah yang telah dikeringkan dengan potongan daun jagung kering, sehingga terbentuk gulungan silinder dan penggunaannya dibakar salah satu ujungnya serta menghisap asap dari ujung yang lain. Perbuatan seperti itu dipercaya dapat menimbulkan kenikmatan pada anggotatubuh, dapat membuat mereka mabuk, dan mengurangi kelelahan atau kepenatan (Amen Budiman & Ongkhokham, 1987 : 1).

Di Hindia-Belanda bahan baku rokok yakni tembakau telah diperkenalkan oleh orang Belanda pada tahun 1596 yaitu Cornelis De Houtman yang dibawanya ke Banten hingga akhirnya dapat terkenal dikalangan Kerajaan Banten. Istilah Rokok diketahui berasal dari kebiasaan merokok orang-orang di Kepulauan Maluku sekitar abad ke 17 (Elisabet Ratna Eko Yuliasuti, 2008:53).

Thomas Sunaryo mengatakan bahwa Rokok kretek dan kebiasaan menghisapnya adalah warisan budaya dan masih merupakan asli hasil kreasi dan inovasi individu-individu maupun kelompok-kelompok masyarakat di wilayah Nusantara kini. Kebiasaan merokok merupakan kebiasaan kalangan atas masyarakat Eropa pada abad ke 15, namun setelah memasuki wilayah Nusantara kretek tersebut berhasil di inovasi oleh masyarakat Nusantara yang dikembangkan dengan kecenderungan kebudayaan lokal. Yang membedakan antara kretek setiap wilayah adalah ramuan saus dan cengkeh yang terkandung dalam rokok kretek (Thomas Sunaryo. 2013:39).

Pada sekitar abad ke 17 sampai dengan sekitar abad ke 18, merokok masih menggunakan pipa. Kemudian bergeser menjadi cerutu sekitar paruh pertama abad ke 19, selanjutnya pada akhir abad ke 19 rokok bergeser menjadi cigarette seperti yang kita lihat saat ini (Muhammad Yunus BS. 2009: 15).

### **Rokok Kretek Bal Tiga N.V Nitisemito**

Kemunculan industri rokok kretek tidak terlepas dari ide awal seseorang yang memiliki jiwa kewirausahaan tinggi, yang tidak lain adalah Nitisemito. Bahkan Nitisemito dikenal sebagai pengusaha rokok kretek terkaya pada jamannya.

Pendirian industri kretek berlangsung secara mandiri. Akumulasinya dimulai dari modal kecil-kecilan, mengumpulkan laba dan kemudian sebagian ditanamkan kembali, sehingga mereka tumbuh sebagai industriawan baru. Mereka tidak disokong oleh kebijakan pemerintah Hindia-Belanda, namun juga tidak dibinasakan karena dapat memanen pajak dan cukai yang cukup besar (Suryadi Radjab. 2013: xiv). Bapak H.M Nitisemito, merupakan pengusaha pertama yang mendirikan pabrik rokok di Kudus, dan berhasil menjadikan beliau seorang pengusaha sukses. Hal tersebut diketahui setelah meninggalnya pengusaha tersebut dengan banyaknya asset yang ditinggalkan beliau.

H. M. Nitisemito dalam mengawali usaha rokoknya hanya suatu kebetulan saja. Nitisemito awalnya memiliki usaha warung kopi. Selama melayani pembeli, diwaktu luang ia melinting rokok kelobot. Pelanggan kopi warungnya sering disuguhi rokok buatanya dan setelah merasakan rokok buatan Nitisemito, mereka menjadi kecanduan. Para pelanggan kemudian menyarankan Nitisemito untuk menjual rokok di warungnya. Pada tahun 1906 usaha rokok kretek mulai diusahakan. Pertama kali rokok kretek buatanya dijual harga 2,5 sen seikat berisi 25 batang untuk ukuran kecil dan 35 sen yang berukuran besar. Usaha rintisan ini semakin berkembang, hingga akhirnya ada upaya untuk memberikan merk dagang. Semula rokok kretek tersebut *Soempil*, kemudian diganti *Djeroek*, akhirnya berganti nama Bal Tiga. Pada tahun 1908 secara resmi rokok

Nitisemito terdaftar dengan merk *Tjab Bal Tiga*. Rokok kretek ini merupakan kegiatan keluarga, dan dalam pembuatannya hanya dikerjakan oleh Nitisemito, istrinya Nasilah serta kedua putrinya Nahari dan Nafiah.

Pada tahun 1914 keluarga ini mendirikan pabrik dirumahnya sendiri dengan nama *Kretek Cigaretten Fabriek M. Nitisemito Koedoes*. Dalam perkembangan selanjutnya dibangunlah sebuah pabrik besar, karena perusahaan rokok M. Nitisemito merupakan perusahaan yang cukup besar. Adapun kriteria perusahaan besar yaitu mempunyai buruh 100 orang atau lebih tanpa menggunakan tenaga mesin atau mempunyai buruh 50 orang atau lebih dengan menggunakan tenaga mesin. Salah satu kriteria ini ada pada perusahaan rokok milik HM. Nitisemito. Perusahaan rokok kretek M. Nitisemito tanpa menggunakan mesin atau bersifat *manufactory* dengan menggunakan system borongan dalam pembuatannya (*system abon*) (Yustina Hastrini Nurwanti. 2009: 644-645).

### **Konsumen dan Industri Rokok Masa Depresi Ekonomi Di Hindia-Belanda**

Masyarakat Hindia-Belanda adalah masyarakat yang konsumerisme atau memiliki daya konsumsi tinggi, terutama golongan priyayi yang mengutamakan status sosial atau gengsi yang tinggi. Golongan priyayi selalu menginginkan apa yang dilihatnya menarik, dan terkesan mewah. Priyayi adalah golongan yang memiliki status sosial yang tinggi di Hindia-Belanda, untuk itu yang menjadi kelompok sosialnya adalah golongan-golongan elit pribumi atau orang dari bangsa asing.

Setiap apapun yang digunakan ataupun di konsumsi golongan priyayi akan ditiru oleh golongan terbawah, karena hal tersebut merupakan suatu kebiasaan atau suatu keistimewaan jika dapat meniru gaya golongan yang memiliki status sosial yang tinggi. Salah satu konsumsi yang digemari semua kalangan adalah rokok kretek yang merupakan warisan asli Nusantara yang dibuat oleh masyarakat asli Nusantara yang kemudian dikembangkan dengan berbagai jenis racikan. Konsumen yang menikmati rokok tidak hanya berasal dari kalangan atas saja namun kalangan terbawah pun mengkonsumsi rokok. Rokok yang ditawarkan dipasaran pun berbeda-beda sesuai dengan kualitas bahan.

Banyaknya konsumen rokok di Hindia-Belanda, membuat ketertarikan tersendiri oleh negara asing untuk memproduksi rokok di Hindia-Belanda ataupun sekedar memperdagangkan produk rokok di Hindia-Belanda. Kegemaran mengkonsumsi rokok bukan hanya dilakukan oleh warga pribumi saja, melainkan orang-orang asing yang tinggal di Hindia-Belanda pun juga sangat menikmati rokok. Semakin banyak permintaan akan rokok maka semakin banyak pula produksi rokok di Hinda-Belanda. Hal ini terlihat dari banyaknya produsen rokok yang berdiri di Hindia-Belanda termasuk produsen rokok Cina yang menyebabkan persaingan tersendiri oleh produsen rokok milik pribumi.

Rokok masa depresi di Hindia-Belanda yang dimulai sekitar akhir tahun 1929 tidak mengalami kehilangan citra nya, namun rokok semakin eksis dan berkembang. Pendirian pabrik-pabrik rokok semakin merajalela, baik yang didirikan oleh pribumi maupun pengusaha Cina. Pendirian pabrik-pabrik rokok didasari oleh banyaknya konsumen yang membutuhkan rokok pada saat itu. Walaupun pada masa depresi ekonomi tetapi peminat rokok tetap saja ada dan semakin banyak. Masyarakat pribumi yang banyak bekerja di perkebunan juga menjadi salah satu konsumen rokok. Walaupun pekerjaan mereka hanya buruh perkebunan namun dalam hal merokok yang sudah menjadi kebiasaannya tidak dapat dihilangkan.

Perkembangan industri rokok kretek didukung dengan permintaan konsumen rokok dari golongan masyarakat kelas bawah semakin meningkat, karena desakan kebutuhan hidup yang begitu sulit sehingga mengakibatkan stress dan dilampiaskan dengan merokok untuk sedikit menenangkan pikiran (Amen Budiman & Onghokham,

1987: 192-201). Kebutuhan akan rokok yang benar-benar tidak dapat dihilangkan walaupun sedang dalam keadaan sulit namun tetap harus terpenuhi bagi perokok aktif. Hal ini telah terjadi sebelum jauh dimana pabrik-pabrik rokok bermunculan di Nusantara, bahkan kebiasaan merokok sudah jauh terjadi sebelum masa depresi ekonomi di Hindia-Belanda.

Bagi perokok aktif, lebih baik menahan lapar daripada menahan untuk tidak merokok. Efek dari nikotin pada rokok akan dapat memberikan efek supresi pada nafsu makan sehingga mengurangi nafsu makan dan menurunkan asupan makan pada perokok. Penurunan nafsu makan dapat berdampak kepada tingkat asupan makan yang menyebabkan kebutuhan asupan makan perokok tidak tercukupi. (Gasany, Fadiyah, R. 2017).

Industri kretek berlangsung secara mandiri. Akumulasinya dimulai dari modal kecil-kecilan, mengumpulkan laba dan kemudian sebagian ditanamkan kembali, sehingga mereka tumbuh sebagai industriawan baru. Mereka tidak disokong oleh kebijakan pemerintah Hindia-Belanda, namun juga tidak dibinasakan karena dapat memanen pajak dan cukai yang cukup besar (Suryadi Radjab. 2013: xiv).

Kemunculan pabrik-pabrik kecil rokok kretek tidak luput dari dampak yang ditimbulkan adanya pemungutan cukai tembakau. Tahun 1932 pemerintah kolonial menetapkan pemungutan pajak tembakau, banyak pengusaha rokok kretek Kudus memutuskan mundur sejenak. Akibatnya banyak para *abon* yang tidak bekerja. Sebagian dari mereka mendirikan perusahaan rokok kecil. Pengaruh malaise juga mengakibatkan penurunan pendapatan pengusaha rokok kretek. Pabrik rokok kretek kecil dirasa dapat memberikan tambahan pendapatan, maka dari itu ketika terjadi malaise banyak pabrik rokok kecil bermunculan (Amen Budiman & Ong Hok Ham, 1987 : 137).

Dengan banyaknya kemunculan pabrik rokok di Hindia-Belanda membuat keuntungan tersendiri oleh pihak Belanda dimana keuntungan tersebut diambil dari bea cukai rokok dan pendirian pabrik rokok. Dari cukai tersebutlah dirasa cukup untuk memulihkan keuangan Belanda di Hindia-Belanda. Hal ini dijelaskan oleh Lance Castles bahwa tembakau memberikan penerimaan pajak yang cukup besar di tahun 1938 hingga mencapai 6,2 persen dari total pemasukan (Lance Castles. 1982: 56)

### **Promosi Menjadi Strategi Pemasaran Rokok Bal Tiga Nitisemito Tahun 1930-1942**

Rokok merupakan salah satu warisan budaya Nusantara. Perkembangan perusahaan rokok di Hindia-Belanda terutama di Jawa telah berpengaruh pada perekonomian masyarakat Jawa pada saat terjadinya depresi ekonomi. Salah satu pabrik rokok terkenal yang mampu berdiri hingga peralihan masa depresi ekonomi dunia adalah Pabrik rokok Bapak Nitisemito.

Pabrik rokok Nitisemito telah ada pada tahun 1909 yang masih bertaraf industri rumahan dengan skala kecil. Kemudian mulailah diresmikan pendirian Pabrik Nitisemito dengan nama Pabrik Bal Tiga pada tahun 1914 yang telah mampu mempekerjakan tenaga kerja 15.000 orang. Namun semakin banyaknya permintaan konsumen akan rokok, mulailah pengusaha Tiongkok yang berada di Hindia-Belanda melebarkan industrinya dalam industri rokok. Bahkan produksi rokok yang dihasilkan oleh pabrik rokok Tiongkok dapat meningkat 36% selama empat tahun dari tahun 1929-1933.

Banyaknya usaha rokok Tiongkok yang berdiri di Jawa, maka mulailah terjadinya persaingan yang ketat antara pengusaha pribumi dengan pengusaha Tiongkok. Pemilik pabrik Bal Tiga yang tidaklain adalah bapak Nitisemito mulai melangkahkan produknya untuk diperkenalkan lebih meluas lagi dengan menggunakan promosi penjualan.

Promosi penjualan yang dianggap paling efektif dalam meningkatkan volume penjualan, tentunya penjualan rokok kretek Tjab Bal Tiga Nitisemito. Hal ini dibuktikan oleh beberapa peneliti sebelumnya diantaranya yaitu:

1. Dijelaskan oleh Ana Yuliana dalam skripsinya yang berjudul Pengaruh Periklanan, Personal Selling, Publisitas Dan Promosi Penjualan Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Rokok Pada PT. Djitoe ITC Surakarta, yang mana hasil penelitiannya menyatakan bahwa hasil uji T menunjukkan bahwa periklanan, personal selling, publisitas, promosi penjualan, berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan rokok pada PT. Djitoe ITC Surakarta, sehingga hipotesis I terbukti.
2. Dijelaskan oleh Agung Dwi Cahyo dalam skripsinya yang berjudul Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Volume Penjualan Pada Perusahaan Rokok Sumber Rejeki Pasuruan yang menyatakan bahwa hasil penelitian terhadap ketiga bauran promosi yaitu sales promotion, advertisng dan personal selling berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan sedangkan publisitas berpengaruh tidak signifikan terhadap volume penjualan, karena publisitas hanya dilakukan untuk mendukung serta menunjang alat promosi lainnya.

Beberapa penelitian diatas dapat dijadikan pedoman untuk menentukan bahwa Promosi Rokok Tjab Bal Tiga milik Nitisemito juga memiliki pengaruh besar dalam peningkatan volume penjualan rokok Tjab Bal Tiga tersebut. Namun penulis juga tidak dapat langsung menyimpulkan keseluruhan persamaan penelitian sebelumnya dikarenakan pengambilan dalam konsep waktu yang cukup jauh berbeda. Dari dua penelitian tersebut mengambil waktu masa modern saat ini, sedangkan penelitian yang dilakukan penulis saat ini mengenai Promosi Rokok Tjab Bal Tiga masih masa-masa dimana masyarakatnya masih dalam masa transisi dari tradisional ke modern.

Konsumen rokok yang diteliti oleh dua penelitian sebelumnya merupakan konsumen saat ini yang sudah modern, berbeda dengan konsumen rokok kretek Tjab Bal Tiga di tahun 1930 an yang mana konsumennya belum keseluruhan mengalami modernisasi, namun hal tersebut tidak menjadi dasar untuk menyebutkan bahwa konsumen di tahun 1930 an tidak mengerti mengenai promosi-promosi yang dilakukan oleh Nitisemito pada produknya Tjab Bal Tiga dikarenakan konsep sosial yang terjadi di tahun 1930 an adalah apapun yang digunakan dan dikonsumsi masyarakat golongan atas atau piyayi akan selalu ditiru oleh golongan terbawah. Kegiatan promosi yang dilakukan oleh Nitisemito adalah promosi dengan cara yang menarik dan mudah dipahami oleh masyarakat Nusantara. Menggunakan bahasa yang mudah dipahami dan menggunakan apapun yang menjadi kesenangan masyarakat Nusantara sebagai pematik dalam mempromosikan produk Tjab Bal Tiga.

Tahun 1901 adalah masa dimana Belanda memberikan kebijakan mengenai Politik Etis di Hindia-Belanda yang didalamnya mengenai pendidikan untuk diberikan ke seluruh lapisan masyarakat di Hindia-Belanda.

Maka dari inilah penulis dapat melihat bahwa promosi rokok kretek Tjab Bal Tiga yang di promosikan oleh Bapak Nitisemito telah membawa daya tarik pada masyarakat pribumi di Hindia-Belanda terutama golongan atas atau priyayi dengan begitu membuat produk rokok ini digemari dan dicari oleh masyarakat Hindia-Belanda terutama masyarakat Jawa. Hal ini akan mempengaruhi semakin banyaknya permintaan rokok Tjab Bal Tiga maka semakin banyak pula produksi rokok yang harus dihasilkan.

Dalam penelitian, penulis belum dapat menemukan mengenai data tentang peningkatan volume penjualan rokok kretek Tjab Bal Tiga yang disebabkan karena promosi. Namun peningkatan penjualan rokok kretek Tjab Bal Tiga dapat dilihat dengan



cara melihat usaha yang dilakukan dan hasil yang diperoleh oleh Bapak Nitisemito selaku pemilik rokok kretek merk Tjab Bal Tiga dalam mempromosikan produk rokoknya.

### **Promosi Untuk Mencapai Keberhasilan Suatu Usaha**

Nitisemito adalah seseorang yang berasal dari status sosial yang rendah. Namun beliau terlahir dari keluarga yang dapat dikatakan cukup berada dan dari seorang ayah memiliki jabatan yang penting di desanya. Nitisemito bukanlah seseorang yang memiliki keinginan untuk memiliki jabatan pada pemerintahan, namun Nitisemito sudah bertekad ingin menjadi seorang wiraswasta atau pengusaha.

Usaha yang dilakukan Nitisemito tidak hanya sekali, namun berkali-kali mencoba berwirausaha yang hasilnya selalu mengalami kegagalan. Semangat Nitisemito yang tidak mengenal kata menyerah membawanya kepada kesuksesan. Nitisemito memulai merintis usaha rokok kreteknya dengan merk yang ia namai rokok kretek Tjab Bal Tiga. Dalam memperlancar usahanya, Nitisemito melakukan berbagai macam cara untuk meyakinkan produknya bahwa produk rokok buatannya memiliki keunikan atau ciri khas tertentu dari yang lainnya. Cara-cara untuk memikat konsumen yaitu dengan promosi.

Promosi yang dilakukan Nitisemito adalah promosi dengan cara-cara modern. Ide tersebut kebanyakan berasal dari sang mantu yaitu Karmain yang namanya bahkan dicantumkan pada kemasan rokok Tjab Bal Tiga. Salah satu cara promosi yang mengejutkan masyarakat Nusantara pada masa dimana ketidaktahuan masyarakat akan adanya promosi cara modern, adalah dengan menyebarkan selebaran yang isinya mengenai rokok kretek Tjab Bal Tiga menggunakan transportasi udara yaitu pesawat Fokker yang disewanya seharga 150-200 gulden. Kemudian Bapak Nitisemito juga mendirikan radio yang dikenal dengan R.V.K "Radio Vereniging Koedoes. Jika dilihat dari cara yang digunakan Bapak Nitisemito merupakan cara termewah pada masa itu, yang mungkin saja orang lain tidak akan mau dan mampu untuk beriklan cara modern.

Bapak Nitisemito menganggap promosi adalah cara pemasaran yang harus dilakukannya. Cara promosi yang dianggap efektif dalam meningkatkan penjualan adalah beriklan. Hal ini dijelaskan dalam berita yang ditulis oleh Yuda Aulia. R di berita Murianews bahwa dari hasil seminar tentang mengupas tuntas akuntansi yang ada didalam buku akuntansi milik Nitisemito ditemukan bahwa Bapak Nitisemito mengeluarkan uang cukup besar untuk periklanan yaitu sebesar 173.60 Gulden.

Cara promosi lainnya yang membawa daya tarik bagi masyarakat Nusantara tidak lain adalah dengan sistem hadiah. Dimana hadiah-hadiah yang disajikan termasuk kedalam barang-barang mewah. Salah satu contohnya adalah sepeda, bahkan jenis keramik yang langsung dipesan dari Jepang pun turut menjadi hadiah bagi yang masuk dalam kriteria pemenang.

Promosi yang dilakukan Nitisemito membawa dampak yang sangat mempengaruhi kehidupannya. Hasil yang didapat Bapak Nitisemito dari promosi adalah dikenalnya Bapak Nitisemito dengan julukan "Raja Kretek", karena produk rokoknya telah berhasil menguasai pemasaran rokok kretek di Jawa.

Bahkan disebutkan pula karena daya jangkauan penyiaran radio R.V.K "Radio Vereniging Koedoes" sampai ke Malaysia dan Singapura sehingga pemasaran produk rokok kretek milik Nitisemito sampai ke negara tersebut. Pemerintah Hindia-Belanda yang sedang menjajah waktu itu di Nusantara secara tidak langsung turut andil dalam pemasaran produk rokok milik Nitisemito tersebut sehingga rokok kretek Tjab Bal Tiga sampai ke Belanda (Yustina Hastrini Nurwanti. 2009: 649).

Keberhasilan Nitisemito dalam meningkatkan usahanya telah dibuktikan dengan meningkatnya status sosialnya dalam masyarakat. Berdasarkan sumber berita yang ditulis oleh Nur Ramdlon dalam Brilio.net yang diambil dari buku karya Alex Soemadji

Nitisemito menyebutkan bahwa berpengaruhnya sosok Nitisemito yang notabene tidak pernah sekolah terbukti dari kedekatannya dengan orang-orang berpendidikan yang menjadi tokoh pergerakan nasional. Kedekatan itulah yang membuat dirinya berperan menjadi salah satu donator pergerakan nasional kala itu. Peran Nitisemito yang begitu besar mengundang simpati dari Raja Kasunanan Solo, Susuhan Pakubuwono X. Sebagai penghargaan, Pakubuwono X mengundang Nitisemito untuk berkunjung ke Keraton Solo. Nitisemito datang ke Keraton Solo ditemani oleh H.M Oemar Said, M. Karmain, dan Soemadji. Pada kunjungan itu, Nitisemito mendapatkan kehormatan dengan diberi seekor kuda yang diberi nama Kyai Gambuh (Nur Ramdlon dalam Brilio.net, Tanggal 1 Oktober 2021, Waktu Pukul 15.00 WIB).

Keberhasilan lain juga terlihat dari asset-aset yang dimiliki oleh Bapak Nitisemito, jika dinominalkan pada saat itu sebesar 5 Miliar. Kekayaan dan Kejayaan yang didapat Bapak Nitisemito dari hasil penjualan rokok kretek Tjab Bal Tiga telah membuktikan bahwa Promosi Menjadi Strategi Pemasaran Rokok Kretek Tjab Bal Tiga di Hindia Belanda Tahun 1930-1942

#### IV. PENUTUP

Berdasarkan hasil dan pembahasan mengenai Promosi Rokok di Hindia-Belanda Tahun 1930-1942 dapat disimpulkan bahwa menjamurnya pesaing-pesaing baru industri rokok di Hindia-Belanda disebabkan karena banyaknya pengusaha pribumi yang menginginkan nasib yang sama seperti Bapak Nitisemito. Sebab lainnya juga karena adanya pengaruh dari depresi ekonomi yang melanda Hindia-Belanda yang membuat Belanda menetapkan bea cukai terhadap tembakau sehingga banyak pabrik tembakau sebelumnya dengan para abon sebagai pekerjanya mundur dari industry tersebut, dan para abon mendirikan sendiri pabrik rokok kecil. Pendirian industri rokok tidak hanya didirikan oleh pribumi saja melainkan orang-orang Cina ikut andil dalam menjamurnya industry rokok di Nusantara khususnya untuk wilayah Kudus. Akibat dari persaingan yang cukup ketat membuat Bapak Nitisemito berusaha untuk memperkenalkan lebih jauh produk rokoknya yakni rokok kretek Tjab Bal Tiga keseluruh Nusantara dengan cara beriklan. Promosi menjadikan salah satu cara untuk mencapai suatu keberhasilan dalam usaha. Hal ini dibuktikan oleh Nitisemito yang berhasil membawa namanya menjadi orang yang berpengaruh pada saat itu sehingga Bapak Nitisemito dikenal dengan julukan "Raja Kretek", karena produk rokoknya telah berhasil menguasai pemasaran rokok kretek di Jawa. Keberhasilan promosi nya membawa dampak meningkatnya penjualan rokok kretek Tjab Bal Tiga sehingga Nitisemito mampu meningkatkan status sosialnya di masyarakat.

#### V. DAFTAR PUSTAKA

- Asrianta, Gathot. dkk. (2010). *Atlas Sejarah Indonesia dan Dunia*. Mojokerto: CV Bima Peraga Nusantara.
- Budiman, Amen dan Onghokham. (1987). *Rokok Kretek Lintasan Sejarah dan Artinya Bagi Pembangunan Bangsa dan Negara*. Kudus: PT Djarum.
- Castles, Lance. (1982). *Tingkah Laku Agama, Politik Dan Ekonomi Di Jawa: Industry Rokok Kudus*. Jakarta: Sinar Harapan.
- Coppel, Charles A. (1994). *Tionghoa Indonesia Dalam Krisis*. Jakarta: Pustaka Sinar Harapan.
- Gasany, Fadiyah, R. (2017). Hubungan Antara Tingkat Konsumsi Rokok Dengan Tingkat Asupan Makan Pada Mahasiswa Perokok Di Fakultas Teknik Universitas Brawijaya Malang. *Thesis. Universitas Brawijaya Malang*. Diperoleh dari <http://lib.ub.ac.id>. Tanggal 13 Agustus 2021

- Kartodirjo, Sartono. (1993). *Pengantar Sejarah Indonesia Baru: Sejarah Pergerakan Nasional* (jilid II). Jakarta: PT. Gramedia.
- Nurwanti, Yustina Hastrini. (2009). Eksistensi Industri Rokok Kretek Kudus : Tjap Bal Tiga HM. Nitisemito Dalam Lintas Sejarah. *Jurnal Jantra*. Vol IV.No 8. Yogyakarta: Departemen Kebudayaan Dan Pariwisata Balai Pelestarian Sejarah Dan Nilai Tradisional. Diperoleh dari <http://kebudayaan.kemdikbud.go.id>. Tanggal 20 Agustus 2021.
- Radjab, Suryadi. (2013). *Dampak Pengendalian Tembakau Terhadap Hak-Hak Ekonomi, Sosial Dan Budaya*. Jakarta: Serikat Kerakyatan Indonesia (SAKTI) dan Center For Law and Order Studies (CLOS).
- Riyanto, Bedjo. (2000). *Iklan Surat Kabar dan Perubahan Masyarakat di Jawa Masa Kolonial*. Yogyakarta: Tarawang.
- Sjamsuddin. (2007). *Metodologi Sejarah*. Yogyakarta: Ombak.
- Sunaryo, Thomas. (2013). *Kretek Pusaka Nusantara*. Jakarta: Serikat Kerakyatan Indonesia (SAKTI).
- Yuliasuti, Elisabet Ratna Eko. (2008). *Kebijakan Perubahan Penetapan Tarif Cukai Hasil Tembakau Dalam Rangka Pemenuhan Fungsi Regulerend: Peraturan Menteri Keuangan Nomor 134/PMK.04/2007: Deskripsi Dokumen*. Jakarta: Universitas Indonesia. Diperoleh dari <http://lib.ui.ac.id/opac/themes/libri2/detail.jsp?id=124004&lokasi=lokal>. 4 Maret, waktu 19.33 WIB
- Yunus, Muhammad. (2009). *Rokok Nikmat Dan Madharat Yang Menghalalkan Atau Mengharamkan*. Yogyakarta: Kutub.