BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Industri vape di Indonesia mengalami pertumbuhan yang pesat sejak awal 2010-an, seiring dengan meningkatnya kesadaran akan bahaya rokok konvensional. Vape atau rokok elektrik menjadi alternatif bagi banyak orang, tidak hanya sebagai pengganti rokok, tetapi juga sebagai bagian dari gaya hidup modern. Di beberapa daerah, Permintaan akan produk vape semakin meningkat, menyebabkan pertumbuhan toko-toko yang menyediakan produk ini, yang dikenal dengan sebutan *Vapestore*.

Dalam beberapa tahun terakhir, vape atau rokok elektrik telah menjadi fenomena gaya hidup yang berkembang pesat di Indonesia. Sejak legalisasi pada 2018, industri ini telah mencatat pertumbuhan yang signifikan, didorong oleh perubahan preferensi masyarakat, khususnya generasi muda.

Di tingkat nasional, Indonesia menjadi salah satu dari 73 negara yang melegalkan vape dengan regulasi cukai. Cairan vape yang dijual wajib memiliki pita cukai, mencerminkan adanya kontrol pemerintah terhadap produk ini. Tren konsumsi juga menunjukkan dominasi perangkat pod, yang menyumbang sekitar 70% pasar, karena kemudahan penggunaan dan desainnya yang praktis.

Berdasarkan data Harga Jual Eceran Minimum Rokok Elektrik di Indonesia (2023-2024), terjadi peningkatan harga pada semua jenis rokok elektrik di tahun 2024 dibandingkan tahun 2023 (Annur, 2024).

Harga Jual Eceran Minimum Rokok Elektrik di Indonesia (2023-2024)

databoks

Bar Horizontal | Table

Nama Data	2023	2024
Rokok El. Cair Tertutup	37.365	39.607
Rokok Elektrik Padat	5.527	5.886
Rokok El. Cair Terbuka	938	1.121

Gambar 1 Data Harga Eceran Minimum Rokok Elektrik di Indonesia

sumber : Databoks

Rokok Elektrik Cair Tertutup mengalami kenaikan dari Rp 37.365 di tahun 2023 menjadi Rp 39.607 di tahun 2024. Sementara itu, Rokok Elektrik Padat juga mengalami peningkatan dari Rp 5.527 menjadi Rp 5.886. Kenaikan tertinggi terjadi pada Rokok Elektrik Cair Terbuka, yang harganya naik dari Rp 938 di tahun 2023 menjadi Rp 1.121 di tahun 2024. Data ini menunjukkan tren peningkatan harga jual eceran minimum untuk produk rokok elektrik di Indonesia.

Sejarah perkembangan vape di Indonesia dimulai pada awal 2010-an, ketika perangkat vape pertama kali masuk melalui jalur impor. Perangkat ini mulai dikenal sebagai alternatif rokok konvensional karena dianggap memiliki risiko kesehatan yang lebih rendah dan tidak menghasilkan asap, melainkan uap. Pada pertengahan 2010-an, tren vape meningkat pesat dengan munculnya komunitas-komunitas vapers di berbagai kota besar, yang turut mendorong pertumbuhan industri lokal seperti produsen cairan vape (e-liquid). Selain itu, munculnya vapestore di berbagai daerah menandai pergeseran konsumsi vape menjadi bagian dari gaya hidup urban. Dalam beberapa tahun terakhir, popularitas vape di Indonesia juga didorong oleh pemasaran di media sosial, event khusus vape, dan kolaborasi dengan merek-merek lokal untuk menciptakan variasi rasa yang unik. Namun, pertumbuhan ini juga diiringi oleh tantangan, termasuk regulasi pemerintah mengenai cukai hasil pengolahan tembakau lainnya (HPTL) yang mulai berlaku pada 2018. Tren vape di

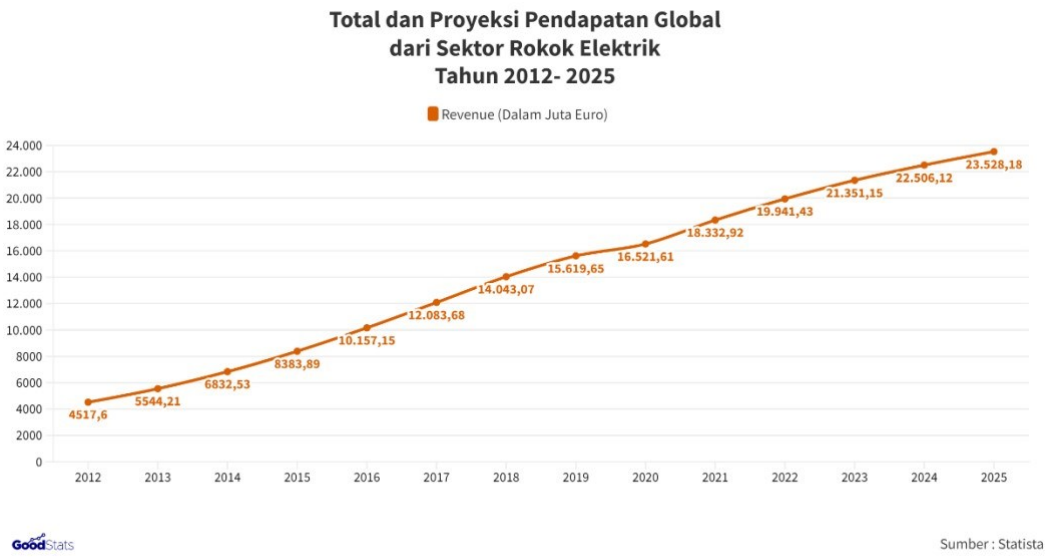
Berdasarkan gambar, pendapatan global dari sektor rokok elektrik mengalami tren peningkatan signifikan dari tahun 2012 hingga proyeksi tahun 2025.

Pada tahun 2012, pendapatan tercatat sebesar 4.517,6 juta Euro dan terus naik setiap tahunnya. Tahun 2022 pendapatan mencapai 21.351,15 juta Euro, dan diproyeksikan akan meningkat hingga 23.528,18 juta Euro pada tahun 2025. Hal ini menunjukkan pertumbuhan yang konsisten, dengan lonjakan signifikan terutama dalam periode 2016-2025.

Peningkatan ini didorong oleh meningkatnya popularitas rokok elektrik sebagai alternatif produk tembakau tradisional. Berdasarkan laporan Statista dan

WHO, rokok elektrik banyak digunakan oleh kalangan muda di berbagai negara, terutama di kawasan Eropa dan Amerika Serikat. Faktor lain yang mendorong pertumbuhan ini adalah inovasi produk, pemasaran yang agresif, dan persepsi bahwa rokok elektrik memiliki risiko kesehatan lebih rendah dibandingkan rokok konvensional.

Namun, fakta lain menunjukkan bahwa sejumlah negara mulai mengetatkan regulasi terkait rokok elektrik. Menurut data dari WHO (2023), sekitar 34 negara telah melarang total penggunaan rokok elektrik, sedangkan lainnya menerapkan kebijakan cukai yang lebih tinggi dan pengawasan iklan. Kebijakan ini bertujuan untuk mengendalikan konsumsi produk tersebut, khususnya di kalangan remaja. Tren ini menunjukkan bahwa meskipun pendapatan industri rokok elektrik terus meningkat, tantangan regulasi dan isu kesehatan tetap menjadi perhatian global



Gambar 2 Total Proyeksi Pendapatan Global dari Sektor Rokok Elektrik

Sumber : GoodStats

Indonesia menunjukkan bahwa meski menghadapi regulasi ketat, komunitas dan budaya vaping terus berkembang sebagai bagian dari subkultur anak muda.

Sebagai pasar yang berkembang, persaingan di industri vape semakin ketat, khususnya di kota-kota besar dan daerah penyangga seperti Bekasi. Berbagai vapestore bermunculan, menawarkan beragam produk dan promosi untuk menarik

konsumen. Di tengah dinamika ini, muncul satu vapestore yang menonjol, yaitu Dagger Vapestore. Meskipun baru didirikan pada tahun 2021, Dagger Vapestore berhasil mengembangkan bisnisnya dengan cepat. Dengan strategi pemasaran yang efektif, Dagger kini memiliki tujuh cabang yang tersebar di wilayah Bekasi, serta rencana ekspansi yang sedang berjalan.

Di Bekasi, beberapa vapestore besar telah terlebih dahulu hadir dan menguasai sebagian besar pangsa pasar. Salah satu pemain besar adalah Double D, yang telah memiliki 13 cabang di Bekasi. Dengan jaringan yang luas dan reputasi yang kuat, Double D menjadi salah satu ritel vape paling dominan di wilayah ini. Selain itu, ada juga Morevapor, salah satu kompetitor utama Dagger Vapestore, memiliki jaringan cabang yang cukup luas di tingkat nasional. Namun, di wilayah Bekasi, kehadiran Morevapor terbatas hanya pada dua cabang dan dikenal dengan produk-produk premium serta pelayanan yang sangat personal. Dengan demikian, dalam konteks regional Bekasi, dominasi pasar masih cenderung berada di bawah kendali Dagger Vapestore yang memiliki jaringan cabang lebih luas dan kuat. Selain itu, ada Vapeland yang juga turut meramaikan persaingan industri vape. Dengan total lima cabang, tiga di antaranya berlokasi di Bekasi dan dua lainnya di luar Bekasi, Vapeland berhasil menarik perhatian konsumen dengan basis peminat yang cukup besar. Kehadiran mereka menambah dinamika kompetisi di industri ini, menciptakan tantangan baru bagi para pemain lain untuk terus berinovasi dan meningkatkan strategi pemasaran mereka.

Namun, di tengah dominasi para pesaing besar tersebut, muncul satu vapestore baru yang berhasil menarik perhatian dan berkembang dengan cepat, yaitu Dagger Vapestore. Didirikan pada tahun 2021 oleh Tantyo Aditya atau yang dikenal sebagai Doyok, seorang gamer dan streamer dengan basis penggemar yang kuat, Dagger Vapestore mampu memanfaatkan pengaruh Doyok sebagai seorang influencer untuk menggaet pasar baru. Meski baru berdiri, Dagger telah berhasil membuka 8 cabang di Bekasi, dengan pusat operasional di Grandwisata, Mustika Jaya, serta memiliki rencana ekspansi lebih lanjut.

Selain mengandalkan pengaruh pemiliknya, Dagger Vapestore juga memiliki sistem manajemen yang terstruktur, terutama dalam hal pelatihan dan pengelolaan sumber daya manusia. Dagger Vapestore memiliki keunggulan utama

dalam sistem operasional yang terstruktur dengan baik, didukung oleh tim solid yang profesional dan berkomitmen. Kombinasi ini menciptakan lingkungan kerja yang dinamis dan kondusif, sehingga membuka peluang jenjang karir yang menjanjikan bagi setiap karyawan yang ingin berkembang bersama perusahaan. Dagger memiliki pusat pelatihan di cabang utamanya di Grandwisata, Mustika Jaya, di mana karyawan baru yang disebut vaporista dilatih dari nol. Vaporista tidak hanya ditugaskan untuk melayani pelanggan, tetapi juga berperan dalam mendukung strategi pemasaran Dagger dengan memberikan edukasi produk kepada konsumen dan membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan.

Industri vape itu sendiri memiliki karakteristik yang unik. Berbeda dengan industri ritel tradisional, di mana konsumen biasanya sudah tahu apa yang mereka butuhkan, konsumen di industri vape sering kali membutuhkan informasi lebih mendalam mengenai produk-produk yang mereka beli. Oleh karena itu, peran vaporista menjadi sangat penting. Vaporista tidak hanya sekadar menjual produk, tetapi juga memberikan pengalaman edukatif dan konsultatif kepada konsumen, yang pada gilirannya dapat meningkatkan loyalitas dan penjualan.

Dalam konteks kota Bekasi , yang merupakan daerah urban dengan populasi yang terus bertambah, terdapat potensi besar bagi pertumbuhan industri vape. Namun, dengan semakin banyaknya pilihan bagi konsumen, *vapestore* harus memiliki strategi pemasaran yang kuat dan inovatif untuk dapat bertahan dan berkembang. Dagger Vapestore menjadi contoh yang menarik untuk dikaji karena strategi pemasaran yang mereka terapkan telah terbukti berhasil dalam meningkatkan penjualan dan memperluas jaringan cabang mereka.

Dalam komunikasi pemasaran, setiap Perusahaan harus melakukan promosi untuk menarik minat konsumen. Dagger Vapestore menggunakan media promosi Instagram, dan gerai online seperti Tokopedia.

Berdasarkan wawancara dengan vapoorista Dagger Vapestore, data penjualan Dagger Vapestore memiliki peningkatan penjualan secara berkala dari tahun ke tahun. Dalam jangka 4 tahun saja Dagger Vapestore sedang berjalan 8 cabang dan memiliki target akan menambah 2 cabang lagi di Bekasi.

Pada tahun 2023, penjualan produk di Dagger Vapestore terdiri dari beberapa kategori utama, dengan kontribusi yang seimbang antara *liquid saltnic* dan

freebase, masing-masing menyumbang 30% dari total penjualan. Selain itu, penjualan *device* seperti *pod, mod, dan dot* menyumbang 20%, sedangkan kategori lain seperti kapas, *coil*, dan *cartridge* juga berkontribusi sebesar 20%. Saat itu, Dagger Vapestore menetapkan target omzet bulanan sebesar Rp100 juta.

Memasuki tahun 2024, proporsi penjualan mengalami pergeseran. Penjualan *liquid saltnic* meningkat menjadi 40%, sedangkan *freebase* naik sedikit menjadi 35%. Sebaliknya, kontribusi dari penjualan device menurun menjadi 15%, dan kategori lainnya seperti kapas dan *coil* turun menjadi 10%. Dengan perubahan strategi ini, target omzet bulanan mengalami peningkatan signifikan, mencapai Rp200 juta, dengan rata-rata pendapatan harian berkisar antara Rp6 juta hingga Rp7 juta.

Di antara cabang Dagger Vapestore, cabang Jababeka mencatatkan *liquid saltnic* sebagai produk terlaris di tahun 2024. Menurut pengakuan vaporista, popularitas produk ini sedang meningkat di kalangan konsumen.

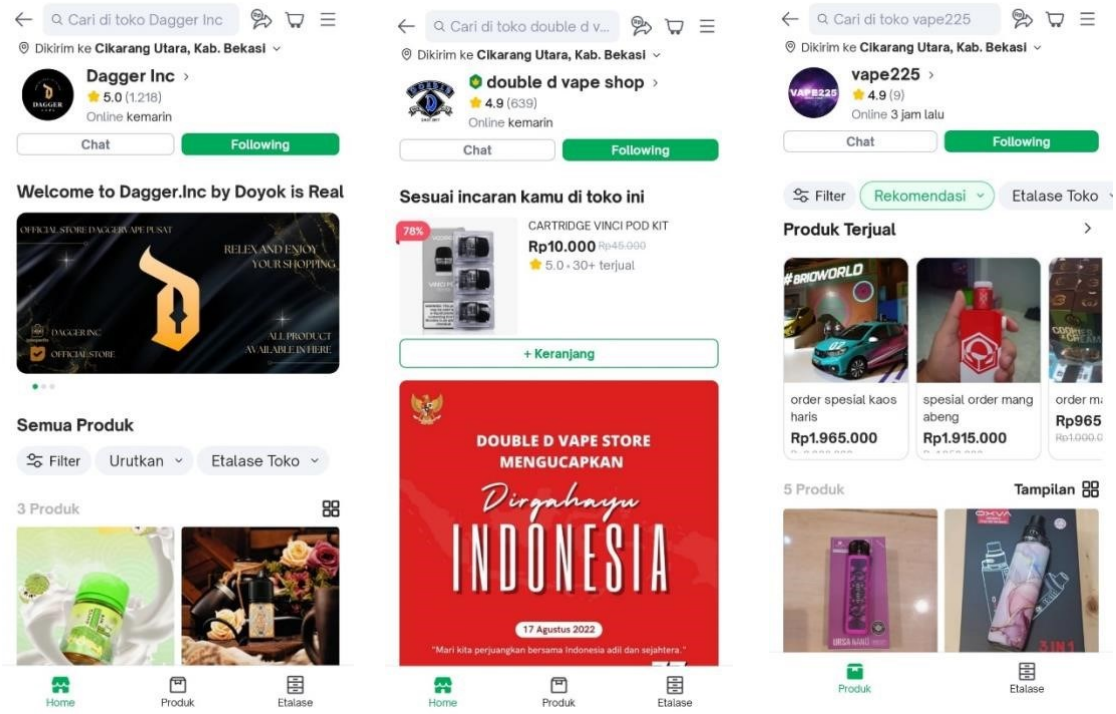
Vapeland cabang Mega Regency mencatat rata-rata omzet harian sekitar Rp1 juta, yang jika diakumulasikan mencapai Rp30 juta per bulan. Sementara itu, Dagger Vapestore memiliki sejumlah keunggulan dibandingkan kompetitornya, salah satunya adalah produk unik seperti return *coil*, beberapa merek liquid eksklusif dan terbatas, serta kolaborasi dengan Foom, sebuah brand ternama untuk produk *liquid* dan *pod*.

Dalam hal promosi, Dagger menawarkan layanan gratis berupa *coiling* dan *wicking* di semua cabangnya, yang menjadi daya tarik tersendiri bagi pelanggan. Selain itu, Dagger juga rutin mengadakan promo spesial dalam berbagai perayaan, seperti *Halloween*, Tahun Baru, Natal, dan Lebaran dan lainnya untuk meningkatkan penjualan dan engagement dengan pelanggan.

Menurut keterangan salah satu vaporista di cabang Jababeka, volume pelanggan Dagger mencapai puncaknya di akhir bulan. Hal ini disebabkan oleh mayoritas pelanggan yang merupakan karyawan dengan pendapatan rutin yang diterima pada periode tersebut. Strategi dan layanan ini membuat Dagger tetap kompetitif di pasar *vapestore*.

Penjualan Dagger Vapestore memiliki gerai online Tokopedia dengan rating 5.0 yang unggul dibandingkan dengan *vapestore* lainnya di Bekasi. Pasalnya

menjual rokok elektrik selalu kesulitan dalam menjual produk melalui gerai online seperti Shoope dan Tokopedia.

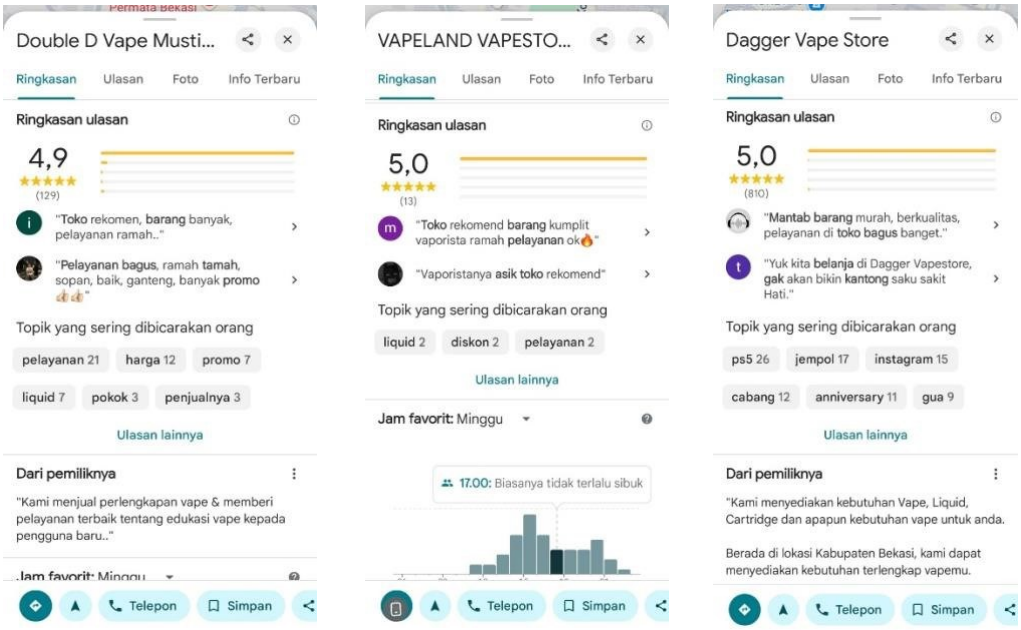


Gambar 3 Akun Ecommerce masingmasing Vapestore

Sumber : Olah Data Pribadi (2024)

Berdasarkan profil akun e-commerce yang ditampilkan, Dagger Inc memiliki rating sempurna 5.0 dari 1.128 ulasan, menjadikannya unggul dalam hal kepuasan pelanggan. Dengan hanya menawarkan tiga produk, Dagger Inc menciptakan kesan eksklusif dan fokus pada kualitas. Double D VapeStore memiliki rating 4.8 dari 639 ulasan, menunjukkan tingkat kepuasan yang tinggi meskipun variasi produk dan skala operasinya lebih besar dibandingkan Dagger. Sementara itu, Vape225 (Vapeland) memiliki rating 4.9 dari 9 ulasan. Toko ini unik karena fokus melayani pembelian spesial *by request*, yang membuatnya menarik bagi pelanggan dengan kebutuhan khusus. Dari ketiga toko ini, masing-masing memiliki kekuatan: Dagger Inc untuk eksklusivitas, Double D untuk variasi, dan Vapeland untuk personalisasi.

Dari segi rating pertoko, penulis mengkomparasi kan beberapa *vapestore* yang ada di Bekasi melalui Google Maps.



Gambar 5 Rating Google Maps dari masing-masing toko

Sumber : Olah Data Pribadi

Double D Vape Mustika Jaya, Vapeland Vapestore, dan Dagger Vape Store sama-sama mendapatkan rating yang sangat baik, yaitu 4.9, 5.0, dan 5.0. Hal ini mengindikasikan bahwa ketiga toko ini memiliki kualitas pelayanan dan produk yang memuaskan pelanggan.

Double D Vape Mustika Jaya mendapatkan pujian atas pelayanannya yang ramah dan barang-barang yang lengkap. Pelanggan juga menyukai berbagai pilihan *liquid* yang tersedia di toko ini.

Vapeland Vapestore disukai pelanggan karena pelayanannya yang baik dan harga yang kompetitif. Banyak pelanggan yang merekomendasikan toko ini karena produknya yang lengkap dan berkualitas.

Dagger Vape Store juga mendapatkan ulasan positif terkait pelayanannya yang ramah dan barang yang mudah ditemukan. Pelanggan juga menyukai berbagai pilihan produk yang tersedia di toko ini. Penting untuk dicatat bahwa ulasan di atas hanya mewakili sebagian kecil dari pelanggan. Sebaiknya Anda melakukan riset lebih lanjut atau mengunjungi langsung toko-toko tersebut untuk mendapatkan informasi yang lebih lengkap dan sesuai dengan kebutuhan Anda.

Dengan latar belakang ini, penelitian ini akan mengkaji lebih mendalam tentang strategi pemasaran Dagger Vapestore Bekasi dalam meningkatkan

penjualan produk vape. Fokus utama akan diberikan pada peran vaporista dalam mendukung strategi pemasaran dan bagaimana pengaruh Doyok sebagai *influencer* berperan dalam meningkatkan *brand awareness* dan loyalitas konsumen.

1.2 Rumusan Masalah

Bagaimana strategi pemasaran yang diterapkan oleh Dagger Vapestore Bekasi dalam meningkatkan penjualan produk vape?

1.3 Tujuan Penelitian

Mengetahui strategi pemasaran yang diterapkan oleh Dagger Vapestore Bekasi dalam meningkatkan penjualan produk vape.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Akademis

Hasil penelitian ini, diharapkan memeberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu Komunikasi Pemasaran, sehingga pembaca mendapat Gambaran, informasi, serta sumbangan pemikiran sebagai bahan masukan atau referensi tentang salah satu jurusan dalam perkuliahan Ilmu Komunikasi di bidang Komunikasi Pemasaran.

1.4.2 Manfaat Teoritis

Penelitian ini dapat menambah referensi mengenai strategi pemasaran di industri vape, khususnya mengenai peran *influencer marketing* dan vaporista dalam mendukung penjualan di ritel vape.

1.4.2 Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini dapat digunakan oleh pelaku industri vape lainnya sebagai acuan dalam merumuskan strategi pemasaran yang efektif untuk menghadapi persaingan, terutama di daerah urban seperti Bekasi.