

Kepentingan Pemilik Merek Rokok Versus Kebijakan Larangan Merokok Via Iklan

Febta Dameito Martini Sinaga

Magister Hukum Universitas Indonesia

Article Info

Article history:

Accepted: 16 Januari 2022

Publish: 01 Maret 2022

Keywords:

Merek Rokok, Larangan Merokok Via Iklan, Undang-undang,

Info Artikel

Article history:

Diterima: 16 Januari 2022

Terbit: 01 Maret 2022

Abstract

Philosophically, juridically, and sociologically, the Health Law regulates, among other things, the development of health is carried out based on the principles of humanity, balance, benefits, protection, respect for rights and obligations, and justice. This law intends to protect public health as one of the development investments in order to achieve the highest degree of public health through awareness, and willpower, and the ability to live healthy through the control of tobacco products for health. For this reason, the same rights are regulated in gaining access to resources in the field of health. Contains the subject matter and research questions that will be answered in the analysis or discussion. Do you already know the interests of cigarette brand owners versus smoking ban policies via advertising. This research uses a normative - empirical research approach.

ABSTRACT

Secara filosofis, yuridis, dan sosiologis, UU Kesehatan mengatur antara lain, pembangunan kesehatan dilakukan berdasarkan asas perikemanusiaan, keseimbangan, manfaat, perlindungan, penghormatan terhadap hak dan kewajiban, serta keadilan. UU ini bermaksud, melindungi kesehatan masyarakat sebagai salah satu investasi pembangunan supaya tercapai derajat kesehatan masyarakat setinggi-tingginya melalui kesadaran, dan kemauan, serta kemampuan hidup sehat melalui pengendalian produk tembakau bagi kesehatan. Untuk itu maka diatur hak yang sama dalam memperoleh akses atas sumber daya di bidang kesehatan. Memuat pokok permasalahan dan pertanyaan penelitian yang akan dijawab dalam analisis atau pembahasan. Apakah sudah mengetahui Kepentingan Pemilik Merek Rokok Versus Kebijakan Larangan Merokok Via Iklan. Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian normatif – empiris.

This is an open access article under the [Lisensi Creative Commons Atribusi-BerbagiSerupa 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/)



Corresponding Author:

Febta Dameito Martini Sinaga

Magister Hukum Universitas Indonesia

Email: febtamartini@gmail.com

1. PENDAHULUAN

Larangan merokok di Indonesia berdasarkan Pasal 1 angka 22 Peraturan Gubernur DKI Jakarta Nomor 88 Tahun 2010 tentang Perubahan Atas Peraturan Gubernur Nomor 75 Tahun 2005 tentang Kawasan Dilarang Merokok, kawasan dilarang merokok adalah ruangan atau area yang dinyatakan sebagai tempat atau area dilarangnya kegiatan merokok sesuai yang diatur dalam Peraturan Daerah Nomor 2 Tahun 2005 tentang Pengendalian Pencemaran Udara yaitu tempat umum, tempat pelayanan kesehatan, tempat belajar mengajar, tempat ibadah, tempat bekerja, arena kegiatan anak-anak dan angkutan umum.

Keberadaan perusahaan rokok skala besar maupun kecil di Indonesia memang menimbulkan banyak kontroversi. Di satu sisi, keberadaan perusahaan rokok memberikan keuntungan secara finansial bagi negara dan banyak menyerap tenaga kerja. Di sisi lain, keberadaan perusahaan rokok dengan produk dan pemasarannya meningkatkan konsumsi masyarakat Indonesia akan rokok dan menurunkan kualitas hidup atau merusak kesehatan

masyarakat. Karena kita tahu, rokok mengandung banyak zat bersifat beracun bagi tubuh manusia. Paling tidak perusahaan rokok di Indonesia memiliki keterkaitan dengan tiga departemen yang sejauh ini memiliki kewenangan mengeluarkan segenap regulasi kepada perusahaan rokok di Indonesia.

Pertama, Departemen Keuangan yang sangat berkepentingan atas pendapatan negara dari hasil cukai rokok, sehingga kebijakan apapun yang mempengaruhi sektor anggaran negara Departemen keuangan selalu terlibat. Kedua, Departemen Perindustrian dan Perdagangan (Deperindag) karena memiliki kepentingan agar industri rokok di Indonesia dapat terus berkembang, Deperindag beranggapan bahwa selain pada modal industri rokok juga padat tenaga kerja. Masalah tenaga kerja juga mempunyai keterkaitan dengan departemen tenaga kerja karena ketika terjadi pemogokan besar-besaran tenaga kerja perusahaan rokok, maka dengan segera pemerintah melalui departemen tenaga kerja ikut sibuk untuk menahan agar eskalasi kasus itu tidak semakin membesar.

Ketiga, Departemen Kesehatan melalui Direktorat Jenderal Pengawasan Makanan dan Minuman (Ditjen POM) yang memiliki kewenangan untuk mengawasi peredaran produk rokok di masyarakat, Ditjen POM pula yang ikut aktif dalam pengaturan iklan tentang produk rokok di media massa. Pemerintah pun sadar bahwa industri rokok merupakan salah satu pemasukan yang besar bagi pendapatan, negara, akan tetapi pemerintah juga harus meminimalisir ekspansitas rokok itu sendiri bagi kesehatan masyarakat. Masyarakat Indonesia mengkonsumsi rokok 178,3 miliar batang rokok per tahun. Angka ini merupakan angka tertinggi kelima di dunia, setelah Cina (1297,3 miliar batang), AS (462,5 miliar batang), Rusia (375 miliar batang), dan Jepang (299,1 miliar batang). Sebenarnya pemerintah sudah memberikan banyak aturan yang ketat untuk menekan konsumsi rokok di kalangan masyarakat. Seperti misalnya dalam hal komunikasi periklanan. Dalam dunia periklanan ada tiga produk yang selalu menimbulkan kontroversi, yaitu: alkohol, rokok dan kondom. Karena itu dibuatlah peraturan-peraturan yang membatasi gerak periklanan ketiga produk tersebut.

Persaingan dalam dunia usaha juga akan mengalami peningkatan dengan seiring berjalannya perkembangan di dunia usaha hal tersebut juga harus di dukung oleh pemerintah untuk membantu dan melindungi dunia usaha dengan memberikan kepastian hukum, salah satunya dengan hak kekayaan intelektual (HKI). Hal tersebut akan memberikan kepastian hukum untuk para perusahaan dan investor yang akan menanamkan modal di Indonesia.

Perkembangan masyarakat masih banyak yang tidak mengetahui serta tidak mengerti mengenai HKI itu sendiri. Banyak masyarakat yang melanggar hal-hal yang telah di atur di dalam HKI, salah satunya yaitu peniruan tentang merek-merek yang terkenal dari pelaku dengan cara meniru merek-merek terkenal akan dibantu dalam pemasaran produknya. Kegiatan seperti ini tidak baik jika dilakukan secara terus menerus karena banyak yang memperoleh kerugian baik dari perekonomian ataupun dari perusahaan yang akan ditiru mereknya dari para pelanggan yang merasa akan ditipu dengan peniruan merek yang tidak bertanggung jawab. Kemudian adanya pembentukan Hak Kekayaan Intelektual (HKI).

Dalam perkembangannya HKI sangat dianggap penting dalam pembangunan Bangsa karena lebih bertumpu kepada Sumber daya Manusia (SDM) dan tidak sekedar mengandalkan Sumber daya alam (SDA). Sumber daya manusia yang kreatif dan inovatif dapat mengembangkan perekonomian bahkan di Negara maju industri berbasis HKI telah menjadi penghasil (Agustina., 2018)

Menurut Wahyuni, S. (2020) hak kekayaan intelektual (HKI) merupakan hak eksklusif yang diberikan Negara kepada sekelompok orang, maupun lembaga untuk memegang kuasa dalam menggunakan dan mendapatkan manfaat dari kekayaan intelektual yang di miliki atau diciptakan.

Latar Belakang

Secara filosofis, yuridis, dan sosiologis, UU Kesehatan mengatur antara lain, pembangunan kesehatan dilakukan berdasarkan asas perikemanusiaan, keseimbangan, manfaat, perlindungan, penghormatan terhadap hak dan kewajiban, serta keadilan. UU ini bermaksud,

melindungi kesehatan masyarakat sebagai salah satu investasi pembangunan supaya tercapai derajat kesehatan masyarakat setinggi-tingginya melalui kesadaran, dan kemauan, serta kemampuan hidup sehat melalui pengendalian produk tembakau bagi kesehatan. Untuk itu maka diatur hak yang sama dalam memperoleh akses atas sumber daya di bidang kesehatan.

Secara filosofis, yuridis, dan sosiologis, UU Kesehatan mengatur antara lain, pembangunan kesehatan dilakukan berdasarkan asas perikemanusiaan, keseimbangan, manfaat, perlindungan, penghormatan terhadap hak dan kewajiban, dan keadilan. UU ini bermaksud, melindungi kesehatan masyarakat sebagai salah satu investasi pembangunan agar tercapai derajat kesehatan masyarakat setinggi-tingginya melalui kesadaran, dan kemauan, dan kemampuan hidup sehat melalui pengendalian produk tembakau bagi kesehatan. Untuk itu maka diatur hak yang sama dalam memperoleh akses atas sumber daya di bidang kesehatan.

Kenyataannya, walaupun UU kesehatan telah dibentuk, namun implementasi ketentuan pasal 113 UU Kesehatan yang sudah diatur dalam UU tersebut belum secara optimal tercapai, bahkan menimbulkan keresahan di kalangan petani dan pekerja tembakau, karena aturan ini mengandung makna dan ditafsirkan akan mematikan produsen tembakau.

Pemerintah berupaya dalam penyediaan anggaran kesehatan bagi masyarakat yang terus meningkat akibat rokok dan asap rokok melalui pengendalian produksi, antara lain dengan mengurangi zat adiktif melalui proses teknologi, penyadaran kepada masyarakat tentang pemakaian bahan produk rokok, dsbnya. Selain itu RUU Tembakau juga dimaksudkan dalam rangka harmonisasi peraturan perundang-undangan sebagai akibat dari tuntutan WHO, yang dituangkan dalam UU Nomor 36 Tahun 2009 Tentang Kesehatan (mengatur tentang produksi, peredaran, dan penggunaan bahan yang mengandung zat adiktif harus memenuhi standar dan/atau persyaratan yang ditetapkan), ratifikasi Kovenan Ekosob yang diratifikasi dengan 28 Oktober 2005 melalui UU No 11 Tahun 2005.

Berdasarkan Undang-Undang No 20 Tahun 2016 tentang merek dan indikasi geografis di Pasal 1 angka 1 menyatakan bahwa:

Merek adalah tanda yang dapat ditampilkan secara grafis berupa gambar, logo, nama, kata, huruf, angka, susunan warna, dalam bentuk 2 (dua) dimensi dan/atau 3 (tiga) dimensi, suara, hologram, atau kombinasi dari 2 (dua) atau lebih unsur tersebut untuk membedakan barang/atau jasa yang diproduksi oleh orang atau badan hukum dalam kegiatan perdagangan barang/atau jasa.

Selain pengertian merek berdasarkan undang undang No 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan indikasi geografis ada beberapa ahli atau sarjana yang berpendapat tentang pengertian merek itu sendiri diantaranya sebagai berikut:

Menurut Lopulalan (2021) yang memberikan pendapat atau rumusan bahwa merek adalah suatu tanda, dengan mana suatu benda tertentu dipribadikan, sehingga dapat dibedakan dengan benda lain yang sejenis

Ada tiga jenis merek yang didasarkan atas Undang-Undang No 20 Tahun 2016 mengenai merek serta indikasi geografis di pasal 1 adalah sebagai berikut: merek dagang, merek jasa dan merek kolektif.

Merek dagang sendiri akan lebih mengarah kepada produk pedagang berbentuk barang. contohnya teh fanta, kacang garuda, Jamu Sido Muncul, permen tolak kiss, sepeda federal dan sejenisnya.

Perindungan hukum jika dijelaskan secara harfiah bisa menimbulkan banyak persepsi. Sebelum mengurai perlindungan hukum dalam makna yang sebenarnya dalam ilmu hukum, menarik pula untuk mengurai sedikit tentang pengertian yang dapat timbul dari penggunaan istilah perlindungan hukum, yaitu perlindungan hukum bisa berarti perlindungan yang diberikan terhadap hukum agar tidak ditafsirkan berbeda dan tidak dicerai oleh aparat penegak hukum dan juga bisa berarti perlindungan yang diberikan oleh hukum terhadap sesuatu.

1.1.Rumusan Masalah

Memuat pokok permasalahan dan pertanyaan penelitian yang akan dijawab dalam analisis atau pembahasan.

Apakah sudah mengetahui Kepentingan Pemilik Merek Rokok Versus Kebijakan Larangan Merokok Via Iklan?

1.2. Tujuan

Penelitian ini bertujuan untuk memperoleh data untuk menjawab sebuah permasalahan yang diajukan:

Untuk mengetahui kepentingan pemilik merek rokok versus kebijakan larangan merokok via iklan..

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian normatif – empiris. Penelitian empiris, yaitu penelitian terhadap data primer, yaitu data langsung dari pihak terkait penelitian ini, yaitu masyarakat, petani tembakau, dan pengusaha tembakau, walaupun dalam penelitian dititikberatkan pada penelitian normatif, yaitu meneliti bahan pustaka atau data sekunder, terkait dengan asas-asas hukum, sistematik hukum, sinkronisasi peraturan perundang-undangan baik secara horisontal maupun vertikal, juga perbandingan hukum.

3. PEMBAHASAN

Berbeda dengan produk-produk yang mengandung dampak negatif dan berbahaya lainnya, regulasi produk tembakau (rokok) tetap menimbulkan kontroversi di tengah masyarakat. Dampak negatif rokok bagi kesehatan, ekonomi masyarakat, sosial dan lingkungan tidak perlu diperdebatkan lagi, namun kenyataan bahwa industri hasil tembakau tersebut memberikan kontribusi yang besar melalui pendapatan cukai dan sektor ketenagakerjaan juga diakui oleh Pemerintah dan alasan ini pulalah yang selalu dijadikan alasan bagi Pemerintah Republik Indonesia (RI) untuk melindungi industri hasil tembakau dari segala bentuk regulasi, termasuk kesepakatan internasional seperti FCTF.

Perbedaan pandangan yang tajam tidak saja terjadi di kalangan masyarakat, dunia industri, akademisi, tetapi juga di kalangan lembaga/instansi Pemerintah yang memiliki otoritas mengambil keputusan.

Depkes mendapat tekanan dari berbagai pihak yang peduli terhadap kesehatan, yang berharap Depkes aktif dalam menekan konsumsi produk tembakau di Indonesia. Namun di sisi yang berseberangan, Deperin dan Depnaker menganggap pertumbuhan industri tembakau berarti membuka lapangan perkerjaan sehingga bisa menekan jumlah pengangguran. Sama halnya, Deptan juga merasa diuntungkan dengan adanya industri hasil tembakau, karena perkebunan tembakau banyak menyerap petani dan membantu perekonomian petani. Sedangkan Depkeu sendiri mampu memberikan puluhan triliun rupiah setiap tahunnya bagi penerimaan negara melalui cukai. Cukai hasil tembakau sendiri menyumbang lebih dari 90 persen.

Selain itu, Depkes juga mengusulkan agar pemerintah menerapkan cukai hasil tembakau (rokok) yang tinggi serta membatasi iklan, sponsor, tempat-tempat merokok, dan peringatan bahaya merokok pada kemasan dengan ukuran yang lebih besar. Departemen Keuangan (Depkeu) menilai cukai dan pajak, maka dari itu ada berbagai pabrik rokok.

Pabrik yang termasuk golongan I dan golongan II memproduksi tipe rokok Sigaret Kretek Mesin (SKM), Sigaret Kretek Tangan (SKT), dan Sigaret Putih Mesin (SPM). Sementara itu, pabrik rokok golongan III hanya bermain di tipe rokok SKT.

Menurut riset Danareksa Sekuritas, kenaikan cukai paling besar bakal dirasakan oleh rokok di golongan bawah, atau di bawah golongan I. Selain itu, rokok jenis SKT akan mengalami kenaikan cukai jauh lebih tinggi dibanding rokok jenis SKM. Misalnya, industri rokok Golongan I yang memproduksi SKM dengan harga banderol Rp 600-630/batang, kenaikan cukainya paling tinggi 3,6 persen. Bandingkan dengan jenis rokok SKT yang diproduksi oleh pabrik golongan III, dengan harga banderol minimal Rp 234/batang harus menanggung kenaikan cukai sebesar 33 persen.

Ironisnya, persaingan pasar rokok yang dihasilkan produsen golongan III sangat ketat. Selain pemain di segmentasi kelas bawah ini jumlahnya ribuan, mereka juga harus berkompetisi

dengan rokok ilegal (tanpa cukai atau cukai palsu) yang banyak beredar di pasaran. Sementara itu, untuk produsen rokok golongan I yang pemainnya hanya beberapa perusahaan raksasa, seperti Djarum, Gudang Garam dan Sampoerna (Philip Moris), persaingannya tidak seketat di level bawah. Apalagi dengan disokong image dan promosi yang gencar, kenaikan cukai diyakini tidak akan menghalangi volume penjualan mereka untuk terus tumbuh. Begitu juga dengan produsen golongan II, kenaikan cukai dampaknya tidak seberat yang ditanggung produsen rokok golongan III.

Akan tetapi, kondisi tersebut relatif tidak terjadi pada rokok kelas menengah-atas. Karena untuk rokok kelas ini, konsumen memiliki loyalitas. Bagi konsumen, merokok jenis merek tertentu merupakan kebutuhan yang susah dicari substitusinya. Dengan demikian, produsen rokok golongan I dan II akan lebih mampu menggeser beban cukai kepada konsumen.

4. DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, d., handayani, s., & novera, a. (2018). Perlindungan hukum terhadap pemilik merek terkenal ditinjau dari undang-undang nomor 20 tahun 2016 tentang merek dan indikasi geografis (Analisis Putusan Mahkamah Agung Nomor 162 K/Pdt. Sus-HKI/2014) (Doctoral dissertation, Sriwijaya University).
- Fahri, M. A., & Susiatiningsih, H. (2018). Kemenangan Australia dalam Tuntutan Anggota WTO Mengenai Kebijakan Kemasan Polos pada Bungkus Rokok dan Produk Tembakau. *Journal of International Relations*, 4(3), 499-508.
- Ilhamsyah, F., Tjoetra, A., & Ikhsan, I. (2020). Larangan Merokok di Mata Mahasiswa: Studi Tentang Kebijakan Larangan Merokok di Tempat Umum. *Jurnal Public Policy*, 6(1), 31-34.
- Lopulalan, Y. M., Akyuwen, R. J., & Pariela, M. V. G. (2021). Hak Cipta Logo Yang Didaftarkan Sebagai Merek. *TATOHI: Jurnal Ilmu Hukum*, 1(1), 17-30.
- Wahyuni, S. (2020). Faktor yang berhubungan dengan kepatuhan siswa terhadap larangan merokok di sman 1 sigli provinsi aceh tahun 2019. *Majalah Kesehatan Masyarakat Aceh (MaKMA)*, 3(1).