**TINJAUAN YURIDIS LARANGAN BAGI PRODUSEN PRODUK TEMBAKAU DALAM PENCANTUMAN KETERANGAN ATAU TANDA MENYESATKAN ATAU KATA-KATA YANG BERSIFAT PROMOTIF**

**Mohammad Wildan Rasyid**

(S1 Ilmu Hukum, Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum, Universitas Negeri Surabaya)

Mohammadrasyid16040704178@mhs.unesa.ac.id

**Mahendra Wardhana**

(S1 Ilmu Hukum, Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum, Universitas Negeri Surabaya)

mahendrawardhana@unesa.ac.id

Abstrak

Produk tembakau adalah produk yang terbuat dari olahan tanaman tembakau yang bisa dikonsumsi dengan berbagai cara. Sebagaimana tercantum pada Pasal 24 Ayat (1) PP No 109 Tahun 2012 bahwa setiap produsen dilarang untuk mencantumkan keterangan atau tanda apapun yang menyesatkan atau kata-kata bersifat promotif. Tetapi berdasarkan Pasal 14 ayat (2) dan ayat (4) Permenkes Tahun 2013 menyatakan bahwa keterangan atau tanda apapun yang menyesatkan atau kata-kata bersifat promotif tidak berlaku bagi produk tembakau yang sudah mendapatkan sertifikat merek. Perbedaan peraturan tersebut bisa menyebabkan permasalahan pada produsen produk tembakau. Tujuan penelitian untuk mengetahui dan memahami pengecualian produk tembakau yang sudah mendapatkan sertifikat merek dalam pencantuman kata menyesatkan atau kata bersifat promotif dapat dibenarkan menurut peraturan perundang-undangan dan memahami akibat hukum bagi produsen produk tembakau yang sudah mendapatkan sertifikat merek yang mencantumkan tanda apapun bersifat menyesatkan atau bersifat promotif. Penelitian memiliki isu konflik hukum dengan menggunakan metode interpretasi ekstensif. Jenis penelitian hukum normatif dengan menggunakan pendekatan penelitian perundang-undangan dan pendekatan konseptual. Bahan hukum yang digunakan terdiri dari primer, sekunder, dan tersier. Teknik analisis bahan hukum yang digunakan ialah teknik deskriptif dengan bahan -bahan hukum yang telah terkumpul berdasarkan isu hukum yang dibahas. Hasil dan pembahasan menyatakan penafsiran menggunakan metode interpretasi ekstensif yaitu penyelesaian terjadinya pertentangan norma konflik antara Pasal 24 PP No. 109 Tahun 2012 dan Pasal 14 Permenkes Tahun 2013 dengan upaya pemulihan dari asas *lex superior derogate legi inferiori* danAkibat hukum bagi produsen produk tembakau yang mencantumkan kata-kata menyesatkan atau kata-kata promotif adalah pembatalan merek dan pembayaran denda.

**Kata Kunci:** Produk Tembakau, Promotif, Sertifikat Merek

**Abstract**

Tobacco products are products made from processed tobacco plants that can be consumed in various ways. As stated in Article 24 Paragraph (1) of PP No. 109 of 2012 that every producer is prohibited from including any information or signs that are misleading or words of a promotive nature. However, based on Article 14 paragraph (2) and paragraph (4) of the 2013 Minister of Health Regulation, it is stated that any misleading information or sign or words of a promotive nature do not apply to tobacco products that have obtained a brand certificate. The purpose of the study was to find out and understand the exclusion of tobacco products that have obtained a brand certificate in the inclusion of misleading words or words that are promotive can be justified according to the legislation and understand the legal consequences for tobacco product producers who have obtained a brand certificate that includes any sign that is misleading or promotive. The research has a conflict of law issue by using extensive interpretation methods. This type of normative legal research uses a statutory research approach and a conceptual approach. The legal materials used consist of primary, secondary, and tertiary. The legal material analysis technique used is a descriptive technique with legal materials that have been collected based on the legal issues discussed. The results and discussion state that the interpretation uses an extensive interpretation method, namely the resolution of the occurrence of conflicting norms of conflict between Article 24 PP no. 109 of 2012 and Article 14 of the Minister of Health of 2013 with efforts to recover from the principle of lex superior derogate legi inferiori and the legal consequences for tobacco product manufacturers who include misleading words or promotional words are the cancellation of the brand and payment of fines.

**Keywords:** Tobacco Products, Promotive, Brand Certificate

**PENDAHULUAN**

Kesuburan dari tanaman yang ada di Indonesia adalah sebuah keajaiban dan berkah tersendiri. Banyak tanaman sebenarnya bukanlah tanaman yang berjenis endemik, tapi setelah ditanam di lingkungan alam tropis Indonesia, ternyata kualitas hasilnya tak kalah dibandingkan dengan saat tanaman itu dibudidayakan di negara asalnya. Bahkan tak jarang hasilnya jauh lebih berkualitas. Salah satunya ialah tembakau (Tembakau, Sejarah Dan Cita Rasa Indonesia, 2018).

Bernama latin *nicotiana tabacum*, tanaman ini konon berasal dari daerah sekitar Amerika Selatan atau Amerika Utara. Konsumsi tembakau menjadi *life style* di wilayah Eropa, tembakau dibawa masuk Indonesia oleh kolonialisme Barat, setidaknya di awal abad ke-17. Ada beberapa asumsi sejarah negara-negara yang membawa tembakau ke Indonesia diantaranya yaitu bangsa Spanyol, Portugis dan Belanda. Meski demikian secara etimologi yang ada, istilah tembakau sendiri berasal dari bahasa Spanyol yaitu, “*tabaco*”. Sekalipun bisa dipastikan secara historis tembakau berasal dari luar indonesia, namun karena tembakau telah menjadi tanaman budidaya dan mata pencaharian masyarakat sejak ratusan tahun lalu, alhasil tak sedikit ditemui berita yang memberitakan bahwa tanaman ini berasal dari Indonesia (Tembakau, Sejarah Dan Cita Rasa Indonesia, 2018).

Kuantitas produksi tanaman tembakau di Indonesia menunjukan perkembangan yang cukup signifikan di pengujung abad ke-19. Di antara tahun 1871 hingga tahun 1913, jumlah perkebunan tembakau di jawa dan Sumatera meningkat dengan pesat dan berhasil menempatkan tembakau sebagai pembelian yang cukup banyak di bawah gula dan kopi(Sartono Kartodirdjo dan Djoko Suryo 1991).

Hal tersebut dapat terjadi karena sifat tanaman tembakau yang sesuai dengan kondisi lahan petani. Penanaman tembakau dapat dilakukan di lahan-lahan yang kritis dan curam sehingga petani lebih mudah memprediksi atau menyesuaikan masa tanam tembakau. Selain itu, tembakau juga dapat ditanam berdampingan dengan padi sehingga para petani dapat menikmati hasil panen yang beragam setiap tahunnya. Mereka mampu mengestimasi modal dan membentuk usaha-usaha baru di setiap tahunnya di bidang pertanian dan perdagangan yang dikenal sampai saat ini dengan nama produk tembakau (S.Margana, 2014).

Produk tembakau adalah suatu produk yang secara keseluruhan atau sebagian terbuat dari daun tembakau sebagai bahan bakunya yang diolah untuk digunakan dengan cara dibakar, dihisap, dan dihirup atau dikunyah.Belanda sering disebut sebagai negara yang memperkenalkan dan mempopulerkan tembakau di Nusantara. Itu terjadi ketika ekspedisi yang dipimpin oleh Cornelis de Houtman sampai di Banten pada tahun 1956. Sepuluh tahun setelah itu, konsumsi tembakau (merokok) menjadi aktivitas yang cukup populer bagi pejabat-pejabat Banten kala itu. Kartasura adalah salah satu bukti yang menunjukkan bahwa tembakau telah dikonsumsi di jawa sejak lama (Iqbal 2013).

Industri tembakau di Indonesia berkembang dengan pesat sejalan dengan peningkatan jumlah perokok. Sampai sekarang pun mengkonsumsi tembakau (merokok) masih menjadi sebuah keharusan bagi sebagian besar masyarakat Indonesia. Tidak memandang tua dan muda, hampir di setiap toko atau warung saat ini bisa ditemukan produk tembakau. Warung klontong atau toko di Indonesia sudah ada di mana-mana, dan rokok bisa dijual batangan (TCSC-IAKMI 2008). Pada *marketplace* pun masih bertebaran pelaku usaha yang menjual produk tembakau. Ragamnya banyak sekali Mulai dari rokok pabrikan, tembakau linting, dan vape seperti pada gambar 1.1.

Gambar 1.1

Berbagai macam produk tembakau yang dijual di *marketplace*



Sumber : (Tokopedia 2020)

Indonesia menempati peringkat ke-5 sebagai produsen tembakau dunia dengan produksi tembakau sebesar 135.678 ton, atau sekitar 1,9% dari total produksi tembakau di dunia. Produksi tembakau meningkat dari 135.678 ton pada tahun 2010 menjadi 226.704 ton pada tahun 2012, namun di sisi lain impor tembakau juga meningkat dari 65,5 ton pada tahun 2010 menjadi 106,5 ribu ton tahun 2011. Ini berarti permintaan rokok di Indonesia cukup besar karena konsumsi masih meningkat (TCSC-IAKMI 2014).

Kebanyakan perokok sebagian besar adalah remaja. Karena fase remaja adalah fase yang paling rentan untuk awal merokok. Mayoritas para remaja merokok karena ingin dilihat seperti remaja keren dan tidak ketinggalan jaman.(Fundrika 2020).

Remaja merupakan target utama industri produk tembakau sebagai calon pelanggan atau pembeli seumur hidup.(TCSC-IAKMI 2008) Sekali terjerat akan sulit melepaskan diri karena sifat produk tembakau yang adiktif. Hal itu juga diugkapkan pada salah satu dokumen industri rokok Philip Morris pada tahun 1981 yang mengatakan “remaja hari ini adalah calon pelanggan tetap hari esok karena mayoritas perokok memulai merokok ketika remaja”. Pola merokok remaja sangatlah penting bagi Philip Morris (TCSC-IAKMI 2008).

Tabel 1.1

Usia Pertama Kali Merokok

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| No | Usia | Presentase |
| 1 | 5-9 tahun | 2,5% |
| 2 | 10-14 tahun | 23,1% |
| 3 | 15-19 tahun | 52,1% |

Sumber : (Riskesdas, 2018)

Tabel 1.1 diatas merupakan usia pertama kali merokok paling banyak ada pada usia 15-19 tahun (52,1%), 10-14 tahun (23,1%), dan 5-9 tahun yang tergolong masih sangat muda (2,5%).(Riskesdas, 2018).

Dari table tersebut menandakan tidak hanya kalangan remaja saja yang menjadi perokok. Tetapi anak di bawah umur juga sudah menjadi perokok. Tembakau dan produk-produknya sudah menjadi masalah yang cukup bisa dikatakan berat, terutama masalah kesehatan. Besarnya populasi dan tingginya budaya konsumsi rokok telah menempatkan indonesia pada urutan ketiga di antara negara-negara dengan konsumsi tembakau tertinggi di dunia (Nurmiyanto 2013).

Ketertarikan pada produk tembakau didasarkan pada penyebab yang berbeda-beda setiap individu. Meskipun sudah ada larangan pembelian rokok bagi anak di bawah usia 18 tahun. Kebiasaan merokok pada remaja pun dipengaruhi oleh berbagai faktor, antara lain masa perkembangan anak dalam mencari identitas diri, keluarga, teman sebaya dan paparan iklan.(Nurmiyanto 2013).

Gambar 1.2

Iklan Rokok



Sumber :(Iklan Rokok Gudang Garam Merah Terbaik, 2020)

Produk Tembakau telah diatur dalam Peraturan Pemerintah No 109 Tahun 2012 Tentang Pengamanan Bahan Yang Mengandung Zat Adiktif Berupa Produk Tembakau Bagi Kesehatan (selanjutnya disebut PP No 109 tahun 2012) yang dimana di pasal 25 yang menyatakan bahwa “setiap orang dilarang menjual produk tembakau : a. Menggunakan mesin layan diri; b. Kepada anak di bawah usia 18 (delapan belas) tahun; dan c. Kepada perempuan hamil”. (Peraturan Pemerintah No 109 Tahun 2012) Tentunya, dalam aturan tersebut telah dilarang bahwa anak di bawah 18 (delapan belas) tahun dilarang mengkonsumsi tembakau dimanapun mereka membelinya.

Gencarnya iklan produk tembakau khususnya rokok, promosi dan *sponsorship* rokok, dan baliho yang mengandung rokok tanpa disadari telah mempengaruhi persepsi masyarakat khususnya remaja, apalagi perokok seringkali digambarkan sebagai orang yang pemberani, jantan, dan kreatif. Kata promotif pada rokok berpengaruh pada anak muda karena banyak sekali iklan yang menampilkan soal keberanian atau penampilan tertentu, yang membuat kalangan muda semakin ingin mencoba rokok. *Tagline* dan sosok yang ditayangkan dalam iklan rokok pun jelas mempengaruhi mereka (Iklan Rokok Picu Remaja Dan Anak Merokok, 2013).

Selain meningkatkan konsumsi terhadap rokok, iklan rokok juga menyebabkan inisiasi perilaku merokok pada kalangan muda dan juga anak-anak. Iklan tersebut dikemas dengan sedemikian dalam tampilan yang cukup menarik. Pesan yang menekankan aspek rasa, pikiran pemirsa, dan menyentuh hati. Nilai-nilai setia kawan, percaya diri, berani dan tampan sangat cocok dengan citra diri yag banyak diinginkan remaja demikian yang dikatakan oleh Profesor dr. Tjandra Yoga Aditama, Direktur Jenderal Pengendalian Penyakit dan Penyehatan Lingkungan Kementrian Kesehatan RI di tahun 2013(Iklan Rokok Picu Remaja Dan Anak Merokok, 2013) .

Jumlah perokok di Indonesia masih sangat mengkhawatirkan. Dalam riset yang dilakukan oleh Komisi Perlindungan Anak Indonesia (KPAI), dari 70 juta anak Indonesia, 37 persen atau 25,9 juta anak diantaranya merokok. Sebanyak 43 juta anak usia hingga 18 tahun beresiko terkena penyakit yang mematikan di balik angka yang masih terbilang cukup banyak, iklan rokok melalui spanduk di warung-warung atau pun baliho di pinggir jalan dapat mudah ditemukan ternyata jadi sebab munculnya perokok anak(Fundrika 2020).

Meskipun iklan tersebut tidak menunjukkan secara gamblang menggambarkan orang yang sedang merokok, tetapi ternyata hal itu menjadi salah satu faktor eksternal utama yang menyebabkan anak-anak menjadi perokok aktif. Menteri Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak I Gusti Ayu Bintang mengungkapkan bahwa 74,2 persen anak-anak merokok disebabkan adanya plang atau iklan di toko yang menjual rokok. Menurut beliau dalam webinar perayaan hati tanpa tembakau sedunia menyatakan bahwa “berbagai penelitian membuktikan iklan promosi dan unsur rokok menimbulkan rasa ingin merokok, mendorong anak-anak untuk terus merokok bahkan mendorong anak yang sudah tidak merokok menjadi merokok lagi. Untuk itu iklan promosi dan sponsor rokok dilarang keras didekatkan dari paparan anak”(Fundrika 2020). Berdasarkan laporan Badan Kesehatan Dunia (WHO) tahun 1999, sekitar 250 juta anak-anak di dunia akan meninggal apabila konsumsi tembakau tidak dihentikan secepatnya(TCSC-IAKMI 2008).Kebiasaan merokok bagi para pelajar bermula karena kurangnya informasi dan kesalah pahaman informasi, termakan iklan atau terbujuk rayuan teman. Iklan lebih berperan dalam upaya agar konsumen tidak berpindah ke merek lain, dan yang lebih penting agar si perokok atau konsumen produk tembakau tidak meninggalkan kebiasaan merokoknya.(Rachmat, M., Thaha, R. M., & Ridwan 2018).

Peredaran serta pembatasan iklan dan promosi porduk tembakau sudah diatur dalam Pasal 24 PP No. 109 Tahun 2012 yang menyatahkan bahwa (1) Setiap produsen dilarang untuk mencantumkan keterangan atau tanda apapun yang menyesatkan atau kata-kata yang bersifat promotif. (2) Selain larangan sebagaimana dimaksud pada ayat (1), setiap produsen dilarang mencantumkan kata “*light*”, “*Ultra Light*”, “*Mild*”, “*Extra Mild*”, “*Low Tar*”, “*Slim*”, “*Special*”, “*Full Flavour*”, “*Premium*” atau kata lain yang mengindikasikan kualitas, superioritas, rasa aman, pencitraan, kepribadian, ataupun kata-kata dengan arti yang sama. (3) Ketentuan sebagaimana dimaksud pada ayat (2) tidak berlaku bagi produk Tembakau yang sudah mendapatkan sertifikat merek sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan (4) Setiap orang yang memproduksi dan/atau mengimpor Produk Tembakau yang mencantumkan keterangan atau tanda apapun yang menyesatkan atau kata-kata yang bersifat promotif sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dikenakan sanksi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.(Peraturan Pemerintah No 109 Tahun 2012)

Selain itu, di Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 28 Tahun 2013 Tentang Pencantuman Peringatan Kesehatan Dan Informasi Kesehatan Pada Kemasan Produk Tembakau (Permenkes Tahun 2013) Pada Pasal 14 menyatakan bahwa : (1) Pada setiap kemasan produk tembakau dilarang dicantumkan keterangan atau tanda apapun yang menyesatkan atau kata-kata yang bersifat promotif. (2) Keterangan atau tanda apapun yang menyesatkan atau kata-kata yang bersifat promotif sebagaimana dimaksud pada ayat (1) merupakan keterangan atau kata yang memperdaya atau cenderung bermaksud menciptakan kesan keliru tentang dampak kesehatan dari Produk Tembakau atau seolah-olah Produk Tembakau memberi manfaat untuk kesehatan. (3)Selain larangan sebagaimana dimaksud pada ayat (1), pada Kemasan Produk Tembakau dilarang dicantumkan kata “light”, “ultra light”, “mild”, “extra mild”, “low tar”, “slim”, “special”, “full flavour”, “premium”, atau kata lain yang mengindikasikan kualitas, superioritas, rasa aman, pencitraan, kepribadian atau kata-kata dengan arti yang sama. (4) Ketentuan sebagaimana dimaksud pada ayat (2) tidak berlaku bagi Produk Tembakau yang sudah mendapatkan sertifikat merek sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan (KemenkesRI 2013).

Kedua peraturan mengatur hal yang sama tetapi, jika dicermati Pasal 24 PP No 109 Tahun 2012 ayat (1) yang menyatakan bahwa “Setiap Produsen dilarang untuk mencantumkan keterangan atau tanda apapun yang menyesatkan atau kata-kata yang bersifat promotif”. Tentu ini berbeda dengan Permenkes Tahun 2013, disebutkan bahwa produk tembakau yang mencantumkan keterangan atau tanda apapun yang menyesatkan atau kata-kata yang bersifat promotif dikecualikan asal sudah mempunyai/mendapatkan sertifikat merek. Di Pasal 14 ayat (4) Permenkes Tahun 2013 menyatakan bahwa “Ketentuan sebagaimana dimaksud pada ayat (2) tidak berlaku bagi Produk Tembakau yang sudah mendapatkan sertifikat merek sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan”. Ayat tersebut seolah seolah mengecualikan Produk Tembakau yang sudah memiliki sertifikat merek bisa mencantumkan kata-kata yang bersifat promotif atau tanda apapun yang menyesatkan. Tentu ini bisa menjadi perdebatan di kalangan pelaku usaha/produsen produk tembakau. Karena terdapat perbedaan peraturan di dalam permenkes No. 28 Tahun 2013 dan PP No. 109 Tahun 2012.

**METODE**

Jenis penelitian ini adalah penelitian yuridis normatif. Penelitian normatif meneliti hukum dari prespektif internal dengan objek penelitian yaitu norma hukum (Diantha 2017). Menurut (Marzuki, 2015) penelitian normatif adalah penelitian hukum yang menempatkan hukum sebagai sebuah bangunan sistem norma mengenai asas-asas, norma, kaidah, dari peraturan perundang-undangan, putusan pengadilan, guna menjawab isu hukum yang sedang dihadapi. Penelitian hukum memiliki beberapa jenis pendekatan. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian hukum diantaranya adalah pendekatan undang-undang, pendekatan kasus, pendekatan historis, pendekatan komperatif dan pendekatan konseptual(Marzuki, 2015). Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan pendekatan perundang-undangan dan pendekatan konseptual.

Menurut (Marzuki, 2015) untuk memecahkan isu hukum diperlukan sumber-sumber penelitian. Sumber bahan hukum dibedakan menjadi tiga yaitu bahan hukum primer, sekunder dan tersier. Bahan hukum yang dipakai pada penelitian ini adalah bahan hukum primer, bahan hukum sekunder dan bahan hukum tersier. Bahan hukum primer yang dipakai dalam penelitian adalah Peraturan Pemerintah No 109 Tahun 2012 Tentang Pengamanan Bahan Yang Mengandung Zat Adiktif Berupa Produk Tembakau Bagi Kesehatan, Peraturan Menteri Kesehatan No 28 Tahun 2013 Tentang Pencantuman Peringatan Kesehatan Dan Informasi Kesehatan Pada Kemasan Produk Tembakau, Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia No 56 Tahun 2017 Tentang Perubahan Atas Peraturan Menteri Kesehatan No 28 Tahun 2013 Tentang Pencantuman Peringatan Kesehatan Dan Informasi Kesehatan Pada Kemasan Produk Tembakau, UU No. 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis.

Selain itu, pada penelitian ini terdapat hukum sekunder yang terdiri atas buku-buku teks yang berkaitan dengan produk tembakau, iklan, pendapat para sarjana, kasus-kasus hukum, yurisprudensi, jurnal dan skripsi yang berkaitan dengan topik dari penelitian ini. Ada juga bahan hukum tersier yang berkaitan dengan Kamus Besar Bahasa Indonesia, Bibliografi, Ensiklopedia.

Metode pengumpulan bahan hukum dalam penelitian ini menggunakan pengumpulan bahan hukum dengan cara menggali kerangka berpikir yang membahas tentang teori-teori hukum yang bersangkutan. Bahan hukum yang terkumpul berdasarkan isu hukum yang akan dibahas, selanjutnya digolongkan berdasarkan sumber serta urutan yang sesuai dan digunakan sebagai bahan analisis dalam menjawab rumusan masalh dalam penelitian hukum ini.

Teknik analisis bahan hukum merupakan penelitian yang mengkaji dan menelaah terhadap bahan-bahan hukum, baik bahan hukum primer, sekunder dan tersier yang dibantu dengan teori hukum yang didapatkan sebelumnya. Bahan hukum yang diperoleh kemudian dianalisis menggunakan metode prespektif. Penelitian menggunakan metode prespektif bertujuan untuk memberikan gambaran atau menjawab rumusan masalah dalam penelitian hukum ini.

**HASIL DAN PEMBAHASAN**

**Pengecualian Produk Tembakau yang Sudah Mendapatkan Sertifikat Merek Dalam Pencantuman Keterangan atau Tanda Apapun yang Menyesatkan atau Kata yang Bersifat Promotif Berdasarkan Permenkes Tahun 2013**

Sertifikat merek adalah bukti hak atas merek yang merupakan hak ekslusif dari negara yang diterbitkan oleh Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual (DJKI) dan diberikan kepada pemilik hak atas merek selama jangka waktu tertentu untuk digunakan sendiri atau untuk digunkan pihak lain atas seizin pemilik merek. Dengan terdaftarnya merek tersebut, maka DJKI akan menerbitkan sertifikat merek yang bersangkutan. Apabila sertifikat merek yang telah diterbitkan tidak diambil oleh pemilik merek dalam jangka waktu paling lama 18 (delapan belas) bulan terhitung sejak tanggal penerbitan sertifikat, maka merek yang telah terdaftar dianggap ditarik kembali dan dihapuskan(Ramadhanty, 2019).

Sistem pendaftaran merek di Indonesia menganut sistem konstitutif. Dalam hal ini pemilik merek akan mendapatkan hak atas merek setelah melakukan pendaftaran kepada DJKI, sistem ini dengan tegas mengatur bahwa pihak pertama yang mendaftarkan suatu merek maka ialah yang berhak atas merek tersebut (Santoso, 2016).

Pelaksanaan pendaftaran merek yang telah berhasil maka pemilih produk akan mendapatkan ha katas merek yang sah secara hukum dan produknya memiliki perlindungan hukum. Dalam ranah hukum perdata, hak atas merek mempunyai sifat kebendaan. Pada sifat kebendaan dalam merek terdapat dua macam hak, selain hak ekonomi yang bisa memberikan keuntungan dalam bentuk *royalty*, juga terkandung hak moral (*moral rights*) yang selalu melekat pada pemiliknya. Hak ekonomi (*economic rights*) yang dimiliki oleh seseorang atas inovasi dan kreativitasnya, siftanya bisa dipindahkan pada pihak lain (Mulyani, 2016).

Pendaftaran merek merupakan alat bukti yang sah atas merek terdaftar. Pendaftar merek juga berguna sebagai dasar penolakan terhadap merek yang sama keseluruhannya atau sama pada pokoknya yang dimohonkan oleh orang lain untuk barang atau jasa sejenis. Pendaftaran merek sebagai dasar mencegah orang lain memakai merek yang sama pada pokoknya atau secara keseluruhan dalam peredaran barang atau jasa.

Pendaftaran merek dilakukan dengan memenuhi syarat-syarat sebagaimana telah ditentukan oleh UU No. 20 Tahun 2016 Tentang Merek (UU Merek Tahun 2016). Pendaftaran merek dalam hal ini adalah untuk memberikan status bahwa pendaftar dianggap sebagai pemakai pertama sampai ada orang lain yang membuktikan sebalikanya. Hak atas merek tidak ada tanpa pendaftaran. Ini lah yang lebih membawa kepastian. Karena jika seseorang dapat membuktikan ia telah mendaftarkan suatu merek dan ia diberika suatu Sertifikat Merek yang merupakan bukti daripada hak miliknya atas suatu merek, maka orang lain tidak dapat mempergunakannya dan orang lain tidak berhak untuk memakai merek yang sama untuk barang-barang yang sejenis pula.

Merek mempunyai sebuah peran yang sangat penting dalam kehidupan ekonomi, terutama dalam dunia perdagangan barang dan jasa untuk membedakan dengan produk lain yang sejenis dalam satu kelas. Kelas barang dan jasa yang mempunyai sifat, cara pembuatan dan tujuan penggunaannya. Menurut Tim Lindsey, sebuah merek dapat menjadi kekayaan yang sangat berharga secara komersial. Merek suatu perusahaan seringkali lebih bernilai dibanding asset riil perusahaan. Perusahaan dengan merek besar memiliki asset besar. Bagaimanapun juga merek adalah asset jangka Panjang, dan perusahaan dapat meraup keuntungan darinya selama bertahun-tahun, bagaikan seorang bintang film atau politisi yang hidup dari reputasi mereka bertahun-tahun lamanya (Arnold 1996).

Merek dengan *brand image*-nya dapat memenuhi kebutuhan konsumen akan tanda atau daya pembeda yang teramat penting dan merupakan jaminan kualitas suatu produk, sebab merek menjadi semacam “penjual awal” bagi suatu produk kepada konsumen. Dalam era persaingan saat ini memang tidak dapat dibatasi lagi masuknya produk-produk dari luar negeri ke dalam negeri, ataupun sebaliknya dari dalam negeri ke luar negeri.

Merek sebagai aset perusahaan akan dapat menghasilkan keuntungan besar bila digunakan dengan memperhatikan aspek bisnis dan pengelolaan manajemen yang baik. Dengan semakin pentingnya peranan merek ini maka terhadap merek perlu diletakkan perlindungan hukum yakni sebagai obyek yang terhadapnya terkait hak-hak perseorangan atau badan hukum.

Pada Pasal 24 PP No. 109 Tahun 2012 dan Pasal 14 Permenkes Tahun 2013 masing-masing mempunyai kesamaan di setiap isi pasalnya tetapi ada sedikit perbedaan yang membuat arti pada masing masing pasal di kedua peraturan menjadi berbeda. Pada pasal 24 ayat 1 PP No. 109 Tahun 2012 menyebutkan bahwa :

“setiap produsen dilarang untuk mencantumkan keterangan atau tanda apapun yang menyesatkan atau kata-kata yang bersifat promotif”.

Ini berbeda pada pasal 14 ayat 4 Permenkes Tahun 2013 yang menyebutkan :

“Ketentuan sebagaimana dimaksud pada ayat (2) tidak berlaku bagi Produk Tembakau yang sudah mendapatkan merek sesuai dengan kententuan peraturan perundang-undangan yang berlaku”

Pada ayat (2) menyebutkan : “keterangan atau tanda apapun yang menyesatkan atau kata-kata yang bersifat promotif sebagaimana dimaksud pada ayat (1) merupakan keterangan atau kata yang memperdaya atau cenderung bermaksud menciptakan kesan keliru tentang dampak Kesehatan dari Produk Tembakau atau seolah-olah Produk Tembakau memberi manfaat untuk Kesehatan”. Ini bisa diartikan bahwa produk tembakau diperbolehkan untuk menggunakan kata-kata menyesatkan atau promotif selama ada sertifikat merek.

Pada UU Merek Tahun 2016 tertulis unsur yang menyesatkan tidak diperbolehkan untuk mendaftar merek dan mendapatkan sertifikat merek. Hal ini tertulis pada Pasal 20 yang menyatakan bahwa merek tidak dapat didaftar jika :

a) Bertentangan dengan ideologi negara, peraturan perundang-undangan, moralitas, agama, kesusilaan, atau ketertiban umum;

b) Sama dengan, berkaitan dengan, atau hanya menyebut barang dan/atau jasa yang dimohnkan pendaftarannya;

c) Memuat unsur yang dapat menyesatkan masyarakat tentang asal, kualitas, jenis, ukuran, macam, tujuan penggunaan barang dan/atau jasa yang dimohonkan pendaftarannya atau merupakan nama varietas tanaman yang dilindungi untuk barang dan/atau jasa yang sejenis;

d) Memuat keterangan yang tidak sesuai dengan kualitas, manfaat, atau khasiat dari barang dan/atau jasa yang diproduksi;

e) Tidak memiliki daya pembeda; dan/atau

f) Merupakan nama umum dan/atau lambang milik umum.

Mencermati Pasal 20 huruf c dan d UU Merek Tahun 2016 bahwa pendaftar merek tidak boleh (c) memuat unsur yang dapat menyesatkan masyarakat tentang asal, kualitas, jenis, ukuran, macam, tujuan penggunaan barang dan/atau jasa yang dimohonkan pendaftarannya atau merupakan nama varietas tanaman yang dilindungi untuk barang dan/atau jasa yang sejenis dan (d) memuat keterangan yang tidak sesuai dengan kualitas, manfaat, atau khasiat dari barang dan/atau jasan yang diproduksi.

Penjelasan kedua huruf pada Pasal 20 UU Merek tahun 2016 tersebut adalah:

c) Yang dimaksud dengan “memuat unsur yang dapat menyesatkan “Merek Kecap No.1” tidak dapat didaftarkan karena menyesatkan masyarakat terkait dengan kualitas barang, Merek “netto 100 gram” tidak dapat didaftarkan karena menyesatkan masyarakat terkait dengan ukuran barang.

d) Yang dimaksud dengan “memuat keterangan yang tidak sesuai dengan kualitas, manfaat, atau khasiat dari barang dan/atau jasa yang diproduksi” adalah mencantumkan keterangan yang tidak sesuai dengan kualitas, manfaat, khasiat, dan/atau risiko dari produk dimaksud. Contohnya: obat yang dapat menyembuhkan seribu satu penyakit, rokok yang aman bagi kesehatan.

Ini memperjelas bahwa kata menyesatkan dan memuat keterangan yang tidak sesuai dengan kualitas dilarang untuk mendaftarkan merek dan mendapatkan sertifikat merek menurut peraturan perundang-undangan Merek yang berlaku.

Gambar 1.3

Contoh Rokok Terbaru Merek Sampoerna



Sumber :(Gambar Rokok Sampoerna, 2020)

Dalam realitas penerapan aturan hukum sering dijumpai beberapa permasalahan, yaitu mulai dari kekosongan hukum (*leemten in het recht*), konflik antar norma hukum (antinomi hukum) dan kekaburan norma (*vage normen*) atau norma tidak jelas. Guna menyelesaikan permasalahan hukum tersebut maka berlaku asas preferensi hukum. Asas preferensi hukum adalah asas hukum yang menunjuk hukum mana yang lebih didahulukan untuk diberlakukan, jika dalam suatu peristiwa hukum terakit atau tunduk pada beberapa peraturan.

Shidarta dan Petrus Lakonawa berpendapat asas preferensi hukum berperan sebagai penyelesai konflik di antara norma-norma hukum positif. Apabila dalam suatu perkara terdapat sejumlah undang-undang yang berlaku menjadi hukum positif dan terjadi konflik di antara hukum positif tersebut, maka asas preferensi hukum hadir sesuai kegunaannya untuk memastikan peraturan perundang-undangan mana yang harus dipakai sebagai rujukan. Oleh karena itu, asas preferensi hukum disebut sebagai pengobat hukum *(legal remedies*) (Lakonawa 2018).

Menurut P.W Brouwer sebagaimana dikutip oleh (Philipus M Hadjon, 2009), dalam menghadapi konflik antar norma hukum, dapatlah dilakukan langkah praktis penyelesaian konflik tersebut, yaitu :

*Pertama*,Pengingkatan *(disavowal*). Langkah ini seringkali merupakan suatu paradoks dengan mempertahankan tidak ada konflik norma. seringkali konflik itu terjadi berkenaan dengan asas lex specialis dalam konflik pragmatis atau dalam konflik logika interpretasi sebagai pragmatis. Suatu contoh yang lazim, yaitu membedakan wilayah hukum seperti antara hukum privat dan juga hukum publik dengan berargumentasi bahwasannya 2(dua) hukum tersebut diterapkan secara terpisah meskipun dirasakan bahwa antara kedua ketentuan tersebut ada konflik norma.

*Kedua*, yaitu Penafsiran ulang (*reinterpretation*). Dalam kaitan penerapan 3(tiga) asas preverensi hukum haruslah dibedakan, yang pertama adalah reinterpretasi, yaitu dengan mengikuti asas-asas preferensi, menginterpretasikan lagi norma yang utama dengan cara yang lebih fleksibel.

*Ketiga*, pembatalan (*invalidation*). Terdapat 2 (dua) macam, yaitu abstrak normal dan praktikal. Pembatalan abstrak normal dilakukan misalnya oleh suatu lembaga khusus, kalau di Indonesia pembatalan Peraturan Pemerintah (PP) ke bawah di laksanakan oleh Mahkahmah Agung. Adapun pembatalan praktikal yaitu tidak menerapkan norma tersebut di dalam kasus konkret. Dalam praktik peradilan Indonesia, dikenal dengan mengenyampingkan.

*Keempat,* Pemulihan (*remedy*). Dengan melakukan pertimbangan pemulihan, dapat untuk membatalkan satu ketentuan. Misalnya dalam hal satu norma yang unggul dalam over ruled norm. Berkaitan dengan aspek ekonomi, maka sebagai ganti membatalkan norma yang kalah, dengan memberikan kompensasi.

Menurut Hans Kelsen (*stufentheorie*), norma itu berjenjang berlapis-lapis dalam suatu susunan hierarki. Pengertiannya, norma hukum yang dibawah berlaku dan bersumber, dan berdsar dari norma yang lebih tinggi, dan norma lebih tinggi juga bersumber dan berdasar dari norma yang lebih tinggi lagi begitu seterusnya sampai berhenti pada suatu norma tertinggi yang disebut sebagai Norma Dasar (*Grundnorm*) dan termasuk dalam sistem norma yang dinamis. Oleh sebab itu, hukum selalu dibentuk dan dihapus oleh lembaga otoritas-otoritasnya yang berwenang membentuknya, berdasarkan norma yang lebih tinggi, sehingga norma yang lebih rendah (*inferior*) dapat dibentuk berdasarkan norma yang lebih tinggi (*superior*), pada akhirnya hukum menjadi berjenjang-jenjang dan berlapis-lapis membentuk suatu hierarki (Hans Kelsen, 2010).

Dari kedua peraturan tersebut yang dimana disini terjadi pertentangan norma (norma konflik) yang berada dalam Pasal 24 PP No 19 Tahun 2012 dan Permenkes Tahun 2013 yang menjadi dasar di lakukannya penelitian ini digunakan asas preferensi.

1. **Tentang Asas Preferensi Hukum**

Dalam realitas penerapan aturan hukum sering dijumpai beberapa permasalahan, yaitu mulai dari kekosongan hukum *(leemten in het recht*), konflik antar norma hukum (antinomi hukum) dan kekaburan norma (*vage normen*) atau norma tidak jelas. Guna menyelesaikan permasalahan hukum tersebut maka berlaku asas preferensi hukum. Asas preferensi hukum adalah asas hukum yang menunjuk hukum mana yang lebih didahulukan untuk diberlakukan, jika dalam suatu peristiwa hukum terakit atau tunduk pada beberapa peraturan.

Untuk menyelesaikan potensi terjadinya pertentangan Norma (norma konflik) antara Pasal 24 PP No. 109 Tahun 2012 dan Pasal 14 Permenkes Tahun 2013 tersebut dapat digunakan upaya pemulihan (*remedy*) dari azas lex superior derogat legi inferiori yaitu peraturan perundang-undangan yang lebih tinggi, mengesampingkan peraturan perundang-undangan yang lebih rendah.

Menurut penulis, pemilihan penyelesaian dari terjadinya pertentangan Norma (norma konflik) dengan upaya pemulihan (*remedy*) dari asas *lex superior derogat legi inferiori* ialah Pasal 14 Permenkes Tahun 2013 yang tidak mendapat perubahan pada Permenkes Tahun 2017 seharusnya mendapat perubahan tentang pelarangan kata menyesatkan atau promotif pada kemasan Produk Tembakau, dikarenakan di Pasal 20 huruf c dan d UU Merek Tahun 2016 menyatakan bahwa “Merek tidak dapat didaftar jika (c) memuat unsur yang dapat menyesatkan masyarakat tentang asal, kualitas, jenis, ukuran, macam, tujuan penggunaan barang dan/atau jasa yang dimohonkan pendaftarannya atau merupakan nama varietas tanaman yang dilindunggi untuk barang dan/atau jasa yang sejenis; dan (d) memuat keterangan yang tidak sesuai dengan kualitas, manfaat, atau khasiat dari barang dan/atau jasa yang sejenis”.

Hal ini memperjelas bahwa produk yang memuat unsur yang dapat menyesatkan masyarakat tentang asal, kualitas, jenis, ukuran, macam, tujuan penggunaan barang dan/atau jasa yang dimohonkan pendaftarannya atau merupakan nama varietas tanaman yang dilindungi untuk barang dan/atau jasa yang sejenis tidak dapat mendaftarkan dan mendapatkan sertifikat merek.

**Akibat Hukum Bagi Produsen Produk Tembakau yang Sudah Mendapatkan Sertifikat Merek yang Mencantumkan Tanda Apapun yang Bersifat Menyesatkan Atau yang Bersifat Promotif**

Akibat hukum adalah akibat yang ditimbulkan oleh peristiwa hukum (Ishaq 2008). Pihak yang menggunakan unsur menyesatakan atau promotif pada produk tembakau dapat menimbulkan akibat hukum berupa sanksi pidana sebagaimana pengaturan dalam Pasal 76 UU Merek Tahun 2016 yang menyatakan bahwa Gugatan pembatalan Merek terdaftar dapat diajukan oleh pihak yang berkepentingan berdasarkan alasan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 20 dan/atau Pasal 21. Pemilik Merek yang tidak terdaftar dapat mengajukan gugatan sebagimana dimaksud pada ayat (1) setelah mengajukan Permohonan kepada Menteri. Gugatan pembatalan diajukan kepada Pengadilan Niaga terhadap pemilik Merek terdaftar.

Dalam perkara ini Produsen Produk Tembakau yang mencantumkan kata menyesatkan atau promotif bisa dibatalkan mereknya dikarenakan melanggar ketentuan peraturan tersebut. Dimana jika merek itu ada unsur melanggar seperti yang tertulis pada pasal 20 UU Merek 2016 maka merek tersebut akan langsung dibatalkan oleh pihak yang berwenang dalam hal ini ialah DJKI.

Kerugian dalam perbuatan melawan hukum ditegaskan pada Pasal 100 ayat (3) UU Merek Tahun 2016 yang menyatakan bahwa Setiap Orang yag melanggar ketentuan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (2), yang jenis barangnya mengakibatkan gangguan kesehatan, gangguan lingkungan hidup, dan/atau kematian manusia, dipidana dengan pidana penjara paling lama 10 (sepuluh) tahun dan/atau denda paling banyak Rp5.000.000.000,00 (lima miliar rupiah). Dengan dibatalkannya suatu merek, maka merek tersebut otomatis tidak memiliki perlindungan hukum. Dimana perlindungan hukum disini berperan sangat penting agar merek memiliki jaminan untuk tidak ditiru ataupun digunakan secara salah ataupun tindakan-tindakan melanggar hukum lainnya. Perlindungan hukum untuk merek digunakan sebagai suatu usaha untuk memberikan hak-hak pihak yang dilindungi (dalam hal ini pihak yang memiliki ha katas merek) sesuai dengan kewajiban yang telah dilakukan.

Philipus M. Hadjon menyatakan pendapat bahwa perlindungan hukum merupakan kumpulan peraturan-peraturan atau kaidah yang akan dapat melindungi suatu hal dari hal lainnya. Apabila berkaitan dengan konsumen, berarti hukum memberikan perlindungan terhadap hak-hak pelanggan dari sesuatu yang mengakibatkan tidak terpenuhinya hak-hak tersebut (Philipus M Hadjon, 2009).

 Indonesia dalam pengaturan merek menganut asas *first to file system*, berarti perlindungan hukum dari sebuah merek hanya akan diberikan kepada pihak yang pertama kalo mengajukan permohonan pendaftaran untuk merek tersebut. Negara Indonesia tidak memberikan pendaftaran untuk merek yang memiliki persamaan dalam hal apapun terhadap merek yang telah diajukan terlebih dahulu dan juga yang mengandung unsur yang menyesatkan atau promotif.

**PENUTUP**

**Simpulan**

1. Pengecualian bagi produsen Produk Tembakau yang sudah memiliki sertifikat merek atas pencantuman keterangan atau tanda apapun yang menyesatkan atau kata yang bersifat promotif yang tertulis pada Pasal 14 Permenkes Tahun 2013 tidak dapat dibenarkan, menurut peraturan Perundang-Undangan. Karena dalam UU Merek Tahun 2016 menyatakan bahwa merek tidak bisa didaftarkan jika mengandung unsur menyesatkan atau promotif.
2. Pengecualian bagi produsen Produk Tembakau yang telah memiliki sertifikat merek atas pencantuman keterangan atau tanda apapun yang menyesatkan atau kata yang bersifat promotif yang tertulis pada Pasal 14 Permenkes Tahun 2013 tidak bisa dibenarkan menurut peraturan Perundang-Undangan. Karena dalam UU Merek Tahun 2016 menyatakan bahwa merek tidak dapat untuk didaftarkan jika mengandung unsur menyesatkan atau promotif.

**SARAN**

1. Pengecualian bagi produsen Produk Tembakau yang sudah memiliki sertifikat merek atas pencantuman keterangan atau tanda apapun yang menyesatkan atau kata yang bersifat promotif yang tertulis pada Pasal 14 Permenkes Tahun 2013 tidak bisa dibenarkan, menurut peraturan Perundang-Undangan. Karena dalam UU Merek Tahun 2016 menyatakan bahwa merek tidak bisa didaftarkan jika mengandung unsur menyesatkan atau promotif.
2. Produsen Produk Tembakau diharapkan mematuhi peraturan perundang-undangan yang berlaku. Tentunya, iklan adalah media yang sangat diperlukan pada jaman yang serba digital seperti saat ini dan seharusnya produsen Produk Tembakau harus memikirkan lagi cara yang lebih kreatif lagi untuk mempromosikan produk mereka dengan tidak memasukkan kata yang menjeremus ke menyesatkan atau promotif.

**DAFTAR PUSTAKA**

“Peraturan Pemerintah No 109 Tahun 2012 Tentang Pengamanan Bahan Yang Mengandung Zat Adiktif Berupa Produk Tembakau Bagi Kesehatan.” *Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 109 Tahun 2012* 7:1–25.

2013. “Iklan Rokok Picu Remaja Dan Anak Merokok.” *Jaringan Kebijakan Kesehatan Indonesia*. Retrieved December 12, 2020 (https://kebijakankesehatanindonesia.net/25-berita/berita/1030-iklan-rokok-picu-remaja-dan-anak-merokok).

2018. “Tembakau, Sejarah Dan Cita Rasa Indonesia.” *Portal Informasi Indonesia*. Retrieved November 28, 2020 (https://indonesia.go.id/ragam/komoditas/ekonomi/tembakau-sejarah-dan-cita-rasa-indonesia).

2020 “Gambar Rokok Sampoerna.” Retrieved (https://ustynazimnyfruzynska.blogspot.com/2020/08/26-gambar-rokok-sampoerna.html).

2020 “Iklan Rokok Gudang Garam Merah Terbaik.” Retrieved (https://ads.goveganrecipe.com/).

Arnold, David. 1996. *Pedoman Manajemen Merek*. Surabaya: PT Kentindo.

Diantha, I. Made Pasek. 2017. “Metodologi Penelitian Hukum Normatif.” *Teori Metodologi Penelitian A.*

Dkk, S. Margana. 2014. *Kretek Indonesia Dari Nasionalisme Hingga Warisan Budaya*. Yogyakarta: Puskindo.

E, Santoso. 2016. “Penegakan Hukum Terhadap Pelanggaran Merek Dagang Terkenal Melalui Peran Kepabeanan Sebagai Upaya Menjaga Keamanan Dan Kedaulatan Negara.” *Jurnal Recht Vinding: Media Pembinaan Hukum Nasional*.

Fundrika, Bimo Aria dan Lilis Varwati. 2020. “Terungkap, Ini Penyebab Utama Anak Jadi Perokok Aktif.” *Suara.Com*.

Hadjon, Philipus M. 2009. *Argumentasi Hukum*. Cetakan IV. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.

Indonesia, Kementrian Kesehatan Republik. 2018. *Laporan Nasional Riskesdas 2018*. Jakarta.

Iqbal, Muhammad. 2013. “Sejarah Industri Tembakau Indonesia.” *Neraca.Co.Id*. Retrieved December 1, 2020 (https://www.neraca.co.id/article/24240/sejarah-industri-tembakau-di-indonesia).

Ishaq. 2008. *Dasar-Dasar Ilmu Hukum*. cetakan I. jakarta: sinar grafika.

Kelsen, Hans. 2010. *Teori Umum Tentang Hukum Dan Negara (Theory of Law and State) Diterjemahkan Rasul Muttakin*. cetakan ke. Bandung: Nusa Media.

KemenkesRI. 2013. “Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia No. 28 Tahun 2013.” *Kementrian Kesehatan Republik Indonesia* 19(6):631–37.

Lakonawa, Shidarta dan Petrus. 2018. “Lex Specialis Derogat Legi Generali: Makna Dan Penggunaannya.” *BINUS University Rubric Of Faculty Members*. Retrieved January 3, 2021 (http://business-law.binus.ac.id).

Marzuki, S.H, M.S., LL.M., Prof. Dr. Pete. Mahmud. 2015. *Penelitian Hukum (Edisi Revisi)*. jakarta: prenada.

Nurmiyanto, A. 2013. “Sosialisasi Bahaya Rokok Guna Meningkatkan Kesadaran Masyarakat Akan Besarnya Dampak Buruk Rokok Bagi Kesehatan.” *Asian Journal of Innovation and Entrepreneurship*.

Rachmat, M., Thaha, R. M., & Ridwan, M. 2018. “Mencegah Dan Mengatasi Adiksi Rokok Pada Remaja Di Cisaranten Kulon.” *Program RIAS (Remaja Siaga Asap Rokok)*.

Ramadhanty, Nadira. 2019. “Akibat Hukum Tidak Didaftarkannya Merek Dagang Produk Kue Kering Toko ‘Madame Patisserie.’”

S, Mulyani. 2016. “Realitas Pengakuan Hukum Terhadap Hak Atas Merek Sebagai Jaminan Fidusia Pada Praktik Perbankan Di Indonesia.” *Jurnal Hukum Dan Dinamika Masyarakat Universitas 17 Agustus 1945 Semarang*.

Sartono Kartodirdjo dan Djoko Suryo. 1991. *Sejarah Perkebunan Di Indonesia*. Yogyakarta: Aditya Media.

TCSC-IAKMI. 2008. “Fact Sheet Industri Rokok Di Indonesia.Pdf.” 1–4.

TCSC-IAKMI. 2014. *Fakta Tembakau Dan Permasalahannya Di Indonesia*.

Tokopedia. 2020. “Tokopedia.” *26 Juli*. Retrieved July 1, 2021 (https://www.tokopedia.com/search?st=product&q=tembakau%27).