

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### A. Tinjauan Umum Merek

Merek adalah salah satu elemen fundamental dalam dunia bisnis dan perdagangan yang berfungsi sebagai identitas bagi suatu produk atau jasa. Dalam konteks hukum, merek didefinisikan sebagai tanda yang dapat berupa gambar, nama, kata, huruf, angka, susunan warna, atau kombinasi dari unsur-unsur tersebut, yang berfungsi sebagai pembeda antara barang atau jasa yang dihasilkan oleh satu pihak dengan pihak lainnya.<sup>18</sup> Definisi ini tercantum dalam Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. Sebagai identitas, merek tidak hanya menjadi alat pengenalan, tetapi juga alat promosi, perlindungan hukum, dan simbol reputasi suatu produk di mata konsumen.

##### 1. Unsur-unsur Merek

Agar suatu tanda dapat dikategorikan sebagai merek, terdapat beberapa unsur utama yang harus dipenuhi. Unsur-unsur ini meliputi elemen visual, verbal, simbolis, dan hukum, yang semuanya memiliki peran penting dalam menentukan keberhasilan sebuah merek.<sup>19</sup>

##### a. Unsur Visual

---

<sup>18</sup> Yelma Nomida Alvisalia, "Perjanjian Koeksistensi Merek Dan Letter of Consent Terhadap Merek Yang Memiliki Unsur Persamaan Pada Pokoknya," *Syntax Admiration* 5, no. 12 (2024): 5678–89.

<sup>19</sup> Muhamad Shafwan Afif and Heru Sugiyono, "Perlindungan Hukum Bagi Pemegang Merek Terkenal Di Indonesia," *Jurnal Usm Law Review* 4, no. 2 (2021): 565, <https://doi.org/10.26623/julr.v4i2.4097>.

Unsur visual adalah komponen yang dapat dilihat secara langsung oleh konsumen, seperti logo, warna, bentuk, atau desain. Unsur ini menjadi daya tarik utama yang membuat sebuah merek mudah dikenali. Misalnya, logo berbentuk apel dengan gigitan di salah satu sisinya identik dengan merek Apple. Kombinasi warna yang khas, seperti merah dan kuning pada logo McDonald's, juga menjadi ciri khas visual yang sangat kuat. Desain atau elemen visual ini harus memiliki keunikan sehingga tidak mudah disalahartikan sebagai milik pihak lain.

b. Unsur Verbal

Unsur verbal mencakup nama merek, slogan, atau kata-kata yang digunakan untuk menggambarkan produk. Nama merek adalah elemen yang sangat penting karena akan digunakan dalam berbagai komunikasi pemasaran dan menjadi kata kunci dalam pencarian produk. Nama merek yang baik biasanya singkat, mudah diingat, dan relevan dengan produk yang ditawarkan. Selain itu, slogan atau tagline juga berfungsi memperkuat identitas merek dengan menyampaikan pesan atau nilai utama merek secara ringkas. Contohnya, slogan Nike "*Just Do It*" yang telah menjadi bagian dari identitas merek tersebut.<sup>20</sup>

---

<sup>20</sup> Redita Septia Sari, Andi Yaqub, and Fatihani Baso, "ANALISIS MEREK YANG MEMPUNYAI PERSAMAAN PADA POKOKNYA DENGAN MEREK TERDAFTAR," *FAWAID: Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah* 2, no. 4 (2023): 6.

c. Unsur Simbolis

Simbol dalam merek dapat berupa ikon, gambar, atau bentuk lain yang memiliki makna tertentu. Unsur simbolis ini sering kali mencerminkan nilai, misi, atau karakter dari merek tersebut. Simbol yang kuat mampu menciptakan hubungan emosional dengan konsumen dan membangun loyalitas merek. Contohnya, logo burung biru pada Twitter yang mencerminkan komunikasi cepat dan global.<sup>21</sup>

d. Unsur Legalitas

Agar sebuah merek mendapatkan perlindungan hukum, unsur legalitas menjadi sangat penting. Merek harus didaftarkan ke otoritas yang berwenang, seperti Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual di Indonesia. Dalam proses pendaftaran, merek harus memenuhi syarat bahwa ia bersifat unik, tidak meniru merek lain, dan tidak bertentangan dengan norma atau etika yang berlaku. Pendaftaran memberikan perlindungan hukum kepada pemilik merek dari tindakan pelanggaran atau pemalsuan.<sup>22</sup>

e. Unsur Fungsi Pembeda

Sebuah merek harus memiliki fungsi pembeda yang jelas antara produk atau jasa dari satu pihak dengan pihak lainnya.

---

<sup>21</sup> *Ibid.*

<sup>22</sup> *Ibid.*

Hal ini berarti merek tidak boleh bersifat generik atau terlalu umum sehingga tidak bisa membedakan produk secara spesifik. Contohnya, kata “kopi” tidak dapat didaftarkan sebagai merek karena bersifat umum, tetapi nama “Starbucks” memiliki fungsi pembeda yang kuat.<sup>23</sup>

f. Unsur Keterkaitan dengan Produk

Merek harus memiliki relevansi atau keterkaitan dengan produk atau jasa yang ditawarkan. Keterkaitan ini dapat berupa cerminan kualitas, manfaat, atau nilai yang ingin disampaikan oleh produk kepada konsumen. Misalnya, merek “Dove” yang identik dengan kelembutan dan perawatan kulit mencerminkan kualitas produknya sebagai sabun kecantikan.<sup>24</sup>

**2. Indikator Persamaan Pada Pokoknya Dalam Merek**

Dalam hal persamaan pada pokoknya dalam merek yang telah jelas diatur dalam Undang-undang nomor 20 tahun 2016 tentang merek dan idikasi geografis dalam pasal pasal 21 ayat (1) *“yang dimaksud dengan “persamaan pada pokoknya” adalah kemiripan yang disebabkan oleh adanya unsur yang dominan antara merek yang satu dengan merek yang lain sehingga menimbulkan kesan adanya persamaan, baik mengenai bentuk, cara penempatan, cara penulisan atau kombinasi antara unsur, maupun persamaan bunyi ucapan, yang*

---

<sup>23</sup> *Ibid.*

<sup>24</sup> A Wirajaya and WAPG Frederik, “Implikasi Peraturan Merek Dalam Pendaftaran Produk Rumah Makan Ditinjau Dari Kelas Pendaftaran Merek,” *Innovative: Journal Of ...* 3 (2023): 3357–69.

*terdapat dalam merek tersebut.*” Unsur persamaan pada pokoknya menjadi salah satu tanda penting dalam proses pemeriksaan pendaftaran merek, karena tujuannya adalah untuk memastikan adanya perlindungan hukum terhadap merek agar tidak terjadi tindakan tidak jujur dan persaingan yang tidak sehat di antara para pelaku usaha dalam menggunakan merek untuk barang atau jasa yang mereka hasilkan.<sup>25</sup>

Dalam hal kategorial, unsur persamaan pada pokoknya dalam pasal 21 ayat (1) Undang-undang nomor 20 tahun 2016 tentang merek dan indikasi geografis yakni :

1. Persamaan pada bentuk

Persamaan pada bentuk merupakan kesamaan penampilan atau rupa antara satu merek dengan merek yang lain. Merek yang memiliki istilah atau arti yang serupa dapat dianggap memiliki kesamaan bentuk. Selain itu, merek yang hanya menambahkan kata atau huruf pada nama mereknya juga termasuk dalam kategori merek yang memiliki kesamaan bentuk.<sup>26</sup>

2. Persamaan cara penempatan

---

<sup>25</sup> Sindy Anugrah Sutisna Putri, “UNSUR PERSAMAAN PADA POKOKNYA DALAM PENDAFTARAN TENTANG MEREK DAN INDIKASI GEOGRAFIS DAN PELANGGARAN TERHADAP MEREK TERKENAL Sindy Anugrah Sutisna Putra Program Studi Magister Ilmu Hukum Pascasarjana Universitas Islam Bandung 1 . Latar Belakang Masalah Me,” *Aktualita* 2, no. 1 (2019).

<sup>26</sup> Studi Putusan, N O Pdt, and Sus-hki Merek Pn, “Analisis Yuridis Pemakaian Merek Yang Memiliki Persamaan Pada Pokoknya Atau Seluruhnya (Studi Putusan No.57/Pdt. Sus-Hki/Merek/2019/Pn.Niaga)” 08, no. April (2019): 1–10.

Persamaan dalam cara penempatan yang dimaksud adalah persamaan posisi atau tata letak dari merek tersebut dengan merek yang lainnya. Persamaan dalam cara penempatan ini bisa dilihat dari letak logo atau penempatan tulisan dari satu merek dengan merek yang lainnya.<sup>27</sup>

### 3. Persamaan cara penulisan

Persamaan cara penulisan adalah kesamaan dalam penulisan suatu merek yang serupa dengan merek lainnya. Kesamaan ini umumnya terjadi pada merek yang beroperasi di sektor yang serupa serta memiliki nama yang seakan sama dan pangsa konsumen yang tumpang tindih. Secara umum, kesamaan dalam penulisan ini mencakup merek yang memiliki penulisan atau suara yang tidak jauh berbeda. Selain itu, biasanya merek-merek yang memiliki kesamaan dalam penulisan juga menunjukkan jumlah huruf atau kata yang hampir sama, bahkan bisa identik, termasuk dalam hal format atau jenis huruf yang digunakan oleh merek tersebut.<sup>28</sup>

### 4. Persamaan kombinasi unsur

Persamaan kombinasi unsur yang dimaksud adalah terdapat kesamaan antara elemen-elemen atau komponen dari suatu merek dengan merek yang lain. Kesamaan dalam kombinasi

---

<sup>27</sup> *ibid*

<sup>28</sup> *ibid*

unsur ini bisa datang dari campuran bentuk yang serupa, metode penempatan yang mirip, cara penulisan yang sama, dan juga kemiripan dalam pengucapan atau suara. Disamping itu, terdapat pula persamaan dalam aspek warna, kemiripan dalam komposisi produk, kesamaan jumlah huruf dalam merek, serta kesamaan tingkat pada merek tersebut.<sup>29</sup>

#### 5. Persamaan ucapan atau persamaan bunyi

Persamaan bunyi dapat merujuk pada kesamaan yang muncul dari pendengar saat suatu merek disebutkan atau diucapkan. Persamaan ini memiliki karakteristik yang dapat membingungkan saat didengar. Umumnya, persamaan bunyi selalu terkait dengan kesamaan penulisan, karena banyak merek yang terdengar mirip juga memiliki cara penulisan yang serupa. Disamping itu, persamaan bunyi kerap berkaitan dengan kesamaan dalam penempatan.<sup>30</sup>

### 3. Perlindungan Merek

Perlindungan merek adalah upaya hukum yang diberikan untuk melindungi hak eksklusif pemilik merek atas penggunaan mereknya dalam kegiatan perdagangan barang atau jasa. Perlindungan ini bertujuan untuk mencegah penggunaan merek secara tidak sah oleh pihak lain yang dapat merugikan pemilik merek baik secara finansial

---

<sup>29</sup> *ibid*

<sup>30</sup> *ibid*

maupun reputasi.<sup>31</sup> Di Indonesia, pengaturan mengenai perlindungan merek diatur secara rinci dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. Undang-undang ini memberikan dasar hukum bagi pengakuan, perlindungan, dan penegakan hak atas merek, serta menyediakan mekanisme bagi pemilik merek untuk melindungi haknya dari pelanggaran atau pemalsuan.

Menurut Pasal 1 angka 1 UU No. 20 Tahun 2016, merek didefinisikan sebagai tanda yang dapat berupa gambar, logo, nama, kata, huruf, angka, susunan warna, atau kombinasi dari unsur-unsur tersebut, yang digunakan sebagai pembeda antara barang atau jasa yang dihasilkan oleh satu pihak dengan pihak lainnya. Definisi ini menegaskan bahwa merek tidak hanya berfungsi sebagai identitas produk, tetapi juga sebagai alat untuk melindungi nilai komersial dan reputasi suatu produk di pasar.

a. Dasar Hukum Perlindungan Merek

Perlindungan merek dimulai sejak merek tersebut didaftarkan di Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual (DJKI), sebagaimana diatur dalam Pasal 3 UU No. 20 Tahun 2016. Pasal ini menyatakan bahwa hak atas merek diperoleh setelah merek terdaftar dalam Daftar Umum Merek.<sup>32</sup> Proses pendaftaran ini

---

<sup>31</sup> Inas Zulfa Sulasno et al., "Analisis Yuridis Perlindungan Hukum Bagi Pemilik Merek Terkenal Terhadap Tindakan Penggunaan Merek Terkenal Oleh Pelaku Umkm," *Padjadjaran Law Review* 11, no. 2 (2023): 165–78, <https://doi.org/10.56895/plr.v11i2.1258>.

<sup>32</sup> Ali Ismail Shaleh and Shabirah Trisnabilah, "Perlindungan Hukum Terhadap Persamaan Merek Untuk Barang Atau Jasa Yang Sejenis: Studi Merek Bossini," *Journal of Judicial Review* 22, no. 2 (2020): 291, <https://doi.org/10.37253/jjr.v22i2.1494>.

memberikan kepastian hukum bagi pemilik merek dan menjamin hak eksklusif atas penggunaan merek tersebut untuk barang atau jasa yang telah didaftarkan.

Selain itu, perlindungan merek bertujuan untuk melindungi kepentingan konsumen. Pasal 21 ayat (1) menyatakan bahwa merek tidak dapat didaftarkan apabila memiliki persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya dengan merek lain yang sudah terdaftar sebelumnya untuk barang atau jasa yang sejenis. Ketentuan ini mencegah terjadinya kebingungan di kalangan konsumen akibat kesamaan merek antara dua produk yang berbeda.

**b. Hak dan Kewajiban Pemilik Merek**

Pemilik merek yang telah terdaftar memiliki hak eksklusif untuk menggunakan mereknya pada barang atau jasa yang tercakup dalam pendaftaran.<sup>33</sup> Hak ini termasuk hak untuk memberikan lisensi kepada pihak lain atau melarang pihak lain menggunakan mereknya tanpa izin. Hal ini diatur dalam Pasal 35 yang memberikan wewenang kepada pemilik merek untuk mengambil langkah hukum jika terjadi pelanggaran, termasuk melalui gugatan perdata atau laporan pidana.

---

<sup>33</sup> Yuyut Prayuti, "Dinamika Perlindungan Hukum Konsumen Di Era Digital: Analisis Hukum Terhadap Praktik E-Commerce Dan Perlindungan Data Konsumen Di Indonesia," *Jurnal Interpretasi Hukum* 5, no. 1 (2024): 903–13, <https://doi.org/10.22225/juinhum.5.1.8482.903-913>.

Namun, pemilik merek juga memiliki kewajiban untuk menggunakan mereknya dalam kegiatan perdagangan. Pasal 72 ayat (1) mengatur bahwa jika merek yang telah terdaftar tidak digunakan selama tiga tahun berturut-turut dalam perdagangan, merek tersebut dapat dihapus atas permintaan pihak lain. Ketentuan ini bertujuan untuk mencegah praktik penimbunan merek yang tidak produktif.<sup>34</sup>

c. Sanksi Hukum Pelanggaran Merek

UU No. 20 Tahun 2016 juga memberikan sanksi tegas bagi pelanggaran merek. Pasal 100 ayat (1) menyatakan bahwa setiap orang yang tanpa hak menggunakan merek yang terdaftar milik pihak lain untuk barang atau jasa yang sejenis dapat dipidana dengan pidana penjara paling lama lima tahun atau denda maksimal Rp. 2 miliar. Sanksi ini bertujuan untuk memberikan efek jera dan melindungi pemilik merek dari tindakan pemalsuan atau pelanggaran lainnya.

## **B. Tinjauan Umum Perindustrian Rokok**

Perindustrian rokok merupakan salah satu sektor penting dalam perekonomian Indonesia, baik dari segi kontribusi terhadap pendapatan negara maupun penyerapan tenaga kerja. Industri ini dikenal sebagai salah satu penyumbang utama cukai negara, di mana cukai rokok menyumbang

---

<sup>34</sup> Achmad Rofik and Nuzulia Kumala Sari, "PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP PEMBONCENGAN MEREK TERKENAL (Passing off) STARBUCKS MELALUI PENDAFTARAN MEREK DI INDONESIA (Analisis Putusan Nomor 836 K/Pdt.Sus- HKI/2022)," *Lex Economica Journal* 02, no. 01 (2024).

lebih dari 10% pendapatan negara setiap tahunnya. Selain itu, industri rokok juga menjadi mata pencaharian bagi jutaan orang, mulai dari petani tembakau, pekerja pabrik, hingga pedagang eceran. Meski memiliki peran ekonomi yang besar, industri ini kerap menjadi perdebatan karena dampak kesehatannya terhadap masyarakat.<sup>35</sup>

Di sisi lain, perindustrian rokok menghadapi tantangan besar akibat regulasi yang semakin ketat, baik di tingkat nasional maupun internasional. Pemerintah menerapkan kebijakan cukai yang tinggi dan pembatasan iklan rokok sebagai upaya untuk mengendalikan konsumsi, terutama di kalangan remaja dan anak-anak. Selain itu, kampanye global tentang bahaya merokok dan meningkatnya kesadaran masyarakat akan kesehatan juga memengaruhi permintaan terhadap produk rokok. Meski demikian, beberapa produsen besar berhasil bertahan dengan melakukan diversifikasi produk, seperti memproduksi rokok elektronik dan produk tembakau alternatif.<sup>36</sup>

Meskipun kontribusinya terhadap ekonomi signifikan, industri rokok juga menimbulkan dampak sosial dan kesehatan yang serius. Merokok menjadi salah satu penyebab utama penyakit tidak menular, seperti kanker paru-paru, penyakit jantung, dan gangguan pernapasan. Beban kesehatan ini tidak hanya memengaruhi individu, tetapi juga sistem pelayanan kesehatan nasional. Oleh karena itu, tantangan utama pemerintah adalah

---

<sup>35</sup> Sita Nur Ramdhani Devi and Al Qodar Purwo Sulisty, "Analisis Perlindungan Hukum Terhadap Pemegang Merek Dagang Asing Yang Terkenal Dari Pelanggaran Di Indonesia," *Unes Journal of Swara Justisia* 8, no. 2 (2024): 258–75, <https://doi.org/10.31933/abavev36>.

<sup>36</sup> UAAP Tana, M I Kamil, and A G Makhrup, "Kajian Yuridis Peran Kantor Pengawasan Bea Dan Cukai Terhadap Perlindungan Konsumen Dari Peredaran Rokok Ilegal:(Studi Pada Kantor Pengawasan Dan ...," *Unizar Recht Journal (URJ)* 3, no. 1 (2024).

menyeimbangkan antara kepentingan ekonomi dan kesehatan masyarakat. Langkah strategis diperlukan untuk mendorong diversifikasi ekonomi di daerah penghasil tembakau, mendukung petani beralih ke komoditas lain, serta meningkatkan upaya pendidikan dan pencegahan bahaya merokok.<sup>37</sup>

### C. Perdagangan Ilegal

Perdagangan ilegal merujuk pada aktivitas perdagangan barang atau jasa yang melanggar hukum atau aturan yang berlaku di suatu negara. Teori perdagangan ilegal berfokus pada faktor-faktor yang mendorong, mekanisme operasional, serta dampak dari aktivitas tersebut terhadap masyarakat, ekonomi, dan negara. Secara umum, perdagangan ilegal mencakup berbagai bentuk aktivitas, seperti penyelundupan barang, perdagangan narkoba, perdagangan manusia, hingga peredaran barang palsu. Aktivitas ini terjadi karena adanya ketidakseimbangan antara permintaan dan penawaran, regulasi yang ketat, serta peluang keuntungan besar bagi pelaku.

Salah satu teori yang menjelaskan perdagangan ilegal adalah teori Supply and Demand in the Shadow Economy, yang menyatakan bahwa perdagangan ilegal tumbuh karena adanya permintaan yang tidak dapat dipenuhi melalui jalur legal akibat regulasi atau larangan tertentu.<sup>38</sup> Misalnya, perdagangan narkoba terjadi karena adanya permintaan tinggi dari konsumen, sementara hukum melarang produksi dan distribusinya. Faktor lain seperti

---

<sup>37</sup> E Fitrianto et al., "Penegakan Hukum Tindak Pidana Penyelundupan Rokok Ilegal Melalui Jalan Tidak Resmi Perbatasan Indonesia-Malaysia," *Noblesse Oblige ...* 1, no. 1 (2024): 1–13.

<sup>38</sup> Jan Hoesada, *TEORI KEBIJAKAN EKONOMI* (Jakarta: www.naturexposed.com, 2022).

kemiskinan, kurangnya peluang kerja, dan lemahnya penegakan hukum juga menjadi pendorong individu atau kelompok terlibat dalam aktivitas ini.<sup>39</sup>

Dari perspektif ekonomi, perdagangan ilegal dapat memberikan keuntungan besar bagi pelakunya, tetapi membawa kerugian signifikan bagi negara. Negara kehilangan potensi pendapatan dari pajak dan bea cukai karena aktivitas tersebut berlangsung di luar sistem ekonomi resmi. Selain itu, perdagangan ilegal sering kali terkait dengan praktik korupsi, pencucian uang, dan pembiayaan aktivitas kriminal lainnya, yang dapat merusak stabilitas ekonomi dan sosial. Dalam konteks global, perdagangan ilegal sering melibatkan jaringan internasional, yang menciptakan tantangan bagi otoritas untuk melacak dan memberantasnya.<sup>40</sup>

Teori perdagangan ilegal juga menyoroti dampak sosial dan politik yang diakibatkan oleh aktivitas ini. Selain merugikan negara secara finansial, perdagangan ilegal sering menyebabkan kerugian sosial yang besar, seperti eksploitasi manusia, meningkatnya kekerasan, dan kerusakan lingkungan. Misalnya, perdagangan manusia menyebabkan pelanggaran hak asasi manusia, sementara penyelundupan satwa liar berkontribusi pada kepunahan spesies langka. Dalam menghadapi tantangan ini, teori-teori terkait perdagangan ilegal menekankan pentingnya pendekatan multidimensional, yang melibatkan kerja sama internasional, peningkatan penegakan hukum,

---

<sup>39</sup> Arya Zulfikar Akbar et al., "Edukasi Aktif Perundang-Undangan Cukai: Langkah Strategis Mengatasi Peredaran Rokok Ilegal," *Jurnal Abdi Nusa* 4, no. 2 (2024): 143–50, <https://doi.org/10.52005/abdinusa.v4i2.266>.

<sup>40</sup> Wirajaya and Frederik, "Implikasi Peraturan Merek Dalam Pendaftaran Produk Rumah Makan Ditinjau Dari Kelas Pendaftaran Merek."

reformasi kebijakan, serta edukasi masyarakat untuk mengurangi permintaan terhadap barang-barang ilegal.

### **1. Perdagangan rokok ilegal**

Pengaturan tentang rokok ilegal sudah jelas diatur dalam Undang-Undang Nomor 39 tahun 2007 tentang perubahan atas Undang-Undang Nomor 11 tahun 1995 tentang cukai. Adapun pengertian cukai adalah Cukai adalah pajak negara yang dikenakan kepada orang yang menggunakan barang atau jasa, dan jenisnya dipilih berdasarkan sifat atau ciri tertentu dari objek yang dikenai pajak. Dengan demikian, cukai yang termasuk dalam kategori pajak tidak secara langsung, yang berarti pajak tersebut dapat dialihkan atau diberikan kepada pihak lain, yaitu pemakai atau konsumen.<sup>41</sup> Undang-Undang Nomor 11 Tahun 1995 tentang Bea Cukai adalah peraturan pertama di Indonesia yang mengatur soal bea cukai. Undang-Undang ini dibuat karena cukai adalah salah satu pungutan yang dilakukan oleh pemerintah terhadap barang-barang tertentu yang dikenai cukai. Barang-barang yang dikenai cukai dalam pasal 4 ayat (1) Undang-Undang Nomor 11 tahun 1995 tentang cukai meliputi:<sup>42</sup>

- a. Etil alkohol dan etanol

---

<sup>41</sup> Juli Anglaina, "Pengawasan Terhadap Peredaran Rokok Ilegal Dan Pita Cukai Palsu Di Kota Bandar Lampung," 2019.

<sup>42</sup> Republik Indonesia, "Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 11 Tahun 1995 Tentang Cukai" (1995).

Etil alkohol atau etanol adalah bahan cair, bening, dan tidak berwarna, merupakan senyawa organik dengan rumus kimia  $C_2H_5OH$ . Bahan ini bisa diperoleh melalui proses peragian, penyulingan, atau sintesa kimia.<sup>43</sup>

b. Minuman yang mengandung etil alkohol

Minuman yang mengandung etil alkohol adalah semua bahan cair yang biasa disebut minuman beralkohol, yang dibuat dengan cara fermentasi, penyulingan, atau cara lainnya, seperti bir, shandy, anggur, gin, wiski, serta jenis minuman serupa. Konsentrat yang mengandung etil alkohol adalah bahan yang mengandung alkohol etil, yang digunakan sebagai bahan utama atau bahan pendukung dalam pembuatan minuman beralkohol.<sup>44</sup>

c. Hasil tembakau

Hasil tembakau meliputi beberapa macam jenis diantaranya: Rokok, sigaret, rokok daun, tembakau iris, serta hasil pengolahan tembakau lainnya tidak dibedakan untuk memenuhi kategori barang yang dikenai cukai. Penentuan kategori ini tidak memperhatikan penggunaan bahan pengganti atau bahan pembantu dalam pembuatannya. Sigaret adalah hasil dari tembakau rajangan

---

<sup>43</sup> Penjelasan Pasal 4 ayat (1) huruf a Undang-Undang Nomor 11 Tahun 1995 Tentang Cukai.

<sup>44</sup> *Ibid.* Huruf b

yang dibalut dengan kertas dan dilinting, untuk digunakan, tanpa memperhatikan bahan pengganti atau bahan pembantu yang digunakan. Sigaret terdiri dari tiga jenis, yaitu sigaret keretek, sigaret putih, dan sigaret kelembak kemenyan. Sigaret kretek adalah jenis sigaret yang dalam pembuatannya dicampur dengan cengkih, atau bagian dari cengkih, baik asli maupun tiruan, tanpa memperhatikan berapa banyak yang digunakan.<sup>45</sup>

Terkait dengan perdagangan rokok ilegal merupakan rokok yang beredar diwilayah Indonesia, baik yang diproduksi di dalam negeri maupun diimpor, namun tidak mematuhi aturan hukum yang berlaku di Indonesia. Ciri – ciri rokok ilegal meliputi tidak memiliki pita cukai, memiliki pita cukai palsu, atau pita cukai yang sudah pernah dipakai. Untuk menindak pelaku penjualan rokok secara ilegal, pemerintah memberikan sanksi administratif maupun sanksi pidana berdasarkan Undang-Undang Nomor 39 Tahun 2007 tentang perubahan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 1995 tentang cukai. Pemerintah seharusnya lebih ketat dalam mengawasi peredaran rokok ilegal, melakukan operasi pasar untuk menegakkan hukum, serta memberikan sanksi yang lebih berat dari hakim kepada pelaku,

---

<sup>45</sup> *Ibid.* Huruf c.

agar bisa membuat mereka serta orang lain takut dan tidak mengulangi perbuatan tersebut.<sup>46</sup>

#### **D. Tinjauan Umum Teori Perlindungan Hukum**

Teori perlindungan hukum merupakan salah satu konsep fundamental dalam ilmu hukum yang mana teori ini membahas bagaimana hukum berfungsi untuk melindungi hak-hak individu dan masyarakat. Dalam pengertian umum, perlindungan hukum dapat didefinisikan sebagai segala bentuk upaya yang dilakukan oleh negara, lembaga, atau sistem hukum untuk memberikan rasa aman, keadilan, dan kepastian hukum kepada setiap individu dari ancaman pelanggaran hak. Konsep ini menempatkan hukum sebagai instrumen yang tidak hanya mengatur hubungan antarmanusia tetapi juga memberikan jaminan terhadap hak-hak dasar yang dimiliki oleh setiap warga negara.<sup>47</sup>

Dalam implementasinya, teori perlindungan hukum bertumpu pada tiga pilar utama, yaitu keadilan, kepastian hukum, dan kemanfaatan. Keadilan mengacu pada prinsip bahwa setiap individu harus diperlakukan setara di depan hukum dan berhak atas perlakuan yang adil tanpa diskriminasi.<sup>48</sup> Kepastian hukum memastikan bahwa hukum bersifat jelas, tidak ambigu, dan dapat diterapkan secara konsisten sehingga masyarakat dapat memahami hak dan kewajibannya. Sementara itu, kemanfaatan menekankan bahwa hukum

---

<sup>46</sup> Permana, Dicky Eka Wahyu, and Sanusi Sanusi. "Penegakan Hukum Terhadap Pelaku Penjualan Rokok Ilegal." *Hukum Responsif* 12, no. 1 (2021).

<sup>47</sup> R Juli Moertiono, "Perjanjian Kredit Pemilikan Rumah Dalam Perspektif Teori Perlindungan Hukum," *All Fields of Science J-LAS* 1, no. 3 (2021): 252–62.

<sup>48</sup> Kornelis Antonius Ada Bediona et al., "Analisis Teori Perlindungan Hukum Menurut Philipus M Hadjon Dalam Kaitannya Dengan Pemberian Hukuman Kebiri Terhadap Pelaku Kejahatan Seksual," *Das Sollen: Jurnal Kajian Kontemporer Hukum Dan Masyarakat* 2, no. 01 (2024): 1–19, <https://doi.org/10.11111/dassollen.xxxxxxx>.

harus memberikan manfaat nyata bagi masyarakat, baik dalam jangka pendek maupun panjang.

Selain itu, dalam perlindungan hukum yang sangat krusial ini mencakup aspek normatif dan praktis.

1. Aspek normatif berkaitan dengan aturan-aturan hukum tertulis, seperti konstitusi, undang-undang, dan peraturan lainnya, yang menjadi dasar perlindungan hak. Misalnya, hak atas kebebasan berekspresi dan perlindungan terhadap diskriminasi yang dijamin dalam Pasal 28 UUD 1945.<sup>49</sup>
2. Sedangkan aspek praktis mencakup pelaksanaan aturan tersebut di lapangan, seperti peran polisi, pengadilan, dan lembaga hukum lainnya dalam menegakkan keadilan.

Menurut Philipus M. Hadjon, perlindungan hukum merupakan suatu mekanisme yang dirancang untuk melindungi kepentingan individu dalam kerangka hubungan hukum. Ia membagi perlindungan hukum menjadi dua bentuk utama, yaitu perlindungan hukum preventif dan represif.<sup>50</sup>

1. Perlindungan hukum preventif bertujuan untuk mencegah terjadinya pelanggaran hak melalui regulasi yang tegas, transparansi, dan mekanisme pengawasan yang baik. Contohnya adalah undang-undang yang mengatur tata cara perizinan untuk mencegah tindakan sewenang-wenang.

---

<sup>49</sup> Priscilia Sakul, "PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP HAK CIPTA WARISAN BUDAYA BATIK BANGSA INDONESIA DITINJAU DARI PERSPEKTIF HUKUM INTERNASIONAL," *Lex Privatum* 8, no. 3 (2020): 73–92.

<sup>50</sup> J H Sinaulan, "Perlindungan Hukum Terhadap Warga Masyarakat" 04 (2018): 79–84.

2. Perlindungan hukum represif diberikan ketika pelanggaran hak telah terjadi, misalnya melalui pemberian sanksi pidana kepada pelaku kejahatan atau penyelesaian sengketa melalui jalur peradilan.

Dalam perkembangan modern, teori perlindungan hukum menghadapi tantangan baru, terutama dalam konteks globalisasi, digitalisasi, dan perubahan sosial.<sup>51</sup> Perlindungan hukum kini tidak hanya mencakup hak-hak tradisional seperti kebebasan dan hak atas properti, tetapi juga hak-hak baru seperti hak atas privasi digital, hak lingkungan hidup yang bersih, dan hak-hak kelompok rentan seperti perempuan, anak-anak, dan penyandang disabilitas. Untuk mengatasi tantangan ini, diperlukan inovasi hukum yang adaptif dan responsif terhadap dinamika zaman.

---

<sup>51</sup> Inge Kalista Hikmasari, "Perlindungan Hukum Kepada Pencipta Lagu Yang Diumumkan Tanpa Seizin Pencipta," *Jurnal Multidisiplin Indonesia* 2, no. 9 (2023): 2945–71, <https://doi.org/10.58344/jmi.v2i9.573>.