

# PELINDUNGAN HAK EKONOMI ATAS INDIKASI GEOGRAFIS

**Trias Palupi Kurnianingrum**

Pusat Penelitian Badan Keahlian DPR RI,  
Komplek MPR/DPR/DPD Gedung Nusantara 1 Lantai 2,  
Jl. Jenderal Gatot Subroto Jakarta  
email: triaspalupikurnianingrum@yahoo.com

Naskah diterima: 28 Maret 2016

Naskah direvisi: 25 Mei 2016

Naskah diterbitkan: 17 Juni 2016

## **Abstract**

*The protection of geographical indication is urgency to be legally protected. Geographical indication is a sign of product that indicates the originality, due to geographical environment including factors of nature, human or combination of both which containing particular characters and qualities within a product. Those characters and quality are maintained and sustained in certain length of time which will contribute reputation (well known) over the product and may raising its economic value. Although it has a higher enonomic potential but the public awareness about the importance of geographical indication's registration is still lacking. Its require the legal awareness for the community and also the role of local authorities to assess local products as part of their economic rights on geographical indications.*

*Keywords: geographical indication, economic value, law protection*

## **Abstrak**

Pelindungan hukum atas indikasi geografis sangat penting dilakukan. Indikasi geografis merupakan suatu tanda yang menunjukkan daerah asal suatu barang, yang karena faktor lingkungan geografis termasuk faktor alam, faktor manusia, atau kombinasi dari kedua faktor tersebut, memberikan ciri dan kualitas tertentu pada barang yang dihasilkan. Ciri dan kualitas barang yang dipelihara dan dapat dipertahankan dalam jangka waktu tertentu akan melahirkan reputasi atas barang tersebut, yang selanjutnya memungkinkan barang tersebut memiliki nilai ekonomi tinggi. Meskipun memiliki potensi ekonomi, sayangnya bentuk kesadaran masyarakat akan pentingnya pendaftaran indikasi geografis masih kurang. Perlu adanya kesadaran hukum bagi masyarakat dan juga peran dari pemerintah daerah untuk mendata produk-produk daerah mereka sebagai bagian bentuk pelindungan hak ekonomi atas indikasi geografis.

Kata kunci: indikasi geografis, potensi ekonomi, pelindungan hukum

## **I. PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Indikasi geografis merupakan salah satu bagian dari HKI yang dirasakan penting untuk mendapatkan pelindungan hukum. Indikasi geografis adalah suatu tanda yang menunjukkan daerah asal suatu barang, yang karena faktor lingkungan geografis termasuk faktor alam, faktor manusia, atau kombinasi dari kedua faktor tersebut memberikan ciri dan kualitas tertentu pada barang yang dihasilkan.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Pasal 1 ayat (1) Peraturan Pemerintah No. 51 Tahun 2007 tentang Indikasi Geografis.

Pelindungan indikasi geografis sebagai bagian dari HKI tidak terlepas dari pertimbangan adanya nilai ekonomis yang melekat pada suatu *property*. Hal ini dikarenakan penggunaan label atau tanda indikasi geografis menggambarkan adanya kualitas terhadap produk atau barang yang dihasilkan oleh suatu daerah atau wilayah tertentu. Inilah yang secara tidak langsung akan menambah nilai ekonomis pada produk atau barang yang dihasilkan oleh daerah atau wilayah tersebut. Terlebih lagi Indonesia sebagai negara kepulauan yang kaya akan pengetahuan tradisional, tradisi, dan budaya,

serta iklim tropis telah menghasilkan berbagai macam produk berindikasi geografis yang memiliki potensi ekonomi yang tidak kecil. Oleh karenanya indikasi geografis sebagai salah satu potensi yang dimiliki oleh Indonesia, sudah semestinya dilindungi dan dimanfaatkan secara optimal.

Menurut data Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual (DJKI)<sup>2</sup>, terdapat total sekitar 38 barang yang sudah terdaftar sebagai indikasi geografis baik dari dalam negeri dan luar negeri di Indonesia (tahun 2008-2015). Di antaranya Salak Pondoh Sleman Yogya, Ubi Cilembu Sumedang, Beras Pandanwangi Cianjur, Kopi Arabika Gayo Aceh, Minyak Nilam Aceh, Mete Kubu Bali, Kopi Arabika Kintamani Bali, Garam Amed Bali, dan sebagainya. Indikasi geografis baru akan mendapat perlindungan apabila telah terdaftar. Maksud pendaftaran ini adalah untuk memberikan jaminan kepastian perlindungan hukum. Jangka waktu pelindungannya pun dapat berlangsung secara tidak terbatas selama ciri dan/atau kualitas yang menjadi dasar diberikan pelindungannya masih ada.<sup>3</sup>

Jika dicermati, pengaturan mengenai indikasi geografis sudah diatur di dalam Pasal 56 s.d. Pasal 60 Undang-Undang No. 15 Tahun 2001 tentang Merek (UU Merek) dan Peraturan Pemerintah No. 51 Tahun 2007 tentang Indikasi Geografis. Namun, sayangnya kedua pengaturan tersebut ternyata belum sepenuhnya memberikan jaminan kepastian dan perlindungan hukum. UU Merek ternyata belum sepenuhnya mengatur secara jelas mengenai indikasi geografis. Di dalam UU Merek, pengaturan indikasi geografis hanya terdiri dari beberapa pasal saja.<sup>4</sup> Bahkan pasal-pasal yang berkaitan dengan indikasi geografis dirasakan bertentangan dengan pasal-pasal di dalam UU Merek.

<sup>2</sup> Ahmad M. Ramli, *Data Indikasi Geografis di Indonesia*, Makalah disampaikan pada Kunjungan Lapangan Panitia Khusus RUU Merek DPR RI, Jakarta, 17 November 2015.

<sup>3</sup> Pasal 56 ayat (7) Undang-Undang No. 15 Tahun 2001 tentang Merek.

<sup>4</sup> Pasal 56 s.d. Pasal 60 Undang-Undang No. 15 Tahun 2001 tentang Merek.

Selain adanya pertentangan pasal di dalam UU Merek itu sendiri, kurangnya perlindungan optimal terhadap indikasi geografis terlihat pada rumit dan kompleksnya mekanisme proses pendaftaran indikasi geografis tersebut. Kemudian, meskipun Indonesia memiliki banyak potensi ekonomi terkait indikasi geografis, namun belum sepenuhnya dipahami oleh masyarakat luas. Tidak semua masyarakat di daerah mengetahui bahwa hasil daerahnya, produk-produk kerajinan dan hasil pertanian yang termasuk indikasi geografis dapat memberikan nilai ekonomis. Ketidapahaman tersebut dirasakan justru akan membuka celah besar untuk tindak pidana pembajakan dan pemalsuan produk barang dan jasa di Indonesia. Hal ini pernah terjadi di Indonesia terkait dengan sengketa kopi Gayo Aceh dan kopi Toraja.

Sengketa kopi Gayo Aceh bermula ketika perusahaan Belanda *European Coffee Bv* melalui *Holland Coffee* pada tahun 1999 mendaftarkan nama "Gayo" sebagai merek dagang kopi mereka di Belanda (*Gayo Mountain Coffee*).<sup>5</sup> Dengan adanya merek dagang tersebut maka secara tidak langsung masyarakat Gayo Aceh telah kehilangan hak atas penggunaan nama mereka. Di samping itu juga Indonesia jelas dirugikan karena tidak dapat melakukan ekspor kopi Gayo. Kasus tersebut akhirnya dimenangkan oleh Indonesia setelah melalui perjuangan panjang. Pada tahun 2010 akhirnya kopi Arabika Gayo berhasil meraih sertifikat IG (ID G 000000005) yang diajukan oleh Masyarakat Pelindungan Kopi Gayo (MPKG).

Selain kopi Gayo, kopi Toraja ternyata juga mengalami hal yang sama. Kopi Toraja adalah salah satu kopi Arabika berkualitas tinggi di Indonesia yang diproduksi oleh petani kopi di Kabupaten Toraja, Sulawesi Selatan. Sengketa ini bermula ketika perusahaan Jepang melalui *Key Coffee Inc.* mendaftarkan merek "Toarco Toraja" lengkap dengan gambar rumah adat Toraja sebagai latar merek. Dengan adanya

<sup>5</sup> "Indikasi Geografis: Pelindung Kekayaan Indonesia", <https://imamhariyanto.com/indikasi-geografis-pelindung-kekayaan-indonesia/>, diakses tanggal 4 Februari 2016.

merek dagang tersebut, maka secara otomatis Indonesia tidak dapat melakukan ekspor ke Jepang mengingat kata “Toraja” sudah lebih dulu dipakai sebagai merek dagang di Jepang.

Meskipun kedua kasus tersebut pada akhirnya telah dimenangkan oleh Indonesia, namun perlu menjadi catatan betapa pentingnya pendaftaran indikasi geografis. Berdasarkan hal itulah maka tulisan ini akan mengkaji secara hukum mengenai pentingnya perlindungan hak ekonomi atas Indikasi Geografis. Terlebih lagi saat ini Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia (DPR RI) dan Pemerintah sedang melakukan pembahasan untuk mengganti UU Merek. Bercermin kepada negara-negara maju tampak bahwa perlindungan indikasi geografis telah berhasil membawa pertumbuhan ekonomi kreatif secara signifikan dan memberikan kontribusi nyata bagi perekonomian dan kesejahteraan rakyat. Oleh karena itu, diharapkan pengaturan indikasi geografis secara komprehensif dapat menjamin kepastian hukum sehingga dapat mendukung peningkatan investasi di dalam negeri dan prospek perdagangan produk Indonesia di tingkat internasional.

## B. Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian tersebut di atas, maka melalui tulisan ini akan dikaji permasalahan sebagai berikut:

1. Apa yang menjadi urgensi atau dasar perlindungan hak ekonomi atas indikasi geografis di Indonesia?
2. Bentuk perlindungan hak ekonomi atas indikasi geografis seperti apa yang seharusnya diberikan?

## C. Tujuan dan Kegunaan Penulisan

Tulisan ini bertujuan untuk melakukan kajian hukum mengenai Pentingnya Pelindungan Hak Ekonomi Atas Indikasi Geografis, khususnya mengetahui dan memahami permasalahan apa sajakah yang menjadi urgensi atau dasar perlindungan hak ekonomi atas indikasi geografis di Indonesia serta mengetahui dan memahami bentuk

pelindungan hak ekonomi atas indikasi geografis seperti apakah yang seharusnya diberikan. Sedangkan kegunaan tulisan ini diharapkan dapat memberikan kontribusi kepada Pansus RUU Merek DPR RI yang sedang dalam masa pembahasan dan juga kepada DJKI serta instansi-instansi terkait lainnya dalam menegakkan pelindungan hukum terhadap indikasi geografis sesuai dengan standar pelindungan dalam konvensi internasional.

## IV. KERANGKA PEMIKIRAN

### A. Indikasi Geografis sebagai Bagian Hak Kekayaan Intelektual

Sesuai dengan perkembangan jaman, pelindungan atas hak-hak yang dimiliki oleh setiap manusia memerlukan adanya suatu pengaturan, termasuk halnya dengan HKI. Penghormatan dan penghargaan terhadap HKI saat ini menjadi sebuah keniscayaan termasuk di dalamnya penghormatan, penghargaan, dan pelindungan terhadap hak yang sifat dan eksistensinya dimiliki secara komunal atau yang dikenal dengan konsep pelindungan indikasi geografis.<sup>6</sup>

Keberadaan indikasi geografis telah diakui sebagai bagian dari HKI semenjak ditandatanganinya Persetujuan TRIPs pada tahun 1994. TRIPs dianggap sebagai tonggak penting dalam upaya liberalisasi perdagangan internasional, oleh karenanya pelindungan indikasi geografis menjadi salah satu topik sentral untuk diakomodir dalam ketentuan TRIPs. Bahkan dalam forum WTO, khususnya dalam agenda pertemuan *standing committee on the law of trademark, industrial designs, and geographical indication*, persoalan pelindungan indikasi geografis menjadi agenda rutin dalam setiap pertemuan dalam forum internasional hingga tahun 2003.<sup>7</sup>

Memang jika dicermati, pelindungan terhadap indikasi geografis sebenarnya telah diatur sebelum TRIPs, di mana indikasi geografis sudah dikenal dalam beberapa konvensi atau

<sup>6</sup> Djulaeka, *Konsep Perlindungan Hak Kekayaan Intelektual: Prespektif Kajian Filosofis HAKI Kolektif-Komunal*, Malang: Setara Press, 2014, hal. 1.

<sup>7</sup> *Ibid*, Hal. 3.

*treaty* meskipun tidak secara jelas menyebut istilah indikasi geografis, misalnya dalam Paris Convention for the Protection of Industrial Property tahun 1983, Madrid Agreement Concerning the Reputation of False Indication of Origin yang telah mengalami revisi pada tahun 1979,<sup>8</sup> serta dalam Lisbon Agreement yang telah direvisi menjadi Geneva Act of the Lisbon Agreement on the Appellation of Origin and Geographical Indication, diadopsi pada Diplomatic Conference May 2015.<sup>9</sup>

Dalam Konvensi Paris misalnya, pengakuan adanya *indication of source* atau *appellation of origin* memang tidak dijelaskan secara jelas. Ketentuan *article 1 (2)* Konvensi Paris hanya menyebutkan “*the protection of industrial property has as its object patents, utility models, industrial designs, trademarks, service marks, trade names, indications of source or appellations of origin, and the repression of unfair competition*”.<sup>10</sup> Secara sederhana dapat diartikan bahwa perlindungan hak atas kekayaan industri adalah bagian dari obyek paten yang meliputi antara lain *utility model*, disain industri, merek dagang, merek jasa, nama dagang, indikasi sumber atau sebutan/gelar asal, serta pengekangan persaingan tidak sehat.

Pada dasarnya Konvensi Paris telah mengatur mengenai konsep indikasi geografis dengan sebutan *indications of source or appellations of origin*, akan tetapi tidak memberikan definisi jelas terkait hal tersebut. Dalam Konvensi ini hanya memberikan perlindungan terhadap produk indikasi asal yang tidak boleh memasuki suatu negara apabila produk tersebut tidak benar berasal dari negara yang bersangkutan. Konvensi Paris tidak memberikan gambaran jelas terkait pengaturan khusus mengenai kualitas atau karakteristik dari produk dimana sumber indikasi tersebut digunakan. Meskipun Konvensi Paris masih banyak kekurangannya, namun pengaturan tersebut telah menjadi

langkah awal pengakuan adanya konsep indikasi geografis secara internasional.<sup>11</sup>

Perjanjian internasional kedua adalah Madrid Agreement. Madrid Agreement telah memberikan perlindungan yang lebih luas terkait *indication of source*. *Article 1* Madrid Agreement menyatakan:<sup>12</sup>

“*all goods bearing a false or deceptive indication by which one of the countries to which this agreement applies, or a place situated there in, is directly or indirectly indicated as being the country or place of origin shall be seized on importation into any of the said countries*”.

Dari ketentuan tersebut, jika diartikan telah memberikan perlindungan terhadap informasi yang menyesatkan terkait dengan barang tersebut berasal. Sayangnya Madrid Agreement tidak secara spesifik mengatur konsep indikasi geografis. Perjanjian ini hanyalah mengatur keharusan untuk menyita setiap barang indikasi geografis yang salah atau menyesatkan. Sehingga secara prinsip, Madrid Agreement merupakan perjanjian multilateral yang mengatur secara khusus terhadap tindakan yang mengarah kepada penggunaan yang keliru terkait dengan sumber atau asal barang. Perjanjian ini tidak menambah level atau keterangan mengenai perlindungan indikasi asal sebagaimana yang telah diatur dalam Konvensi Paris.

Dengan adanya Madrid Agreement maka negara anggota dilarang untuk memberikan pengecualian terhadap produk anggur (*wines*) kecuali untuk produk lainnya, sebagaimana telah diatur dalam ketentuan *article 4* Madrid Agreement, yang menyebutkan bahwa:<sup>13</sup>

“*the courts of each country shall decide what appellations, on account of their generic character, do not fall within the provisions of this agreement,*

<sup>8</sup> *Ibid*, hal. 3-4.

<sup>9</sup> Nurul Barizah, *Masukan Indikasi Geografis RUU Merek*, Makalah disampaikan pada Rapat Dengar Pendapat Umum RUU tentang Merek, Jakarta, 16 Maret 2016.

<sup>10</sup> Djulaeka, *Konsep Perlindungan Hak Kekayaan Intelektual ...*, *op.cit*, Hal. 13.

<sup>11</sup> Indra Rahmatullah, “Pelindungan Indikasi Geografis Dalam Hak Kekayaan Intelektual (HKI) Melalui Ratifikasi Perjanjian Lisabon”, <https://indrarahmatullah.wordpress.com/2013/10/25/perlindungan-indikasi-geografis-dalam-hak-kekayaan-intelektual-hki-melalui-ratifikasi-perjanjian-lisabon/>, diakses Selasa 22 Juni 2016.

<sup>12</sup> Djulaeka, *Konsep Perlindungan Hak Kekayaan Intelektual ...*, *op.cit*, Hal. 16-17.

<sup>13</sup> *Ibid*, Hal. 18.

*regional appellations concerning the source of products of the vine being, however, excluded from the reservation specified by this article*". Secara sederhana, ketentuan ini telah memberikan potensi perbedaan pendekatan di antara negara anggota terhadap persoalan *indication of source* yang palsu, khususnya untuk produk anggur.

Posisi Indonesia sendiri, saat ini belum meratifikasi Madrid Agreement. Hal ini dikarenakan Indonesia masih menimbang keuntungan dan kerugian apabila melakukan ratifikasi Madrid Agreement.

Perjanjian ketiga adalah Perjanjian Lisbon (*Lisbon Agreement*). Perjanjian Lisbon dibuat pada tahun 1958 dan diperbaiki di Stockholm pada tahun 1967. Perjanjian ini bertujuan untuk merespon kebutuhan hukum internasional dan memfasilitasi dalam hal perlindungan terhadap indikasi geografis seperti *appellation of origin* di beberapa negara selain negara asal indikasi geografis tersebut melalui sistem *single registration* di Biro Internasional WIPO. Dengan adanya Perjanjian Lisbon maka akan membantu adanya suatu sistem registrasi internasional yang terarah, karena perlindungan terhadap indikasi geografis di beberapa negara pada dasarnya menjadi sesuatu yang *complicated* mengingat masih terdapat perbedaan konsep hukum yang sudah ada di beberapa negara (termasuk perbedaan tradisi hukum nasional) di dalam sebuah *framework* baik secara historis maupun kondisi ekonomi negara tersebut.<sup>14</sup>

Berbeda dengan Konvensi Paris dan Madrid Agreement, Perjanjian Lisbon lebih memberikan pengaturan yang jelas terhadap perlindungan *appellations of origin*. Article 2 (2) Perjanjian Lisbon menyatakan bahwa "*the country of origin is the country whose name, or the country in which is situated the region or locality whose name, constitutes the appellation of origin which has given the product its reputation*".<sup>15</sup>

<sup>14</sup> Indra Rahmatullah, "Pelindungan Indikasi Geografis Dalam Hak Kekayaan Intelektual (HKI) Melalui Ratifikasi Perjanjian Lisabon", <https://indrasahmatullah.wordpress.com/2013/10/25/perlindungan-indikasi-geografis-dalam-hak-kekayaan-intelektual-hki-melalui-ratifikasi-perjanjian-lisabon/>, diakses Selasa 22 Juni 2016.

<sup>15</sup> Djulaeka, *Konsep Perlindungan Hak Kekayaan Intelektual: Prespektif Kajian Filosofis HAKI Kolektif-Komunal*, Malang: Setara Press, 2014, hal 20-21.

Artinya keberadaan reputasi sebagai kriteria utama, sangat dipengaruhi oleh perjalanan sejarah panjang yang sudah terbangun pada suatu produk, termasuk di dalamnya hasil survey konsumen ataupun peran pelaku usaha yang berada di wilayah asal suatu produk tersebut.

Dari ketentuan tersebut, terdapat 3 (tiga) elemen yang membedakan konsep indikasi geografis dengan konsep di perjanjian lainnya, yaitu:

1. Keadaan geografis. Faktor geografis menjadi unsur pertama yang penting karena faktor geografis memberikan identitas terhadap produk yang menunjukkan asal dari negara tersebut;
2. Reputasi produk tersebut di mata masyarakat;
3. Ada keterkaitan antara lingkungan geografis dengan produk yang dihasilkan ditentukan oleh faktor alam (seperti iklim dan tanah) dan faktor manusia (pengetahuan tradisional).

Sama halnya dengan Konvensi Paris dan Madrid Agreement, pengaturan *appellation of origin* memberikan perlindungan terhadap persaingan yang curang atau tidak sehat dan perlindungan konsumen terhadap asal suatu barang atau produk yang dihasilkan oleh suatu wilayah tertentu dari negara yang tergabung dalam Perjanjian Lisbon. Hal ini diperjelas dalam *article 3* Perjanjian Lisbon, yang menyatakan bahwa:

*"protection shall be ensured against any usurpation or imitation, even if the true origin of product is indicated or if the appellation is used in translated form or accompanied by terms such as "kind", "type", "make", "imitation", or the like"*.

Ketentuan *appellation of origin* yang tertuang dalam Perjanjian Lisbon lebih mendekati rumusan dari perlindungan indikasi geografis, jika dibandingkan dengan pengaturan yang tertuang dalam Konvensi Paris dan Madrid Agreement. Indonesia sendiri posisinya belum meratifikasi Perjanjian Lisbon. Jika dicermati beberapa manfaat bagi Indonesia apabila meratifikasi perjanjian tersebut, di antaranya:

1. Negara-negara lain akan langsung mengetahui secara tepat barang yang telah dilindungi;
2. Negara-negara yang tergabung akan diminta untuk menghormati dan melindungi terhadap produk tersebut;
3. Pelindungan terhadap produk tersebut akan dilindungi selama di negara asalnya masih dilindungi dan terdaftar di sistem Lisbon;
4. Bagi produsen, barang yang sudah dilindungi dan terdaftar di sistem Lisbon dapat meningkatkan kualitas dan harga barang tersebut di negara lain;
5. Bagi konsumen, barang yang sudah dilindungi dan terdaftar dapat memberikan jaminan keaslian dan kualitas sehingga tidak membingungkan asal barang tersebut.

Sementara pengaturan indikasi geografis sendiri di Indonesia, secara resmi mulai dikenal sejak UU Merek mulai diundangkan. Operasionalnya baru diberlakukan tahun 2008 dengan terbitnya Peraturan Pemerintah No. 51 Tahun 2007 tentang Indikasi Geografis. Menurut Pasal 56 ayat (1) UU Merek, Indikasi geografis dilindungi sebagai suatu tanda yang menunjukkan daerah asal suatu barang, yang karena faktor lingkungan geografis termasuk faktor alam, faktor manusia atau kombinasi dari kedua faktor tersebut memberikan ciri dan kualitas tertentu pada barang yang dihasilkan.<sup>16</sup> Indikasi geografis baru akan mendapatkan pelindungan apabila ciri dan kualitas yang menjadi dasar bagi diberikannya pelindungan tersebut masih ada.<sup>17</sup> Sehingga apabila ciri dan kualitas suatu indikasi geografis sudah tidak ada, maka pelindungan tersebut akan hilang. Sementara di dalam TRIPs, pengaturan indikasi geografis telah tertuang dalam article 22 ayat (1) Persetujuan TRIPs:

*“geographical indications are, for the purposes of this agreement, indications which identify a goods as originating in the territory of a member, or a region*

<sup>16</sup> Pasal 56 ayat (1) Undang-Undang No. 15 Tahun 2001 tentang Merek.

<sup>17</sup> Pasal 56 ayat (7) Undang-Undang No. 15 Tahun 2001 tentang Merek.

*or locality in that territory, where a given quality, reputation or other characteristic of the goods is essentially attributable to its geographical origin”.*<sup>18</sup>

Oleh karenanya yang dimaksud dengan indikasi geografis berdasarkan persetujuan TRIPs adalah suatu tanda yang mengidentifikasikan suatu wilayah negara anggota, atau kawasan atau daerah di dalam wilayah tersebut sebagai asal barang, di mana reputasi, kualitas dan karakteristik barang yang bersangkutan sangat ditentukan oleh faktor geografis tersebut.<sup>19</sup> Berdasarkan ketentuan tersebut, dapat dimengerti bahwa asal suatu barang dan jasa yang melekat dengan reputasi, karakteristik dan kualitas suatu barang yang dikaitkan dengan wilayah tertentu haruslah dilindungi secara yuridis.

Sebagai contoh misalnya, kualitas buah apel Malang, melekat dengan kawasan daerah atau wilayah geografis yaitu Malang. Demikian pula dengan dodol Garut, yang diproduksi oleh masyarakat di Kota Garut. Oleh karena itu, dalam persetujuan TRIPs, produsen dilarang untuk memakai label atau tanda (atau juga merek) terhadap barang yang diproduksinya, yang tidak sesuai dengan indikasi geografis. Misalnya mencantumkan label “kopi Toraja” atau “kopi Sidikalang” untuk kopi yang tidak diproduksi di Toraja atau Sidikalang. Larangan ini kemudian dipertegas dalam article 22 ayat (2) Persetujuan TRIPs yang mengatakan bahwa:

*“in respect of geographical indications, members shall provide the legal means for interested parties to prevent: the use of any means in the designation or presentation of a good that indicates or suggests that the good in question originates in a geographical area other than the true place of origin in a manner which misleads the public as to the geographical origins of the goods”.*<sup>20</sup>

Negara anggota wajib menyediakan sarana hukum bagi pihak yang berkepentingan untuk melarang digunakannya cara apapun dalam pemberian tanda terhadap barang yang memberikan petunjuk atau kesan yang

<sup>18</sup> Pasal 22 ayat (1) Persetujuan TRIPs.

<sup>19</sup> *Ibid.*

<sup>20</sup> Pasal 22 ayat (2) Persetujuan TRIPs.

menyesatkan masyarakat bahwa barang yang bersangkutan berasal dari wilayah lain selain dari wilayah asal yang sebenarnya dari barang tersebut.<sup>21</sup> Ketentuan tersebut dimaksudkan untuk mencegah tindakan-tindakan yang dapat menyesatkan konsumen. Meskipun indikasi geografis diatur di dalam UU Merek, namun indikasi geografis tidaklah sama dengan merek. Sebuah indikasi geografis yang diatur di dalam perjanjian TRIPs tidak dapat dimiliki oleh seseorang tetapi lebih berfungsi sebagai pengenalan (*identifier*) yang digunakan oleh para produsen di suatu tempat.<sup>22</sup>

## B. Hak Ekonomi Indikasi Geografis

Pelindungan indikasi geografis sebagai bagian dari HKI tidak terlepas dari pertimbangan adanya nilai ekonomis yang melekat adanya suatu *property*. Penggunaan label atau tanda indikasi geografis menggambarkan adanya kualitas terhadap barang atau produk yang dihasilkan oleh suatu daerah atau wilayah tertentu. Hal ini secara tidak langsung akan menambah nilai ekonomis pada suatu produk atau barang yang dihasilkan tersebut. Sebagaimana diungkapkan oleh Sophie Reviron, “*economic value is the engine of development. Commercial performance related to consumers acknowledgement of the superior quality and typicity is the first objective of GI construction*”. Lebih lanjut mengatakan bahwa “*.. however most of GI have the potential to create positive social and environment effects to the benefit of the rural development*”.<sup>23</sup>

Potensi barang atau produk daerah yang memiliki karakteristik unik untuk melindungi indikasi geografis merupakan suatu kekayaan yang memiliki nilai tambah ataupun manfaat secara ekonomi yang dapat meningkatkan

kesejahteraan dan keuntungan bagi masyarakat daerah setempat.<sup>24</sup> Robert M. Sheerwood, dalam jurnal *law and techonolgy*, mengatakan bahwa pengembangan ekonomi merupakan keseluruhan tujuan dibangunnya suatu sistem pelindungan HKI yang efektif.<sup>25</sup> *Property rights* yang melekat pada istilah HKI tidak dapat terlepas dari nilai ekonomis suatu *property* sebagai bagian dari hak kebendaan. Hak ekonomi tersebut berupa keuntungan sejumlah uang yang diperoleh karena penggunaan sendiri HKI, atau karena penggunaan HKI oleh pihak lain berdasarkan lisensi. Kenyataan adanya nilai ekonomi menunjukkan bahwa HKI merupakan salah satu obyek perdagangan.<sup>26</sup>

*World of Intellectual Property Office* (WIPO) mengungkapkan bahwa pada dasarnya indikasi geografis memiliki arti penting secara ekonomi, karena:<sup>27</sup>

1. pelindungan atas indikasi geografis akan menciptakan suatu ciri/identitas pasar dan jika diiklankan secara benar dengan niat yang baik maka akan mengarah kepada harga tinggi suatu produk;
2. pelindungan atas indikasi geografis akan membuka jalan bagi produsen lokal untuk mengembangkan merek mereka dan untuk melakukan perdagangan di bawah identitas pasar mereka sendiri; dan
3. pelindungan atas indikasi geografis berhubungan dengan hak kekayaan atau ekonomi (merupakan arti yang paling penting).

## C. Teori Pelindungan Hukum

Pelindungan hukum menurut Satjipto Raharjo, yakni memberikan pengayoman

<sup>21</sup> Ok Saidin, *Aspek Hukum Hak Kekayaan Intelektual*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2004, hal. 387.

<sup>22</sup> Tomi Suryo Utomo, *Hak Kekayaan Intelektual (HK) di Era Globalisasi: Sebuah Kajian Kontemporer*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2009, hal. 219.

<sup>23</sup> Shopie Revron, *Geographical Indication Creation and Distribution of Economic Value in Developing Countries*, sebagaimana dikutip dalam buku Djualeka, *Konsep Perlindungan Hak Kekayaan Intelektual: Prespektif Kajian Filosofis HKI Kolektif-Komunal*, Malang: Setara Press, 2014, hal. 136.

<sup>24</sup> Winda Risma Yessiningrum, “Perlindungan Hukum Indikasi Geografis Sebagai Bagian dari Hak Kekayaan Intelektual”, *Jurnal Kajian Hukum dan Keadilan IUS*, hal. 43.

<sup>25</sup> Robert M. Sheerwood, “The TRIPs Agreement: Implication for Developing Countries”, *The Jurnal Law and Technology*, Vol. 37, 1997, hal. 497.

<sup>26</sup> Tatty Aryani Ramli, dkk., “Urgensi Pendaftaran Indikasi Geografis Ubi Cilembu Untuk Meningkatkan IPM”, *Jurnal Sosial dan Pembangunan Mimbar*, Vol. 26, No. 1 Tahun 2010, hal. 80-81.

<sup>27</sup> Djulaeka, *Konsep Perlindungan Hak Kekayaan Intelektual*, hal. 139.

terhadap Hak Asasi Manusia (HAM) yang dirugikan orang lain dan perlindungan itu diberikan kepada masyarakat agar dapat menikmati semua hak-hak yang diberikan oleh hukum.<sup>28</sup> Sementara pandangan perlindungan hukum menurut Sudikno Mertokusumo:

“Dalam fungsinya sebagai perlindungan kepentingan manusia, hukum mempunyai tujuan. Adapun tujuan pokok hukum adalah menciptakan tatanan masyarakat yang tertib, menciptakan ketertiban dan keseimbangan. Dengan tercapainya ketertiban di dalam masyarakat diharapkan kepentingan manusia akan terlindungi. Dalam mencapai tujuannya, hukum bertugas untuk membagi hak dan kewajiban antar perorangan di dalam masyarakat, membagi wewenang dan mengatur cara memecahkan masalah hukum serta memelihara kepastian hukum”.<sup>29</sup>

Teori perlindungan hukum merupakan teori yang mengkaji dan menganalisa tentang wujud atau bentuk atau tujuan perlindungan, subyek hukum yang dilindungi serta obyek perlindungan yang diberikan oleh hukum kepada subyeknya.<sup>30</sup> Unsur-unsur yang tercantum di dalam definisi teori perlindungan hukum meliputi:

- a. adanya wujud atau bentuk perlindungan atau tujuan perlindungan;
- b. subyek hukum; dan
- c. obyek perlindungan hukum.<sup>31</sup>

Roscoe Pound mengemukakan hukum merupakan alat rekayasa sosial (*law as tool of social engineering*). Kepentingan manusia adalah suatu tuntutan yang dilindungi dan dipenuhi manusia dalam bidang hukum. Roscoe Pound membagi kepentingan manusia yang dilindungi hukum menjadi 3 (tiga) macam, yakni: *pertama*, kepentingan terhadap negara sebagai salah satu badan yuridis. *Kedua*, kepentingan sebagai negara sebagai penjaga kepentingan sosial.

<sup>28</sup> Satjipto Raharjo, *Ilmu Hukum*, Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 2000, hal. 54.

<sup>29</sup> Sudikno Mertokusumo, *Mengenal Hukum Suatu Pengantar*, Yogyakarta: Liberty, 1999, Hal. 71.

<sup>30</sup> Salim dan Erlies Septiana Nurbani, *Penerapan Teori Hukum Pada Penelitian Tesis dan Disertasi*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2013, hal. 263.

<sup>31</sup> *Ibid*, hal. 263.

*Ketiga*, kepentingan terhadap perseorangan terdiri dari pribadi (*privacy*).<sup>32</sup>

### III. ANALISIS

#### A. Urgensi Dasar Pelindungan Hak Ekonomi Atas Indikasi Geografis Di Indonesia

Tidak dipungkiri, HKI sebagai suatu hak yang dihasilkan oleh kemampuan intelektualitas manusia sangatlah penting untuk mendapatkan perlindungan hukum yang memadai sesuai dengan Perjanjian TRIPs. Hal ini perlu mendapat perhatian, terlebih Indonesia telah menjadi pasar bebas dan terbuka bagi produk atau karya-karya baik dalam negeri maupun luar negeri. Oleh karena itulah maka sudah selayaknya produk-produk tersebut memerlukan perlindungan hukum yang lebih efektif terhadap segala perbuatan maupun tindakan pelanggaran yang tidak sesuai dengan ketentuan-ketentuan sebagaimana diatur dalam Perjanjian TRIPs/WTO serta konvensi-konvensi internasional yang telah disepakati.

Dengan menjadi anggota WTO, maka Indonesia wajib menyesuaikan ketentuan-ketentuan hukum nasionalnya dengan perjanjian-perjanjian yang telah disepakati dengan negara anggota WTO lainnya. Perjanjian tersebut tertuang dalam WTO *Aggrement*, di mana salah satu perjanjian tersebut adalah terkait dengan *Agreement on Trade Related Aspect of Intellectual Property Rights* atau yang disebut dengan Perjanjian TRIPs.<sup>33</sup> Perjanjian TRIPs mengatur batasan bagi negara anggota WTO dalam menyusun peraturan perundang-undangan mereka untuk dilindungi HKI.<sup>34</sup> Oleh karenanya maka peraturan perundang-undangan Indonesiapun harus mengacu pada perjanjian TRIPs. Menurut Ismail Saleh, HKI dapat dideskripsikan sebagai pengakuan dan penghargaan pada seseorang atau badan hukum atas penemuan atau penciptaan karya

<sup>32</sup> Bernard L. Tanya, dkk, *Teori Hukum Strategi Tertib Manusia Lintas Ruang dan Generasi*, Yogyakarta: Genta Publishing, 2010, hal. 154.

<sup>33</sup> Ok. Saidin, *Aspek Hukum Hak Kekayaan Intelektual*, hal. 23-24.

<sup>34</sup> Tim Lindsey, dkk., *Hak Kekayaan Intelektual: Suatu Pengantar*, Bandung: Penerbit PT. Alumni, 2006, hal. 31.

intelektual mereka dengan memberikan hak-hak khusus bagi mereka, baik yang bersifat ekonomi maupun sosial.<sup>35</sup> Sementara menurut Bambang Kesowo, HKI adalah hak atas kekayaan intelektual yang timbul atau lahir karena kemampuan intelektual manusia.<sup>36</sup>

Sama halnya seperti hak cipta dan paten, sebagai bagian dari HKI indikasi geografis juga memiliki potensi nilai ekonomi. HKI dianggap sebagai suatu alat bagi pengembangan ekonomi. Pentingnya perlindungan terhadap HKI, dianggap sebagai suatu kebutuhan yang dapat mendorong pergerakan perekonomian suatu negara seiring dengan berkembangnya perdagangan internasional dalam era global dan persaingan usaha tidak sehat. Pelindungan HKI dianggap memiliki nilai ekonomi karena pada dasarnya bagi pengagas karya intelektual akan memperoleh nilai insentif sesuai dengan jerih payah yang dikeluarkannya.<sup>37</sup>

Indonesia sebagai negara kepulauan yang kaya akan potensi pengetahuan tradisional, tradisi dan budaya sudah seharusnya memiliki sistem perlindungan indikasi geografis yang memadai. Melalui perlindungan indikasi geografis yang optimal, tidak saja kelestarian lingkungan dapat terjaga namun pemberdayaan sumber daya alam dan manusia di daerah dapat lebih dimaksimalkan. Akan tetapi, apabila dicermati meskipun Indonesia kaya akan potensi produk Indikasi Geografis namun baru sedikit yang didaftarkan. Menurut tabel data DJKI<sup>38</sup>, baru terdapat total sekitar 38 barang yang sudah terdaftar sebagai indikasi geografis baik dari dalam negeri dan luar negeri di Indonesia dari tahun 2008 sampai dengan 2015. (lihat tabel di bawah)

No.	Tahun	Jumlah IG Terdaftar
1.	2008	1
2.	2009	1
3.	2010	4
4.	2011	6
5.	2012	5
6.	2013	8
7.	2014	5
8.	2015	8
<b>Jumlah</b>		<b>38</b>

Padahal jika dibandingkan dengan negara lain, misalnya Eropa, perlindungan terhadap potensi indikasi geografis tingkat kesadaran hukumnya sudah sangat tinggi. Masyarakat Eropa sudah sadar akan pentingnya pendaftaran indikasi geografis. Bahkan konsumen Uni Eropa menghargai sangat tinggi terhadap produk yang berlabel indikasi geografis. Hal ini kemudian dimanfaatkan oleh mereka, dengan cara melakukan pendaftaran ke negara lain, termasuk Indonesia. Pada tahun 2009, Perancis telah melakukan pendaftaran indikasi geografis di Indonesia. Negara tersebut mendaftarkan minuman berakohol (anggur) *sprakling wine "champagne"*. Bahkan penjualan *champagne* di Perancis naik sekitar 230% dari penjualannya ke negara lain. Hal ini jelas memberikan keuntungan besar bagi perekonomian negara tersebut. Contoh selanjutnya minuman beralkohol (keras) *brandy (spirit/eux-de-vie)* Pisco dari Peru yang juga sudah didaftarkan pada tahun 2010 dan keju Parmigiano Reggiano dari Italia pada tahun 2011.<sup>39</sup>

Kondisi ini jelas berbanding terbalik dengan Indonesia, yang baru memiliki 38 sertifikasi produk indikasi geografis. Ini berarti memang menunjukkan bahwa apresiasi masyarakat Indonesia akan pentingnya perlindungan indikasi geografis melalui pendaftaran belum begitu signifikan. Menurut data di lapangan<sup>40</sup>,

<sup>35</sup> "Pembahasan Mengenai Pengertian HAKI", <http://www.pengertianpakar.com/2015/04/pengertian-haki-hak-atas-kekayaan.html>, diakses tanggal 15 Februari 2016.

<sup>36</sup> *Ibid.*

<sup>37</sup> Djulaeka, *Konsep Perlindungan Hak Kekayaan Intelektual*, hal. 137.

<sup>38</sup> Ahmad M. Ramli, *Data Indikasi Geografis di Indonesia*, Makalah disampaikan pada Kunjungan Lapangan Panitia Khusus RUU Merek DPR RI, Jakarta, 17 November 2015.

<sup>39</sup> Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual Kementerian Hukum dan HAM RI, *Buku Saku Indikasi Geografis Indonesia*, Jakarta: Penerbit Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual Kementerian Hukum dan HAM RI, 2015, hal. 12-13.

<sup>40</sup> Ahmad Miru, *Masukan Indikasi Geografis RUU Merek*, Makalah disampaikan pada Kunjungan Kerja Panitia Kerja RUU Merek tentang Indikasi Geografis, Makassar, 7 April 2016.

rendahnya angka pendaftaran indikasi geografis disebabkan kurangnya pemahaman masyarakat akan indikasi geografis. Pemerintah dalam hal ini pemerintah daerah (Pemda) dan DJKI juga kurang giat dalam melakukan sosialisasi terkait indikasi geografis. Pemda kurang giat dalam melakukan inventarisasi potensi indikasi geografis yang dimiliki daerah setempat. Padahal jika dicermati terdapat banyak manfaat yang di dapat dari perlindungan indikasi geografis, yakni:<sup>41</sup>

1. Memperjelas identifikasi produk dan menetapkan standar proses diantara para pemangku kepentingan indikasi geografis;
2. Menghindari terjadinya praktik persaingan curang dalam perdagangan, memberikan perlindungan bagi konsumen dari penyalahgunaan reputasi indikasi geografis dengan cara menjual produk yang berasal dari daerah lain yang memiliki karakteristik berbeda bahkan lebih rendah;
3. Jaminan pada kualitas produk yang dilindungi indikasi geografis sebagai produk asli memberikan kepercayaan pada konsumen;
4. Mendukung koordinasi serta memperkuat organisasi sesama pemegang hak dalam rangka menciptakan, menyediakan dan memperkuat citra nama, reputasi produk.

Untuk itu kiranya sosialisasi memegang peranan utama, mengingat pendaftaran merupakan hal penting untuk mendapatkan hak atas indikasi geografis (sertifikat). Sertifikasi ini sangat penting guna mencegah adanya pemalsuan atau pelanggaran indikasi geografis. Sosialisasi terkait pentingnya pendaftaran indikasi geografis perlu dilakukan menyeluruh ke daerah-daerah, tidak hanya di pusat saja. Kurangnya apresiasi perlindungan terhadap indikasi geografis dikhawatirkan akan membuka celah terjadinya pelanggaran indikasi geografis. Hal ini pernah terjadi pada sengketa kasus antara kopi Gayo Aceh yang pernah diklaim oleh perusahaan Belanda *European Coffee Bv*

<sup>41</sup> Ahmad M. Ramli, *Data Indikasi Geografis di Indonesia*, Makalah disampaikan pada Kunjungan Lapangan Panitia Khusus RUU Merek DPR RI, Jakarta, 17 November 2015.

melalui *Holland Coffee* pada tahun 1999 dengan mendaftarkan nama “Gayo” sebagai merek dagang kopi mereka di Belanda (*Gayo Mountain Coffee*).<sup>42</sup> Dan juga kasus kopi Arabika Toraja yang telah didaftarkan oleh Jepang melalui *Key Coffee* dengan merek dagang *Toarco Toraja*, lengkap dengan gambar rumah adat Tana Toraja. Dengan adanya klaim ini maka secara tidak langsung eksportir Indonesia tidak dapat menjual kopi Torajanya ke negara Jepang jika tidak melalui *Key Coffee*.<sup>43</sup>

Pengalaman kedua kasus tersebut menunjukkan bahwa Indonesia belum memiliki standar aturan hukum terhadap indikasi geografis yang dapat melindungi produk-produk Indonesia di dunia internasional, meskipun Indonesia telah memiliki UU Merek dan PP No. 51 Tahun 2007 tentang Indikasi Geografis. Produk terkenal yang memiliki nilai ekonomis tanpa adanya perlindungan hukum akan memicu tindakan pemalsuan. Inilah yang perlu menjadi perhatian. Oleh karenanya, perlindungan hukum terhadap produk-produk barang atau jasa bercirikan indikasi geografis jelas mutlak sangat diperlukan. Karena disadari atau tidak, indikasi geografis jelas memiliki nilai potensi ekonomi yang tinggi. Produk yang memiliki reputasi dapat terjual dengan harga yang tinggi dan dapat bersaing serta tidak ada keraguan bagi konsumen atas kualitas produk tersebut.

Indikasi geografis pada praktiknya dikenali oleh konsumen sebagai tanda tempat asal suatu barang dimana ciri khas dan kualitas diketahui berbeda dengan barang serupa dari daerah lain. Konsumen biasanya lebih tertarik dan rela membayar karena *originalitas* (keaslian), kualitas, dan reputasi yang melekat pada barang tersebut. Sebagai contoh, Cerutu Kuba dan *Champagne* yang terkenal dengan harga cukup mahal dikarenakan produk tersebut memiliki

<sup>42</sup> Imam Hariyanto, “Indikasi Geografis: Pelindung Kekayaan Indonesia”, <https://imamhariyanto.com/indikasi-geografis-pelindung-kekayaan-indonesia/>, diakses tanggal 4 Februari 2016.

<sup>43</sup> Imam Hariyanto, “Kompasiana, Lindungi Kopi Indonesia Dari Klaim Negara Lain”, [http://www.kompasiana.com/imamhariyanto/lindungi-kopi-indonesia-dari-klaim-negara-lain\\_54f8498da33311d25d8b497b](http://www.kompasiana.com/imamhariyanto/lindungi-kopi-indonesia-dari-klaim-negara-lain_54f8498da33311d25d8b497b), diakses tanggal 18 Februari 2016.

kualitas yang terjamin dan reputasi yang sudah mendunia.

Selain itu, urgensi perlindungan hak ekonomi atas indikasi geografis diperlukan dalam pelaksanaan Masyarakat Ekonomi Asean (MEA) 2015. Isu HKI memang tidak dapat dilepaskan dengan perkembangan ekonomi global yang telah direspon oleh anggota Asean dengan membentuk Kelompok Kerja ASEAN dalam bidang HKI atau yang dikenal dengan *ASEAN Working Group on Intellectual Property Cooperation (AWGIPC)*. AWGIPC diberikan mandat untuk mengembangkan, mengkoordinasikan, dan melaksanakan semua program dan kegiatan regional terkait kekayaan intelektual dalam ASEAN. *Action plan* yang digagas oleh AWGIPC nantinya akan disesuaikan dalam *blueprint* MEA 2015.<sup>44</sup>

Seperti yang telah diketahui bahwa untuk mewujudkan MEA 2015, maka seluruh anggota ASEAN harus melakukan liberalisasi perdagangan barang dan jasa, investasi, tenaga kerja terampil secara bebas dan arus modal secara bebas sebagaimana diamanatkan dalam *blueprint* MEA 2015. Dalam *blueprint* MEA, persoalan HKI masuk dalam ranah (b) *a highly competitive economic region*, sehingga penyesuaian dalam *The ASEAN IPR Action Plan 2011-2015* telah memetakan 5 (lima) strategi terkait pemanfaatan kekayaan intelektual. Pemetaan terhadap 5 (lima) strategi dimaksud, salah satunya adalah upaya perlindungan HKI dengan fokus pada peningkatan efisiensi administrasi dan perlindungan HKI serta mempromosikan penegakan HKI di daerah dalam konteks pembangunan dengan tujuan mengintegrasikan antara pembangunan dan ekonomi, termasuk di dalamnya penguatan perlindungan indikasi geografis di antara negara ASEAN.

## B. Bentuk Pelindungan Hak Ekonomi Atas Indikasi Geografis

Seperti yang sudah dijelaskan di atas bahwa urgensi perlindungan hak ekonomi atas indikasi geografis jelas mutlak diperlukan. Terlebih lagi dalam *article 7* TRIPs juga sudah menunjukkan

bahwa HKI merupakan kekayaan immaterial yang dapat memberikan keuntungan secara ekonomi, baik bagi pribadi perseorangan maupun kepentingan perekonomian negara secara keseluruhan dalam upaya meningkatkan kesejahteraan sosial dan ekonomi masyarakat. Sayangnya, meskipun Indonesia telah meratifikasi berbagai perjanjian internasional seperti Persetujuan TRIPs melalui Keppres No. 7 Tahun 1994 dan Konvensi Paris 1883, namun perlindungan indikasi geografis di Indonesia masih jauh dari harapan. Hal ini tampak dengan adanya sengketa hukum pelanggaran indikasi geografis (kasus kopi Gayo dan kopi Toraja yang diklaim negara asing).

Lemahnya perlindungan indikasi geografis justru terlihat dalam UU Merek itu sendiri. Hal ini tercermin di dalam pengaturan indikasi geografis<sup>45</sup> yang ternyata bertentangan dengan norma dalam UU Merek.<sup>46</sup> Oleh karena itu sebaiknya UU Merek perlu segera direvisi, mengingat masyarakat selama ini mengartikan indikasi geografis sama seperti sebuah merek dagang. Padahal indikasi geografis dan merek adalah dua substansi yang berbeda. Merek merupakan suatu tanda atau identitas suatu produk untuk membedakan produsen satu dengan produsen lain. Seperti yang sudah dijelaskan dalam Pasal 1 angka 1 UU Merek, “merek adalah tanda yang berupa gambar, nama, kata, huruf-huruf, angka-angka, susunan warna, atau kombinasi dari unsur-unsur tersebut yang memiliki daya pembeda dan digunakan dalam kegiatan perdagangan barang dan jasa”.<sup>47</sup> Fungsi merek hanya terbatas pada persoalan identitas produsen, merek tidak dapat melindungi originalitas asal barang. Konsumen bisa saja mendapatkan merek asli, namun belum tentu keaslian produk di dalamnya terjamin.

Sementara indikasi geografis merupakan “suatu tanda yang menunjukkan daerah asal suatu barang, yang karena faktor lingkungan geografis termasuk faktor alam, faktor manusia,

<sup>44</sup> Djulaeka, *Konsep Perlindungan Hak Kekayaan Intelektual: Perspektif Kajian Filosofis HAKI Kolektif-Komunal*, Malang: Setara Press, 2014, hal.150-151.

<sup>45</sup> Pasal 56 ayat (1) Undang-Undang No. 15 Tahun 2001 tentang Merek.

<sup>46</sup> Pasal 5 huruf d Undang-Undang No. 15 Tahun 2001 tentang Merek.

<sup>47</sup> Pasal 1 angka 1 Undang-Undang No. 15 Tahun 2001 tentang Merek.

atau kombinasi dari kedua faktor tersebut memberikan ciri dan kualitas tertentu pada barang yang dihasilkan". Indikasi geografis sendiri lebih menunjukkan identitas dari suatu barang yang berasal dari suatu tempat, daerah, wilayah tertentu yang mempunyai karakteristik dari daerah tersebut, di mana faktor alam maupun manusia ikut mempengaruhi kualitas dan reputasi barang yang dihasilkan dari daerah tersebut.

Persoalan kedua, sifat. Merek tidak dapat menunjukkan kualitas suatu produk. Seperti yang sudah dijelaskan di atas, merek hanya berfungsi sebagai tanda pembeda. Sebaliknya, indikasi geografis menunjukkan kualitas, reputasi dan karakteristik suatu produk. Ketiga, jangka waktu perlindungan. Merek terdaftar mendapat perlindungan hukum untuk jangka waktu 10 (sepuluh) tahun sejak tanggal penerimaan dan jangka waktu perlindungan itu dapat diperpanjang.<sup>48</sup> Sementara indikasi geografis terdaftar mendapatkan perlindungan hukum yang berlangsung selama ciri dan/atau kualitas yang menjadi dasar bagi diberikannya perlindungan atas indikasi geografis tersebut masih ada.<sup>49</sup> Keempat, dalam hal pemohon. Ketentuan pendaftaran merek baik merek dagang<sup>50</sup> maupun merek jasa<sup>51</sup> dilakukan oleh seseorang atau beberapa orang secara bersama-sama atau badan hukum. Sedangkan indikasi geografis justru didaftarkan oleh:

- a. Lembaga yang mewakili masyarakat di daerah yang memproduksi barang yang bersangkutan yang terdiri atas:
  1. Pihak yang mengusahakan barang yang merupakan hasil alam atau kekayaan alam;
  2. Produsen barang hasil pertanian;
  3. Pembuat barang-barang kerajinan tangan atau hasil industri;
  4. Pedagang yang menjual barang tersebut.

- b. Lembaga yang diberi kewenangan untuk itu;
- c. Kelompok konsumen barang tersebut.<sup>52</sup>

Artinya pendaftaran indikasi geografis tidak diperbolehkan dilakukan secara perorangan, sehingga mengartikan bahwa indikasi geografis tidaklah sama dengan merek dagang. Dalam menjamin keberadaan ciri dan kualitas tertentu dari sebuah produk atau barang maka pengajuan permohonan indikasi geografis harus dilakukan oleh kelembagaan yang mewakili masyarakat yang keanggotaannya mencakup unsur-unsur sebagaimana telah disebut sebelumnya. Sebagai contoh indikasi geografis kopi arabika Kintamani Bali yang didaftarkan oleh daerah Kintamani Bali yang membawahi 6 (enam) kecamatan, yakni kecamatan Kintamani, Bangli, Petang, Sukesade, Sawan, dan Ubutambahan.

Hal ini menjadi catatan penting, karena bagaimana mungkin indikasi geografis dapat terlindungi sementara UU Merek sendiri justru tidak memberikan kepastian perlindungan hukum di dalamnya. Maka dari itu, UU Merek sudah tidak sesuai. Sebaiknya Undang-Undang tersebut direvisi, karena sudah menjadi kewajiban negara dalam memberikan perlindungan dan kepastian hukum khususnya hak ekonomi bagi pemegang hak indikasi geografis. Revisi UU Merek dinilai telah sesuai dengan teori perlindungan hukum yang dikemukakan oleh Roscoe Pound, bahwa hukum adalah seperangkat aturan yang berfungsi sebagai alat untuk mengidentifikasi dan menyesuaikan berbagai kepentingan masyarakat yang saling bersinggungan dengan mengupayakan timbulnya benturan dan kerugian seminimal mungkin. Hukum dimaksudkan sebagai alat untuk mengurangi kerugian akibat benturan antara berbagai kepentingan sosial di dalam masyarakat.<sup>53</sup>

Dengan kata lain, Pound menekankan pada fungsi hukum sebagai alat penyelesaian dalam berbagai permasalahan (*problem solving*) dalam

<sup>48</sup> Pasal 28 Undang-Undang No. 15 Tahun 2001 tentang Merek.

<sup>49</sup> Pasal 56 ayat (7) Undang-Undang No. 15 Tahun 2001 tentang Merek.

<sup>50</sup> Pasal 1 angka 2 Undang-Undang No. 15 Tahun 2001 tentang Merek.

<sup>51</sup> Pasal 1 angka 3 Undang-Undang No. 15 Tahun 2001 tentang Merek.

<sup>52</sup> Pasal 56 ayat (2) Undang-Undang No. 15 Tahun 2001 tentang Merek.

<sup>53</sup> Bernard L. Tanya, dkk., *Teori Hukum Strategi Tertib Manusia Lintas Ruang dan Generasi*, Yogyakarta: Genta Publishing, 2010, hal. 154.

masyarakat. Akan tetapi yang patut untuk diperhatikan, apakah nantinya akan dibentuk menjadi undang-undang tersendiri (dalam hal ini UU Indikasi Geografis) ataukah masih sama dimasukkan menjadi satu dalam RUU Merek. Ini akan menjadi keputusan politik hukum. Namun terlepas dari hal tersebut, terdapat kelemahan dan keuntungan apabila indikasi geografis dibuat menjadi undang-undang tersendiri.

Keuntungannya lebih memberikan pengaturan yang jelas, pada indikasi geografis yang muatan substansinya jelas berbeda dengan merek. Namun harap diperhatikan, apabila nantinya dibentuk menjadi undang-undang berarti akan terjadi kekosongan hukum sementara. Artinya, masyarakat yang ingin mendaftarkan produk mereka untuk mendapatkan sertifikat indikasi geografis akan mengalami kendala, mengingat kepastian hukumnya belum ada. Sementara kalau diatur menjadi satu dalam UU Merek, sebaiknya nama judulnya dipisah, yakni UU Merek dan Indikasi Geografis.

Artinya dengan judul UU Merek dan Indikasi Geografis maka akan terdapat 2 (dua) pengaturan substansi yang berbeda. Namun tetap harus terdapat pengaturan yang lebih jelas dan komprehensif mengenai indikasi geografis. Tidak seperti dalam UU Merek, di mana pengaturan indikasi geografis justru terlihat bertentangan dengan pasal-pasal mengenai merek. Pengaturan dengan judul UU Merek dan Indikasi Geografis dapat menjadi solusi.

Sebagai bahan perbandingan, di negara Jerman, pengaturan mengenai indikasi geografis juga tidak diatur secara spesifik di dalam undang-undang tersendiri, namun diatur menjadi satu dalam *Law of Protection of Trademark and Other Sign. Regulation* 2081 tahun 1992 yang diberlakukan pada bulan Januari 1995, meletakkan ketentuan indikasi geografis dalam Bab VI *Law of Protection of Trademark and Other Sign* dengan istilah *Indication of Indication Origin*. Hal senada juga dilakukan di Hongaria, yang secara *sui generis*, pengaturan mengenai indikasi geografis diatur dalam ketentuan *Law*

*No. XI of 1997 on Protection of Trademark and Geographical Indication*.<sup>54</sup>

Selain pengaturan yang komprehensif, perlu peran dari Pemda untuk mendaftarkan produk-produk daerah mereka sebagai bagian bentuk perlindungan hak ekonomi atas indikasi geografis. Pemda harus mulai aktif bergerak dan mengadakan sosialisasi terkait pentingnya pendaftaran indikasi geografis terhadap masyarakat sekitar. Tentunya di sini Pemda tidak berjuang sendiri, namun juga perlu adanya koordinasi dengan instansi-instansi terkait, misalnya Universitas, Dinas Perkebunan, Dinas Kehutanan dan sebagainya. Tidak dipungkiri bahwa faktor reputasi atau karakteristik eksklusif yang melekat pada barang yang akan memperoleh perlindungan indikasi geografis telah memberikan nilai tambah bagi produk yang dihasilkan oleh daerah atau wilayah tertentu. Ini berarti akan memberikan nilai ekonomis bagi masyarakat daerah. Contoh misalnya, kopi Arabika Flores di daerah Bajawa NTT. Sejak tahun 2004 setelah dilakukan pemberdayaan terhadap petani kopi arabika di kawasan dataran tinggi Bajawa NTT oleh Dinas Perkebunan Provinsi NTT, Pemkab Ngada dan Puslit Kopi dan Kakao Indonesia (Puslitkoka), telah terjadi peningkatan mutu kopi dan harga kopi perlahan mulai naik. Tahun 2004-2010, harga kopi naik menjadi Rp3000,-/kilo gelondong merah. Ini berarti terjadi peningkatan nilai ekonomis terhadap daerah tersebut.<sup>55</sup>

Tahun 2012, melalui Kementerian Hukum dan HAM, MPIG Kopi Arabika Flores Bajawa telah mendapatkan sertifikat indikasi geografis dan sudah terdapat 14 unit pengolahan hasil (UPH). Dari tahun 2012, petani melalui MPIG sudah menjual dengan harga Rp42.500,- serta telah berhasil mempromosikan ke segmen pasar kopi dengan nama Kopi Arabika Flores Bajawa. Kegiatan pemberdayaan tersebut telah dirasakan manfaatnya oleh masyarakat,

<sup>54</sup> Adi Supanto, *Indikasi Geografis*, Makalah disampaikan dalam *Focus Group Discussion* (FGD) Penelitian Kelompok tentang Pelindungan dan Penegakan Hukum di Bidang Merek, Pusat Penelitian BKD DPR RI, Jakarta, 15 Maret 2016.

<sup>55</sup> *Ibid.*

baik berupa peningkatan pengetahuan dan keterampilan petani kopi maupun harga kopi di tingkat petani yang mengalami perbaikan secara signifikan. Terhitung sampai dengan tahun 2015, telah terdapat 78 UPH dengan jumlah anggota hampir 2000 petani.<sup>56</sup> Ini adalah salah satu contoh keberhasilan peran Pemda untuk mendata dan mendorong pentingnya perlindungan indikasi geografis terhadap produk-produk daerah mereka.

Pemetaan data yang dilakukan oleh Pemda, secara tidak langsung akan meningkatkan kualitas dan aksesibilitas pelayanan HKI. Pemetaan data ini berfokus pada pendaftaran, perlindungan dan penegakan hukum, karena kondisi tiap-tiap daerah tidaklah sama. Kepekaan dari masyarakat dan *stakeholders* untuk berupaya dan berpartisipasi melakukan inventarisasi dan pemetaan terhadap produk unggulan daerah yang berbasis indikasi geografis akan membantu Pemda dalam mengangkat dan memperkenalkan nama daerah kepada komunitas negara lain, selain untuk meningkatkan penghasilan dari masyarakat daerah. Indikasi geografis sebagai bagian dari HKI telah memberikan banyak pengaruh pada kebijakan pemerintah dalam bidang ekonomi khususnya dalam memberikan perhatian ekstra terhadap kemungkinan penyalahgunaan dari pihak lain yang tidak berhak. Kepentingan pemerintah dalam perlindungan indikasi geografis merupakan bagian internal sebagai otoritas publik, sehingga pengaturan dan kebutuhan terhadap perlindungan indikasi geografis harus benar-benar terwujud.

#### IV. PENUTUP

##### A. Kesimpulan

Urgensi perlindungan hak ekonomi atas indikasi geografis perlu dilakukan. Pertama, guna mencegah adanya pemalsuan atau pelanggaran indikasi geografis. Kedua, untuk menjaga dan mempertahankan nilai ekonomi indikasi geografis suatu produk. Ketiga, agar produk berindikasi geografis mampu bersaing dalam pelaksanaan persetujuan MEA 2015.

Bentuk perlindungan hak ekonomi atas indikasi geografis ada 3 (tiga) macam. Pertama, pengaturan yang jelas dan komprehensif terkait indikasi geografis. Hal ini perlu menjadi catatan penting karena UU Merek belum memberikan jaminan kepastian dan perlindungan hukum bagi indikasi geografis. Kedua, basis data indikasi geografis sebagai bagian bentuk perlindungan hak ekonomi atas indikasi geografis. Ketiga, pengawasan dalam bentuk sosialisasi yang melibatkan Pemda dan seluruh instansi terkait.

##### B. Saran

Sesuai kesimpulan maka saran yang disampaikan dalam tulisan ini: Pertama, perlu adanya sosialisasi secara intensif yang dilakukan oleh Pemda dan instansi terkait. Sosialisasi penting dilakukan, selain untuk mencegah adanya pemalsuan dan pelanggaran indikasi geografis juga untuk menjaga dan mempertahankan nilai ekonomi indikasi geografis suatu produk. Masyarakat perlu memahami bahwa produk berindikasi geografis memiliki potensi nilai ekonomi yang tinggi, dan hal ini dapat dilakukan apabila masyarakat mulai mendaftarkan produk mereka. Sosialisasi menjadi jalan sebagai bentuk pemahaman pentingnya pendaftaran indikasi geografis. Kedua, perlu ada semacam penetapan kawasan indikasi geografis melalui program nasional indikasi geografis bekerjasama dengan instansi terkait. Hal ini dilakukan untuk memperkuat basis data (*data base*) indikasi geografis pada masing-masing daerah. Terkait dengan hal ini, dibutuhkan peran Pemda dalam hal mendokumentasikan atau menginventarisasi produk-produk daerah apa saja yang berpotensi sebagai indikasi geografis. Oleh karenanya perlu ada kerja sama sinergis antarinstansi terkait.

<sup>56</sup> *Ibid.*

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

Djulaeka. *Konsep Perlindungan Hak Kekayaan Intelektual: Prespektif Kajian Filosofis HAKI Kolektif-Komunal*. Malang: Setara Press, 2014.

Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual Kementerian Hukum dan HAM Republik Indonesia. *Buku saku Indikasi Geografis Indonesia*, Jakarta, 2015.

L. Tanya, Bernard, dkk. *Teori Hukum Strategi Tertib Manusia Lintas Ruang dan Generasi*. Yogyakarta: Genta Publishing, 2010.

Lindsey, Tim. dkk. *Hak Kekayaan Intelektual: Suatu Pengantar*. Bandung: Penerbit PT. Alumni, 2006.

Raharjo, Satjipto. *Ilmu Hukum*. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 2000.

Saidin, Ok. *Aspek Hukum Hak Kekayaan Intelektual*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2004.

Salim dkk, *Penerapan Teori Hukum Pada Penelitian Tesis dan Disertasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2013.

Suryo Utomo, Tomi. *Hak Kekayaan Intelektual (HK) di Era Globalisasi. Sebuah Kajian Kontemporer*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2009.

### Jurnal

Aryani Ramli, Tatty dkk. "Urgensi Pendaftaran Indikasi Geografis Ubi Cilembu Untuk Meningkatkan IPM". *Jurnal Sosial dan Pembangunan Mimbar*. Vol. 26. No. 1 Tahun 2010.

M. Sheerwood, Robert. "The TRIPS Agreement: Implication for Developing Countries". *The Jurnal Law and Technology* Vol. 37 Tahun 1997.

Risma Yessiningrum, Winda. "Perlindungan Hukum Indikasi Geografis Sebagai Bagian dari Hak Kekayaan Intelektual". *Jurnal Kajian Hukum dan Keadilan IUS*. Tahun 2015.

### Terjemahan

Revron, Shopie. *Geographical Indication Creation and Distribution of Economic Value in Developing Countries*, diterjemahkan oleh Djualeka. Malang: Setara Press, 2014.

### Website

Imam Hariyanto, "Indikasi Geografis: Pelindung Kekayaan Indonesia", <https://imamhariyanto.com/indikasi-geografis-pelindung-kekayaan-indonesia/>, diakses tanggal 4 Februari 2016.

"Pembahasan Mengenai Pengertian HAKI", <http://www.pengertianpakar.com/2015/04/pengertian-haki-hak-atas-kekayaan.html>, diakses tanggal 15 Februari 2016.

Hariyanto, Imam. "Kompasiana, Lindungi Kopi Indonesia Dari Klaim Negara Lain", [http://www.kompasiana.com/imamhariyanto/lindungi-kopi-indonesia-dari-klaim-negara-lain\\_54f8498da33311d25d8b497b](http://www.kompasiana.com/imamhariyanto/lindungi-kopi-indonesia-dari-klaim-negara-lain_54f8498da33311d25d8b497b), diakses tanggal 18 Februari 2016.

Indra Rahmatullah, "Pelindungan Indikasi Geografis Dalam Hak Kekayaan Intelektual (HKI) Melalui Ratifikasi Perjanjian Lisabon", <https://indrasahmatullah.wordpress.com/2013/10/25/perlindungan-indikasi-geografis-dalam-hak-kekayaan-intelektual-hki-melalui-ratifikasi-perjanjian-lisabon/>, diakses Rabu 22 Juni 2016.

### Peraturan Perundang-undangan

Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945

Indonesia. *Undang-Undang No. 15 Tahun 2001 tentang Merek*. Undang-Undang Nomor 15, LN No. 110 Tahun 2001 Tahun 2001. TLN. No. 4131.

## Makalah

Barizah, Nurul. "Masukan Indikasi Geografis RUU Merek", Makalah disampaikan pada Rapat Dengar Pendapat Umum RUU tentang Merek, Jakarta, 16 Maret 2016.

Miru, Ahmad. "Masukan Indikasi Geografis RUU Merek", Makalah disampaikan pada Kunjungan Kerja Panitia Kerja RUU Merek tentang Indikasi Geografis, Makasar, 7 April 2016.

Ramli, Ahmad M. "Data Indikasi Geografis di Indonesia", Makalah disampaikan pada Kunjungan Lapangan Panitia Khusus RUU Merek DPR RI, Jakarta, 17 November 2015.

Supanto, Adi. "Indikasi Geografis", Makalah disampaikan dalam *Focus Group Discussion* (FGD) Penelitian Kelompok tentang Pelindungan dan Penegakan Hukum di Bidang Merek, Pusat Penelitian BKD DPR RI, Jakarta, 15 Maret 2016.