

### **BAB III**

## **SEJARAH PERKEMBANGAN PENGATURAN INDIKASI GEOGRAFIS PRODUK KOPI ARABIKA JAVA PREANGER DAN PERBANDINGAN INDIKASI GEOGRAFIS DI BEBERAPA NEGARA**

### **A. Indikasi Geografis (IG) Kopi Arabika Java Preanger (KAJP)**

#### **1. Sejarah Perkembangan Kopi di Jawa Barat**

Kita mulai dengan pengetahuan tentang sejarah perkembangan kopi di Indonesia dan Jawa Barat pada khususnya. Berdasarkan catatan sejarah bahwa tanaman Kopi jenis arabika pertama kali masuk ke Batavia sekitar tahun 1696, yang dibawa oleh Komandan Pasukan Belanda *Adrian Van Ommen* dari Malabar – India. Benih kopi tersebut ditanam dan dikembangkan di suatu tempat yang sekarang dikenal dengan Pondok Kopi (Jakarta Timur). Namun konon tanaman ini kemudian mati semua akibat bencana banjir. Selanjutnya pada tahun 1699 didatangkan lagi bibit-bibit baru, yang dikembangkan di sekitar Batavia dan Tanah Parahiyangan yaitu Bogor, Sukabumi dan Garut, dan akhirnya menyebar ke berbagai bagian dikepulauan Hindia Belanda seperti Sumatera, Bali, Sulawesi dan Timor.<sup>1</sup>

Pengembangan budidaya kopi di Hindia Belanda terus berlangsung hingga beberapa abad kemudian dan menjadi komoditas dagang yang sangat diandalkan oleh VOC. Untuk mendukung

---

<sup>1</sup>Siti Purnama dan Agus, Dinas Perkebunan Provinsi Jawa Barat, *Sertifikat Indikasi-Geografis Kopi Arabika Java Preanger (KAJP)*, 09 September 2014, Sumber: <http://disbun.jabarprov.go.id/index.php/artikel/detailartikel/43>, dikases 22 September 2016.

kelangsungan produksi kopi di Hindia Belanda, VOC membuat perjanjian berat sebelah dengan penguasa setempat di mana para pribumi diwajibkan menanam kopi yang harus diserahkan ke VOC, perjanjian ini disebut *Koffiestelsel* (sistem kopi).<sup>2</sup>

Penderitaan akibat *koffiestelsel* (sistem kopi) kemudian berlanjut dengan *cultuurstelsel* alias sistem tanam paksa. Melalui sistem tanam paksa yang diciptakan *Johannes van den Bosch* (1780-1844) ini, rakyat diwajibkan untuk menanam komoditi ekspor milik pemerintah, termasuk kopi pada seperlima luas tanah yang digarap, atau bekerja selama 66 hari di perkebunan-perkebunan milik pemerintah. Akibatnya, terjadi kelaparan di tanah Jawa dan Sumatera pada tahun 1840-an. Namun, berkat *cultuurstelsel* itu Jawa menjadi pemasok biji kopi terbesar di Eropa.<sup>3</sup>

Ekspor kopi Hindia Belanda pertama kali dilakukan pada tahun 1711 oleh VOC, dan dalam kurun waktu 10 tahun meningkat sampai 60 ton/tahun, dimana kopi Jawa saat itu sangat terkenal di Eropa, sehingga orang-orang Eropa menyebutnya dengan “secangkir Jawa”. VOC memonopoli perdagangan kopi ini dari tahun 1725 – 1780.

Produksi kopi di Jawa terus mengalami peningkatan yang cukup signifikan, yaitu tahun 1830-1834 produksi kopi Arabika mencapai

---

<sup>2</sup>PS. Siswoputranto, *Kopi Internasional dan Indonesia*, Penerbit Kanisius, Yogyakarta, 1993, hal. 23-34.

<sup>3</sup>*Ibid*

26.600 ton, dan 30 tahun kemudian meningkat menjadi 79.600 ton, serta puncaknya pada tahun 1880-1884 mencapai 94.400 ton.<sup>4</sup>

Perkembangan budidaya kopi Arabika di Indonesia pernah mengalami kemunduran hebat, dikarenakan serangan penyakit karat daun (*Hemileia vastatrix*), yang masuk ke Indonesia sejak tahun 1876. Akibatnya sebagian besar tanaman kopi Arabika mengalami kehancuran, kecuali terdapat beberapa lokasi perkebunan kopi yang bertahan hidup yaitu pada lahan perkebunan dengan ketinggian 1000 m dpl.<sup>5</sup>

Untuk mengatasi serangan hama karat daun tersebut kemudian Pemerintah Belanda mendatangkan Kopi Liberika (*Coffea Liberica*) ke Indonesia pada tahun 1875. Namun ternyata jenis ini pun juga mudah diserang penyakit karat daun dan kurang bisa diterima di pasar karena rasanya yang terlalu asam.

Usaha selanjutnya apada tahun 1900 Pemerintah Hindia Belanda mendatangkan kopi jenis Robusta (*Coffea Canephora*), yang ternyata tahan terhadap penyakit karat daun dan memerlukan syarat tumbuh serta pemeliharaan yang lebih mudah, sedangkan produksinya jauh lebih tinggi. Karena sifat-sifat keunggulannya tersebut maka selanjutnya jenis kopi Robusta ini cepat berkembang serta menggantikan jenis kopi Arabika. Jenis kopi ini dapat dibudidayakan dengan baik di wilayah yang ketinggiannya dibawah 700 m dpl, sehingga jenis kopi robusta banyak

---

<sup>4</sup>*Ibid*, hal. 255

<sup>5</sup>Siti Purnama dan Agus, *Loc. Cit*

dikembangkan di dataran rendah antara lain di daerah Tasikmalaya, Ciamis dan Kuningan.

Pasca Kemerdekaan masyarakat perkebunan secara perlahan terus mengupayakan untuk membangkitkan kembali kejayaan jenis kopi arabika di tanah parahiyangan hingga sekarang, meskipun dalam perjalanannya kejayaan komoditas kopi di tanah parahiyangan sempat tergantikan oleh kejayaan komoditas Teh yang banyak dikembangkan di wilayah pegunungan Jawa Barat. Disamping itu pengembangan Kopi Arabika sering terkendala oleh banyaknya tantangan, terutama keterbatasan lahan pengembangan dan ketersediaan benih kopi yang berkualitas.

Kebangkitan kembali kejayaan Kopi Arabika di Jawa Barat berdasarkan data statistik perkebunan terlihat sejak awal tahun 2000-an, dimana perkembangan luas lahan perkebunan kopi arabika termasuk produksinya menunjukkan perkembangan positif, khususnya sejak dibukanya peluang pengembangan budidaya kopi pada lahan-lahan milik perhutani dengan menggunakan pola PHBM (Pengelolaan Hutan Bersama Masyarakat), yaitu suatu pendekatan pemberdayaan masyarakat sekitar hutan dengan cara menanam jenis tanaman tahunan dibawah tegakan tanaman hutan, guna mengurangi permasalahan perambahan hutan. Maka sejak saat itu semangat petani pekebun merasa terpacu untuk menanam jenis Kopi Arabika pada lahan-lahan perhutani yang tersebar di Jawa Barat, antara lain di wilayah pergunungan Kabupaten:

Bandung, Bandung Barat, Garut, Sumedang, Cianjur, Sukabumi, Subang, Purwakarta, Ciamis dan Tasikmalaya.

Geliat peningkatan produksi Kopi Arabika di beberapa wilayah Jawa Barat mulai ramai dibicarakan oleh para pelaku usaha kopi sekitar tahun 2008-2013, dimana pada saat itu produksi kopi hasil pengembangan dilahan perhutani sudah mulai berproduksi secara melimpah, sehingga banyak para pedagang kopi antar provinsi mulai berebut memburu produk kopi arabika dari Jawa Barat, yang konon memiliki cita rasa lebih unggul dan digemari para pencinta kopi di tanah air maupun di pasar ekspor. Adapun data perkembangan luas dan produksi kopi di Jawa Barat pada Tahun 2008 (26.004 Ha; 9.840 Ton); Tahun 2009 (27.650 Ha; 11.601 ton); Tahun 2010 (29.994 Ha; 13,732 ton); Tahun 2011 (29.769 Ha; 14.298 ton); Tahun 2012 (30.620 Ha; 15.567 ton); dan Tahun 2013 (32.310 Ha; 16.654 ton).

Sejalan dengan perkembangan positif serupa itu maka pemerintah Provinsi Jawa Barat melalui Dinas Perkebunan terus memberikan dukungannya berupa penyediaan benih unggul, bantuan sarana produksi, bantuan peralatan dan bangunan pengolahan kopi, pembinaan kelembagaan petani kopi, hingga ke pembinaan keterampilan petaninya.

Semakin ramainya perdagangan Kopi Arabika asal Jawa Barat yang dinilai memiliki keunggulan tersendiri seperti halnya dengan beberapa produk kopi daerah lain yang sudah lebih dulu terkenal, seperti

Kopi Gayo Aceh, Kopi Toraja, dan Kopi Bali, nampaknya telah mendorong para pekebun kopi Jawa Barat untuk menghimpun diri dalam suatu wadah yang disebut dengan Masyarakat Perlindungan Indikasi Geografis (MPIG) Kopi Java Preanger, yaitu suatu wadah yang dibentuk untuk melakukan upaya dalam mendapat lisensi perlindungan geografis terhadap keberadaan Kopi Java Preanger sebagai hak kekayaan masyarakat perkebunan Jawa Barat.<sup>6</sup>

## 2. Karakteristik Kopi Arabika Java Preanger<sup>7</sup>

Kopi Arabika Java Preanger pada hakekatnya adalah jenis Kopi Arabika khas Jawa Barat yang dibudidayakan oleh masyarakat di beberapa wilayah pegunungan Jawa Barat, antara lain di **kawasan: Gunung Cikuray, Gunung Papandayan, Gunung Malabar, Gunung Caringin, Gunung Tilu, Gunung Patuha, Gunung Halu, Gunung Besar, Gunung Burangrang, Gunung Tangkuban Perahu dan Gunung Manglayang, dengan ketinggian wilayah >1.000 meter dpl.** Di wilayah pegunungan tersebut masyarakat pekebun kopi telah cukup lama membudidayakan tanaman kopi arabika yang menjadi andalan perekonomian mereka.

Berdasarkan hasil pengamatan lapangan dan pengujian laboratoris terhadap jenis tanaman kopi yang dibudidayakan masyarakat di wilayah pegunungan tersebut diatas, sebenarnya terdapat beberapa

---

<sup>6</sup>*Ibid*

<sup>7</sup>Masyarakat Perlindungan Indikasi Geografis, *Op. Cit*, hlm 1-10.

jenis varian kopi, antara lain jenis kopi Sigararutang, Lini S, serta terdapat juga jenis kopi lokal yang disebut masyarakat setempat sebagai jenis kopi buhun. Mengenai hal ini Dinas Perkebunan Jawa Barat tengah terus berupaya menginventarisir, menyeleksi, mengujinya dan memurnikan varian khas Kopi Java Preanger.

Hingga saat ini perbincangan tentang kekhasan jenis Kopi Arabika Java Preanger lebih ditekankan kepada keunikan cita rasa kopinya, yang konon sangat dipengaruhi oleh jenis tanah di kawasan perkebunannya, serta budaya pengolahan yang dilakukan oleh masyarakat pekebun setempat.

Biji kopi Arabika Java Preanger yang diperdagangkan saat ini, adalah biji kopi yang diolah secara tradisional oleh para pekebun kopi Jawa Barat, pemanenannya dilakukan secara manual, dimana buah kopi dipanen setelah matang pohon saat kulit buah sudah berwarna merah, dipetik satu per satu dengan menggunakan tangan, dan dipilih secara teliti sehingga persentasi buah gelondongnya 95% berwarna merah. Adapun berdasarkan hasil uji cita rasa terhadap biji kopi arabika yang diperdagangkan tersebut, memiliki karakteristik rata-rata sebagai berikut:

- 1) Kondisi fisik biji berwarna hijau keabu-abuan;
- 2) Jumlah nilai cacat fisik maksimum 5%;
- 3) Bebas dari bau asing seperti bau-bau kapang (*moldy*), bau asap (*smoky*), bahan kimia (*chemical*), karung bekas (*baggy*), tengik (*rancid*);

- 4) Memiliki kadar air maksimum 12%;
- 5) Pada saat proses derajat sangrai sedang (*medium roast*) hasil olah basah giling kering menunjukkan warna sangrai yang homogen, dengan fragrance dan aroma kopi bubuk bernuansa wangi bunga (*floral*);
- 6) Hasil “olah basah giling kering” memiliki rasa manis (*sweetness*) yang kuat, rasa asam (*acidity*) yang cukup kuat, dan kekentalan (*body*) sedang sampai kuat;
- 7) Warna bubuk coklat tua (*dark brown*), ukuran bubuk halus (*fine*) untuk seduhan kopi tubruk dan/atau agak kasar; (*medium coarse*) untuk seduhan menggunakan alat/mesin;
- 8) Aroma kuat bernuansa wangi bunga (*floral*), *flowery-fruity-nutty-dark chocolate*.

Karakteristik biji kopi tersebut diatas telah menempatkan Kopi Arabika Java Preanger tergolong dalam kelompok kopi Arabika specialty atau Grade 1.

### **3. Kondisi Wilayah Perkebunan Kopi Arabika Java Preanger**

Provinsi Jawa Barat terletak di antara 5°50' - 7°50' Lintang Selatan dan 104°48' - 108°48' Bujur Timur, memiliki luas wilayah 3,7 juta hektar, sekitar 60% nyamerupakan daerah pegunungan yang bergelombang dengan ketinggian antara 500-3.079 meter dpl terletak dibagian tengah wilayah sampai ke pesisir selatan, dan 40% nya lagi



merupakan dataran rendah yang terhampar luas di wilayah pesisir pantai utara.

Wilayah pegunungan yang terdapat dibagian tengah dan selatan Jawa Barat umumnya berupa gunung berapi aktif seperti G. Salak (2.211 m), G. Gede-Pangrango (3.019 m), G. Ciremai (3.078 m), G. Tangkuban Perahu (2.076), G. Galunggung (2.168 m), G. Papandayan (2.622 m), G. Guntur (2.249 m), G. Halimun (1.744 m), G. Ciparabakti (1.525 m) dan Gn. Cakrabuana (1.721m). Keberadaan sejumlah gunung berapi tersebut tentu saja cukup mempengaruhi kondisi kesuburan lahan secara merata diseluruh peloksok Jawa Barat. Jawa Barat juga memiliki dua musim, yaitu musim hujan dan musim kemarau dengan kondisi bulan basah dan bulan kering yang berjalan secara seimbang sepanjang tahun, curah hujan berkisar antara 1.000-6.000 mm, memiliki suhu antara 9°C-34°C.

Kondisi Agroklimat serupa itu merupakan modal strategis bagi Jawa Barat dalam mengembangkan usaha pertanian/perkebunan, termasuk untuk pengembangan jenis komoditas Kopi arabika, yang secara teoritis jenis kopi tersebut dapat tumbuh optimum di daerah yang memiliki ketinggian >1.000 dpl dengan curah hujan 2.000-3.000 mm/tahun.<sup>8</sup>

#### **4. Indikasi Geografis Kopi Arabika Java Preanger**

Indikasi Geografis menurut PP No. 51 Tahun 2007, adalah suatu tanda yang menunjukkan tempat, wilayah tertentu atau daerah asal suatu

---

<sup>8</sup>(MPIG) Kopi Arabika Java Preanger, *Idem*.

barang, yang karena faktor lingkungan geografis termasuk faktor alam, faktor manusia, atau kombinasi dari kedua faktor tersebut, yang memberikan ciri, karakteristik, reputasi atau kualitas tertentu pada barang yang dihasilkan.

Indikasi Geografis (IG) tidak lain sebagai salah satu komponen Hak Kekayaan Intelektual (HKI) yang penting dalam kegiatan perdagangan, khususnya memberikan perlindungan terhadap komoditas perdagangan yang terkait erat dengan nama daerah atau tempat asal produk barang.

Untuk dapat memperoleh sertifikat Indikasi Geografis tersebut maka masyarakat yang merasa memiliki kekayaan produk harus melakukan pendaftaran ke Kementerian Hukum dan HAM melalui Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual (HKI), dengan terlebih dahulu melengkapi dan memenuhi berbagai macam persyaratan yang telah ditentukan. Selanjutnya pihak Kementerian Hukum dan HAM akan melakukan pengujian teknis administratif terhadap karakteristik produk yang diajukan, termasuk aspek geografisnya.

Setelah memperoleh sertifikat Indikasi Geografis, barulah kemudian masyarakat pengusul yang dikenal sebagai Masyarakat Perlindungan Indikasi Geografis (MPIG) dinyatakan mempunyai hak milik atas produk yang dilindungi. Adapun keberadaan sertifikat IG tersebut setidaknya dapat dimanfaatkan untuk peningkatan promosi, daya saing dan nilai jual suatu produk di pasaran yang lebih luas, sehingga

akan lebih mendatangkan manfaat secara ekonomis terhadap kesejahteraan masyarakat setempat.

Tanda yang digunakan untuk produk yang sudah mendapatkan sertifikat Indikasi Geografis adalah dapat berupa etiket atau label yang dilekatkan pada barang yang dihasilkan. Tanda tersebut dapat berupa nama tempat, daerah, atau wilayah, kata, gambar, huruf, atau kombinasi dari unsur-unsur tersebut

Sertifikat Indikasi Geografis untuk Kopi Arabika Java Preanger (KAJP) diperoleh pada tanggal 22 Oktober 2013 yang langsung diserahkan oleh Kementerian Hukum dan HAM kepada Wakil Gubernur Jawa Barat (Dedi Mizwar) di Kantor Pemda Jawa Barat, Jl. Diponegoro Bandung. Adapun proses pengajuan sertifikat IG Kopi Java Preanger itu sendiri sudah dimulai sejak tahun 2012 tepatnya tanggal 5 Desember 2012.

Dalam kesempatan tersebut Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia atas nama Negara Republik Indonesia berdasarkan Undang Undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek dan Peraturan Pemerintah No. 51 Tahun 2007 tentang Indikasi geografis, memberikan Hak Indikasi Geografis kepada Masyarakat Perlindungan Indikasi Geografis (MPIG) Kopi Arabika Java Preanger (KAJP) yang beralamat di Jl. Cikapundung Barat No. 1 (Atas) Bandung Jawa Barat dengan nomor pendaftaran ID G 000000022 tertanggal 10 September 2013. Adapun perlindungan Hak Indikasi Geografis tersebut diberikan selama karakteristik khas dan

kualitas yang menjadi dasar bagi perlindungan atas Indikasi Geografis tersebut masih ada.

Pada sertifikat tersebut tercatat bahwa Indikasi Geografis Kopi Arabika Java Preanger dibedakan menjadi dua varian yaitu Kopi Arabika Java Preanger Bandoeng Highland dan Kopi Arabika Java Preanger Sounda Mountain. Varian KAJP Bandoeng Highland adalah kopi yang diproduksi di wilayah Gunung Cikuray, Gunung Papandayan, Gunung Malabar, Gunung Caringin/Gunung Tilu, Gunung Patuha, Gunung Halu, Gunung Beser yang saat ini termasuk wilayah Kabupaten Garut, Kabupaten Bandung, Kabupaten Bandung Barat sebelah Selatan dan Kabupaten Cianjur sebelah Timur. Sedangkan varian KAJP Sounda Mountain adalah kopi yang diproduksi di wilayah gunung Burangrang, Gunung Tangkuban Perahu dan Gunung Manglayang, yang saat ini termasuk wilayah Kabupaten Bandung Barat sebelah Utara, Kabupaten Purwakarta sebelah Selatan, Kabupaten Subang sebelah Utara-Timur (Timur Laut) dan Kabupaten Sumedang sebelah Selatan-Barat (Barat Daya), berada pada lereng gugusan gunung Sounda.<sup>9</sup>

Manfaat Keberadaan sertifikat Indikasi Geografis ditinjau dari aspek ekonomi antara lain:

- 1) Mencegah beralihnya kepemilikan hak pemanfaatan kekhasan produk dari masyarakat setempat kepada pihak lain.
- 2) Memaksimalkan nilai tambah produk bagi masyarakat setempat.

---

<sup>9</sup>Direktorat Jendral Kekayaan Intelektual Kementerian Hukum dan HAM Republik Indonesia, *Indikasi Geografis*, <http://www.dgip.go.id>, diakses Tanggal 06/08/2016.

- 3) Memberikan perlindungan dari pemalsuan produk.
- 4) Meningkatkan pemasaran produk khas.
- 5) Meningkatkan penyediaan lapangan kerja
- 6) Menunjang pengembangan agrowisata
- 7) Menjamin keberlanjutan usaha.
- 8) Memperkuat ekonomi wilayah
- 9) Mempercepat perkembangan wilayah.
- 10) Meningkatkan kesejahteraan masyarakat

Manfaat lain dari aspek ekologi antara lain: mempertahankan dan menjaga kelestarian alam, meningkatkan reputasi kawasan dan mempertahankan kelestarian plasma nutfah. Sedangkan manfaat dari aspek sosial budaya antara lain: meningkatkan dinamika kewilayahan, melestarikan nilai-nilai kearifan lokal serta adat istiadat maupun pengetahuan masyarakat setempat. Sementara manfaat dari aspek hukum adalah dapat memberikan perlindungan dan kepastian hukum.

Sebagai perbandingan, di Indonesia telah ada beberapa jenis Kopi yang sudah mendapatkan Serifikat IG, antara lain:

- 1) Kopi Arabika Kalosi Enrekang Sulawesi Selatan (2013);
- 2) Kopi Arabika Toraja Sulawesi Selatan (2013);
- 3) Kopi Arabika Kintamani Bali (2013);
- 4) Kopi Arabika Gayo Aceh (2013);
- 5) Kopi Arabika Flores Bajawa NTT (2013);
- 6) Kopi Arabika Java Preanger Jawa Barat (2013);
- 7) Kopi Arabika Java Ijen Raung Jawa Timur (2012)

## **B. Ketentuan Indikasi Geografis dalam Perundang-undangan Lainnya**

### **1. Ketentuan dalam Kitab Undang-Undang Hukum Perdata Republik Indonesia yang terkait dengan Indikasi Geografis**

Meskipun tidak seluas pengertian dalam negara bersistem hukum Anglo Saxon, Hukum Perdata Indonesia mengenal "tort" atau kesalahan perdata dalam pengaturan Pasal 1365 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata. Pasal 1365 KUH Perdata itu menyatakan bahwa:

"Tiap perbuatan yang melanggar hukum dan membawa kerugian kepada orang lain, mewajibkan orang yang menimbulkan kerugian itu karena kesalahannya untuk menggantikan kerugian itu."

Tidak seperti di beberapa negara lain, pengaturan yang berkaitan dengan Hak Kekayaan Intelektual di Indonesia masih sering dianggap sebagai bagian dari Hukum Perdata. Karena itu, salah satu basis utama bentuk ganti-rugi atau kompensasi yang dapat diupayakan terhadap pelanggaran suatu Indikasi Geografis adalah Pasal 1365 KUH Perdata tersebut.

### **2. Ketentuan dalam Undang-Undang Republik Indonesia tentang Perlindungan Konsumen No. 8 Tahun 1999 yang berkaitan dengan Indikasi Geografis**

Undang-Undang Republik Indonesia tentang Perlindungan Konsumen Nomor 8 Tahun 1999 adalah salah satu peraturan perundang-undangan lain yang juga terkait dengan perlindungan Indikasi Geografis. Untuk melindungi kepentingan konsumen, terdapat beberapa praktik

yang dinyatakan terlarang menurut peraturan perundang -undangan ini. Larangan ini jelas dapat diberlakukan untuk melaksanakan perlindungan Indikasi Geografis tingkat pertama TRIPs yang memang terutama ditujukan untuk kepentingan konsumen.

Pasal 8 UURI Nomor 8 Tahun 1999 ini menyatakan bahwa:  
" ... pelaku usaha dilarang memproduksi barang dan/atau memperdagangkan barang atau jasa yang: ...tidak memasang label atau membuat penjelasan barang yang memuat nama barang, ukuran, berat/isi bersih atau netto, komposisi, aturan pakai, tanggal pembuatan, akibat sampingan, nama dan alamat pelaku usaha serta keterangan lain untuk penggunaan yang menurut ketentuan harus dipasang/dibuat."

Menurut ketentuan ini, keterangan nama asal geografis yang salah dari suatu barang atau jasa dapat diklasifikasikan sebagai "keterangan-keterangan lain yang menurut hukum harus secara jelas disebutkan dalam label".<sup>10</sup>

Oleh karena itu, Indikasi Geografis yang memakai nama asal geografis dapat dilindungi dengan ketentuan ini. Namun, ketentuan ini tidak dapat dipakai untuk melindungi Indikasi Geografis Tidak Langsung (*Indirect Geographical Indications*).

Ketentuan kedua terdapat dalam Pasal 9 (1) UU RI Nomor 8 Tahun 1999 ini. Isi pasal itu merupakan ketentuan yang terpenting karena ia menyebutkan secara jelas istilah "tempat asal". Pasal ini menentukan bahwa produsen dilarang untuk menawarkan, mempromosikan dan mengiklankan produk-produk tertentu secara tidak jujur, dan/atau berlaku

---

<sup>10</sup>Fitri Hidayat, *Penerapan Perlindungan Hukum Terhadap Produk Potensi Indikasi Geografis di Indonesia*, Risalah Hukum Fakulras Hukum Unmul, Juni 2014, hal 12.

seolah-olah produk tersebut berasal dari tempat asal tertentu. Meskipun pasal ini tidak membentuk hak kepemilikan baru, tetapi ia secara tegas melarang atribusi yang salah dari tempat asal produk.

### **C. Perbandingan Indikasi Geografis Indonesia Dengan Negara Asing Lainnya**

Perkembangan dunia yang sangat dinamis, progresif dan berkarakter multidimensi memunculkan berbagai isu aktual dalam persaingan ekonomi internasional. Hal ini tidak lepas dari fenomena globalisasi yang sangat sulit untuk dihindari. Globalisasi adalah suatu sistem atau tatanan yang menyebabkan seseorang atau negara tidak mungkin untuk mengisolasi diri sebagai akibat dari kemajuan teknologi dan komunikasi. Globalisasi telah berimplikasi pada perkembangan dunia usaha.

Perkembangan dunia usaha secara global meningkatkan daya saing Indonesia terhadap negara-negara lain di dunia. Secara kumulatif Indonesia di 2011 masih mencatatkan surplus neraca perdagangan sebesar USD 16,40 miliar dengan ekspor kumulatif sebesar USD 116,40 miliar dan impor kumulatif sebesar USD 99,64 miliar.<sup>11</sup>

Perubahan sosial ini berimplikasi dalam bidang ekonomi yakni dengan terbentuknya era perdagangan bebas. Salah satu isu yang menyeruak pada era perdagangan bebas ini adalah dalam bidang Hak Kekayaan Intelektual. Permasalahan ini mengemuka dikarenakan Hak Kekayaan

---

<sup>11</sup>Martin Bagya Kertiyasa, "Surplus Neraca Perdagangan RI Turun 50%", Senin, 5 September 2011, available from URL : <http://economy.okezone.com>, Cited, diakses 12 September 2016.



Intelektual merupakan satu bidang yang tidak terpisahkan dari paket persetujuan pendirian organisasi perdagangan dunia.<sup>12</sup>

Pengaturan mengenai Indikasi Geografis menjadi ciri kesiapan dari negara untuk mampu menghadapi tantangan dalam menghadapi pasar global. Pengaturan mengenai perlindungan Indikasi Geografis di Indonesia diatur pertama kali pada tahun 1994 yakni setelah ditetapkannya Undang-undang Nomor 7 Tahun 1994 Tentang Pengesahan Persetujuan Pembentukan WTO. Secara otomatis Undang-Undang tersebut mengesahkan pula ketentuan mengenai TRIPS.

Ketentuan ini kemudian dijabarkan kembali dalam Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek. Untuk melaksanakan ketentuan mengenai Indikasi Geografis dibentuklah Peraturan Pemerintah Nomor 51 Tahun 2007 Tentang Indikasi Geografis.

Peraturan Pemerintah Nomor 51 Tahun 2007 memberikan batasan tentang Indikasi Geografis sebagai suatu tanda yang menunjukkan daerah asal suatu barang, yang karena faktor lingkungannya diantaranya faktor alam, manusia atau kombinasi dari kedua faktor tersebut memberikan ciri dan kualitas tertentu pada barang yang dihasilkan. Kemudian tanda tersebut merupakan nama tempat atau daerah maupun tanda tertentu lainnya yang menunjukkan asal tempat dihasilkannya barang yang dilindungi oleh Indikasi Geografis. Barang-barang yang termasuk dalam produk Indikasi Geografis berupa produk-produk hasil pertanian, produk olahan, hasil kerajinan tangan

---

<sup>12</sup>Budi Agus Riswadi dan Siti Sumartiah, *Masalah-masalah HaKI Kontemporer*, Gita Nagari, Yogyakarta, 2006, hlm. 1.

atau barang lainnya yang memiliki karakteristik sebagai produk Indikasi Geografis.

Produk-produk Indikasi Geografis tersebut akan mendapatkan perlindungan hukum setelah terdaftar dalam daftar umum Indikasi Geografis pada Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual. Setelah terdaftar, produk Indikasi Geografis tersebut maka tidak dapat berubah menjadi milik umum karena penggunaan atas tanda atau produk Indikasi Geografis terdaftar oleh pihak lain harus memenuhi persyaratan yang diatur dalam Buku Persyaratan Indikasi Geografis.

Produk-produk Indikasi Geografis terdaftar diberikan perlindungan atas Indikasi Geografis tersebut masih ada. Dengan demikian perlindungan Indikasi Geografis tidak mengenal batas waktu. Hanya saja perlindungan akan berakhir apabila tidak memiliki karakteristik dan kualitas yang dapat disebabkan adanya bencana alam atau perubahan alam sehingga struktur tanah, iklim, menjadi berubah dan berakibat terjadinya perubahan terhadap produk Indikasi Geografis tersebut.

Peraturan Pemerintah Nomor 51 Tahun 2007 tentang Indikasi Geografis dimaksudkan untuk mengatur secara menyeluruh ketentuan pelaksanaan Pasal 56 ayat(9) Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek, terutama yang mengatur tata cara pendaftaran Indikasi Geografis. Indikasi Geografis adalah tanda yang menunjukkan daerah asal suatu barang karena faktor geografis termasuk faktor alam, faktor manusia atau kombinasi dari kedua faktor tersebut, memberikan ciri dan kualitas tertentu pada barang

yang dihasilkan. Sebagaimana layaknya merek, perlindungan Indikasi Geografis adalah melindungi tanda/*sign* berupa nama wilayah yang akan digunakan dalam perdagangan produk hasil alam atau kerajinan tangan, berfungsi menjadi petunjuk akan suatu kualitas dan asal barang.

Pengaturan Indikasi Geografis dalam instrumen hukum internasional sangat penting untuk menjadi *guidelines* bagi hukum nasional dalam mengatur mengenai perlindungan indikasi geografis ini. Sebagai norma ia bersifat mengikat bagi tiap-tiap individu untuk tunduk dan mengikuti segala kaidah yang terkandung di dalamnya.<sup>13</sup>

Ketentuan mengenai Indikasi Geografis diatur dalam pelbagai perjanjian internasional seperti Konvensi Paris, Perjanjian Madrid, Perjanjian Lisbon, TRIPS dan sebagainya. Menurut I Wayan Parthiana, kehadiran perjanjian internasional akan membentuk hubungan hukum atau melahirkan hak dan kewajiban yang diatur dalam hukum internasional.<sup>14</sup>

Perjanjian Internasional ini menjadi pedoman bagi negara-negara untuk membentuk atau mengharmonisasi ketentuan hukum nasional mengenai Indikasi Geografis. Hal ini tidak lepas dari fungsi hukum sebagai suatu sistem komunikasi. Mengenai hal ini, Allots memandang bahwa hukum sebagai sistem merupakan proses komunikasi, oleh karena itu hukum menjadi subjek bagi persoalan yang sama dalam memindahkan dan menerima pesan,

---

<sup>13</sup>Sutarman, *Cyber Crime Modus Operandi dan Penanggulangannya*, LaksBang PRESSindo, Yogyakarta, 2007, hlm. 107.

<sup>14</sup>I Wayan Parthiana, *Hukum Perjanjian Internasional*, Mandar Maju, Bandung, 2002, hlm. 12.

seperti sistem komunikasi yang lain.<sup>15</sup> Dengan demikian keberadaan perjanjian internasional yang mengatur mengenai perlindungan Indikasi Geografis akan menjadi sumber acuan bagi hukum nasional.

## **1. Perlindungan Indikasi Geografis di beberapa Negara Asing**

### **a. Perancis**

Perancis dikenal sebagai pemrakarsa pendaftaran Indikasi Geografis. Salah satu lembaga yang mengatur mengenai lembaga pendaftaran Indikasi Geografis yaitu INAO. INAO merupakan singkatan dari *L'Institut National de Appelation d'origin*. Struktur INAO terdiri dari dua bagian yaitu:<sup>16</sup>

- 1) Badan Konsultasi, adalah badan yang mempunyai tugas sebagai pembuat keputusan yang terdiri dari perwakilan produsen, pedagang, konsumen dan pemerintah. Adapun Struktur Badan Konsultasi meliputi :
  - a) Komite Daerah yang beranggotakan perwakilan pemerintah yang ditunjuk oleh Menteri Pertanian dan Menteri Ekonomi dan Keuangan.
  - b) Para produsen dan para pedagang, yang diangkat oleh Menteri Pertanian untuk jangka waktu 6 (enam) tahun.

Komite Daerah sendiri mempunyai tugas memeriksa seluruh materi yang berkaitan dengan daerah tersebut yang

---

<sup>15</sup>Otje Salman dan Anton F. Susanto, *Teori Hukum Mengingat, Mengumpulkan dan Membuka Kembali*, Bandung, Refika Aditama, Bandung, 2009, hlm. 96.

<sup>16</sup>Miranda Risang Ayu, *Op. Cit*, hal. 105.

berkaitan dengan aktivitas INAO dalam menentukan Penamaan Tempat Asal dan Indikasi Geografis.

Komite Nasional adalah badan konsultasi INAO untuk tingkat Nasional, yang terdiri dari :

- a) Komite Nasional untuk Minuman Anggur dan Minuman Keras
- b) Komite Nasional untuk makanan sehari-hari (*Dairy Product*)
- c) Komite Nasional untuk makanan selain minuman anggur, minuman keras dan makanan sehari-hari
- d) Komite Nasional untuk perlindungan Indikasi Geografis

Dewan Pekerja adalah bagian dari INAO yang terdiri dari 25 anggota, (termasuk 5 anggota yang ditunjuk oleh Menteri), dengan tugas menentukan pembiayaan, kebijaksanaan secara umum lembaga INAO, dan mempertahankan konsep Penamaan Tempat Asal.

- 2) Divisi Khusus, Lembaga INAO memiliki beberapa divisi dan setiap divisi dipimpin oleh seorang Direktur yang diangkat oleh Menteri Pertanian. Para Direktur mempersiapkan secara administratif isi putusan dan melaksanakan putusan yang dikeluarkan oleh Komite Nasional. Dengan kekuatan lebih dari 250 orang pegawai yang bekerja di INAO yang tersebar di 27 kantor daerah dan Pelayanan Pusat di Paris, setiap tahun lebih 500

Penamaan Tempat Asal yang diproses administrasi dan pendaftaran oleh INAO.

#### **b. India**

India adalah negara yang dapat menjadi contoh/rujukan untuk Indikasi Geografis. Sebagai negara yang turut menandatangani Perjanjian TRIPs, India berkewajiban memenuhi ketentuan WTO. Salah satunya adalah yang ketentuan menyangkut perlindungan terhadap Indikasi Geografis. Perlindungan atas Indikasi Geografis di India diatur dalam *Geographical Indications of Goods (Registration & Protection) Act 1999* yang ditetapkan berdasarkan prinsip bahwa suatu negara tidak akan mendapatkan perlindungan secara timbal balik dengan negara lain menyangkut kepentingan Indikasi Geografis kecuali bila negara tersebut juga memberikan perlindungan yang sama.

Dalam Pasal 2 (e) Undang-undang tersebut dinyatakan bahwa perlindungan atas Indikasi Geografis dapat diberikan untuk :<sup>17</sup>

- a. produk-produk pertanian;
- b. hasil-hasil alam, dan
- c. produk-produk manufaktur.

Produk-produk tersebut di atas harus berasal atau diproduksi di wilayah negara atau daerah atau tempat di mana reputasi yang

---

<sup>17</sup>Muhammad Rizal, *Pelaksanaan Perlindungan Indikasi Geografis India*, <http://www.igjepara.com>, diunduh pada tanggal 10 Oktober 2011.

berkaitan dengan kualitas atau karakteristik produk tersebut terkait dengan asal geografisnya. Apabila produk tersebut merupakan produk manufaktur, maka salah satu aktivitas produksi atau prosesnya harus dilakukan di tempat, daerah atau wilayah tersebut.

Berdasarkan undang-undang pemilik Indikasi Geografis dan pemakai yang sah berhak untuk secara eksklusif menggunakan produk-produk yang dilindungi dalam Indikasi Geografis. Tujuannya, untuk mencegah terjadinya penggunaan yang salah atau interpretasi yang salah atas wilayah asal dari produk.

Produk yang telah terdaftar sebagai Indikasi Geografis juga telah menjadi milik masyarakat yang tidak dapat dialihkan haknya, dilisensikan ataupun dijamin. Suatu Indikasi Geografis juga dilarang didaftarkan sebagai merek. Setiap pendaftaran suatu wilayah Indikasi Geografis sebagai merek akan dinyatakan tidak berlaku. Dengan cara demikian maka dapat dicegah praktek penggunaan Indikasi Geografis yang dapat menyesatkan khalayak ramai.

Berdasarkan undang-undang Indikasi Geografis India, maka di India dibentuk suatu badan yang bertugas mengadministrasikan pendaftaran Indikasi Geografis yang dinamakan *Geographical Indications Registry*. Suatu pendaftaran yang telah disetujui mendapatkan sertifikat Indikasi Geografis yang dapat digunakan sebagai bukti keabsahan Indikasi Geografis dan dapat digunakan dalam setiap perkara dipersidangan tanpa diperlukan tambahan bukti

lain. Selain *Geographical IndicationsRegistry*, di India juga terdapat badan lain yang cukup memperhatikan masalah Indikasi Geografis walaupun tidak semata-mata mengurus masalah tersebut.<sup>18</sup>

Badan ini merupakan badan non pemerintah yang bernama *Gene Campaign*, badan ini didirikan pada tahun 1992 oleh ahli-ahli di berbagai bidang, antara lain genetika, masalah sosial, hukum, pertanian, ekonomi, lingkungan, media, kebijakan luar negeri, industri dan aktivis-aktivis lainnya. Tujuan pendirian badan ini adalah untuk melindungi hak-hak masyarakat setempat atas sumber daya alam mereka termasuk di dalamnya pengetahuan tradisional mereka yang dimiliki secara turun temurun.

Berdasarkan hal tersebut di atas dapat kita lihat bahwa negara India telah memproduksi suatu produk hukum berupa undang-undang secara khusus yang mengatur mengenai Indikasi Geografis. Sehingga dengan demikian ada beberapa produk yang dilindungi dibawah undang-undang tersebut yaitu, produk-produk pertanian, hasil-hasil alam, dan produk-produk manufaktur.

Berdasarkan undang-undang tersebut produk-produk tersebut yang telah mendapatkan sertifikat dapat secara eksklusif menggunakan produk tersebut dibawah perlindungan Indikasi Geografis. Produk-produk yang berhak untuk mendapatkan Indikasi Geografis adalah produk-produk yang berasal atau diproduksi di

---

<sup>18</sup>Miranda Risang Ayu, Op. Cit, hal. 109.



wilayah negara atau daerah atau tempat dimana reputasi yang berkaitan dengan kualitas atau karakteristik produk tersebut berkaitan dengan asal geografinya.

Berdasarkan hal tersebut tentunya memang tepat dikatakan jika negara India memang pantas untuk dijadikan contoh dalam penegakan hukum perlindungan Indikasi Geografis. Dengan disahkannya produk *Undang-Undang Geographical Indications of Goods (Registration & Protection) Act 1999* tentunya merupakan suatu payung hukum bagi masyarakat India untuk melakukan permohonan pendaftaran Indikasi Geografis, karena dengan diterbitkannya suatu sertifikat Indikasi Geografis maka apabila suatu saat nanti terdapat pelanggaran atau peniruan tentang produk Indikasi Geografis maka sertifikat hak tersebut dapat dijadikan alat bukti yang kuat dan sah dalam pemutusan perkara tersebut.

Berdasarkan ketentuan undang-undang yang berlaku di India maka terbit suatu lembaga dibawah pemerintah yaitu *Geographical Indications Registry* dan lembaga non pemerintah yaitu *Gene Campaign* dengan tujuan untuk melindungi hak-hak masyarakat setempat terutama dalam proses permohonan pendaftaran Indikasi Geografis dan perlindungan hukum Indikasi Geografis atas produk yang telah didaftarkan.

### c. Australia

Proses pendaftaran Indikasi Geografis di Australia terdiri dari 10 langkah, yaitu :<sup>19</sup>

- (1) Permohonan: Panitia Indikasi Geografis, Panitia yang berdasarkan Undang-Undang dari *Australian Wine and Brandy Corporation* (AWBC) diberi kuasa untuk menentukan nama dan tapal batas dari Indikasi Geografis, meskipun hal tersebut berdasarkan inisiatif sendiri atau dari pemohon Indikasi Geografis. Seluruh permohonan ditulis berdasarkan permohonan yang telah tersedia pada kantor Panitia Indikasi Geografis.
- (2) Evaluasi: Di atas tanda terima permohonan dari pemohon, Komite Indikasi Geografis akan mengevaluasi informasi yang telah terdapat dalam permohonan dan akan mengatur konsultasi antara pemohon dengan organisasi lain. Sebagai catatan bahwa Komite Indikasi Geografis tidak berwenang menerima meskipun tapal batas atau nama yang diserahkan oleh pemohon.
- (3) Konsultasi: Komite Indikasi Geografis berkewajiban untuk konsultasi dengan laporan kepada petani anggur dan organisasi pembuat minuman anggur setiap permohonan.
- (4) Pertimbangan Formal dari Permohonan: Kesimpulan dari konsultasi pendahuluan dan pada saat itu pemohon diundang untuk tampil, kemudian diikuti dengan keputusan sementara oleh Komite Indikasi Geografis.
- (5) Keputusan Sementara: Anggota Inti dari Komite Indikasi Geografis berdasarkan Undang-undang mengumumkan keputusan sementara yang telah dibuat oleh Komite Indikasi Geografis. Periode pengumuman tidak lebih kurang dari satu bulan sejak tanggal dipublikasikannya keputusan sementara tersebut.
- (6) Pertimbangan atas pendapat: Berkaitan dengan pendapat masyarakat atas keputusan sementara tersebut kemudian Komite Indikasi Geografis akan mengevaluasi kembali pendapat dari pemohon. Kedua pendapat tersebut diperbandingkan dan dipertimbangkan untuk diputuskan untuk mengambil keputusan sementara atau mengubah nama tapal batas setelah mendapat informasi tambahan dari masyarakat selama proses meminta pendapat masyarakat berlangsung.
- (7) Konsultasi: Selama proses untuk mendapat bahan masukan dari masyarakat atau pendapat masyarakat, maka Komite Indikasi Geografis dapat melakukan konsultasi lagi kepada petani anggur atau organisasi lainnya atau perorangan yang mengerti akan hal tersebut.

---

<sup>19</sup> Miranda Risang Ayu, *Op. Cit*, hal. 55.

- (8) Keputusan Akhir: Keputusan akhir hanya dapat dibuat Komite Indikasi Geografis setelah menerima pertimbangan masukan-masukan dari masyarakat. Anggota Inti dari Komite Indikasi Geografis memberitahukan tentang keputusan akhir dari Komite Indikasi Geografis. Pemberitahuan tersebut harus berisi tentang pernyataan yang membolehkan setiap orang yang mempunyai kepentingan atau tertarik terhadap permohonan tersebut diajukan ke Pengadilan Administrasi Australia untuk diperiksa ulang atas keputusan akhir tersebut dan pengajuan tersebut adalah 28 (dua puluh delapan) hari setelah pemberitahuan keputusan akhir diumumkan.
- (9) Pemeriksaan ulang: Ketika keputusan akhir telah diajukan ke Pengadilan Administrasi Australia dan permohonan untuk pemeriksaan ulang telah menghasilkan keputusan yang tepat oleh Pengadilan yang menyatakan nama dan tapal batas sudah tepat sebagai Indikasi Geografis Australia maka dapat didaftarkan untuk dilindungi namanya dan diikuti dengan keputusan Pengadilan yang telah diputuskan.
- (10) Pendaftaran: Ketika tidak ada keberatan ke Pengadilan Administrasi Australia maka Keputusan akhir atas Indikasi Geografis Australia tersebut melalui Anggota Inti Komite Indikasi Geografis atau oleh ketua *Australian Wine and Brandy Corporation* mendaftarkan atas perlindungan nama dan wilayah atas produk Indikasi Geografis serta memberikan dampak perlindungan hukum atas Indikasi Geografis.

Perlindungan Indikasi Geografis di Australia juga memberikan sanksi pidana bagi penggunaan Indikasi Geografis secara tanpa hak atau memalsukan produk Indikasi Geografis dengan sanksi pidana dua tahun dan atau denda \$ 60,000,- (enam puluh ribu dollar Australia).

Pelaksanaan perlindungan hukum atas Indikasi Geografis di Australia tersusun dan tertata dengan baik, jika kita bandingkan dengan peraturan hukum yang terdapat di Indonesia dapat kita lihat pada Peraturan Pemerintah Nomor 51 Tahun 2007 tentang Indikasi

Geografis. Terdapat tahap untuk untuk mendaftarkan Indikasi Geografis diantaranya secara garis besar adalah :

- a) Mengajukan permohonan yang diajukan secara tertulis ke Direktorat Jenderal;
- b) Permohonan terdiri atas lembaga-lembaga yang mewakili masyarakat (pihak yang mengusahakan barang hasil alam atau kekayaan alam, produsen barang hasil pertanian, pembuat barang hasil kerajinan tangan atau barang industri, pedagang yang menjual), lembaga yang diberi kewenangan untuk itu, kelompok konsumen;
- c) Permohonan harus dilampiri surat kuasa khusus apabila melalui kuasa dan bukti pembayaran biaya;
- d) Melengkapi persyaratan yang tertuang dalam Buku Persyaratan sesuai dengan peraturan pemerintah ini;
- e) Menguraikan tentang batas-batas daerah atau peta wilayah yang dicakup oleh Indikasi Geografis;
- f) Pemeriksaan Administratif;
- g) Pemeriksaan Substantif oleh Tim Ahli Indikasi Geografis yang dituju oleh Direktorat Jenderal untuk memeriksa, mengamati dan meneliti apakah produk Indikasi Geografis tersebut telah memenuhi semua persyaratan yang dibutuhkan dalam Buku Persyaratan yang telah ditentukan;
- h) Pengumuman;

- i) Keberatan atau sanggahan (apabila terdapat sanggahan maka dilakukan pemeriksaan substantif ulang apakah memang benar terdapat ketidak sesuaian terhadap permohonan pendaftaran Indikasi Geografis jika tidak terdapat sanggahan atau keberatan maka pengumuman tersebut dianggap sah dan permohonan produk Indikasi Geografis tersebut berhak untuk mendapatkan sertifikat hak atas Indikasi Geografis).

#### **d. Negara Asia Lainnya**

Negara yang aktif menggunakan dan melindungi indikasi geografis adalah India dan Cina. Produk-produk yang potensial mendapatkan perlindungan indikasi geografis di India. India diperkirakan sekitar sepertiga dari produk yang ada selama ini, yang totalnya diperkirakan sebanyak 36.000 produk. India mengembangkan sistem informasi produk ini dengan mendirikan *products digital library*. Di bawah ini adalah beberapa contoh produk yang potensial untuk mendapatkan perlindungan indikasi geografis di India<sup>20</sup> :

- 1) Produk pertanian: Nehlor, Dehradun (beras), Punjab wheat (tepung terigu), Alphonso, Daseri dan Ratnagiri (Mangga), Bihar (leci), Nagphur (Jeruk), Bangalore Brinjal dan Calicut Ginger (sayuran), Anand milk (susu), Malabar pepper (rempah), Assam (teh), dll
- 2) Produk tambang: New Castle (batubara), Kolker (emas).

---

<sup>20</sup>Buku Panduan Ditjen KI, 2016

[http://ditjenkpi.depdag.go.id/website\\_kpi/files/content/2/IndikasiGeografis\\_Final20060106141403.doc](http://ditjenkpi.depdag.go.id/website_kpi/files/content/2/IndikasiGeografis_Final20060106141403.doc), diakses pada tanggal 7 Oktober 2016.

- 3) Produk kerajinan: Paithani and Banaras sarees (sari), Kholappur slipper (sandal).
- 4) Wine: Fent liquor dari Goa.
- 5) Makanan hasil olahan: Appam Kerala (kue), Punjabi Samosa, dan Mysore rasam.

Selain India negara Asia lain yang aktif dalam pengembangan indikasi geografis adalah Cina atau Tiongkok. Pada akhir tahun 2002 di RRC telah terdapat 43 produk yang mendapat perlindungan indikasi geografis, dan dalam waktu dekat akan segera menyusul 80 produk lain (yang sebagian besar produk-produk yang berasal dari tanaman obat). Beberapa contoh produk IG dari RRC adalah *Long Jin tea*, *Shaoxing yellow ricespirit*, *Xuanwei ham*, *Xuancheng art paper*, *Yantalapple*, dan *Changbaishan ginseng*.

Vietnam dalam melindungi obyek-obyek Hak Kekayaan Intelektual termasuk indikasi geografis melalui sebuah undang-undang dan beberapa tingkatan peraturan pelaksana. Secara khusus, suatu indikasi tentang nama asal suatu produk dapat dilindungi melalui apelasi asal terdaftar dan perlindungan indikasi geografis.<sup>21</sup>

Potensi Produk Indikasi Geografis di Asia, antara lain :

- Malaysia : Bario Rice.
- Indonesia : Ijen Clove from Ternate, Pepper from Bangka, Tobacco from Deli, Nutmeg from Ternate, Cinnamon from Bukit tinggi, Cacao from Bone bone (Sulawesi)
- Vietnam : (Registered GI): Nuoc Mam from Phu Quoc, Tea

---

<sup>21</sup>Miranda Risang Ayu, *Op. Cit.* hal. 125

- Shan Tuyet from Moc Chau Potential GI : Pomelo From Nam Roi Pomelo From Phuc Trah, Rice From Hai Nau, Pepper from Phu Quoc, Buon Ho Coffee (Dak Lak), Tan Lam Coffee (Quang Tri), Nuocman From Cat Thai, Tea From Tan Cuong
- Kamboja : Rice from Battambang, Cardamom, Pranoc (Fish sauce), Pepper from Kampot
- Cina : Alcohol From Cereals, Mootai (Gui Zhou), Longjing Tea From Huangzhou (Zhetiang), Xuanwei Ham (Yunnan), Mengshan tea (Sinchuan), Shuijing Alcohol (Sinchuan), Ginseng From Changbaishan, Art paper from Xuancheng, Yellow Rice Spirit from Shaoxing, Plus more than 80 potential GI
- Laos : Coffee, Green Tea from Paksong (Bolovens Plateau), Silk from Pak Eum Purple, stick rice from the northern provinces, Algae from Luang Prabang, Benzoin from Laos
- Thailand : Longan from Chiangmai, Hom Mali fragrant rice from Buriram, Sisaket, Sao Hai Rice from Saraburri, Sai Krog Sausage from Isan, Silk from Isan, Lychee from Chiangrai, Durian from Chanthaburi, Rayong, Mangosteen from Rayong, Pineapple from Phuket, Salted eggs from Chai Ya (Suratnani), Oysters from Suratnani, Wine from Loei, Pak Chong, Khao Yai, Gold from Sukhotai. Adepta- & Abassade de France en Thailande.

## 2. Beberapa Produk Indikasi Geografis Negara-Negara Eropa

### a. Perancis

“ *Farine de blé noir de Bretagne* “ adalah nama produk tepung gandum dari Negara Prancis yang mendapatkan perlindungan atas Indikasi Geografis dari badan Uni Eropa. Disahkan pada 26 Juni 2010 lalu oleh Komisi Uni Eropa, produk khas Prancis ini masuk didalam jenis nama sayuran dan hasil pertanian yang dilindungi peraturan Indikasi Geografis. Sebelumnya produk tersebut memang sudah diajukan untuk mendapatkan perlindungan atas Indikasi

Geografis sejak 4 tahun silam yang tepatnya pada bulan September 2006.<sup>22</sup>

Diberlakukannya perlindungan atas Indikasi Geografis terhadap tepung gandum berlabel *Farine de blé noir de Bretagne* ini mengharuskan proses produksi, penyimpanan, sortasi sampai pengeringan harus dilakukan didaerah PGI (daerah geografis yang ditunjuk pada peraturan Indikasi Geografis).

Perlindungan atas Indikasi Geografis bagi gandum berlabel *Farine de blé noir de Bretagne* merupakan jaminan kualitas produk yang didasarkan terhadap wilayah asal produk. Di Prancis sendiri terdapat lembaga ODG (*Organization and Management of Defence*) yang melakukan kontrol terhadap produk Indikasi Geografis.

Perlindungan atas Indikasi Geografis yang didapatkan produk gandum khas Prancis merupakan penghargaan yang diberikan karena kualitas dari produk itu sendiri dan juga karakteristik-karakteristik lain yang disebabkan karena faktor geografis daerah asalnya. Wilayah geografis tersebut antara lain adalah Provinsi *cotesd' Armor, Finistere, ille et Vilanie, Morbihan* dan juga *Loire Atlantique*.

## **b. Spanyol**

Negara yang mendapat julukan sebagai negeri Matador tersebut telah menerima pengakuan atas produknya dari Badan Komisi Uni Eropa. Lobak Hijau Galicia atau *Grelos de Galicia* ini merupakan

---

<sup>22</sup>Miranda Risang Ayu, *Loc. Cit*



sejenis sayuran yang diakui oleh Eropa seiring dengan diterimanya Perlindungan Atas Indikasi Geografis (PGI). Diterimanya perlindungan Indikasi Geografis Uni Eropa terhadap Lobak Galicia merupakan sebuah penghargaan dan apresiasi besar bagi masyarakat Galicia.

Faktor geografis wilayah Galicia yang sebagian besar adalah ladang, sehingga sangat cocok untuk perkebunan. Nama sayur *Grellos de Galicia* ini sebenarnya sudah diajukan oleh *Galician Grellos Association* sejak Juni 2005 silam. Baru pada awal bulan November 2009 lalu, nama lobak khas Spanyol itu disahkan sebagai produk PGI oleh Komisi Uni Eropa.<sup>23</sup>

Lobak Galicia memiliki beberapa ciri khusus seperti berwarna hijau tua dan tekstur yang sedikit berserat dipandu dengan sedikit rasa asam. Di Spanyol, produk Lobak Galicia dapat ditemui dalam berbagai bentuk seperti sayuran segar, dibekukan dan bentuk kaleng. Proses produksi yang diawasi secara langsung oleh *Instituto Gallego De La Calidad Alimentari* di propinsi Galicia, Spanyol. Hal tersebut dilakukan karena komitmen tinggi dari Pemerintah Spanyol bersama masyarakat Galicia pada khususnya dalam menjaga kualitas produk *Grellos de Galicia* yang berlabel produk Indikasi Geografis.

---

<sup>23</sup>Amirul Hidayah, *Lobak Hijau Galicia Peroleh Perlindungan IG*, <http://www.igjepara.com>, diunduh tanggal 22 September 2016

### c. Jerman

Negara Jerman kembali memasukkan salah satu nama makanan khasnya untuk dilindungi dan diakui oleh Uni Eropa. Nama *Schwäbische Maultaschen* dan *Schwäbische Suppenmaultaschen* merupakan nama makanan sejenis pasta khas negara Jerman yang sudah menerima perlindungan Indikasi Geografis Uni Eropa.

Makanan khas Jerman tersebut sudah diajukan perlindungannya pada tanggal 16 Januari 2006 silam dan pada akhir bulan Oktober 2009 lalu Komisi Eropa telah resmi mengesahkan nama *Schwäbische Maultaschen* sebagai salah satu nama makanan jenis pasta yang mendapatkan perlindungan Indikasi Geografis.<sup>24</sup>

Pasta sendiri merupakan jenis makanan yang terbuat dari adonan berbahan dasar tepung terigu, air, telur dan garam yang dibentuk menjadi berbagai variasi ukuran dan bentuk. Pasta dijadikan berbagai hidangan setelah dimasak dengan cara direbus. Di Indonesia, jenis pasta yang populer misalnya spageti, makaroni dan lasagna.

Dengan berlakunya peraturan perlindungan Indikasi Geografis Eropa terhadap nama pasta *Schwäbische Maultaschen* dari negara Jerman ini, selain menambah jumlah nama makanan khas Jerman yang sudah dilindungi dan dijamin keberadaannya oleh Uni Eropa juga menjadikan kegiatan produksi pasta dengan nama *Schwäbische Maultaschen* yang asli dengan standar PGI Uni Eropa

---

<sup>24</sup>Mukhammad Rizal, *Jerman Kembali Mendaftarkan Produk IG*, <http://www.igjepara.com>, diunduh tanggal 22 September 2016

hanya dapat dilakukan di wilayah geografis Jerman. Daerah yang mendapatkan hak istimewa tersebut adalah Swabia dan juga *Baden Wurttemberg*.

### **3. Perlindungan Hukum Terhadap Produk Potensi Indikasi Geografis dalam Hukum Positif di Indonesia**

Konsep perlindungan indikasi geografis pertama kali dikenal di Perancis pada awal abad 20 yang kemudian menjadi isu internasional.<sup>25</sup> Perjanjian TRIPs kemudian menetapkan indikasi geografis pada Pasal 22-24, Pasal 22 mengatur perlindungan indikasi geografis, Pasal 23 tambahan atas anggur dan minuman beralkohol dan Pasal 24 mengatur pengecualian pada Indikasi Geografis.<sup>26</sup>

Pada tahun 1994 ketentuan terhadap perlindungan Indikasi Geografis dimuat dalam TRIPs Agreement pada article 22. Perlindungan hukum tentang Indikasi Geografis di Indonesia diatur oleh Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 Tentang Merek (UU Merek) dan Peraturan Pemerintah Nomor 51 Tahun 2007 Tentang Indikasi Geografis (PP Indikasi Geografis). Indonesia memberikan perlindungan untuk indikasi geografis menyatu dengan UU Merek dan menetapkan indikasi geografis sebagai bagiannya.

---

<sup>25</sup>Fitri Hidayat, *Penerapan Perlindungan Hukum Terhadap Produk Potensi Indikasi Geografis di Indonesia*, Risalah Hukum Fakulras Hukum Unmul, Juni 2014, hal 72-83.

<sup>26</sup>Maria Alfons, *Implementasi Perlindungan Indikasi Geografis Atas Produk-Produk Masyarakat Lokal Dalam Perspektif Hak Kekayaan Intelektual*, Disertasi Program Doktor Ilmu Hukum Pada Fakultas Hukum Universitas Brawijaya Malang, Tidak dipublikasikan, 2011, hlm. 6.

**a. Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 Tentang Merek (UU Merek)**

Dalam UU Merek hanya ada beberapa Pasal mengenai Indikasi Geografis, yaitu Pasal 56-60 saja.

1. Pasal 56 ayat (1) menjelaskan tentang pengertian Indikasi Geografis, yaitu 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. Dengan penjelasan Perlindungan Indikasi Geografis meliputi barang-barang yang dihasilkan oleh alam, barang hasil pertanian, hasil kerajinan tangan; atau hasil industri tertentu lainnya.
2. Pasal 56 ayat (2) menjelaskan tentang pihak-pihak yang dapat mengajukan pendaftaran Indikasi Geografis. Karena Indikasi Geografis baru mendapat perlindungan setelah terdaftar atas dasar permohonan. Pihak yang dapat mengajukan permohonan pendaftaran Indikasi Geografis adalah:
  - 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; atau
  - 4) pedagang yang menjual barang tersebut.
- b. Lembaga yang diberi kewenangan untuk itu; atau
- c. Kelompok konsumen barang tersebut.

Maksud pendaftaran Indikasi Geografis adalah untuk menjamin kepastian hukum. Jangka waktu perlindungannya dapat berlangsung secara tidak terbatas selama ciri dan/atau kualitas yang menjadi dasar diberikannya perlindungan masih ada (Penjelasan Pasal 1 Peraturan Pemerintah Nomor 51 Tahun 2007 tentang Indikasi Geografis).

Dari persyaratan di atas dapat dilihat ketentuan Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 Tentang Merek untuk masalah indikasi geografis bersifat komunal, cocok dengan kehidupan masyarakat Indonesia yang juga komunal. Tidak seperti ketentuan dalam Undang-undang HKI yang lain yang bersifat individual.

3. Pasal 56 ayat (3) tentang pengumuman Indikasi Geografis yang prosesnya sama dengan pengumuman merek terdaftar.
4. Pasal 56 ayat (4) tentang penolakan permintaan pendaftaran Indikasi Geografis.
5. Pasal 56 ayat (5) dan (6) menambahkan ketentuan tentang keberatan atas penolakan pendaftaran Indikasi Geografis yang

dapat diajukan kepada Komisi Banding Merek. Tata caranya sama dengan penolakan permintaan pendaftaran merek terdaftar.

6. Pasal 56 ayat (7) menyatakan bahwa Indikasi Geografis diberikan perlindungan hukum selama ciri dan kualitas produk yang bersangkutan masih ada.
7. Pasal 57 menegaskan bahwa pemegang hak Indikasi Geografis dapat mengajukan ganti rugi dan penghentian penggunaan serta pemusnahan etiket Indikasi Geografis yang digunakan secara tanpa hak.
8. Pasal 59 dan 60 mengatur tentang indikasi asal.
9. Pasal 92 dan 93 yang merupakan ketentuan pidana.

Bentuk perlindungan hukum pada UU Merek terlihat pada Pasal 56 ayat (2) yang menegaskan bahwa Indikasi Geografis dilindungi setelah didaftarkan. Siapa saja yang dapat mendaftarkan produk potensi indikasi geografisnya adalah:

1. Lembaga yang mewakili masyarakat di daerah yang memproduksi barang yang bersangkutan, yang terdiri atas:
  - a) pihak yang mengusahakan barang yang merupakan hasil alam atau kekayaan alam;
  - b) produsen barang hasil pertanian;
  - c) pembuat barang-barang kerajinan tangan atau hasil industri;  
atau
  - d) pedagang yang menjual barang tersebut.

Lembaga yang dimaksud adalah lembaga yang diberi kewenangan untuk mendaftarkan Indikasi Geografis dan lembaga itu merupakan lembaga pemerintah atau lembaga resmi lainnya seperti koperasi, asosiasi, atau yayasan yang anggotanya produsen setempat (Penjelasan Pasal 5 ayat (3) Peraturan Pemerintah Nomor 51 Tahun 2007 tentang Indikasi Geografis).

2. Lembaga yang diberi kewenangan untuk itu Lembaga pemerintah di daerah yang membidangi barang yang diajukan untuk permohonan, seperti Pemerintah daerah di tingkat Provinsi atau Kabupaten/Kota.
3. Kelompok konsumen barang tersebut.

Sistem perlindungan yang digunakan adalah dengan menggunakan sistem konstitutif, yaitu pendaftaran adalah merupakan syarat utama perlindungan. Menurut sistem konstitutif (aktif) dengan doktrinnya *prior in filling*, bahwa yang berhak atas suatu indikasi geografis adalah pihak yang telah mendaftarkan Indikasi Geografisnya, yang dikenal pula dengan asas *presumption of ownership*. Jadi, pendaftaran itu menciptakan suatu hak atas Indikasi Geografis tersebut, pihak yang mendaftarkan dialah satu-satunya yang berhak atas suatu Indikasi Geografis dan pihak ketiga harus menghormati hak-hak si pendaftar sebagai hak mutlak. Kelebihan

sistem konstitutif adalah lebih terjaminnya kepastian hukum perlindungan dan lebih mudah dalam perlindungannya.<sup>27</sup>

Efek dari sistem pendaftaran adalah perlindungan Indikasi Geografis terhadap produk potensi Indikasi Geografis lebih terjamin kepastian hukumnya, karena produk potensi Indikasi Geografis yang telah didaftar dan telah disetujui dengan kata lain menyatakan bahwa produk tersebut adalah identitas suatu daerah, dan pihak lain harus menghormatinya.

Sisi positif lainnya dari sistem pendaftaran adalah lebih mudah dalam perlindungannya, karena telah terdaftar dengan sendirinya akan lebih mudah pengawasannya. Selain efek positif dari sisi pendaftaran tentu ada efek negatifnya, yaitu karena tidak semua daerah mengerti tentang indikasi geografis dan tentu saja tidak semua tahu tentang prosedur pendaftarannya, sehingga sistem pendaftaran pada ketentuan tentang Indikasi Geografis terkesan membuang waktu karena hanya menunggu pihak pendaftar mendaftarkan produk potensi indikasi geografisnya.

Bentuk perlindungan hukum yang lain adalah pengumuman permohonan pendaftaran Indikasi Geografis pada UU Merek Pasal 56 ayat (3) yang prosesnya sama persis dengan pengumuman pendaftaran merek, yaitu tercantum pada UU Merek Pasal 21-23.

Dalam Pasal 21-23 tersebut dikatakan pengumuman dilakukan 10

---

<sup>27</sup>Saky Septiono, *Perlindungan Indikasi Geografis dan Potensi Indikasi Geografis*, <http://www.infohaki.co.id/Perlindungan-Indikasi-Geografis-dan-Potensi-Indikasi-Geografis>, diakses 25 September 2016.



hari dalam Berita Resmi Indikasi Geografis sejak tanggal disetujuinya permohonan serta pengumuman tersebut berlangsung selama 3 (tiga) bulan. Pengumuman permohonan pendaftaran Indikasi Geografis menjadi penting karena ini merupakan tindakan preventif.

Dengan diumumkannya permohonan pendaftaran Indikasi Geografis, ini semacam bentuk pemberitahuan serta peringatan bagi pihak lain sehingga pihak lain tahu bahwa produk tersebut telah didaftarkan indikasi geografisnya. Oleh karena itu pihak lain harus menghormati hak-hak pendaftar. Serta bertujuan jika ada keberatan atau sanggahan dari pihak lain mengenai produk yang telah didaftarkan indikasi geografisnya.

Bentuk perlindungan hukum selanjutnya yang diberikan UU Merek adalah hak mengajukan gugatan bagi pemegang hak Indikasi Geografis terhadap pemakai Indikasi Geografis yang tanpa hak. Perlindungan hukum ini tercantum pada UU Merek Pasal 57. Bentuk gugatan tersebut berupa permohonan ganti rugi, penghentian penggunaan Indikasi Geografis yang tanpa hak tersebut dan pemusnahan etiket indikasi geografis yang digunakan tanpa hak tersebut. Hak mengajukan gugatan ini untuk melindungi serta mempertahankan hak pemegang Indikasi Geografis serta bertujuan untuk mencegah kerugian yang lebih besar bagi pihak pemegang Indikasi Geografis yang haknya telah dilanggar.

UU Merek hanya menyediakan 5 (lima) Pasal untuk perlindungan Indikasi Geografis, yaitu Pasal 56-60. Dari 5 (lima) Pasal tentang Indikasi Geografis yang ada dalam UU Merek dapat disimpulkan bentuk perlindungan hukum yang diberikan adalah pendaftaran, pengumuman, dan hak mengajukan gugatan bagi pemegang hak Indikasi Geografis.

Bentuk perlindungan hukum yang diberikan Pasal 56-60 UU Merek sangat singkat dan kurang jelas. Selain singkatnya Pasal yang mengatur ketentuan Indikasi Geografis, juga karena terjadi pertentangan antara Pasal tentang Indikasi Geografis dengan Pasal tentang merek. Sehingga UU Merek kurang dapat melindungi produk-produk potensi Indikasi Geografis yang ada di Indonesia.

Pada Pasal 56-60 diatur mengenai definisi Indikasi Geografis sebagai suatu identitas dari suatu barang yang berasal dari suatu tempat tertentu yang menunjukkan kualitas, reputasi, dan karakteristik termasuk faktor alam dan manusianya serta tata cara pendaftarannya hanya secara umum. Akan tetapi perlu ada yang diluruskan mengenai konsep dasar dari apa yang dimaksud dengan Indikasi Geografis.

Dapat dilihat bahwa ada pertentangan antara Pasal yang mengatur ketentuan merek dengan ketentuan Indikasi Geografis. Suatu tanda dalam Indikasi Geografis sudah pasti akan menyebut nama barang yang dihasilkan sebagai ciri khas hasil produksi dari

daerah yang menghasilkan barang tersebut. Contoh: Kopi Toraja, Kopi Gayo, Ubi Cilembu adalah berkaitan dengan barang yang dimohonkan pendaftarannya, maka hal ini tidak dapat dikategorikan sebagai merek.

Selain itu ada perbedaan-perbedaan lain yang terlihat karena perbedaan sifat dan karakteristik dari Indikasi Geografis dan merek. Pasal 1 ayat (1) UU Merek menyatakan “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 atau jasa”.

Penjelasan Pasal 56 ayat (1) UU Merek menyatakan “Indikasi Geografis adalah suatu indikasi atau identitas dari suatu barang yang berasal dari suatu tempat, daerah atau wilayah tertentu yang menunjukkan adanya kualitas, reputasi dan karakteristik termasuk faktor alam dan faktor manusia yang dijadikan atribut dari barang tersebut. Tanda yang digunakan sebagai Indikasi Geografis dapat berupa etiket atau label yang dilekatkan pada barang yang dihasilkan. Tanda tersebut dapat berupa nama tempat, daerah, atau wilayah, kata, gambar, huruf, atau kombinasi dari unsur-unsur tersebut.

Pengertian nama tempat dapat berasal dari nama yang tertera dalam peta geografis atau nama yang karena pemakaian

secara terus-menerus sehingga dikenal sebagai nama tempat asal barang yang bersangkutan. Perlindungan Indikasi Geografis meliputi barang-barang yang dihasilkan oleh alam, barang hasil pertanian, hasil kerajinan tangan; atau hasil industri tertentu lainnya”.

Jika dilihat dari definisi di atas terdapat perbedaan pokok, yaitu bahwa merek hanya merupakan suatu tanda yang dilekatkan pada suatu barang yang berfungsi sebagai daya pembeda dalam kegiatan perdagangan barang atau jasa. Tanda tersebut tidak berkaitan dengan kualitas barang atau jasa yang diperdagangkan. Sedangkan dalam indikasi geografis tanda tersebut menunjukkan identitas dari suatu barang yang berasal dari suatu tempat, daerah, atau wilayah tertentu, yang karakteristik dari daerah tersebut yaitu faktor alam maupun manusianya mempengaruhi kualitas dan reputasi barang yang dihasilkan dari daerah tersebut.

Kemudian Pasal 1 ayat (2) dan (3) UU Merek menyatakan “Merek dagang atau jasa adalah merek yang digunakan pada barang atau jasa yang diperdagangkan oleh seseorang atau beberapa orang secara bersama-sama atau badan hukum untuk membedakan dengan barang-barang atau jasa-jasa sejenis lainnya”.

Dalam Pasal 56 ayat (2) disebutkan Indikasi Geografis mendapat perlindungan setelah terdaftar atas dasar permohonan yang diajukan 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; atau
  - 4) pedagang yang menjual barang tersebut;
- b. Lembaga yang diberi kewenangan untuk itu; atau
- c. Kelompok konsumen barang tersebut.

Dalam penjelasan Pasal ini dijelaskan bahwa yang dimaksud dengan lembaga yang mewakili masyarakat di daerah yang memproduksi barang adalah lembaga yang diberi kewenangan untuk mendaftarkan indikasi geografis dan lembaga itu merupakan lembaga pemerintah atau lembaga resmi lainnya seperti koperasi dan asosiasi. Kesimpulan dari dua definisi di atas adalah bahwa merek dapat dimiliki secara perseorangan atau perusahaan, sedangkan indikasi geografis dapat dimiliki secara terbuka oleh suatu lembaga mewakili masyarakat atau kelompok konsumen tertentu.

Selain itu menurut Pasal 3 UU Merek yang dimaksud hak atas merek adalah hak eksklusif yang diberikan oleh negara kepada pemilik merek yang terdaftar dalam Daftar Umum Merek untuk jangka waktu tertentu. Berkaitan dengan Pasal 28 mengenai jangka

waktu perlindungan merek adalah 10 (sepuluh) tahun sejak tanggal penerimaan dan jangka waktu perlindungan itu dapat diperpanjang. Sedangkan dalam indikasi geografis pada Pasal 56 ayat (7) disebutkan “Indikasi Geografis terdaftar mendapat perlindungan hukum yang berlangsung selama ciri dan/atau kualitas yang menjadi dasar bagi diberikannya perlindungan atas Indikasi Geografis tersebut masih ada”.

UU Merek tidak mengatur mengenai jangka waktu perlindungan Indikasi Geografis. Sehingga jangka waktu perlindungan Indikasi Geografis tidak terbatas, selama tidak ada perubahan pada struktur alam dan/atau faktor manusianya yang ikut mempengaruhi kualitas barang yang dihasilkan dari daerah yang bersangkutan. Oleh karena itu terlihat perbedaannya bahwa merek jangka waktu perlindungannya 10 (sepuluh) tahun dan dapat diperpanjang 10 (sepuluh) tahun. Sedangkan pada indikasi geografis tidak ada batas waktu perlindungan karena tergantung pada faktor alam dan manusianya penghasil barang yang bersangkutan.

Karena sebab-sebab di atas, menjadikan UU Merek tidak dapat memberikan perlindungan Indikasi Geografis secara optimal. Selain karena aturan mengenai Indikasi Geografis masih bergabung dengan aturan merek, juga karena sedikitnya jumlah Pasal yang ada. Bergabungnya aturan Indikasi Geografis dengan aturan merek membuat pertentangan antara Pasal yang mengatur Indikasi

Geografis dengan Pasal yang mengatur tentang merek, seperti penjelasan di atas.

Perlu ditambahkan dalam ketentuan yang mengatur tentang Indikasi Geografis sebagai bentuk perlindungan hukum yaitu dengan menginventarisasi produk-produk potensi Indikasi Geografis di setiap daerah di Indonesia. Oleh karena itu perlu kerjasama dari setiap pemerintah daerah di Indonesia untuk mendata produk apa saja di daerahnya yang termasuk produk potensi Indikasi Geografis.

Dirjen HKI harus membentuk direktorat khusus Indikasi Geografis, karena selama ini masih menjadi bagian dari Direktorat Merek. Sehingga nantinya jajaran Direktorat Indikasi Geografis yang turun langsung ke setiap daerah untuk secara aktif menginventarisasi produk-produk potensi Indikasi Geografis, menentukan apakah suatu produk merupakan produk potensi Indikasi Geografis atau tidak. Kemudian mendaftarkan dan memberikan perlindungan serta memantau perkembangan pelaksanaan penggunaan produk geografisnya. Selain itu pemerintah daerah juga harus aktif dan peduli. Sehingga tidak perlu selalu menunggu orang yang mendaftarkan produk potensi indikasi geografisnya.

#### **b. Peraturan Pemerintah Nomor 51 Tahun 2007 Tentang Indikasi Geografis (PP Indikasi Geografis)**

Pada ketentuan Pasal 56 ayat (9) menyatakan bahwa ketentuan pendaftaran akan diatur dalam peraturan pemerintah. Pada

tahun 2007 pemerintah mengeluarkan Peraturan Pemerintah Nomor 51 Tahun 2007 tentang Indikasi Geografis. Tetapi PP Indikasi Geografis ini tidak hanya mengatur tata cara pendaftaran, tetapi mengatur kembali ketentuan pokok Indikasi Geografis yang terdapat dalam UU Merek. PP Indikasi Geografis mengatur:

- a. Ketentuan umum Indikasi Geografis
- b. Lingkup Indikasi Geografis
- c. Indikasi Geografis yang tidak terdaftar
- d. Jangka waktu perlindungan Indikasi Geografis
- e. Tata cara pendaftaran

Bentuk perlindungan hukum dalam PP Indikasi Geografis dapat dijabarkan yaitu bahwa suatu Indikasi Geografis harus didaftarkan terlebih dahulu agar mendapat perlindungan, hal ini tersurat dalam Pasal 3 yang menyebutkan Indikasi Geografis mana saja yang tidak dapat didaftarkan, yaitu:

- a. Bertentangan dengan peraturan perundang-undangan, moralitas agama, kesusilaan atau ketertiban umum;
- b. Menyesatkan atau memperdaya masyarakat mengenai: ciri, sifat, kualitas, asal sumber, proses pembuatan barang dan/atau kegunaannya;
- c. Merupakan nama geografis setempat yang telah digunakan sebagai nama varietas tanaman dan digunakan bagi varietas tanaman yang sejenis. Apabila suatu Indikasi Geografis telah



digunakan sebagai nama varietas tanaman tertentu, nama Indikasi Geografis tersebut hanya dapat digunakan untuk varietas tanaman yang bersangkutan saja. Contoh: Nama atau kata "Cianjur" telah dikenal sebagai nama salah satu varietas tanaman padi. Oleh karenanya, kata "Cianjur" tidak diperkenankan untuk digunakan sebagai indikasi geografis bagi varietas tanaman padi lainnya sekalipun pembudidayaannya dilakukan di daerah Cianjur. Hal ini dimaksudkan untuk menghindarkan timbulnya kemungkinan yang menyesatkan. Walaupun demikian, kata "Cianjur" dapat digunakan sebagai Indikasi Geografis bagi varietas tanaman lain ataupun barang lainnya selain padi atau beras, misalnya: salak, markisa, tauco, dan sebagainya (Penjelasan Pasal 3 huruf c Peraturan Pemerintah nomor 51 Tahun 2001 tentang Indikasi Geografis).

- d. Telah menjadi generik Indikasi yang bersifat generik adalah indikasi tentang suatu barang yang telah menjadi milik umum karena sering digunakan dalam bahasa sehari-hari, dan karenanya tidak dilindungi. Contoh: tahu, tempe, batik, jeruk bali, pisang ambon, dan sebagainya (Penjelasan Pasal 3 huruf d Peraturan Pemerintah Nomor 51 Tahun 2001 tentang Indikasi Geografis).

Dari penjelasan di atas tentang bentuk perlindungan hukum yang ada menurut PP Indikasi Geografis, masih belum bisa

memberikan perlindungan hukum yang memadai tentang Indikasi Geografis di Indonesia. Dalam PP Indikasi Geografis, banyak hal yang mengulang ketentuan yang ada dalam UU Merek.

Dalam PP Indikasi Geografis selain mengatur tata cara pendaftaran, lebih banyak mengulang ketentuan yang ada dalam UU Merek yang memang ketentuannya disamakan dengan ketentuan merek. Perlu ditambahkan dalam ketentuan yang mengatur tentang Indikasi Geografis sebagai bentuk perlindungan hukum yaitu dengan menginventarisasi produk-produk potensi indikasi geografis di setiap daerah di Indonesia. Oleh karena itu perlu kerjasama dari setiap pemerintah daerah di Indonesia untuk mendata produk apa saja di daerahnya yang termasuk produk potensi indikasi geografis.

Selain itu Dirjen HKI harus membentuk direktorat khusus Indikasi Geografis, karena selama ini masih menjadi bagian dari Direktorat Merek. Sehingga nantinya jajaran Direktorat Indikasi Geografis yang turun langsung ke setiap daerah untuk secara aktif menginventarisasi produk-produk potensi Indikasi Geografis, menentukan apakah suatu produk merupakan produk potensi indikasi geografis atau tidak. Kemudian mendaftarkan dan memberikan perlindungan serta memantau perkembangan pelaksanaan penggunaan produk geografisnya. Selain itu pemerintah daerah juga harus aktif dan peduli. Sehingga tidak perlu selalu menunggu orang yang mendaftarkan produk potensi indikasi geografisnya.

Hal di atas sesuai dengan teori perlindungan hukum yang dikemukakan oleh Philipus M. Hadjon bahwa perlindungan hukum merupakan perlindungan akan harkat dan martabat serta pengakuan terhadap hak asasi manusia yang dimiliki oleh subjek hukum dalam negara hukum dengan berdasarkan pada ketentuan hukum yang berlaku di negara tersebut guna mencegah terjadinya kesewenang-wenangan, sehingga dapat dikatakan bahwa hukum berfungsi sebagai perlindungan atas kepentingan manusia. Perlindungan hukum adalah suatu upaya yang dilakukan oleh hukum dalam menanggulangi pelanggaran, yang terdiri dari dua jenis, yaitu:<sup>28</sup>

- a. Perlindungan hukum yang bersifat represif, yaitu perlindungan hukum yang dibuat untuk menyelesaikan suatu sengketa.
- b. Perlindungan hukum yang bersifat preventif, yaitu perlindungan hukum yang dibuat dengan tujuan untuk mencegah terjadinya sengketa.

Dengan menginventarisasi produk-produk potensi Indikasi Geografis di setiap daerah di Indonesia, merupakan perlindungan hukum preventif untuk mencegah terjadinya pelanggaran terhadap Indikasi Geografis karena produk potensi Indikasi Geografis tersebut merupakan produk domestik yang memiliki nilai ekonomi dan reputasi yang tinggi. Sehingga memerlukan jaminan kepastian hukum. Ada kekurangan sistem pendaftaran, karena sifatnya

---

<sup>28</sup> Philipus M Hadjon, *Perlindungan Hukum Bagi Rakyat Indonesia*, Bina Ilmu, Surabaya, 1987, hlm. 19.

menunggu. Menunggu pihak pendaftar, selain membuang waktu karena belum tentu semua daerah mengetahui tentang Indikasi Geografis apalagi pendaftarannya, juga kurang efektif apabila pendaftar harus datang sendiri, isi formulir. Akan lebih baik jika menggunakan kecanggihan teknologi dengan menggunakan media internet. Karena sebab-sebab di atas, menjadikan UU Merek tidak dapat memberikan perlindungan Indikasi Geografis secara optimal.

Selain karena aturan mengenai indikasi geografis masih bergabung dengan aturan merek, juga karena sedikitnya jumlah Pasalyang ada. Selanjutnya PP Indikasi Geografis keluar dengan rentan waktu yang cukup lama, baru di tahun 2007 PP Indikasi geografis keluar. Dengan adanya PP Indikasi Geografis ini menjadi aneh, karena PP Indikasi Geografis ini tampak berdiri sendiri.

Seperti yang telah diuraikan di atas dalam UU Merek, ketentuan merek lebih dominan dari Indikasi Geografis, karena memang hanya terdapat beberapa Pasal saja tentang Indikasi Geografis. Sehingga terkesan Indikasi Geografis hanya bagian dari merek. Ditambah lagi dalam Pasal 1 UU Merek tidak mendefinisikan Indikasi Geografis, ini yang menyebabkan produk potensi Indikasi Geografis kurang bisa dilindungi.

## D. Kasus Indikasi Geografis

### 1. Kasus Kopi Gayo

Gayo merupakan dataran tinggi di provinsi Nangroe Aceh Darusalam yang telah puluhan tahun dikenal sebagai penghasil kopi arabika terbaik di dunia. Perkebunan Kopi yang telah dikembangkan sejak tahun 1926 ini tumbuh subur di Kabupaten Bener Meriah dan Aceh Tengah. Pada tanggal 15-07-1999 kata "*Gayo Mountain Coffee*" didaftarkan oleh *European Coffee Bv* yang beralamat *Zwarteweg 6 BNL-1412 GD Naarden Paises Bajos* melalui CTM daftar 001242965, kelas 30 dengan jenis barang *Coffee, tea, cocoa, sugar and artificial coffee*.<sup>29</sup>

Berdasarkan adanya sertifikat merek *European BV* melalui *Holland Coffee* telah melayangkan surat/somasi kepada PT. Arvis Sanada suatu perusahaan eksportir kopi nasional yang dimiliki oleh putra asal Gayo berkedudukan di Medan Sumatera Utara untuk tidak mengekspor kopi ke Belanda dengan menggunakan kata *Gayo Coffee* karena kata tersebut memiliki persamaan dengan sertifikat merek miliknya. Hal ini membuat kontrak ekspor kopi ke Belanda dihentikan dan semua kontrak yang telah disepakati dibatalkan.

*European Bv* juga melarang semua perusahaan kopi di seluruh dunia untuk tidak mengedarkan kopi gayo di Belanda. Seperti juga halnya PT. Arvis Sanada, *European BV* tidak keberatan atas peredaran kopi di

---

<sup>29</sup>Imam Hariyanto, *Indikasi Geografis Pelindung Kekayaan Indonesia*, Blogspot Imam Hariyanto, dipostkan 6 Agustus 2014, <https://imamariyanto.com/indikasi-geografis-pelindung-kekayaan-indonesia/>, diakses 3 Oktober 2016.

Belanda asal tidak menggunakan kata Gayo kalupun itu merupakan asal dari kopi yang diperdagangkan.<sup>30</sup>

## 2. Kasus Kopi Toraja

Sejauh ini masyarakat mengakui bahwa reputasi Kopi Toraja sudah sedemikian tinggi hingga dikenal luas didalam dan di luar negeri. Sebagai bagian dari fenomena bisnis dan perdagangan, suatu produk yang mempunyai reputasi Internasional akan diikuti oleh praktek peniruan, termasuk dalam bentuk dan cara penggunaan nama-nama produk yang sudah terkenal tersebut. Begitu pula dengan Kopi Toraja yang sudah terkenal mempunyai reputasi diluar negeri. Nama Kopi Toraja telah digunakan di luar negeri dan didaftarkan sebagai merek. Contohnya, di Amerika Serikat terdapat tiga pendaftaran merek yang menggunakan kata **Toraja** berikut dengan gambar rumah Toraja. Data selengkapnya adalah sebagai berikut:

- 1) Merek Toarco Toraja Nomor Pendaftaran 75884722 milik Key Coffe, Inc Corporation Japan, menggunakan gambar rumah Toraja;
- 2) Merek Sulotco Kalosi Torajacoffee Nomor Pendaftaran 74547036, milik IFES Inc. Corporation California
- 3) Merek Sulotco Kalosi Torajacoffee dengan gambar rumah Toraja Nomor Pendaftaran 74547000, milik IFES Inc. Corporation California.

---

<sup>30</sup>*Idem*

Patut dicatat bahwa pendaftaran *Toraja Coffee* di Amerika Serikat tersebut tidak menyatakan kata Toraja beserta gambar rumah Toraja yang merupakan simbol daerah Toraja sebagai hak eksklusif pendaftar.<sup>31</sup>

Ini berarti kata *Toraja Coffee* tidak diklaim sebagai produk Indikasi Geografis dari Indonesia. Hal itu merupakan konsekuensi logis dari belum berlakunya perlindungan atas Indikasi Geografis di Indonesia meskipun sudah diatur dalam Undang-undang Merek. Dengan kata lain, Amerika Serikat tidak mengetahui produk-produk mana yang termasuk dalam kategori Indikasi Geografis dari Indonesia. Oleh karena itu penggunaan secara tanpa hak nama-nama produk-produk geografis Indonesia tidak dapat diselesaikan melalui jalur hukum.

### **3. Kasus Champagne**

Kasus yang terkait dengan Champagne adalah penggunaan kata tersebut untuk merek bagi jenis barang selain minuman anggur. Pada tahun 1984, kata Champagne dipergunakan oleh perusahaan Perancis SEITA untuk jenis barang tembakau dan juga pada tahun 1993 kata Champagne digunakan untuk parfume, kedua kasus tersebut telah dibawa ke proses pengadilan.

Patut dicatat bahwa penggunaan nama geografis yang sudah mempunyai reputasi untuk produk lainnya akan mengakibatkan hal-hal yang diindikasikan sebagai berikut :

---

<sup>31</sup>*Idem*

- 1) Membuat penekanan atas nama yang bergengsi atau nama yang mempunyai reputasi berakibat kehilangan daya tariknya, hal ini akan membahayakan kesan dimasyarakat dan kehilangan reputasi.
- 2) Menyuburkan tindakan haram, dimana pengguna nama yang tidak berhak tersebut akan menikmati kesan atau reputasi dari barang yang sudah mempunyai reputasi.
- 3) Produk dengan menggunakan nama yang sudah mempunyai reputasi akan mendapat pengakuan dari seluruh dunia serta mendapat kesan positif dari pembeli, dan juga membawa dampak tidak meragukan konsumen apabila menjual produk tersebut dengan harga tinggi.

Fakta dan alasan tersebut di atas menunjukkan bahwa penggunaan suatu nama geografis untuk produk lain selain produk geografis tersebut akan menjatuhkan reputasi dan menyesatkan masyarakat Perancis sudah mengatur hal tersebut sehingga perlindungan terhadap produk – produk geografis terlindungi baik secara nasional maupun Internasional.

#### **4. Kasus Darjeling Tea dan Basmati Rice**

*Darjeling Tea* salah satu produk indikasi geografis di India yang cukup terkenal karena kekhasannya hanya tumbuh di daerah pegunungan Sadar, Kalimpong dan Kurseong dari distrik Darjeeling, West Bengal, India. Pemerintah India berupaya keras untuk melindungi komoditas ini dari kemungkinan penyalahgunaan yang dapat menurunkan reputasi atau penggunaan secara tanpa hak atas bentuk upaya yang dilakukan oleh



Pemerintah India yaitu dengan membentuk *Tea Board of India*, lembaga ini sebagai pemegang hak atas *Darjeeling Tea*. Adapun ruang lingkup kegiatan dari Tea Board yaitu: <sup>32</sup>

- 1) Memberikan ijin lisensi kepada setiap lembaga atau orang yang akan menggunakan dan memproduksi *Darjeeling Tea*.
- 2) Mengadministrasikan lembaga atau perorangan yang akan menggunakan, memperdagangkan dan menerima lisensi atas *Darjeeling Tea*.
- 3) Memberikan ijin kepada setiap lembaga atau orang yang akan menggunakan logo Darjeeling serta kata Darjeeling untuk didaftarkan sebagai merek dagang untuk jenis barang teh.
- 4) Memberikan perlindungan penggunaan Darjeeling tea diseluruh dunia, melalui ketentuan – ketentuan Internasional yang berlaku dan melalui jalur WTO, serta membuka cabang-cabang di beberapa negara antara lain United Kingdom, Hamburg-Germany, Moscow-Russian Federation, Dubai-UEA, New York, Tokyo-Japan.
- 5) Membantu dan mengembangkan perdagangan *Darjeeling Tea* baik secara nasional maupun Internasional.

Dengan adanya lembaga tersebut maka, perlindungan atas produk Indikasi Geografis *Darjeeling tea* dapat terjamin keberadaannya. Sebagaimana halnya pendaftaran merek *Darjeeling Tea* berikut logo di Amerika didaftarkan oleh *Tea Board Of India Corporation* dibawah

---

<sup>32</sup>*Idem*

pendaftaran nomor 1632726 tanggal 2 Januari 1991. Selain pendaftaran tersebut juga terdapat pendaftaran lain atas kata Darjeeling yaitu *Darjeeling Gardens* daftar nomor 1490383 tanggal 31 Mei 1988 atas nama *Kraft Inc Corporation Delaware Kraft Court Glenview Illinois* melindungi jenis barang Teh.

Pada tanggal 5 Desember 1994, pendaftaran tersebut dibatalkan berdasarkan Pasal 8 Undang-undang Merek Amerika yaitu karena terdapat persamaan dengan pendaftaran merek milik orang/lembaga lain. Dari kasus tersebut dapat disimpulkan bahwa dengan adanya perlindungan Indikasi Geografis dari negara bersangkutan dan memberikan jaminan perlindungan sampai dengan dunia Internasional maka hal tersebut akan memberikan jaminan kepastian hukum atas produk Indikasi Geografis bersangkutan.

Kasus Indikasi Geografis lainnya yang muncul dari India yaitu kasus *Basmati Rice* (beras Basmati), Basmati berarti *the queen of fragrance or the perfumed one*. Tipe beras ini tumbuh di kaki bukit Himalaya sejak ribuan tahun. Beras ini mempunyai aroma sangat khas yang berasal dari biji padi yang panjang. Pada tahun 1997 sebuah perusahaan Amerika *Rice Tec Inc* telah melakukan suatu penemuan dan mendaftarkan sebagai Paten yang diberi nama *the aromatic rice grown outside India* "Basmati", penemuan tersebut merupakan metode untuk mengembangkan *Basmati Rice* diluar India dengan cita rasa dan aroma yang sama dengan Basmati berasal dari India.

*Rice Tec Inc* mencoba untuk memasuki pasar Internasional Basmati dengan menggunakan merek Kasmati dan Texmati. *Rice Tec Inc* tidak hanya menyebutkan aroma Basmati dalam produk tersebut namun juga memberikan label Basmati untuk diexport. Beras adalah aspek yang utama bagi India dalam menumbuhkan pertumbuhan ekonomi, beras Basmati telah diexport kurang lebih setengah juta ton ke Teluk, Saudi Arabia, Eropa dan Amerika.

Dengan adanya rekayasa pertanian atas beras Basmati tersebut diatas, maka pemerintah India telah melakukan upaya-upaya hukum secara Internasional yaitu dengan membawa kasus ini ke WTO, apabila dikaitkan dengan ketentuan TRIPs yang mengatur tentang indikasi geografis maka penggunaan kata Basmati adalah hal yang eksklusif yang berasal dari India dan Pakistan sebagaimana halnya Champagne berasal dari Perancis dan Scotch Whiskey berasal dari Scotland, sehingga tidak dapat dipergunakan kepada suatu produk yang bukan berasal dari wilayah yang bersangkutan. Hingga saat ini permasalahan *Basmati Rice* masih dalam pembahasan di WTO dan dunia Internasional, perjuangan pemerintah India atas kasus ini masih terus berlangsung. Kasus ini sebagian besar pengamat menyebutnya sebagai bio-piracy.

Dari kedua kasus indikasi geografis di India, menunjukkan bahwa pengaturan indikasi geografis disuatu negara akan membawa dampak positif yaitu memberikan perlindungan dan kepastian hukum atas produk indikasi geografis dinegara yang bersangkutan maupun di dunia Internasional.

