

**PERLINDUNGAN ATAS PRODUK KHAS INDONESIA
MELALUI INDIKASI GEOGRAFIS**

TESIS

RIHADI NUGRAHA

NPM. 0706175400



**UNIVERSITAS INDONESIA
FAKULTAS HUKUM
PROGRAM PASCASARJANA
HUKUM TENTANG KEGIATAN EKONOMI
JAKARTA
Januari 2009**

Handwritten signature or stamp

**PERLINDUNGAN ATAS PRODUK KIIAS INDONESIA
MELALUI INDIKASI GEOGRAFIS**

TESIS

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Magister Hukum

RIHADI NUGRAHA

NPM. 0706175400



**UNIVERSITAS INDONESIA
FAKULTAS HUKUM
PROGRAM PASCASARJANA
HUKUM TENTANG KEGIATAN EKONOMI
Januari 2009**

HALAMAN PENGESAHAN

Tesis ini diajukan oleh :
Nama : Rihadi Nugraha
NPM : 0706175400
Program Studi : Magister Hukum
Judul Tesis : Perlindungan atas Produk Khas Indonesia
melalui Indikasi Geografis

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Magister Hukum pada Program Studi Magister Hukum, Fakultas Hukum, Universitas Indonesia

Pembimbing : Prof. DR. Agus Sardjono, S.H., M.H., CN ()

Penguji : DR. Freddy Harris, S.H., LL.M., ACCS ()

Penguji : Edmon Makarim, S.Kom., S.H., LL.M ()

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 03 Januari 2009

KATA PENGANTAR

Perlindungan terhadap Indikasi Geografis adalah suatu hal baru. Dalam rezim Hak Kekayaan Intelektual (HKI) perbedaan atas suatu ciri khas tertentu dan mutu dari suatu produk yang dipengaruhi oleh faktor-faktor alam seperti; keadaan geografis, iklim, keadaan tanah (*soil*), dikenal sebagai Indikasi Geografis. Organisasi Hak Kekayaan Intelektual Dunia/*World Intellectual Property Organization* (WIPO), mengakui bahwa dengan adanya perbedaan masing-masing produk (*product differentiation*) dari tiap-tiap negara dapat menjadi alat penting untuk meningkatkan nilai tambah pada produk yang ditawarkan baik mengenai kualitas maupun sifat-sifat yang dapat meningkatkan daya saing suatu produk.

Perlindungan Indikasi Geografis kini sudah menjadi isu global. Dunia sejak dulu sudah mengenal berbagai produk yang memiliki ciri khas suatu daerah (berindikasi geografis) dan memiliki nilai ekonomi tinggi seperti *Roquefort (cheese)*, *Mozzarella*, *Tuscany*, *Tequilla*, *Porto*, *Havana*, *Champagne*, *Cognac*, *Whisky Scotch*, *Bordeaux* dan anggur *Coonowara* dari Australia Negara Indonesia sebagai negara yang memiliki kenanekaragaman hayati terutama untuk produk khususnya memiliki keuntungan untuk dapat mengembangkan perlindungan terhadap Indikasi Geografis. Produk Indikasi Geografis apabila mampu dilindungi dan dikelola dengan baik maka dapat memberikan keuntungan terhadap masyarakat. Melihat potensi ekonomis yang dimiliki dan mengingat pentingnya perlindungan terhadap produk indikasi geografis, maka pengaturannya harus dimasukkan di dalam pengaturan hukum nasional.

Berdasarkan penelitian, perlindungan terhadap produk Indikasi Geografis Indonesia belum secara maksimal melindungi produk khas Indonesia, masih ditemui beberapa permasalahan yang masih harus diperbaiki. Sehingga tujuan akhir untuk dapat melindungi dan memberikan keuntungan ekonomis terhadap masyarakat Indonesia dapat terwujud.

Tesis ini merupakan persyaratan untuk menyelesaikan program pascasarjana Magister Hukum pada Fakultas Hukum Universitas Indonesia.

Penulis sadar bahwa penelitian ini baru langkah awal dalam salah satu usaha kepedulian untuk melindungi produk khas Indonesia. Penulis menyadari bahwa penelitian ini belumlah sempurna sehingga masih dibutuhkan penelitian lebih lanjut untuk melengkapi kekuarangan dalam penelitian ini.

Tesis ini tidak akan dapat terselesaikan tanpa adanya kesempatan, perjuangan, bimbingan, serta pengorbanan dan bantuan dari berbagai pihak. Secara khusus, ucapan terima kasih dan penghargaan setinggi-tingginya penulis haturkan kepada Prof. Dr. Agus Sardjono, SH., MH., selaku pembimbing yang selama masa bimbingan selalu memberikan arahan penulisan dan memberikan masukan, dorongan serta selalu mengingatkan agar selalu menggunakan daya kritis seorang akademisi dalam menyelesaikan penulisan ini. Dr. Freddy Harris, SH., LL.M., ACCS dan Edmon Makarim S.Kom., SH., LL.M. selaku dewan penguji yang memberikan masukan berarti dalam memperbaiki tesis ini. Dr. Agus Brotosusilo, SH., MA. yang selalu memberikan bahan pengetahuan dan arahan untuk selalu menambah wawasan keilmuan. Juga kepada berbagai pihak yang telah banyak berperan dalam penulisan tesis ini secara langsung maupun tidak langsung, serta keluarga tercinta, jasa-jasa beliau-beliau akan menambah manfaat dan hikmah yang mendalam bagi penulis. Semoga tesis penulis ini dapat bermanfaat. Amin.

Jakarta, 3 Januari 2009

Penulis
Rihadi Nugraha

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

**Tesis ini adalah hasil karya saya sendiri,
dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk
telah saya nyatakan dengan benar.**

Nama : RIHADI NUGRAHA

NPM : 0706175400

Tanda Tangan :

Tanggal : 3 Januari 2009



HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Universitas Indonesia, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Rihadi Nugraha
NPM : 0706175400
Program Studi : Pascasarjana Hukum tentang Kegiatan Ekonomi
Fakultas : Hukum
Jenis karya : Tesis

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Indonesia **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Non-exclusive Royalty-Free Right)** atas karya ilmiah saya yang berjudul :

PERLINDUNGAN ATAS PRODUK KHAS INDONESIA MELALUI INDIKASI GEOGRAFIS

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Indonesia berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya tanpa meminta izin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta
Pada tanggal : 2 Januari 2009

Yang menyatakan

(Rihadi Nugraha)

ABSTRAK

Nama : Rihadi Nugraha
Program Studi : Magister Hukum Perdagangan Internasional
Judul : PERLINDUNGAN PRODUK KHAS INDONESIA
MELALUI INDIKASI GEOGRAFIS

Perlindungan indikasi geografis sudah dikenal dinegara Eropa sejak abad ke-14, namun saat itu baru dikenal sebagai bentuk Apelasi Asal. Seiring dengan perkembangan perdagangan global yang semakin maju, indikasi geografis memerankan peranan yang penting sebagai tanda pembeda atau pemberi identitas bagi suatu produk yang berasal dari suatu negara tertentu.

Semakin pentingnya perlindungan atas indikasi geografis, maka dalam Putaran Uruguay yang melahirkan Organisasi Perdagangan Dunia (WTO), perlindungan indikasi geografis dimasukkan dalam Kesepakatan TRIPs yang mengatur perlindungan kekayaan intelektual secara global bagi seluruh anggota WTO.

Tesis ini membahas mengenai mekanisme perlindungan indikasi geografis di dalam hukum internasional dan hukum nasional Indonesia sebagai konsekuensi masuknya Indonesia sebagai anggota WTO. Selain itu juga dibahas mengenai perlindungan indikasi geografis terhadap produk khas Indonesia yaitu Kopi Kintamani. Selain itu dalam pelaksanaannya juga ditemui beberapa permasalahan dan bagaimana pengaturan indikasi geografis seharusnya yang dianggap baik bagi Indonesia.

Kata Kunci: Hak Kekayaan Intelektual, TRIPs, Indikasi Geografis

ABSTRACT

Name : Rihadi Nugraha
Programe : Master of International Trade Law
Judul : PROTECTION OF INDONESIA's SPESIAL PRODUCT
THROUGH GEOGRAPHICAL INDICATIONS

Geographical Indication protection already known by European countries since 14th centuries, but at that time known as Appellation of Origin. Together with international trade blooming, Geographical Indications plays an important role as distinctive sign or giving identify to a product with is come from one country.

The importance of Geographical Indication applied in Uruguay Round with in WTO forum, protection of geographical indications represent in one Annexes in TRIPs as a basic rule for protection of intellectual property rights for all WTO members.

The focus this study is to know mechanism for geographical protection in international law and national law in Indonesia as a member of WTO. Beside that author focus on the legal protection for Indonesian's special product, Kopi Kintamani. At least some problems in protecting geographical indication dan how to provide a proper protection for Indonesia's special product.

Keyword : Intellectual Property Rights, TRIPs, Geographical Indication.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
KATA PENGATAR	iii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	v
ABTRAKSI	vii
DAFTAR ISI	ix
Bab 1 PENDAHULUAN	1
1.1. Latar belakang	1
1.2. Rumusan masalah	7
1.3. Tujuan penelitian	7
1.4. Manfaat penelitian.....	8
Bab 2. TINJAUAN PUSATAKA	10
2.1. Sejarah Singkat Indikasi Geografis.....	10
2.2. Definisi Indikasi Geografis.....	11
2.3. Perlindungan Indikasi Geografis Dalam Tataran Hukum Internasional	12
2.3.1 Paris Convention for the Protection of Industrial Property 1883.	12
2.3.2 Madrid Agreement on Indications of Source 1891.	16
2.3.3 Lisbon Agreement on Appellations of Origin 1958.	18
2.3.3.1 Perlindungan atas Apelasi Asal dalam Lisbon Agreement.....	18
2.3.3.2 Pendaftaran Internasional untuk Apelasi Asal	21
2.3.4 The Agreement on Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights (TRIPs)	23
2.3.4.1 Perlindungan HKI dalam konteks TRIPs	23
2.3.4.2 Definisi dan Ruang Lingkup Indikasi Geografis	26
2.3.4.3 Standar Perlindungan terhadap Indikasi Geografis	27
2.4 Perlindungan Indikasi Geografis Dalam Tataran Hukum Nasional ...	30
2.4.1 Perlindungan Indikasi Geografis dalam Undang-Undang No.15 tahun 2007.....	31
2.4.2 Perlindungan Indikasi Geografis dalam Peraturan Pemerintah No. 51 tahun 2007	33

2.5	Merek dan Indikasi Geografis	36
2.5.1	Perbedaan Merek dan Indikasi Geografis	36
2.5.2	Hubungan antara Merek dan Indikasi Geografis dalam Kesepakatan Internasional	39
Bab 3.	METODE PENELITIAN DAN LANDASAN TEORI	43
3.1	Metode Penelitian	43
3.2	Landasan Teori	46
Bab 4.	PERLINDUNGAN INDIKASI GEOGRAFIS DI INDONESIA	52
4.1	Perlindungan Indikasi Geografis dalam TRIPs dan Pengaruhnya terhadap Perlindungan Indikasi Geografis di Indonesia	52
4.1.1	Pentingnya perlindungan indikasi geografis sebagai pengakuan atas hak kekayaan intelektual	52
4.1.2	Perlindungan Indikasi Geografis dalam Agreement TRIPs.....	56
4.1.3	Pengaruh Penerapan aturan TRIPs di Indonesia	58
4.2	Keentingan Negara Berkembang Dan Keuntungan Ekonomis Atas perlindungan Indikasi Geografis.....	65
4.2.1	Keentingan negara berkembang dalam perlindungan atas Indikasi Geografis.....	65
4.2.2	Keuntungan ekonomis dalam perlindungan indikasi geografis	67
4.2.3	Pelaksanaan Perlindungan Indikasi geografis di beberapa negara	72
	4.2.3.1 Perancis.....	72
	4.2.3.2 India.....	74
4.2.4	Perlindungan Indikasi Geografis di Indonesia	77
4.3	Permasalahan dalam pengaturan Indikasi Geografis dan Usaha untuk melindungi dan menunjang pengembangan ekspor negara Indonesia	83
4.3.1	Beberapa permasalahan dalam perlindungan Indiaksi Geografis di Indonesia.....	83
4.3.2	Pengaturan Indikasi Geografis dalam melindungi dan menunjang pengembangan ekspor Indonesia	88
Bab 5.	PENUTUP	92
5.1	Kesimpulan.....	92
5.2	Saran.....	93

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Perkembangan perdagangan pada abad XIX membawa perubahan dalam sistem perdagangan internasional yang telah ada. Perdagangan yang telah ada sebelumnya hanya melihat suatu barang sebagai suatu komoditi utuh tanpa ada faktor-faktor yang mempengaruhi nilai/harga dari barang yang diperdagangkan tersebut. Dalam perdagangan internasional yang modern saat ini, selain harga ada hal lain yang menentukan nilai dari suatu barang/produk. Hal yang menentukan tersebut terletak pada keunggulan yang dimiliki dari suatu produk, seperti: ciri khas, karakteristik dan konsistensi mutu produk tersebut.

Produk yang memiliki ciri khas dan karakteristik serta bermutu tinggi akan bernilai lebih dan banyak dicari serta mendapatkan tempat khusus di pasar perdagangan internasional. Untuk produk pertanian, ciri khas dan karakteristik dari suatu produk dapat terjadi dan dipengaruhi oleh beberapa hal, seperti: faktor geografis (keadaan tanah dan iklim yang khas dari daerah penghasil) dan/atau faktor budaya masyarakat setempat atau kombinasi dari keduanya¹. Faktor-faktor tersebut yang menyebabkan berbedanya harga suatu komoditi dari berbagai asal negara walaupun jenis komoditi tersebut sama.

Organisasi Hak Kekayaan Intelektual Dunia/*World Intellectual Property Organization* (WIPO), mengakui bahwa dengan adanya perbedaan masing-masing produk (*product differentiation*) dari tiap-tiap negara. Perbedaan tersebut dapat menjadi alat penting untuk meningkatkan nilai

¹ Makalah Ditjen Kerjasama Perdagangan Internasional (KPI) Departemen Perdagangan, “*Peningkatan Nilai Tambah Komoditas Indonesia Dengan Pengembangan Indikasi Geografis*”, Jakarta, 2004 diakses dari <http://www.ditjenkpi.depdag.go.id/website_kpi/files/content/2/Indikasi_Geografis_Final20060106141403.doc>

tambah pada produk yang ditawarkan baik mengenai kualitas maupun sifat-sifat yang dapat meningkatkan daya saing suatu produk². Oleh karena itu, sama seperti kekayaan intelektual lainnya kekhas-an yang dimiliki oleh suatu produk itu harus dilindungi oleh hukum karena mempunyai peranan yang sangat penting dalam memberikan reputasi atas suatu produk.

Dalam rezim Hak Kekayaan Intelektual (HKI) perbedaan atas suatu ciri khas tertentu dan mutu dari suatu produk yang dipengaruhi oleh faktor-faktor alam seperti; keadaan geografis, iklim, keadaan tanah (*soil*), dikenal sebagai Indikasi Geografis. Indikasi Geografis adalah suatu tanda (*sign*) yang digunakan terhadap produk untuk menandakan asal dari produk tersebut³. Berbeda dengan HKI lainnya yang perlindungannya bersifat individual, perlindungan terhadap Indikasi Geografis ini bersifat komunal.

Indikasi geografis dimengerti oleh konsumen sebagai citra tentang asal dan kualitas produk. Banyak diantaranya yang telah mendapatkan reputasi yang bagus, namun apabila tidak dilindungi secara baik akan dapat disalahgunakan oleh pelaku komersial yang tidak jujur untuk menyesatkan konsumen dan berakibat pada persaingan curang (*unfair competition*). Pada akhirnya merugikan produsen dan konsumen karena tidak mendapat kualitas yang diinginkan dan sesuai mutu yang diharapkan.

Perlindungan Indikasi Geografis kini sudah menjadi isu global. Dunia sejak dulu sudah mengenal berbagai produk yang memiliki ciri khas suatu daerah (berindikasi geografis) dan memiliki nilai ekonomi tinggi seperti *Roquefort (cheese)*, *Mozzarella*, *Tuscany*, *Tequilla*, *Porto*, *Havana*, *Champagne*, *Cognac*, *Whisky Scotch*, *Bordeaux* dan anggur *Coonowara* dari

² WIPO, "Introduction to Geographical Indication and existing means of protection". Makalah pada WIPO Asia and the Pacific Regional Symposium on the Protection of Geographical Indications, New Delhi, 18-20 November 2003, hal. 25 diakses dari <http://www.wipo.int/edocs/mdocs/geoind/en/wipo_geo_mvd_01/wipo_geo_mvd_01_1.doc>

³ Sugiono Moeljopawiro & Surip Mawardi, "Perlindungan Indikasi Geografis". Procsiding: Kepentingan Negara Berkembang terhadap Hak Atas Indikasi Geografis, Sumber daya Genetika dan Pengetahuan Tradisional, (Depok, Lembaga Pengkajian Hukum Internasional Fakultas Hukum Universitas Indonesia, 2005), hal. 164

Australia⁴. Bahkan negara-negara Eropa perlindungan terhadap produk indikasi geografis merupakan hal yang penting dalam perekonomiannya. Contohnya Perancis sudah sejak lama menikmati keuntungan ekonomis atas perlindungan indikasi geografis, pada tahun 2001 nilai perdagangan produk indikasi geografis mencapai 18 milyar Euro seperti untuk produk anggur dari *Champagne*, *Cognac* dan lain-lain⁵. Selain memberikan nilai dalam perekonomian negara Perancis, produk indikasi geografis berperan penting dalam penyediaan lapangan kerja di pedesaan dan merupakan sarana yang cukup efektif untuk pengembangan wilayah. Di Perancis lebih dari 300.000 orang bekerja disektor indikasi geografis, jumlah produsen produk indikasi geografis naik cukup tajam yaitu sebesar 14% antara tahun 1997-2001⁶. Oleh karena itu banyak negara lain didunia berusaha mendapatkan perlindungan internasional atas produk indikasi geografisnya.

Pengaturan perlindungan Indikasi Geografis dalam hukum internasional sudah dimulai sejak ratusan tahun yang lalu. Melihat dari sejarahnya negara Yugoslavia sudah memulai perlindungan IG sejak tahun 1222 dengan adanya *Charter of Steven I* yang mengatur penjualan *wine*⁷. Beberapa traktat/kesepakatan internasional yang mengatur perlindungan indikasi geografis dapat ditemui dalam *Paris Convention for the Protection of Industrial Property* 1883, *Madrid Agreement on Indication of Source* 1891, *Lisbon Agreement on Appellations of Origin* 1958 serta pengaturan oleh organisasi internasional seperti WIPO dan *World Trade Organization* (WTO) dalam kesepakatan TRIPs (*Trade-Related Aspects of Intellectual*

⁴ Hingga saat ini pendaftaran *Appellate of Origin* yang sudah diadministrasikan dalam *Lisbon System-WIPO* mencapai 809 jenis produk. Yang dibagi menjadi 25 klasifikasi (*niche classifications*). Sumber: <http://www.wipo.int/cgi-lis/guest/bool_srch5?ENG>

⁵ R. Kampf, "Administration of a regional registration system for Geographical Indication: How to specify and to control geographical indication?", Makalah pada WIPO Asia and the Pacific Regional Symposium on the Protection of geographical indications, New Delhi, 18-20 November 2003, hal. 13

⁶ *Ibid*

⁷ Bernard O'Connor, *The Law of Geographical Indications*, (London, Cameron May Ltd, 2004), hal. 21.

Property Rights). Perlindungan Indikasi Geografis sangat penting dilihat dari keuntungan ekonomis yang dapat diperoleh.

Indonesia sebagai salah satu negara agraris mempunyai keanekaragaman (*mega diversity*) produk memiliki peluang untuk dapat bersaing dengan produk negara lain. Banyak potensi produk unggulan yang dihasilkan Indonesia dan telah mendapatkan reputasi yang baik di pasar internasional karena memiliki ke-khasan karakteristik dan kualitas yang membedakan dengan produk sejenis dari negara lain, sebagai contoh: kopi Kintamani, kopi Gayo, kopi Toraja, lada Muntok, dan masih banyak lagi yang lain.

Melihat potensi ekonomis yang dimiliki dan mengingat pentingnya perlindungan terhadap produk indikasi geografis, maka pengaturannya harus dimasukkan di dalam pengaturan hukum nasional. Dalam hal pengaturan minimal ada dua cara yang dilakukan yaitu; *Pertama*, melakukan pengaturan masalah indikasi geografis di dalam ketentuan hukum lain, semisal Undang-Undang Merek⁸, dalam hubungan ini indikasi geografis hanya merupakan salah satu bagian didalamnya; *Kedua*, melakukan pengaturan indikasi geografis dilakukan secara tersendiri dalam hukum nasional suatu negara, artinya aturan tersebut dibuat terpisah dan bersifat mandiri (*sui generis*).

Pada prinsipnya sistem perlindungan Indikasi Geografis tidak jauh berbeda dari perlindungan merek secara umum⁹. Salah satu perbedaannya hanyalah jika Indikasi Geografis itu terkait pada identifikasi produk yang

⁸ Meskipun terkadang indikasi geografis dimasukkan dalam bagian lain dari hak kekayaan intelektual, namun dari segi karakteristik akan senantiasa berbeda. Seperti halnya, pengaturan indikasi geografis dengan merek tentu keduanya ini berbeda sekali.

⁹ Agus Sardjono, "Development of the Indonesian Trademark Law: Potensial Problems in the Implementation of Geographical Indication (GI) Protection in Indonesia", hal. 959

berasal dari suatu daerah asalnya sedangkan merek berkaitan antara produk dengan pabrik pembuatnya atau produk dengan mereknya itu sendiri¹⁰.

Dalam tataran hukum nasional Indonesia yang berkenaan dengan perlindungan Indikasi geografis adalah dimasukkannya perlindungan atas indikasi geografis ini dalam Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek, yaitu dalam ketentuan Pasal 56 hingga Pasal 60. Dikarenakan masih banyaknya permasalahan pengaturan perlindungan indikasi geografis itu sendiri terutama pada tataran bentuk hukum yang digunakan, serta substansi aturannya dan petunjuk teknis pelaksanaannya maka diperlukan pengaturan yang lebih maju lagi.

Dalam perjalanan perlindungan Indikasi Geografis Indonesia beberapa kali menemui permasalahan dengan pihak asing. Beberapa contoh kasus terhadap produk kopi asal Indonesia yang diklaim di negara Belanda yaitu Kopi Gayo yang didaftarkan mereknya disana oleh Holland Coffe dan Kopi Toraja yang didaftarkan mereknya oleh sejumlah perusahaan kopi asing menggunakan beberapa merek dagang yang menggunakan nama Toraja, seperti Avance Toraja Coffee (Jepang), Brooks Toraja (Jepang), Ariosto Toraja Arabica Coffee Sulawesi (Jepang), Toradja Prince Coffee (Belanda) dan Toarco Toraja Coffee (Jepang)¹¹. Hal ini jelas sangat merugikan petani kopi Indonesia karena yang mendapat keuntungan atas penjualan kopi tersebut adalah pihak asing.

Menurut Saky Septiono, Kasi Pemeriksaan Formalitas Indikasi Geografis, Direktorat Merek, Ditjen Hak Kekayaan Intelektual, pendaftaran merek Kopi Gayo di Belanda dan Kopi Toraja di Jepang berakibat pengusaha Indonesia tidak bisa mengekspor kopi menggunakan merek Gayo

¹⁰ *Ibid*, lihat juga Graham Dutfield, "Protecting Traditional Knowledge and Folklore", in I.F. Willem Grosheide & Jan. Brinkhof (ed.), Intellectual Property Law, (Antwerp, Intersentia, 2002) hal. 83.

¹¹ "Pentingnya Perlindungan Indikasi Geografis atas Produk Lokal", Sumber: <www.sinarharapan.co.id/berita/0512/07/luu03.html>.

dan Toraja¹². Jika pengusaha tetap mengeksport kopi terpaksa dengan cara menggunakan merek yang lain tersebut, sehingga komoditas itu dihargai jauh di bawah harga pasar. Padahal kopi asal Indonesia tersebut termasuk kopi yang sangat diminati oleh orang asing dan masuk kedalam kelas premium dan berharga tinggi.

Melihat perkembangan yang ada dan untuk menghindari pencomotan indikasi geografis Indonesia, apakah Pemerintah memandang perlu untuk mengatur secara *sui generis* aturan tentang perlindungan Indikasi Geografis yang selama ini perlindungan indikasi geografis dimasukkan dalam rezim hukum merek. Sayangnya Pemerintah Indonesia belum menganggap perlunya inikasi geografis itu dibuat dalam aturan tersendiri yang mengatur secara khusus. Namun langkah awal untuk melindungi indikasi geografis sudah diambil oleh Pemerintah Indonesia dengan mengeluarkan Peraturan Pemerintah (PP) No. 51 tahun 2007 tentang Indikasi Geografis. PP tersebut merupakan aturan mengenai tata cara pendaftaran serta hal yang terkait dengan indikasi geografis dan menegani pengawasan dan pembatalan penggunaan indikasi geografis yang sebelumnya belum secara spesifik diatur dalam UU Merek.

Sejak diundangkannya PP No. 51 tahun 2007 hingga saat ini baru satu produk asal Indonesia yang diusahakan perlindungan Indikasi Geografisnya, yaitu Kopi Kintamani yang permohonannya diajukan oleh Masyarakat Perlindungan Indikasi Geografis (MPIG) Kopi Kintamani¹³. Bahkan saat ini baru beberapa komoditi saja yang diajukan untuk mendapatkan perlindungan Indikasi Geografisnya. Hal itu bisa disebabkan masih terkendalanya petani dan produsen produk unggulan Indonesia lainnya untuk memetakan wilayah produksi dan memenuhi segala-aturan

¹² "Kopi Gayo Didaftarkan Jadi Merek Dagang Belanda" Sumber: <<http://kopigayo.blogspot.com/2008/02/kopi-gayo-didaftarkan-jadi-merek-dagang.html>>

¹³ Masyarakat Perlindungan Indikasi Geografis (MPIG) Kopi Kintamani adalah kumpulan dari petani-petani kopi yang tergabung dalam subak-subak abian didaerah Kintamani-Bali yang berusaha untuk menjaga kualitas dan konsistensi mutu dari kopi Kintamani tersebut.

yang disyaratkan dalam Buku Persyaratan¹⁴. Hal tersebut yang menyebabkan belum banyaknya komoditi unggulan Indonesia yang mendaftarkan perlindungan Indikasi Geografisnya¹⁵. Perlindungan Indikasi Geografis tersebut selain memberikan keuntungan ekonomis terhadap petani juga diharapkan memberi perlindungan kepada produk berindikasi geografis dalam hal mengantisipasi permasalahan yang mungkin timbul dikemudian hari yang dapat merugikan bangsa Indonesia.

Namun keberadaan PP Indikasi Geografis ini belum serta merta mampu memberikan suatu perlindungan hukum atas Indikasi Geografis dan masih ditemui beberapa kelemahan serta kendala/hambatan dalam upayanya untuk melindungi produk indikasi geografis Indonesia sehingga masih perlu disempurnakan kembali. Sejalan dengan penjelasan diatas, maka akan muncul beberapa permasalahan yang akan dijadikan sebagai bahan dalam penulisan tesis ini.

1.2. Rumusan Masalah

Fokus penulisan penelitian ini tentang bagaimana seharusnya perlindungan dalam hukum nasional Indonesia terhadap produk Indikasi Geografis Indonesia dalam mengantisipasi kerugian yang dapat timbul dengan pengakuan atas produk khas Indonesia tersebut oleh pihak asing, maka disusun suatu perumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah benefit/keuntungan yang didapat oleh masyarakat Indonesia bila menerapkan perlindungan Indikasi Geografis pada produk unggulan agraris.
2. Bagaimana seharusnya pengaturan Indikasi Geografis untuk melindungi dan meningkatkan produk ekspor Indonesia.

¹⁴ Saky Septiono, berdasarkan wawancara tanggal 18 September 2008 di Ditjen Hak Kekayaan Intelektual, Departemen Hukum dan HAM.

¹⁵ Saat ini ditjen HKI Depkumham baru menerima lima permohonan indikasi geografis, yaitu: Kambing Kali Gesing diajukan oleh Dinas Provinsi Jawa Tengah dan empat permohonan lainnya diajukan oleh Anak Muda Perduli Jepara (Ampera) berupa ukiran Jepara, Blenyek Ngemplak, Kerupuk Tenggiri dan Kacang Oven.

3. Untuk mengetahui bagaimana seharusnya pengaturan Indikasi Geografis untuk melindungi dan meningkatkan produk ekspor Indonesia.

1.4. Manfaat Penelitian

Penulisan penelitian ini diharapkan memberikan manfaat secara teoritis/akademis dan praktis, yaitu:

1. Manfaat teoritis/akademis untuk menambah wawasan mengenai Indikasi geografis secara khusus sebagai suatu mekanisme perlindungan terhadap Hak atas Kekayaan Intelektual atas suatu produk khas suatu daerah terutama produk unggulan Indonesia dan perlindungan atas produk indikasi geografis di negara lain.
2. Manfaat praktis yaitu memberi masukan dalam hal mencari bentuk yang tepat mengenai perlindungan Indikasi Geografis bagi produk unggulan Indonesia sebagai upaya untuk melindungi aset kekayaan agraris Indonesia dan untuk mencegah dimasa depan produk Indikasi Geografis Indonesia yang diklaim oleh negara lain serta sebagai bahan pengetahuan bagi pihak-pihak yang terkait.

BAB 2

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Sejarah Singkat Indikasi Geografis

Perlindungan indikasi geografis telah ada sejak ratusan tahun yang lalu di Eropa. Pada awalnya aturan perlindungan ini dikeluarkan oleh penguasa setempat dan hanya berlaku pada daerah teritorialnya sendiri¹⁴ dan yang digunakan sebagai pembeda asal berupa tanda yang biasa dikenal sebagai *guild marks*¹⁵. Tanda tersebut dipakai karena produk dari masing-masing wilayah tersebut memiliki ciri kualitas yang berbeda-beda.

Sedangkan negara pertama yang mampu menerapkan perlindungan indikasi geografis paling komprehensif adalah Perancis. Produk pertama yang memperoleh perlindungan indikasi geografis pertama adalah keju *Roquefort* yang berasal dari kota *Requefort* pada abad ke-14 di Perancis¹⁶. Pengakuan kualitas atas keju *Requefort* ini sebagai perlindungan *Appellation of Origin* yang pertama. Lebih lanjut negara Perancis mengatur perlindungan indikasi geografis dalam *appellation d'origine controle* pada awal abad ke-20¹⁷.

Perlindungan atas indikasi geografis kemudian mengalami internasionalisasi sejalan dengan meningkatnya perdagangan internasional

¹⁴ Di negara Yugoslavia pengaturan mengenai perlindungan mengenai indikasi geografis sejak awal 1222 dan dapat dilihat dari Charter of Steven I yang mengatur masalah penjualan anggur didaerah tersebut, Lihat juga Bernard O'Connor, *The Law of Geographical Indications*, (London: Cameron May Ltd, 2004), hal. 21.

¹⁵ Bernard O'Connor, *Op.cit*

¹⁶ Pengakuan atas keju *Requefort* diawali ketika *Charlemagne*, penguasa Perancis memerintahkan agar keju-keju dibawa ke istananya di *Aix la Chapelle* untuk perayaan Natal. Pada tahun 1411, masyarakat kota *Roquefort* dianugerahi Piagam Kehormatan Raja (*Royal Charter*) oleh Charles VI. Lihat juga Ch. Teubner dalam Bernard O'Connor, *The Law of Geographical Indications*, (London, Cameron May Ltd, 2004), hal. 165.

¹⁷ Agus Sardjono, *Op.cit.*, hal. 960

di Eropa. Sejumlah negara di Eropa mulai menerapkan perlindungan Indikasi Geografisnya dengan membuat aturan-aturan tersendiri. Aturan itu awalnya dibuat untuk membuat suatu tanda perbedaan yang menunjukkan kualitas dari produknya dan untuk melindungi reputasi komersil dari produk tersebut dengan menerapkan suatu standar pada produk tersebut untuk melindungi dari pemalsuan atau penggunaan bahan yang tidak sesuai¹⁸.

2.2 Definisi Indikasi Geografis.

Pada umumnya indikasi geografis terdiri dari nama produk yang diikuti dengan nama daerah atau tempat asal produk. Penandaan atas asal dari produk itu untuk mengisyaratkan pada konsumen bahwa kualitas produk tersebut dipengaruhi atau ada pertautan dengan tempat asalnya. Sehingga timbul kesan dari konsumen bahwa daerah tertentu tersebut mempunyai kelebihan khusus dalam menghasilkan suatu produk.

Secara umum ada dua bentuk indikasi asal suatu produk yang dikenal oleh konsumen dan yang diatur dalam hukum, yaitu:

- *indications of source, the use of an indication of source on a given product is merely subject to the condition that this product originates from the place designated by the indication of source*¹⁹.
- *appellations of origin can be understood as a special kind of indication of source*²⁰.

Sebagai tambahan dari dua terminologi kemudian muncul istilah Indikasi Geografis. Istilah indikasi geografis adalah terminologi yang digunakan secara umum untuk menggambarkan segala bentuk perlindungan

¹⁸ Bernard O'Connor, *Op.cit.*, hal 22

¹⁹ WIPO, *WIPO Intellectual Property Handbook: Policy, Law and Use*, hal. 121 didownload dari <www.wipo.org>. *Indications of source* menunjuk pada suatu tanda yang menunjukkan bahwa produk tersebut berasal dari suatu wilayah tertentu, seperti: "Made in Germany", "Made in Italy", "Product of USA" atau "Swiss Made".

²⁰ WIPO, *Ibid*. *Appellations of origin*, menunjukan pada suatu tanda bahwa suatu produk berasal dari wilayah tertentu, namun terbatas pada karakteristik kualitas produk tersebut dalam kaitannya dengan lingkungan geografisnya termasuk alam dan faktor manusia dari wilayah tersebut, contohnya: "Roquefort", "Tuscany", "Bordeaux" dan "Havana"

untuk indikasi geografis asal termasuk didalamnya *indications of source* dan *appellations of origin*²¹. Dalam Article 22.1 dari TRIPs yang merupakan bagian dari Uruguay Round, memberikan pengertian dasar dari Indikasi Geografis, yaitu:

".....indications which identify a good as originating in the territory of a Member, or a region or locality in that territory, where a given quality, reputation or other characteristic of the good is essentially attributable to its geographical origin"

Terdapat perbedaan dari konsep perlindungan Indikasi Geografis dibandingkan dengan dua konsep yang telah ada sebelum adanya WTO. Tidak seperti *indication of source* dan *appellation of origin*, pengertian indikasi geografis dalam TRIPs secara langsung menunjuk nama barang (*goods*) bukannya produk (*products*). Sama seperti *indication of source*, indikasi geografis dapat menggunakan simbol ataupun ikon emblem, berbeda dengan *appellation of origin* yang harus menggunakan nama geografis.

Untuk lebih memahami konsep perlindungan IG, berikut ini akan dijelaskan mengenai definisi dan pengaturan masalah perlindungan IG di beberapa konvensi atau perjanjian multilateral.

2.3. Perlindungan Indikasi Geografis dalam Tataran Hukum Internasional

2.3.1. Paris Convention for Protection of Industrial Property tahun 1883

Paris Convention for Protection of Industrial Property (selanjutnya disebut Konvensi Paris) merupakan salah satu perjanjian multilateral tertua yang mengatur masalah HKI, khususnya mengenai Hak Kekayaan Industrial. Konvensi ini telah mengalami enam kali perubahan sejak ditandatangani tanggal 20 Maret 1883 hingga 28 September 1979. Namun dalam Konvensi Paris ini tidak secara jelas

²¹ Istilah Indikasi Geografis digunakan oleh WIPO untuk menggambarkan subjek dari perjanjian internasional baru dalam perlindungan atas nama dan simbol yang menunjukkan asal geografis dari suatu produk.

menyebutkan IG, istilah yang digunakan dalam Article 1(2) adalah *appellation of origin* (apelasi asal) dan *indications of source* (indikasi asal) dan tidak menyebutkan adanya perbedaan konsep yang memisahkan antara *indications of source* dan *appellation of origin*²².

Mohan Kumar, dalam makalahnya *Protection of Geographical Indication* menyebutkan,

“Indication of source is a general concept referring to any expression or sign used to indicate that a product originates in a country, a region or a specific place. Appellation of origin is a more refined and special concept used to refer to the geographical name of a country, a region or a specific place which serves to designate a product originating therein but the characteristic qualities of which product are due exclusively or essentially to the geographical environment, including natural, human factors or both natural and human factors”²³.”

Secara umum perbedaan yang dapat dilihat adalah, *Indications of source* adalah penamaan, sebutan atau tanda yang digunakan untuk menandakan barang yang berasal dari suatu negara, wilayah atau daerah tertentu, contohnya pemakaian kata “*made in*” untuk menunjukkan asal dari barang seperti *made in Japan*. Sedangkan *Appellation of origin* menunjuk pada nama geografis, wilayah atau tempat tertentu yang merupakan tempat asal dibuatnya produk yang asli berasal, yang mempunyai kualitas karakteristik yang eksklusif dan secara esensial terkait dengan lingkungan geografisnya, termasuk faktor alam dan faktor manusia, seperti Bordeaux untuk menunjukkan minuman alkohol yang berasal dari daerah Bordeaux di Perancis. Kedua terminologi pada akhirnya digunakan untuk menghindari penggunaan yang salah yang dapat menipu atau menyesatkan konsumen..

²² Miranda Risang Ayu, *Memperbincangkan Hak Kekayaan Intelektual Indikasi Geografis*, (Bandung, Alumi, 2006), hal. 17.

²³ Mohan Kumar, *Protection of Geographical Indication*, Makalah pada UNDP-Asia Pacific Regional Initiative On Trade, Economic Governance, And Human Development, Juni 2003, hal 6

Prinsip fundamental yang digunakan dalam Konvensi Paris ini adalah keharusan untuk memberikan perlakuan yang sama antara negara anggota (*contracting parties*) Konvensi Paris dalam hal Hak Kekayaan Industrial. Sehingga tiap negara anggota mendapat hal yang sama, keuntungan dan perlindungan dari negara anggota lainnya. Hak kekayaan industrial yang termasuk dalam Konvensi Paris ini dijelaskan dalam Pasal 1 (2) yaitu: Paten (*patent*), Model Kegunaan (*utility model*), Desain Industri (*industrial design*), Merek Dagang (*trade mark*), Merek Jasa (*service mark*), Nama Dagang (*trade name*), Apelasi Asal atau Indikasi Asal dan penekanan pada persaingan tidak sehat (*unfair competitions*²⁴).

Perlindungan atas Indikasi Geografis dalam Konvensi Paris terlihat dalam Pasal 10(1) untuk melindungi secara tegas penggunaan indikasi yang tidak sah,

*"The provisions of the preceding Article shall apply in cases of direct or indirect use of a false indication of the source of the goods or the identity of the producer, manufacturer, or merchant"*²⁵.

Ini berarti penggunaan Indikasi Asal untuk barang yang menunjuk suatu daerah tertentu yang bukan berasal dari tempat asalnya tidak diperbolehkan. Dalam Pasal 10(2) Konvensi Paris menegaskan:

" Any producer, manufacturer, or merchant, whether a natural person or a legal entity, engaged in the production or manufacture of or trade in such goods and established either in the locality falsely indicated as the source, or in the region where such locality is situated, or in the

²⁴ WIPO, *Paris Convention for Protection of Industrial Property, 1883-* "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-- Article 1(2)".

²⁵ WIPO, *Paris Convention for Protection of Industrial Property, 1883* Pasal 10(1).

country falsely indicated, or in the country where the false indication of source is used, shall in any case be deemed an interested party."

Sedangkan penekanan pada persaingan tidak sehat (*unfair competition*) digunakan pada negara yang belum memiliki aturan tersendiri mengenai Indikasi Geografis sehingga aturan mengenai persaingan tidak sehat dapat diterapkan untuk melindungi produk indikasi geografis. Dalam hubungannya dengan penerapan persaingan tidak sehat ini Konvensi Paris mengatur hal-hal yang terkait yaitu dalam Pasal 10*bis*(2) dan Pasal 10*bis*(3), dimana ditentukan bahwa semua tindakan persaingan yang bertentangan dengan praktek industrial dan komersial yang jujur dinyatakan sebagai praktek kompetisi yang tidak sehat, dan segala tindakan yang yang potensial menyebabkan kebingungan dan dapat menyesatkan masyarakat terkait dengan sifat, proses pembuatan, karakter, ketepatan penggunaan atau jumlah barang²⁶.

Dalam hal terjadinya penyalahgunaan indikasi asal tersebut, Konvensi Paris juga mengatur mengenai hak untuk menuntut dan mengajukan permintaan pembatalan penggunaan indikasi asal serta permintaan ganti rugi secara hukum. Pasal 10*ter* Konvensi Paris, menegaskan:

- (1) *The countries of the Union undertake to assure to nationals of the other countries of the Union appropriate legal remedies effectively to repress all the acts referred to in Articles 9, 10, and 10bis.*
- (2) *They undertake, further, to provide measures to permit federations and associations representing interested industrialists, producers, or merchants, provided that the existence of such federations and associations is not contrary to the laws of their countries, to take action in the courts or before the administrative authorities, with a view to the repression of the acts referred to in Articles 9, 10, and 10bis, in so far as the law of the country in which protection is claimed allows such action by federations and associations of that country".*

²⁶ Miranda Risang Ayu, *Op.cit*, hal 18-19

2.3.2 Madrid Agreement for the Repression of False or Deceptive Indications of Source on Goods tahun 1891

Tidak seperti Konvensi Paris yang memberikan perlindungan yang luas terhadap subjek Hak Kekayaan Industrial, *Madrid Agreement* (selanjutnya disebut Perjanjian Madrid) hanya mengatur mengenai perlindungan atas Indikasi Asal (*Indication of Source*). Dalam Pasal 1(1) Perjanjian Madrid menegaskan definisi dari Indikasi Asal sebagai tanda yang mengindikasikan asal suatu barang dari negara, wilayah atau daerah tertentu baik secara langsung maupun tidak langsung untuk menghindari tanda atau indikasi palsu (*false*) yang dapat memperdaya (*deceptive*) konsumen²⁷.

Secara umum Perjanjian Madrid tidak banyak menambahkan perlindungan terhadap Indikasi Asal sebagaimana telah ada sebelumnya dalam Konvensi Paris, namun memperluas perlindungan pada penggunaan tanda untuk menghindari indikasi palsu dan dapat memperdaya konsumen²⁸.

Dalam penjelasan sebelumnya Indikasi Asal dapat berbentuk tanda yang menunjukkan asal usul dari barang tertentu. Tanda itu dapat berupa penamaan atau tanda lainnya. Terkait dengan penggunaan tanda asal tersebut dapat dilihat dari penggunaan "*made in*" atau "*product of*" pada setiap barang²⁹. Tujuan dari penggunaan tanda itu sebagai pembeda asal dari produk yang mungkin sama namun berasal dari negara yang berbeda.

²⁷ Lihat Madrid Agreement, Pasal 1(1), "*All goods bearing a false or deceptive indication by which one of the countries to which this Agreement applies, or a place situated therein, is directly or indirectly indicated as being the country or place of origin shall be seized on importation into any of the said countries.*"

²⁸ Bernard O'Connor, *Op.cit.*, hal 31

²⁹ Sudargo Gautama, *Pembaharuan Hukum Merek Indonesia dalam kerangka WTO, TRIPS*, (Bandung, Citra Aditya Bakti, 1997), Hal 34-35.

2.3.2 Madrid Agreement for the Repression of False or Deceptive Indications of Source on Goods tahun 1891

Tidak seperti Konvensi Paris yang memberikan perlindungan yang luas terhadap subjek Hak Kekayaan Industrial, *Madrid Agreement* (selanjutnya disebut Perjanjian Madrid) hanya mengatur mengenai perlindungan atas Indikasi Asal (*Indication of Source*). Dalam Pasal 1(1) Perjanjian Madrid menegaskan definisi dari Indikasi Asal sebagai tanda yang mengindikasikan asal suatu barang dari negara, wilayah atau daerah tertentu baik secara langsung maupun tidak langsung untuk menghindari tanda atau indikasi palsu (*false*) yang dapat memperdaya (*deceptive*) konsumen²⁷.

Secara umum Perjanjian Madrid tidak banyak menambahkan perlindungan terhadap Indikasi Asal sebagaimana telah ada sebelumnya dalam Konvensi Paris, namun memperluas perlindungan pada penggunaan tanda untuk menghindari indikasi palsu dan dapat memperdaya konsumen²⁸.

Dalam penjelasan sebelumnya Indikasi Asal dapat berbentuk tanda yang menunjukkan asal usul dari barang tertentu. Tanda itu dapat berupa penamaan atau tanda lainnya. Terkait dengan penggunaan tanda asal tersebut dapat dilihat dari penggunaan "*made in*" atau "*product of*" pada setiap barang²⁹. Tujuan dari penggunaan tanda itu sebagai pembeda asal dari produk yang mungkin sama namun berasal dari negara yang berbeda.

²⁷ Lihat Madrid Agreement, Pasal 1(1), "*All goods bearing a false or deceptive indication by which one of the countries to which this Agreement applies, or a place situated therein, is directly or indirectly indicated as being the country or place of origin shall be seized on importation into any of the said countries.*"

²⁸ Bernard O'Connor, *Op.cit.*, hal 31

²⁹ Sudargo Gautama, *Pembaharuan Hukum Merek Indonesia dalam kerangka WTO, TRIPS*, (Bandung, Citra Aditya Bakti, 1997), Hal 34-35.

Terkait dengan perdagangan barang antar negara, Perjanjian Madrid melarang impor barang yang menggunakan indikasi sumber palsu yang akan menyesatkan konsumen. Sejalan dengan yang telah diatur dalam Konvensi Paris, Perjanjian Madrid juga mewajibkan setiap negara untuk menyita barang impor palsu tersebut baik secara langsung maupun tidak langsung³⁰ dan melakukan tindakan secara hukum yang efektif³¹ untuk mengurangi impor barang tersebut.

Sebagai upaya untuk melakukan penegakan hukum yang efektif sebagaimana yang dimaksudkan dalam Perjanjian Madrid, setiap negara yang melarang tindakan impor barang palsu tersebut harus menyediakan aturan hukum yang jelas. Apabila negara tersebut belum memiliki aturan hukumnya, maka diwajibkan membuat atau menyesuaikan dengan aturan dalam Perjanjian Madrid ini dalam suatu aturan nasionalnya³². Namun apabila sudah terjadi tindakan sedangkan aturan hukumnya belum ada, maka aturan yang digunakan dan penerapan sanksinya dapat menggunakan aturan yang ada mengenai merek dan nama dagang³³.

Perjanjian Madrid ini tidak melindungi penggunaan *generic appellations*. Didalamnya diatur mengenai aturan khusus yang memberikan kewenangan kepada peradilan dari negara penandatanganan untuk menentukan indikasi asal yang termasuk dalam nama generik atau yang tidak³⁴. Pasal 4 *Madrid Agreement on Indication of Source*,

“The courts of each country shall decide what appellations, on account of their generic character, do not fall within the provisions of this agreement, regional appellations concerning the source of product of

³⁰ Miranda Risang Ayu, *Op.cit.*, hal 20

³¹ WIPO, *Madrid Agreement on Indication of Source*, Pasal 1(2)

³² WIPO, *Madrid Agreement on Indication of Source*, Pasal 1(4)

³³ WIPO, *Madrid Agreement on Indication of Source*, Pasal 1(5)

³⁴ Bernard O` Connor, *Op.cit.*, hal 31

the vine being, however, exclude from the reservation specified by this Article”

Namun dalam prakteknya setiap peradilan dari masing-masing negara menggunakan pendekatan berbeda dalam memutuskan mana yang termasuk dalam nama generik tersebut. Hal ini berbeda dengan bentuk perlindungan atas *generic appellation* yang lebih tegas dalam Lisbon Agreement.

Perjanjian Madrid ini secara garis besar mengatur 3 (tiga) hal yaitu³⁵:

1. Semua barang yang dianggap memiliki indikasi yang dihubungkan dengan negara-negara penandatanganan Perjanjian Madrid secara salah atau dapat mengelabui akan disita pada saat akan melakukan impor,
2. Tiap negara bebas menolak perlindungan terhadap indikasi-indikasi tersebut jika telah menjadi nama generik atau sudah umum untuk jenis barang tertentu dinegara tersebut,
3. Aturan untuk menolak pendaftaran indikasi (point 2) tersebut tidak berlaku untuk pendaftaran perlindungan indikasi yang berhubungan dengan anggur atau produk anggur.

2.3.3. Lisbon Agreement on the Protection of Appellations of Origin and their International Registrasion tahun 1958

2.3.3.1 Perlindungan atas Apelasi Asal dalam Lisbon Agreement

Perjanjian Lisbon diumumkan tanggal 31 Oktober 1958 dipakai dalam kerangka pelaksanaan Pasal 19 dari Konvensi Paris tentang *Special Agreement*,

“.....the countries of the Union reserve the right to make separately between themselves special agreement for the protection of industrial

³⁵ Sudarmanto, *Produk Kategori Indikasi Geografis Potensi Kekayaan Intelektual Masyarakat Indonesia*, tulisan pada Buku Kepentingan Negara Berkembang terhadap Hak Atas Indikasi Geografis, Sumber Daya Genetika dan Pengetahuan Tradisional, (Depok, Lembaga Pengkajian Hukum Internasional-FH UI, 2005) hal. 112

property, in so far as these agreement do not contravenve the provision of this convention”

Dalam Perjanjian Lisabon diberikan kepada kesatuan wilayah (*Union*) untuk membuat peraturan khusus yang mengatur selama aturan tersebut tidak bertentangan dengan aturan dalam Konvensi Paris. Perjanjian Lisabon direvisi tanggal 14 Juli 1967 dan kemudian diamandemen pada 28 September 1979³⁶. Awalnya perlindungan ini sangat diharapkan oleh negara maju di Eropa yang memiliki tradisi perlindungan atas asal barang yang kuat.

Sesuai dengan tujuan awal ditandatanganinya Perjanjian Lisabon adalah untuk memberikan perlindungan atas apelasi asal (*appellations of origin*) pada level yang lebih tinggi dibandingkan apa yang sudah ada dalam Konvensi Paris dan Perjanjian Madrid. Bentuk perlindungan ini lebih dikenal sebagai *Lisbon System* yang memiliki ruang lingkupnya tidak hanya mengkhususkan pada barang namun secara tersirat juga melindungi bidang jasa³⁷.

Dalam Pasal 2 (1) Perjanjian Lisabon memberikan batasan pada *aplellations of origin* sebagai nama geografis dari suatu negara, wilayah, atau daerah tertentu yang menunjukkan tempat proses pembuatan suatu produk yang *originate* berasal dari wilayah tersebut, yang mempunyai kualitas dan karakteristik yang eksklusif atau sangat utama atas lingkungan geografis, termasuk faktor alam dan manusia³⁸. Dari batasan yang diberikan oleh Perjanjian Lisabon dapat diambil 3

³⁶ Beberapa negara yang menjadi anggota Konvensi Paris ikut serta dalam menandatangani Perjanjian Lisabon ini, hingga 15 Oktober 2008 anggota Perjanjian Lisabon sebanyak 26 negara sumber <<http://www.wipo.org/lisbon>>

³⁷ Miranda Risang Ayu, *Op.Cit.*, hal 21

³⁸ WIPO, Lisbon Agreement 1958, Article 2: “.....*the geographical name of a country, region, or locality, which serves to designate a product originating therein, the quality and characteristics of which are due exclusively or essentially to the geographical environment, including natural and human factors.*”

unsur yang termasuk dalam apelasi asal³⁹. Unsur pertama adalah nama/sebutan yang digunakan harus nama geografis dari negara, wilayah atau tempat. Unsur kedua adalah, indikasi asal yang digunakan harus menunjuk pada produk yang berasal dari negara, wilayah atau tempat yang dimaksud tadi. Unsur yang terakhir adalah harus adanya hubungan kualitatif antara produk dengan wilayah geografisnya, kualitas dan karakteristik yang terbentuk dan merupakan hak eksklusif dan utama (terkait) dengan lingkungan geografisnya⁴⁰.

Pasal 2 Perjanjian Lisabon memberi penjelasan dari negara asal barang yaitu:

“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.”

Dijelaskan bahwa negara asal barang adalah nama dari kota, daerah atau wilayah yang karena penyebutannya dapat dilekatkan dengan dengan suatu produk yang berasal dari daerah tersebut, contoh Champagne. Di negara Perancis, Champagne adalah nama sebuah kota yang telah terkenal sejak dahulu karena ke khas-annya dalam mengolah minuman anggur sebagai minuman. Sehingga apabila menyebutkan nama Champagne, orang pasti akan teringat dengan jenis minuman anggur yang berasal dari kota Champagne Perancis.

Pasal 3 Perjanjian Lisabon menyebutkan, *“Protection shall be ensured against any usurpation or imitation, even if the true origin of*

³⁹ Dikutip dari Bernard O` Connor, *The Law of Geographical Indication*, (London, Cameron May, 2004), hal. 37 “..... *The first element of the definition is that the appellation must be the geographical name of a country, region or locality. The second element of the definition is that the appellation of origin must serve to designate a product originating in the country, region or locality referred to. The third element of the definition is that there must be a qualitative link between the product and the geographical area: the “quality and characteristics” must be due exclusively or essentially to the geographical environment.*

⁴⁰ Lingkungan geografis yang dimaksud termasuk faktor alam, seperti tanah atau iklim dan faktor manusia seperti tradisi khusus dari produsen yang telah ada di wilayah geografis yang dimaksud. Lihat juga Bernard O` Connor, *Ibid*.

the 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." Hal ini dapat diartikan sebagai bentuk perlindungan yang lebih ketat lagi terhadap segala tindakan penipuan yang mungkin dilakukan oleh produsen untuk menyesatkan konsumen akan barang asli dengan memanipulasi tempat asal maupun reputasi barang tersebut. Selain itu produsen asal juga dilindungi dengan Perjanjian ini dikarenakan pelarangan penggunaan bentuk peniruan dengan memasukan tambahan kata seperti: "macam dari....", "jenis dari....", "buatan.....", "tiruan dari.....", atau sejenisnya⁴¹. Dapat diartikan bahwa perlindungan yang ditawarkan oleh Perjanjian Lisabon tidak mencakup perlindungan lisensi⁴².

2.3.3.2 Pendaftaran Internasional untuk Apelasi Asal

Terkait dengan pendaftaran internasional (*international register*) untuk apelasi asal, ada dua persyaratan yang harus dipenuhi oleh apelasi asal agar dapat dilindungi secara internasional dalam kerangka Perjanjian Lisabon. Dua persyaratan itu adalah⁴³:

1. Apelasi asal sudah lebih dahulu dilindungi di negara asalnya,
2. Apleasi asal tersebut harus didaftarkan dalam pendaftaran internasional di WIPO, yang dipublikasikan secara periodik dalam *WIPO periodical Les appellations d'origine*⁴⁴

Menurut Pasal 5 Perjanjian Lisabon, permohonan pendaftaran internasional untuk Apelasi Asal ditujukan pada Biro Internasional

⁴¹ Miranda Risang Ayu, *Op.cit.*, hal 21

⁴² *Ibid*

⁴³ Bernard O'Connor, *Op.cit.*, hal 38

⁴⁴ Sejak pendafatran internasional pertama kali dibuka pada 25 September 1966, sudah ada 844 Apleasi Asal yang sudah terdaftar dalam Lisbon Agreement dan 774 lainnya sedang dalam proses. Sumber: <<http://wipo.org>>

yang berkedudukan di Jenewa oleh kantor yang berwenang mengajukan dimana perlindungan apelsi asal itu akan digunakan. Sesaat setelah didaftarkan di WIPO dan disahkan, maka otomatis apelsi asal itu akan dilindungi dinegara lain sesama negara penandatangan Perjanjian Lisabon.

Biro Internasional WIPO harus segera memberitahu negara penandatangan pada saat ada perlindungan apelsi asal yang baru dikeluarkan. Dan negara penandatangan harus melindungi apelsi asal yang telah diajukan oleh negara lain, kecuali ada pernyataan keberatan dari negara tersebut bahwa tidak dapat menjamin perlindungan dalam satu tahun dengan menyebutkan alasan-alasannya⁴⁵. Alasan-alasan penolakan yang dipakai tidak dijelaskan secara spesifik dalam perjanjian ini. Namun negara yang memohon perlindungan apelsi asal yang ditolak perlindungan oleh negara lainnya dapat mengambil tindakan yang diperlukan sesuai dengan aturan hukum dinegara pengaju keberatan tersebut.

Berbeda terhadap register apelsi asal yang sudah menjadi generik dinegara yang dituju. Maka perlindungannya tidak dapat diberikan, sesuai dengan Pasal 6 Perjanjian Lisabon ini,

"An appellation which has been granted protection in one of the countries of the Special Union pursuant to the procedure under Article 5 cannot, in that country, be deemed to have become generic, as long as it is protected as an appellation of origin in the country of origin"

Dijelaskan bahwa permintaan perlindungan apelsi asal yang telah menjadi generik dinegara tujuan perlindungan dapat dikesampingkan permohonan registernya selama penggunaan milik umum itu dilindungi dinegara asalnya. Namun untuk bentuk apelsi yang unik dan yang telah mendapat perlindungan apelsi asal tidak akan menjadi generik sebagai contoh *champange* walaupun kini sudah

⁴⁵ WIPO, Lisbon Agreement 1958, Article 5(3)

menjadi milik umum karena terkadang dikaitkan untuk jenis minuman yang sejenis namun perlindungan atas apelési asalnya masih diakui sampai sekarang⁴⁶.

Berbeda dengan perlindungan pada merek, yang akan hapus dengan sendirinya apabila merek tersebut telah menjadi generik. Apelési asal tetap diakui perlindungannya selama standar yang digunakan untuk mengontrol kualitas produk masih dipakai. Perlindungan untuk register internasional berlaku selamanya, selama masih dilindungi apelési asalnya di negara asalnya dan tidak ada keharusan untuk memperbaharui perlindungannya.

2.3.4 The Agreement on Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights (TRIPs)

2.3.4.1 Perlindungan Hak atas Kekayaan Intelektual dalam konteks TRIPs

Setelah tercapainya kesepakatan dalam Putaran Uruguay serta lahirnya WTO (World Trade Organization) pada tahun 1995⁴⁷, persetujuan tentang TRIPs (*Trade Related Aspect of Intellectual Property Rights*) merupakan salah satu kesepakatan baru yang mengatur masalah perlindungan hak milik intelektual secara global. Oleh karena itu Kesepakatan TRIPs dianggap sebagai salah satu bentuk perjanjian internasional yang paling komprehensif karena didalam 71 pasal yang ada mampu menerapkan suatu standar minimal (*minimum standard*) bagi semua perlindungan di bidang HKI seperti: Hak Cipta dan Hak-hak terkait lain, Merek Dagang, Indikasi Geografis, Desain

⁴⁶ Miranda Risang Ayu, *Op.Cit.*, hal 22

⁴⁷ Lihat Huala Adolf, *Hukum Ekonomi Internasional suatu pengantar*, (Jakarta, Rajawali Press) hal 94-95. Perjanjian WTO adalah merupakan hasil persetujuan yang disepakati dalam perundingan Putaran Uruguay (Uruguay Round) di Marakesh 15 April yang telah diratifikasi oleh Indonesia dengan UU no. 7 tahun 1994 tentang pengesahan Agreement of Establishing the World Trade Organization (persetujuan Pembentukan Organisasi Perdagangan Dunia) disahkan dan diundangkan pada tanggal 22 November 1994.

Produk Industri, Paten, Desain Lay-out (topografi) dari Rangkaian Elektronik Terpadu, Perlindungan terhadap Informasi yang dirahasiakan, Pengendalian atas Praktek-praktek Persaingan Curang dalam Perjanjian Lisensi sampai dengan cara penyelesaian sengketa antar anggotanya (*Dispute Settlement Mechanism*).

Selain itu Kesepakatan TRIPs dianggap mampu menyatukan beberapa konvensi di bidang HKI yang telah ada sebelumnya menjadi aturan baru yang dapat dipakai atau diaplikasikan oleh semua negara anggota WTO dengan melakukan harmonisasi terhadap aturan-aturan tersebut dalam hukum nasionalnya.

Kesepakatan TRIPs ini meliputi 5 (lima) hal, yaitu⁴⁸: penerapan prinsip-prinsip dasar atas sistem perdagangan dan hak kekayaan intelektual; perlindungan yang layak atas hak kekayaan intelektual; bagaimana negara-negara harus menegakkan hak kekayaan intelektual sebaik-baiknya dalam wilayahnya sendiri; penyelesaian perselisihan atas hak kekayaan intelektual antara negara-negara anggota WTO; serta kesepakatan atas transisi khusus selama periode saat suatu sistem baru diperkenalkan.

Pasal 1 sampai Pasal 8 Kesepakatan TRIPs berisi beberapa aturan dasar (*basic principles*) tentang pelaksanaan HKI dalam kerangka TRIPs. Sama dengan bentuk kesepakatan lainnya dalam GATT, Trips juga menganut prinsip *non-discrimination* yang harus dilakukan kepada semua aturan yang ada dalam lingkup WTO. Ada dua prinsip yang dipakai dalam Kesepakatan TRIPs yaitu *national treatment* dan *most-favoured nations*. Prinsip *national treatment* dapat diartikan sebagai memberikan perlakuan yang sama terhadap warga negara anggota

⁴⁸ Devy Panggabean, *Pengertian Hak Kekayaan Intelektual Serta Kaitannya Dengan Perdagangan Internasional*, Edisi-8 I-42/KPI/2007, diakses dari website: <<http://ditjenkpi.depdag.go.id>>.

penyebaran teknologi, dengan tetap memperhatikan kepentingan produsen dan pengguna pengetahuan tentang teknologi dan dilakukan dengan cara yang menunjang kesejahteraan sosial dan ekonomi, dan keseimbangan antara hak dan kewajiban.

Anggota WTO dalam rangka pembentukan dan penyesuaian hukum dan peraturan perundang-undangan nasionalnya, diberi hak untuk mengambil langkah-langkah yang diperlukan dalam rangka perlindungan kesehatan dan gizi masyarakat, dan dalam rangka menunjang kepentingan masyarakat pada sektor-sektor yang sangat penting bagi pembangunan sosio-ekonomi dan teknologi⁵¹. Selama tindakan yang diambil tersebut untuk menghindari penyalahgunaan HKI dan menghambat perdagangan atau proses alih teknologi secara internasional.

2.3.4.2 Definisi dan ruang lingkup Indikasi Geografis

Dalam Kesepakatan TRIPs, pengaturan masalah Indikasi Geografis diatur dalam Section 3 of Part II, Article 22-24. Dalam Pasal 22.1 TRIPs memberikan definisi dasar dari Indikasi Geografis, yaitu:

"Geographical indications are, for the purposes of this Agreement, indications which identify a good as originating in the territory of a Member, or a region or locality in that territory, where a given quality, reputation or other characteristic of the good is essentially attributable to its geographical origin"⁵²

Definisi yang digunakan dalam Kesepakatan TRIPs berbeda dengan konsep yang ada dalam *appellations of origin* dan *indication of source*. TRIPs mendefinikan IG sebagai indikasi termasuk didalamnya - kata, phrase, simbol, gambar – yang menunjuk pada barang (*good*)

⁵¹ WTO, Agreement on Trade-Related Aspect of Intellectual Property Rights, Article 8

⁵²WTO,Agreement on Trade-Related Aspect of Intellectual Property Rights, Article 22(1)

yang berasal dari suatu wilayah yang memiliki kualitas, reputasi dan karakteristik barang lainnya yang diakibatkan oleh geografis asal⁵³.

Permasalahan yang timbul kemudian adalah bagaimana definisi ini kemudian diterapkan dalam hukum nasional negara anggota. Perlindungan atas indikasi asal geografis akan berbeda pada tiap negara karena tergantung dari kepentingan dari tiap negara. Sehingga tidak ada terminologi yang disepakati mengenai *indications of source*, *appellations of origin* dan indikasi geografis karena istilah tersebut berasal dari instrumen hukum yang berbeda. Perbedaan terminologi tersebut mengakibatkan hak dan kewajiban yang timbul dari kesepakatan tersebut berbeda⁵⁴.

2.3.4.3 Standar perlindungan terhadap Indikasi Geografis

Seperti yang sudah dijelaskan pada paragraf di atas bahwa tujuan dari diberlakukannya Kesepakatan TRIPs ini adalah untuk menciptakan suatu standar minimum pada perlindungan HKI antara negara anggota. Begitupun pada perlindungan indikasi geografis, penerapan standar minimum perlindungan dapat dilihat pada Pasal 22.2 Kesepakatan TRIPs:

"Members shall provide the legal means for interested parties to prevent:

(a) 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

⁵³ Mohan Kumar, *Protections of Geographical Indications*, hal. 2, Lihat juga Bernard O'Connor, *The Law of Geographical Indication*, hal 54, dalam teks asli: *"the definition given by TRIPs Agreement provides WTO Members with three alternative so as to link the protected geographical indication with the good concerned. These are given quality or reputation or other characteristic of good which should be essentially attributable to its geographical indication."*

⁵⁴ WIPO Secretariat, *The Definition Of Geographical Indications*, (Geneva, Oktober, 2002), paragraf 2, (SCT/9/4)

- which misleads the public as to the geographical origin of the good;*
- (b) *any use which constitutes an act of unfair competition within the meaning of Article 10bis of the Paris Convention (1967)".*

Perlindungan Indikasi Geografis dalam perjanjian TRIPs dapat dibagi dalam dua tingkat. Perlindungan tingkatan pertama didasarkan pada pelaksanaan pasal 22(2) butir (a) dan (b) diatas yang mewajibkan negara anggota untuk mencegah penggunaan Indikasi geografis yang salah dan berpotensi menyesatkan masyarakat. Selain itu TRIPs juga berupaya menghindari dari persaingan yang tidak sehat (*unfair competition*) yang mungkin terjadi dalam penggunaan indikasi geografis tersebut. TRIPs mewajibkan negara anggotanya untuk menyediakan upaya hukum/aturan hukum yang mampu melindungi indikasi geografis negaranya ataupun untuk melindungi indikasi geografis negara anggota lainnya.

Kesepakatan TRIPs memang tidak secara menjelaskan secara rinci mengenai bagaimana perlindungan indikasi geografis itu, perlakuan perlindungan indikasi geografis itu diserahkan pada masing-masing anggota WTO untuk menentukan metode yang akan digunakan, apakah menggunakan metode *positive protection system* atau dengan *negative protective system*. Namun ada aturan dalam TRIPs yang dapat memberikan hak kepada negara anggota secara *ex officio* berdasarkan peraturan perundang-undangan atau permohonan untuk menolak atau membatalkan pendaftaran dari pendaftaran suatu merek yang mengandung indikasi geografis apabila barang tersebut tidak berasal dari wilayah yang ditunjuk dalam merek, penggunaan indikasi geografis dalam merek digunakan untuk mengelabui konsumen dari asal asli barang tersebut.

Pelaksanaan prinsip perlindungan HKI dalam TRIPs tidak terlepas dari penerapan prinsip perlindungan standar minimal (*minimum standard protection principle*). Prinsip ini mewajibkan negara anggota

untuk taat pada ketentuan-ketentuan TRIPs walaupun dalam penerapan ketentuan TRIPs membebaskan kepada tiap negara anggota mengaplikasikannya dalam hukum nasionalnya dalam bentuk yang lebih tegas lagi dibanding ketentuan dalam TRIPs selama tidak bertentangan dan ketentuan TRIPs ini digunakan sebagai standar minimal yang harus ada⁵⁵.

Perlindungan tingkatan kedua lebih dikhususkan untuk perlindungan terhadap *wine* dan *spirit*. Terkait dengan perlindungan terhadap *wine* dan *spirit*, TRIPs memberikan perlindungan yang lebih tinggi dibanding perlindungan yang diberikan kepada barang lainnya⁵⁶. Perlindungan atas *wine* dan *spirit* memiliki tiga unsur⁵⁷, yaitu:

1. Negara anggota wajib menyediakan sarana hukum bagi pihak yang berkepentingan untuk melindungi penggunaan indikasi geografis untuk *wine* dan *spirit* yang tidak berasal dari wilayah yang diindikasikan.
2. Menolak atau membuat tidak diterima pendaftaran atas merek untuk *wine* dan *spirit* yang mengandung atau terdiri dari indikasi geografis untuk *wine* dan *spirit* atas permintaan negara yang berkepentingan
3. Kedepannya perundingan bertujuan untuk lebih meningkatkan perlindungan indikasi geografis atas *wine* dan *spirit*.

⁵⁵ Lihat teks asli, Article 1, Agreement on Trade-Related Aspect of Intellectual Property Rights, "Members shall give effect to the provisions of this Agreement. Members may, but shall not be obliged to, implement in their law more extensive protection than is required by this Agreement, provided that such protection does not contravene the provisions of this Agreement. Members shall be free to determine the appropriate method of implementing the provisions of this Agreement within their own legal system and practice."

⁵⁶ Lihat F.R Scholder. "The effect of recent GATT Agreement and of Bilateral and multilateral agreements on wine trade", AIDV/IWLA Bulletin ed.7, 1996, diakses dari <<http://www.aidv.org/english/activities/bulletin>>, Perlindungan indikasi geografis atas wine merupakan hasil lobi dari Prosal yang diajukan Uni Eropa dalam Putaran Uruguay.

⁵⁷ Bernard O` Connor, *Op.Cit.*, hal 57

Dalam Pasal 23.1 Kesepakatan TRIPs lebih jelas dinyatakan anggota wajib menyediakan sarana hukum bagi pihak yang berkepentingan untuk mencegah digunakannya suatu indikasi geografis minuman wine/spirits untuk minuman wine atau spirits yang tidak berasal dari wilayah yang diindikasikan, sekalipun pemakaian tersebut dilakukan secara jujur dengan menyisipkan/diterjemahkan atau disertai dengan catatan seperti "jenis", "tipe", "gaya", "imitasi" atau sejenisnya⁵⁸. Tindakan perlindungan terhadap wine dan spirit berlaku berdasarkan objek tertentu dan berlaku secara otomatis terhadap wine dan spirit yang telah mendapat pengakuan sebelumnya.

Perlindungan ini tidak lain bertujuan untuk melindungi konsumen dari tindakan produsen nakan yang bermaksud untuk mendomplek reputasi yang telah ada juga untuk melindungi produsen aslinya yang akan dirugikan dalam praktek persaingan tidak sehat tersebut. Sesuai ketentuan diatas pemakaian merek Champange ataupun Bourbon untuk jenis minuman anggur dan alkohol yang bukan bersal dari produk barang tersebut tidak diperkenankan. Atau pemakaian merek Scotch Whisky untuk minuman anggur lokal Indonesia yang sama sekali bukan berasal dari Skotlandia tidak diijinkan⁵⁹

2.4. Perlindungan Indikasi Geografis dalam Tataran Hukum Nasional

Sesuai dengan ketentuan yang ada dalam Kesepakatan TRIPs Pasal 1, *".....Members shall be free to determine the appropriate method of implementing the provisions of this Agreement within their*

⁵⁸ Teks asli Article 23 (1) Agreement on Trade-Related Aspect of Intellectual Property Rights: *"Each Member shall provide the legal means for interested parties to prevent use of a geographical indication identifying wines for wines not originating in the place indicated by the geographical indication in question or identifying spirits for spirits not originating in the place indicated by the geographical indication in question, even where the true origin of the goods is indicated or the geographical indication is used in translation or accompanied by expressions such as "kind", "type", "style", "imitation" or the like"*

⁵⁹ Sudargo Gautama, *Hak Milik Intelektual Indonesia dan Perjanjian Internasional, TRIPs, GATT, dan Putaran Uruguay (1994)*, (Bandung, Citra Aditya Bakti, 1994), hal. 22.

own legal system and practice”, mensyaratkan setiap negara anggota harus menyediakan sarana hukum bagi perlindungan indikasi geografis bagi barang dari negara tersebut dan juga bagi permohonan indikasi geografis dari negara lainnya dalam peraturan nasionalnya. Indonesia merupakan salah satu anggota WTO yang telah meratifikasi keanggotaannya melalui UU no. 7 tahun 1994 tentang pengesahan Agreement of Establishing the World Trade Organization.

Sebagai konsekuensi dari keikutsertaan Indonesia sebagai anggota WTO (World Trade Organization) mengharuskan Indonesia menyesuaikan segala peraturan perundangannya di bidang Hak Kekayaan Intelektual sesuai dengan standar TRIP's (*Trade Related Aspects of Intellectual Property Rights*). Hal ini juga akibat dari telah diratifikasinya konvensi-konvensi internasional di bidang Hak Kekayaan Intelektual dan keharusan Indonesia untuk menyesuaikan dengan ketentuan-ketentuan yang berlaku dalam hukum internasional.

2.4.1 Perlindungan Indikasi Geografis dalam Undang-Undang Nomor 15 tahun 2001 tentang Merek

Perlindungan hukum mengenai indikasi geografis di Indonesia diawali dengan dimasukkannya perlindungan atas indikasi geografis tersebut dalam rezim merek yaitu dalam Undang-Undang No 15 Tahun 2001 tentang Merek⁶⁰. Pengaturan mengenai indikasi geografis dimasukkan dalam Bab VII tentang Indikasi Geografis dan Indikasi Asal yaitu dalam Pasal 56 sampai Pasal 60. Definisi mengenai indikasi geografis yang digunakan dalam hukum merek adalah⁶¹:

“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.”

⁶⁰ Undang-Undang No. 15 tahun 2001 merupakan pengganti UU No.19 tahun 1992 yang telah dirubah dengan UU No.14 tahun 1997 tentang Perubahan atas UU No.19 tahun 1992 tentang Merek.

⁶¹ Indonesia, Undang-Undang Nomor 15 tahun 2001 tentang Merek, Pasal 56(1)

Dari rumusan pasal diatas, penggunaan istilah indikasi geografis sama dengan pengertian yang digunakan dalam Perjanjian Lisabon, seperti masuknya adanya faktor alam dan manusia yang berperan dalam memberikan ciri dan kualitas terhadap barang indikasi geografis tersebut. Lebih jauh dalam penjelasan Pasal 56 (1) UU Merek, dijelaskan pengertian 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.

Istilah 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.

Sedangkan daerah asal barang sebagaimana disebutkan dalam Pasal 56 ayat (1) UU Merek 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. Sedangkan barang yang termasuk dalam indikasi geografis meliputi barang-barang yang dihasilkan oleh alam, barang hasil pertanian, hasil kerajinan tangan atau hasil industri tertentu lainnya⁶².

Sekilas terdapat perbedaan pemahaman mengenai indikasi geografis antara pengertian dalam Pasal 56 ayat (1) UU Merek dengan pengertian dalam Penjelasan pasal tersebut. Dalam Pasal 56 ayat (1) menyebutkan faktor lingkungan geografis termasuk faktor alam dan manusia atau kombinasi dari keduanya. Sedangkan penjelasan Pasal 56 ayat (1) faktor lingkungan geografis adalah faktor alam dan manusia yang dijadikan atribut dari barang tersebut. Hal ini dapat diartikan bahwa menurut Pasal 56 ayat (1) apabila salah satu unsur saja yang terpenuhi dari faktor lingkungan geografis tersebut apakah faktor manusia atau faktor alam, maka suatu produk tersebut sudah dapat

⁶² Indonesia, Undang-Undang Nomor 15 tahun 2001 tentang Merek, Penjelasan Pasal 56(1).

dikatakan sebagai ber-indikasi geografis dan dapat dilindungi, hal ini memenuhi ketetapan dalam apikasi asal dalam Perjanjian Lisabon.

Sedangkan dalam penjelasan pasal ini, suatu produk dikatakan mengandung indikasi geografis apabila memenuhi kedua faktor lingkungan geografis yaitu faktor manusia dan faktor alam yang merupakan atribut dari suatu produk tersebut, jadi apabila salah satu faktor itu tidak terpenuhi maka produk itu tidak dapat dilindungi. Perbedaan pemahaman tersebut dapat menjadi permasalahan dikemudian hari untuk menentukan ukuran persyaratan yang harus dipenuhi dalam memohon perlindungan indikasi geografis.

Undang-Undang Merek menyinggung sedikit mengenai indikasi asal, indikasi asal dipersamakan dengan pengertian indikasi geografis pada Pasal 56 ayat (1), namun yang membedakan dengan indikasi geografis adalah indikasi asal tidak perlu didaftarkan. Pengertian indikasi asal dalam Pasal 59 point (b) UU Merek ini dapat dipersamakan dengan pengertian *indications of source* pada Perjanjian Madrid karena hanya menunjuk asal suatu barang.

2.4.2 Perlindungan Indikasi Geografis dalam Peraturan Pemerintah Nomor 51 tahun 2007 tentang Indikasi Geografis

Peraturan Pemerintah tentang Indikasi Geografis ini merupakan jawaban atas kebutuhan perlindungan indikasi geografis di negara Indonesia yang memiliki potensi atas keragaman hayati. PP Indikasi Geografis ini mengatur tentang cara pendaftaran permohonan indikasi geografis sebagaimana diamanatkan dalam pasal. serta pengaturan tentang pembatalan permohonan merek yang mengandung indikasi geografis⁶³ sedangkan mengenai pengumuman permohonan pendaftaran merek dalam Pasal 21, 22, 23, 24 dan 25 UU Merek yang berlaku *mutatis mutandis* terhadap permohonan pendaftaran indikasi geografis⁶⁴.

⁶³ Indonesia, Undang-Undang Nomor 15 tahun 2001 tentang Merek Pasal 6 ayat (1) point (c.) Mempunyai persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya dengan indikasi-geografis yang sudah dikenal.

⁶⁴ Indonesia, Undang-Undang Nomor 15 tahun 2001 tentang Merek Pasal 56 ayat (3)

Pasal 1 PP No. 51 tahun 2007 menjelaskan indikasi-geografis sebagai 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. Sedangkan pengertian tanda adalah nama tempat atau daerah maupun tanda tertentu lainnya⁶⁵ yang menunjukkan asal tempat dihasilkannya barang yang dilindungi oleh indikasi geografis.

Jangka waktu perlindungan indikasi geografis dalam Pasal 4 indikasi geografis dilindungi selama karakteristik khas dan kualitas yang menjadi dasar bagi diberikannya perlindungan atas Indikasi-geografis tersebut masih ada. Berbeda dengan bentuk perlindungan yang ada dalam rezim merek yang hanya 10 tahun.

Pasal 5 ayat (3) mengatur mengenai pihak-pihak yang berhak mengajukan permohonan pendaftaran perlindungan geografis. Pihak-pihak pemohon tersebut adalah

- a. lembaga yang mewakili masyarakat di daerah yang memproduksi barang yang bersangkutan, terdiri atas:
 1. pihak yang mengusahakan barang hasil alam atau kekayaan alam;
 2. produsen barang hasil pertanian;
 3. pembuat barang hasil kerajinan tangan atau barang hasil industri; atau
 4. pedagang yang menjual barang tersebut;
- b. lembaga yang diberi kewenangan untuk itu; atau
- c. kelompok konsumen barang tersebut.

⁶⁵ Pengertian tanda tertentu lainnya adalah tanda yang berupa kata, gambar, atau kombinasi dari unsur-unsur tersebut - Penjelasan Pasal 2 ayat (1) PP No. 51 tahun 2007 tentang Indikasi Geografis.

Dalam perlindungan indikasi geografis di Indonesia menganut sistem perlindungan yang konstitutif dimana mensyaratkan adanya pendaftaran terlebih dahulu⁶⁶. Kelebihan dari sistem perlindungan ini adalah terjaminnya kepastian hukum dan mempermudah dalam pembuktian⁶⁷.

Sedangkan indikasi geografis yang tidak dapat didaftar berdasarkan Pasal 3 adalah apabila tanda yang dimohonkan pendaftarannya:

- 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; atau
- d. telah menjadi generik (menjadi milik umum)

Namun untuk indikasi geografis yang telah didaftarkan tidak akan menjadi generik dan perlindungannya terus menerus selama kualitas dan karakteristik dari barang tersebut masih ada. Selanjutnya penggunaan tanda indikasi geografis hanya dapat digunakan pada barang yang memenuhi persyaratan sebagaimana diatur dalam “Buku Persyaratan”. Penjelasan mengenai Buku Persyaratan akan ditambahkan pada bab berikutnya.

⁶⁶ Lihat Miranda Risang Ayu, *Mempertimbangkan Kekayaan Intelektual Indikasi Geografis*, hal.154

⁶⁷ *Ibid*

2.5. Merek dan Indikasi Geografis

2.5.1 Perbedaan merek dan indikasi geografis

Merek dan indikasi geografis adalah dua konsep hukum yang berbeda⁶⁸. Merek dipakai untuk menunjukkan asal dari suatu produk atau jasa namun tidak berhubungan dengan geografis namun dalam hubungannya dengan perusahaan tertentu dalam dalam kasus merek kolektive antarasuatu perkumpulan dengan anggotanya. Merek tidak dapat diasosiasikan dengan produk tertentu. Pemegang merek pasti akan mempertimbangkan untuk menggunakan merek tersebut untuk beberapa produk sepanjang itu masih dianggap pantas diwakili oleh merk tersebut. Secara umum, tidak ada hubungan yang kuat antara merek dengan bentuk produk barang ataupun jasa dengan suatu indikasi geografis.

Merek adalah tanda khusus yang digunakan oleh produsen untuk membedakan produk dan jasa yang disediakan dengan produk dari produsen lain. Merek memberikan hak kepada pemiliknya untuk mengecualikan produsen lain dalam penggunaan merek yang sama. Hampir sama dengan indikasi geografis yang dipakai untuk menandakan asal suatu barang, jaman dahulu ketika para seniman memproduksi mereka memberikan 'tanda' dalam hasil karyanya⁶⁹. Dalam perkembangannya pemberian tanda ini berkembang menjadi suatu sistem perlindungan seperti sekarang ini. Sistem perlindungan ini membantu konsumen untuk mengetahui kualitas produk dan memilih suatu produk sesuai kebutuhannya dengan melihat tanda yang khas tersebut.

⁶⁸ Burkhart Goebel, *Geographical Indications and Trademark - Implementing the TRIPs Agreement*, Makalah pada CIPR Conference, 26-28 Juni 2002 diakses dari <<http://cipr.org/activities/conferences/june2000/goebel.htm>>

⁶⁹ Bernard O' Connor, *The Law of Geographical Indication*, hal. 107. Lihat juga A. Michael, *A Practical Guide to Trademark Law*, 3rd ed., (London, Sweet & Maxwell, 2002)

Sedangkan indikasi geografis juga merupakan tanda dari suatu produk menunjukkan asal produksi suatu produk atau barang yang mempunyai ciri khas yang disebabkan atau berasal dari tempat produksi tersebut. Indikasi geografis dapat digunakan oleh semua produsen yang membuat produknya di tempat yang disebutkan oleh indikasi geografisnya dan yang produknya mempunyai kualitas yang khusus. Dalam prakteknya indikasi geografis dimengerti oleh konsumen sebagai citra tentang asal dan kualitas produk. Banyak produk atau barang indikasi geografis yang karena ke-khas-anya sehingga mendapat reputasi yang baik karena tidak dilindungi secara baik, disalahgunakan oleh pelaku komersial yang tidak jujur.

Baik merek maupun indikasi geografis sama-sama mempunyai tujuan yang sama yaitu untuk melindungi masyarakat dari penyesatan terhadap mutu atau kualitas dari produk atau barang baik disengaja maupun tidak disengaja⁷⁰. Penyalahgunaan merek dan indikasi geografis akan merugikan baik konsumen maupun produsen. Konsumen ditipu dan dirugikan karena ciri khas dan kualitas produk yang dibeli tidak sesuai dengan seharusnya, sedang produsen dirugikan karena menurunnya mutu dan tidak sesuainya ciri khas produk akan mengakibatkan kekecewaan konsumen yang berakibat merusak reputasi produk tersebut⁷¹.

Merek maupun indikasi geografis dapat memperoleh reputasi dan nilai ekonomis yang tinggi, karena alasan ini keduanya sering diselewengkan, dipalsukan dan disalahgunakan. Meskipun demikian

⁷⁰ Miranda Risang Ayu, Op.Cit., hal 36

⁷¹ Makalah Ditjen Kerjasama Perdagangan Internasional (KPI) Departemen Perdagangan, "Peningkatan Nilai Tambah Komoditas Indonesia Dengan Pengembangan Indikasi Geografis", Jakarta, 2004 diakses dari <http://www.ditjenkpi.depdag.go.id/website_kpi/files/content/2/indikasi_Geografis_Final20060106141403.doc>

terdapat beberapa perbedaan yang mendasar antara merek dan indikasi geografis⁷², yaitu:

- Merek menunjuk dan menandakan suatu barang atau jasa dari suatu penghasil, produsen atau penyedia jasa tertentu bertujuan untuk membedakan dengan produk atau jasa sejenis dari penghasil, produsen atau penyedia jasa lainnya. Indikasi geografis tidak menunjuk secara khusus suatu penghasil atau produsen dari suatu produk tapi menunjuk pada suatu daerah asal dan kualitas tertentu dari produk yang berasal dari daerah tersebut.
- Merek diakui sebagai hak kekayaan individual sedangkan indikasi geografis hak kepemilikannya adalah milik bersama (komunal) yang tidak mungkin dimiliki oleh individu-individu namun terkait dengan kepemilikan dari masyarakat pada wilayah atau asal produk tersebut. Merek dapat dialihkan kepemilikannya kepada pihak ketiga melalui lisensi sedangkan indikasi geografis tidak.
- Dalam proses lahirnya sebuah merek, diperlukan adanya faktor kreatifitas manusia untuk menciptakan tanda atau ekspresi yang baru dan original yang nantinya akan memberikan perbedaan dengan produk yang sejenis. Dalam indikasi geografis ada pertautan antara kreatifitas dari manusia dengan faktor-faktor alam seperti keadaan wilayah, cuaca, iklim dan faktor lainnya yang terlepas dari faktor manusia. Pertautan ini dimungkinkan harus ada dan tidak dapat dipisahkan dari produk atau barang tersebut, seperti "*Roquefort Cheese*" adalah indikasi geografis yang dipakai untuk menandakan keju yang berasal dari wilayah Roquefort di Perancis, dalam halnya dengan merek "Kraft

⁷² Dikutip dari Bernard O' Connor, *The Law of Geographical Indication*, hal 110-112

Cheese” adalah menunjukan produk keju yang diproduksi oleh perusahaan Kraft. Dengan demikian, penggunaan merek lebih menekankan pada produsen dari produk sedangkan indikasi geografis menggarisbawahi pada asal geografis dari produk tersebut serta karakteristik yang timbul akibat gabungan kedua faktor tersebut.

- Perlindungan terhadap indikasi geografis baru dapat didapat apabila memenuhi adanya pertautan antara produk atau barang dan kualitas tertentu, karakteristik dan reputasi dalam kaitan dengan asal geografis dan perlindungan itu sudah diatur cara pendafatarannya dan diawasi oleh pemerintah. Sedangkan pendafataran merek tidak terkait dengan kualitas tertentu, karakteristik dan tidak ada keharusan pengawasan dari pemerintah. Dan jangka waktu perlindungan terbatas dan harus selalui diperbaharui.

2.5.2 Hubungan antara merek dan indikasi geografis dalam kesepakatan internasional

Beberapa kesepakatan internasional dalam bidang hak kekayaan intelektual yang secara jelas menggambarkan hubungan antara indikasi geografis dan merek. Ada tiga kesepakatan internasional yang relevan dengan pembahasan ini yaitu: Konvensi Paris 1883, Kesepakatan Lisabon 1958 dan Kesepakatan TRIPs⁷³.

- Perbedaan merek dan indikasi geografis dalam Konvensi Paris 1883

Konvensi Paris membuat perbedaan antara indikais geografis dan merek namun tidak secara jelas memberikan perbedaan tersebut. Namun perbedaan itu terlihat *pertama*, dari penyebutan keduanya

⁷³ *Ibid*, hal 114-119

sebagai kekayaan intelektual yang berbeda dalam Pasal 1 ayat (2) dari Konvensi Paris,

“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.”

Kedua, perlakuan yang diberikan pada merek dari pelarangan pendaftaran merek atau kemungkinan tidak diperpanjangnya perlindungan merek bila mengandung unsur indikasi geografis. Lebih jelas dapat dilihat pada Pasal 6^{quinquies} (B) (2) Konvensi Paris,

“.....devoid of any distinctive character, or consist exclusively of signs or indications which may serve, in trade, to designate the kind, quality, quantity, intended purpose, value, place of origin, of the goods, or the time of production, or have become customary in the current language or in the bona fide and established practices of the trade of the country where protection is claimed”

Ketentuan ini memperjelas bahwa merek berupa simbol, gambar atau kata serta imbuhan yang memberikan pembedaan dalam menyebut atau menunjuk suatu produk atau barang tertentu. Pemegang hak merek mendapatkan hak eksklusif untuk menggunakan merek tersebut dalam produk atau barang bertujuan untuk memberikan identifikasi dan dapat digunakan sesering mungkin untuk produk tersebut. Sedangkan indikasi geografis pemilikannya tidak terbatas pada satu produsen saja bahkan dapat digunakan oleh beberapa produsen di wilayah cakupan perlindungan untuk barang yang tertentu saja.

- Pertentangan antara indikasi geografis dan merek dalam Perjanjian Lisabon

Perjanjian Lisabon tidak secara jelas menyebut pertentangan tersebut, namun ada ketentuan yang memberikan prioritas kepada apelasi asal dibanding merek. Ketentuan itu dapat dilihat dalam Pasal 5(3) yang menyebutkan negara anggota dari perjanjian Lisabon harus

memberikan perlindungan apelsi asal dari negara anggota lainnya yang telah terdaftar dalam jangka waktu satu tahun, apabila terjadi penolakan maka alasan dan dasar penolakan tersebut harus diumumkan. Seperti diketahui perlindungan apelsi asal dalam Perjanjian Lisabon tidak dapat diberikan apabila sudah menjadi generik dinegara yang dimohon, namun jika belum ada indikasi geografis yang didaftarkan maka harus diberikan perlindungan, terkait dengan telah digunakannya indikasi geografis tersebut sebagai suatu merek oleh pihak ketiga, maka diberikan waktu dua tahun kepada pihak ketiga tersebut untuk tetap menggunakan indikasi geografis tersebut, bila sudah lewat waktunya maka secara *ex officio* merek tersebut harus dihapuskan⁷⁴.

- Pengaturan merek dan indikasi geografis dalam TRIPs

Hubungan antara indikasi geografis dan merek terdapat dalam beberapa pasal dalam Kesepakatan TRIPs. Hak atas merek dalam Kesepakatan TRIPs didefinisikan pada Pasal 16(1):

" The owner of a registered trademark shall have the exclusive right to prevent all third parties not having the owner's consent from using in the course of trade identical or similar signs for goods or services which are identical or similar to those in respect of which the trademark is registered where such use would result in a likelihood of confusion. In case of the use of an identical sign for identical goods or services, a likelihood of confusion.."

Menurut ketentuan tersebut pemegang hak merek terdaftar mempunyai hak eksklusif untuk mencegah pihak ketiga untuk menggunakan tanda yang mirip untuk barang atau jasa yang sejenis atau mirip dengan barang atau jasa untuk mana suatu merek dagang didaftarkan, pemakaian istilah mempunyai arti yang luas bahkan dapat

⁷⁴ Pasal 5(6) Perjanjian Lisabon, *"...If an appellation which has been granted protection in a given country pursuant to notification of its international registration has already been used by third parties in that country from a date prior to such notification, the competent Office of the said country shall have the right to grant to such third parties a period not exceeding two years to terminate such use,....."*

termasuk penandaan namun yang tidak dapat memilih yang sudah digunakan dalam indikasi geografis.

Untuk lebih menegaskan adanya hubungan antara merek dan indikasi geografis, Pasal 22.3 TRIPs mewajibkan negara anggota untuk menolak atau membatalkan pendaftaran merek yang mengandung atau terdiri dari unsur indikasi geografis terhadap barang yang bukan berasal dari wilayah yang ditetapkan kecuali digunakan sebagai indikasi dari merek tanpa ada maksud untuk menyesatkan masyarakat. Negara anggota secara *ex officio* berdasarkan hukum yang berlaku atau atas permintaan negara yang berkepentingan untuk menolak atau membatalkan pendaftarannya.

Selain itu dalam Kesepakatan TRIPs juga mengatur beberapa pengecualian (*exceptions*) terhadap perlindungan indikasi geografis. Pasal 24 (5) TRIPs menjelaskan beberapa pengecualian dalam hal mengurangi keabsahan pemakaian nama (*trademark*) yang sudah terdaftar sebelumnya dengan adanya perlindungan indikasi geografis ini sepanjang digunakan dengan itikad baik (*good faith*) dengan alasan merek dagang yang bersangkutan adalah identik, atau mirip dengan, suatu indikasi geografis atau yang dikarenakan belum adanya indikasi geografis yang didaftarkan di negara bersangkutan⁷⁵.

⁷⁵ WIPO, Agreement on Trade-Related Aspect of Intellectual Property Rights, Article 24.5 "Where a trademark has been applied for or registered in good faith, or where rights to a trademark have been acquired through use in good faith either: (a) before the date of application of these provisions in that Member as defined in Part VI; or (b) before the geographical indication is protected in its country of origin; measures adopted to implement this Section shall not prejudice eligibility for or the validity of the registration of a trademark, or the right to use a trademark, on the basis that such a trademark is identical with, or similar to, a geographical indication."

BAB 3

METODE PENELITIAN DAN LANDASAN TEORI

3.1 Metode Penelitian

Penelitian yang digunakan dalam penulisan ilmiah ini adalah metode penelitian hukum normatif. Metode penelitian hukum normatif adalah suatu prosedur penelitian ilmiah untuk menemukan kebenaran berdasarkan logika keilmuan hukum dari sisi normatifnya⁷⁶.

Fokus pada penelitian yuridis normatif ini untuk menjawab permasalahan yang diajukan mengenai perlindungan Indikasi Geografis baik dalam hukum internasional maupun dalam hukum nasional Indonesia, serta pelaksanaannya dan manfaat yang akan diperoleh dengan menerapkan perlindungan terhadap produk Indikasi Geografis sehingga pada akhirnya dapat diketahui jawaban dari permasalahan dari penelitian ini.

Dalam penulisan ini menggunakan pendekatan perundang-undangan, penulis juga mempergunakan metode pendekatan perbandingan (*comparative approach*)⁷⁷. Pendekatan perbandingan yang dilakukan adalah dengan melihat penerapan perlindungan indikasi geografis di beberapa negara, yaitu: Perancis, India yang telah memiliki perlindungan Indikasi Geografis.

Penelitian hukum normatif memusatkan perhatian pada kajian tentang norma-norma hukum yang terdapat dalam peraturan perundang-undangan, konvensi internasional, traktat, keputusan-keputusan

⁷⁶ Jhonny Ibrahim, *Teori dan Metode Penelitian Hukum Normatif*, (Malang: Bayumedia Publishing, 2005), hal. 47.

⁷⁷ Pendekatan perbandingan merupakan salah satu cara yang digunakan dalam penelitian normatif untuk membandingkan salah satu lembaga hukum (*legal institution*) dari sistem hukum yang satu dengan lembaga hukum (yang kurang lebih sama) yang lain. Lihat ⁷⁷ Jhonny Ibrahim, *Teori dan Metode Penelitian Hukum Normatif*, hal. 259

pengadilan⁷⁸ serta norma-norma hukum yang hidup di masyarakat dalam hal ini adalah peraturan-peraturan yang terkait dengan permasalahan di bidang Indikasi Geografis.

Untuk mendapatkan data yang optimal untuk menunjang penelitian ini, penulis menggunakan beberapa teknik pengumpulan data, yaitu: *Pertama*, melalui studi kepustakaan. Dalam penelitian kepustakaan bertujuan untuk mengumpulkan data sekunder yang berasal dari dokumen-dokumen resmi, buku-buku, hasil-hasil penelitian yang berwujud laporan⁷⁹. Data sekunder diperoleh dari :

1. Bahan hukum primer, yaitu bahan-bahan hukum yang mengikat⁸⁰. Bahan hukum primer yang terdiri dari:
 - a. The Paris Convention 1883 for the Protection of Industrial Property (Konvensi Paris) diratifikasi dengan Keppres Nomor 15 Tahun 1997.
 - b. The Madrid Agreement 1891 for the Reppresion of False or Deceptive Indications of Source on Goods,
 - c. The Lisbon Agreement 1958 for the Protection of Appellation of Origin,
 - d. The Agreement of Trade-Related Aspect of Intellectual Property Right –TRIPs diratiffikasi dengan UU No. 7 Tahun 1994 tentang Pengesahan Agreement Establishing The World Trade Organization (Persetujuan Pembentukan Organisasi Perdagangan Dunia)⁸¹

⁷⁸ Disini dapat dikatakan bahwa penelitian hukum normatif sebagai penelitian yang khusus meneliti hukum sebagai norma positif didalam perundang-undangan (*as it is written in the books*). Lihat Soetandyo Wignjosoebroto, *Hukum: Paradigma, Metode dan Dinamika Masalahnya*, (Jakarta: ELSAMdan HUMA, 2002), hal. 147

⁷⁹ Soerjono Soekanto, *Pengantar Penelitian Hukum*, Cetakan Ketiga, (Jakarta: UI-Press, 2007), hlm. 12.

⁸⁰ Bambang Sunggono, *Metodologi Penelitian Hukum*, Cetakan Ketujuh, (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2005:, hlm. 113.

⁸¹ The Agreement of Trade-Related Aspect of Intellectual Property Right –TRIPs termasuk salah satu dari kesepakatan yang terdapat dalam GATT 1994.

- e. Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 Tentang Merek
 - f. Peraturan Pemerintah Nomor 51 Tahun 2007 Tentang Indikasi Geografis.
2. Bahan hukum sekunder, yaitu bahan-bahan hukum yang memberikan penjelasan bahan hukum primer.⁸² Bahan hukum sekunder yang terdiri dari :
 - a. Buku-buku mengenai Hak Kekayaan Intelektual
 - b. Buku-buku mengenai Indikasi Geografis
 - c. Hasil-hasil penelitian mengenai Indikasi Geografis
 3. Bahan hukum tersier, yaitu bahan-bahan yang memberikan petunjuk maupun penjelasan terhadap bahan hukum primer dan bahan hukum sekunder. Bahan hukum tersier yang terdiri dari :
 - a. Kamus umum Bahasa Indonesia
 - b. Kamus istilah hukum
 - c. Kamus Bahasa Inggris – Indonesia

Metode kedua yang digunakan oleh penulis untuk mengumpulkan data adalah dengan melakukan wawancara. Wawancara dilakukan dengan narasumber yang kompeten dengan permasalahan dalam tesis ini dalam hal ini adalah petani kopi di Kintamani Bali dan pejabat di Direktorat Hak Kekayaan Intelektual Depkumham terutama yang menangani masalah indikasi geografis. Wawancara dilakukan dengan wawancara tidak berstruktur (*unstructured interview*) hal ini dipilih agar penulis dapat memperoleh informasi yang lebih mendalam terlepas dari pedoman wawancara yang digunakan. Hasil wawancara sebagai alat untuk melengkapi data sekunder.

Data yang dikumpulkan baik dari penelitian kepustakaan maupun dari pengamatan lapangan akan dianalisis dengan metode preskriptif kualitatif. Metode preskriptif bersifat memberikan petunjuk atau menjelaskan yang menjadi pokok permasalahan keadaan yang sebenarnya. Kualitatif yaitu metode analisa data yang mengelompokkan dan menyeleksi

⁸² *Ibid*, hal. 113.

data yang diperoleh dari pengamatan lapangan untuk memperoleh gambaran mengenai pola-pola yang berlaku dimasyarakat⁸³ menurut kualitas dan kebenarannya⁸⁴ kemudian dihubungkan dengan teori-teori yang diperoleh dari penelitian kepustakaan sehingga diperoleh jawaban atas permasalahan yang diajukan.

Adapun tahapan yang dilakukan dalam menyusun penelitian ini menjadi 3 (tiga) tahap :

1. Tahap Persiapan yaitu dimulai dengan mengumpulkan bahan-bahan kepustakaan, yang kemudian dilanjutkan dengan penyusunan dan pengajuan usulan penelitian.
2. Tahap Pelaksanaan, yang dilakukan dengan 2 (dua) cara, yaitu :
 - a. Pada penelitian kepustakaan dilakukan pengumpulan data sekunder dengan cara studi dokumen.
 - b. Pada penelitian lapangan dilakukan dengan wawancara langsung dan pertanyaan tertulis dengan responden.
3. Tahap Penyelesaian, pada tahap ini dilakukan berbagai kegiatan yang meliputi analisis data, penulisan laporan dan konsultasi. Setelah itu dilakukan penyusunan laporan akhir.

3.2. Landasan Teori

Dalam penulisan penelitian ini menitikberatkan mengenai bagaimana perlindungan yang diberikan negara dalam hal ini Pemerintah Indonesia untuk melindungi produk-produk khas yang dimiliki oleh Indonesia dari ancaman pendaftaran atau pencurian terhadap produk-produk Indikasi Geografis yang dilakukan oleh negara asing dalam praktek perdagangan internasional melalui penerapan hukum Indonesia mengenai produk Indikasi Geografis.

⁸³ Burhan Ashofa, *Metode Penelitian Hukum*, (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2004), hal. 21

⁸⁴ Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2001), hal. 2-8.

Untuk menjawab permasalahan diatas digunakan konsep teori yang diperkenalkan oleh Aristoteles dalam teori keadilan. Teori ini terdiri dari *distributive justice* dan *rectificatory justice* atau yang disebut juga *corrective justice*. Pada prinsipnya *distributive justice* (keadilan distributif) ialah keadilan yang memberikan kepada tiap-tiap orang bagian yang sesuai dengan jasanya. Artinya bukan keadilan yang didasari kesamaan jumlahnya tetapi kesebandingan⁸⁵.

Distributive justice memberikan pengarahannya dalam pembagian-pembagian barang-barang dan penghargaan kepada masing-masing pribadi sesuai dengan kedudukannya dalam masyarakat, hal ini mengharuskan perlakuan yang sama kepada mereka yang berkedudukan sama dihadapan hukum⁸⁶. Sedangkan *rectificatory justice* atau *corrective justice* bertujuan untuk memperbaiki keadaan apabila penerapan prinsip persamaan dalam *distributive justice* justru mengakibatkan penderitaan atau kerugian salah satu pihak⁸⁷.

Konsep ini kemudian diteruskan oleh John Rawls dengan teori tentang *justice*. Dalam buku *Theory of Justice* dikenal dengan *Justice as Fairness*. Konsep mengenai *justice* yang diusung oleh Rawls lebih terkait dengan bentuk keadilan yang prosedural, jika prosedur yang tersedia itu fair maka hasilnya adil⁸⁸. Konsep itu selanjutnya dibagi menjadi dua prinsip: "*the Principle of Equal Liberty*" dan prinsip kedua "*the Difference Principle*". Menurut pendapat Rawls, penerapan kedua prinsip ini memadai untuk menjamin perwujudan keadilan bagi semua sistem alokasi "*social*

⁸⁵ Van Apeldoorn, *Pengantar Ilmu Hukum*, Cetakan Kesepuluh, (Jakarta: PT Pradnya Paramita, 2001), hal. 11-12

⁸⁶ Agus Brotosusilo, *Globalisasi Ekonomi dan Perdagangan Internasional: Studi tentang Kesiapan Hukum Indonesia melindungi Produksi dalam Negeri Melalui Undang-Undang Anti Dumping dan Safe Guard*, Ringkasan Disertasi, Program Doktor Fakultas Hukum Universitas Indonesia, Hal.5. Lihat juga Garcia: "Trade and Justice: Linking the Trade Linkage Debate. 19. U.Pa.J. Int'l Econ. L. 391, 413-33, 1998, hal. 398-400.

⁸⁷ Agus Sardjono, *Hak Kekayaan Intelektual dan Pengetahuan Tradisional*, (Bandung: Alumni, 2006), hal.30

⁸⁸ Agus Brotosusilo, *Op.Cit.*, lihat juga John Rawls, *Theory of Justice*, (Cambridge: Harvard University Press, 1971), hal 73-78.

primary goods". Namun pembatasan atas teori ini oleh Rawls hanya dalam lingkup masyarakat domestik saja⁸⁹.

Garcia menyimpulkan bahwa ketiga kategori *Theory of Justice* liberal di bidang perdagangan internasional semua memiliki ciri-ciri sebagai berikut:

1. Hukum perdagangan internasional yang adil harus dirumuskan sedemikian rupa untuk melindungi kesetaraan moral seluruh individu yang terpengaruh olehnya. Hal ini meliputi komitmen terhadap *free trade* sebagai prinsip ekonomi, utamanya untuk mempertahankan prasyarat liberal bagi keadilan;
2. Teori liberal tentang perdagangan yang adil mempersyaratkan bahwa hukum perdagangan internasional harus beroperasi sedemikian rupa untuk kepentingan negara-negara yang paling tidak diuntungkan, dengan demikian menggaris-bawahi pentingnya prinsip "*special and differential treatment*" sebagai justifikasi bagi hukum perdagangan internasional;
3. "*Liberal justice*" mempersyaratkan bahwa hukum perdagangan internasional tidak mengorbankan hak-hak asasi manusia, dan perlindungan yang efektif terhadap hak-hak asasi manusia, dalam rangka pencapaian keuntungan⁹⁰.

Dalam praktek perdagangan internasional, prinsip "*justice*" belum sepenuhnya terpenuhi. Karena masih adanya ketimpangan kekuatan dan perekonomian antara negara sehingga posisi yang tidak sejajar itu menyebabkan perdagangan internasional belum cukup adil. Adanya dorongan yang kuat dari negara maju untuk memaksakan konsep perlindungan Hak Asasi Manusia dalam Kerangka Perundingan WTO sehingga dikeluarkannya Kesepakatan TRIPs tidak lain adalah untuk

⁸⁹ *Ibid*, hal. 6.

⁹⁰ *Ibid*, hal. 9. Lihat juga Frank J. Garcia, *Trade, Inequality and Justice: Toward a Liberal Theory of Just Trade*, (New York: Transnational Publisher, 2003), hal 1062.

melindungi kepentingan-kepentingan atas keuntungan yang potensial didapatkan dari perlindungan atas *Intellectual Property Rights*.

Tidak dapat dipungkiri perdagangan internasional yang berkembang pesat seperti sekarang ini, tidak hanya meliputi perdagangan atas barang saja (*primitive trade*) namun sudah merambah kepada perdagangan atas Kekayaan Intelektual. Hampir setiap barang yang diperdagangkan sekarang ini, melekat Hak atas Kekayaan Intelektual didalamnya. Dalam bukunya *Trade, Inequality and Justice: Toward a Liberal Theory of Just Trade*, Frank J. Garcia lebih mendalami konsep *redistributive justice* dalam hukum perdagangan internasional, intisari buku ini adalah bahwa hukum perdagangan internasional tidak hadir diluar lingkup “justice”⁹¹.

Perlindungan atas Hak atas Kekayaan Internasional ditingkat hukum internasional sudah jauh dimulai sebelum didirikannya World Intellectual Property Organization (WIPO), pengaturan dalam tingkat hukum internasional di jelaskan oleh Teson dalam bukunya *A Philosophy of International Law*⁹²:

“Internasional law has been understood as established upon the state as the fundamental normative unit, yielding an international law concerned only with the rights and duties of states, without regard to a state’s own domestic political system or treatment of its citizen”

Dijelaskan bahwa kedaulatan internasional dan litigimasi dapat difungsikan oleh negara untuk tujuan mengontrol masyarakatnya. Dalam melakukan pendekatan dalam perlindungan indikasi geografis, rezim HKI mengadopsi dan mengembangkan pula teori *utilitarian* Jeremy Bentham⁹³. Utilitarianisme terkadang disebut dengan Teori Kebahagiaan Terbesar yang

⁹¹ *Ibid*, hal. 7

⁹² Fernando R. Teson, *Philosophy of International Law*, *The American Journal of International Law*, Vol. 93, No.3 July, 1999, hal. 746. Diakses dari <<http://www.links.jstor.org/sici?=-002-9300%28199907%>>, Kamis, 13 Desember 2007.

⁹³ Utilitarianisme secara utuh dirumuskan oleh Jeremy Bentham dan dikembangkan secara lebih luas oleh James Mill dan John Stuart Mill.

mengajarkan tiap manusia untuk meraih kebahagiaan (kenikmatan) terbesar untuk orang terbanyak⁹⁴.

Teori utilitarianisme merupakan teori yang paling mudah digunakan untuk menganalisa masalah etika/moral. Hal ini dikarenakan teori ini sangat praktis dan sesuai dengan pikiran rasional dalam memutuskan masalah-masalah moral. Teori utilitarianisme memandang suatu tindakan bermoral atau tidak didasarkan pada konsekuensi yang timbul dari tindakan tersebut⁹⁵.

Doktrin moral diadopsi oleh rezim HKI untuk memberikan perlindungan terhadap individu pemilik HKI agar hak-haknya tidak dilanggar oleh orang lain. Karena doktrin itu dapat pula diterapkan untuk melindungi pihak-pihak lain, termasuk masyarakat lokal atau tradisional atas pengetahuan tradisionalnya⁹⁶.

Dalam menunjang teori pembangunan ekonomi, teori utilitarian kemudian dikembangkan oleh para pendukungnya menjadi *reward theory*⁹⁷. *Reward theory* mendalilkan bahwa apabila individu-individu yang kreatif diberi insentif berupa hak eksklusif, maka hal ini akan merangsang individu-individu lain untuk berprestasi⁹⁸. Pemberian hak eksklusif itu terkait dengan penggunaan teori John Rawls sebagai suatu *justice as fairness*.

Pembentukan perundang-undangan di bidang HKI merupakan bentuk perlindungan agar masyarakat memperoleh kemanfaatan itu. Inilah yang dalam konteks pembangunan ekonomi terutama di bidang HKI. Seyogyanya hukum/peraturan diciptakan berdasarkan rasa keadilan

⁹⁴Musakazhim, *Utilitarianisme-Penjelasan Singkat*, <<http://musakazhim.wordpress.com/2007/05/07/utilitarianisme-penjelasan-singkat/>>

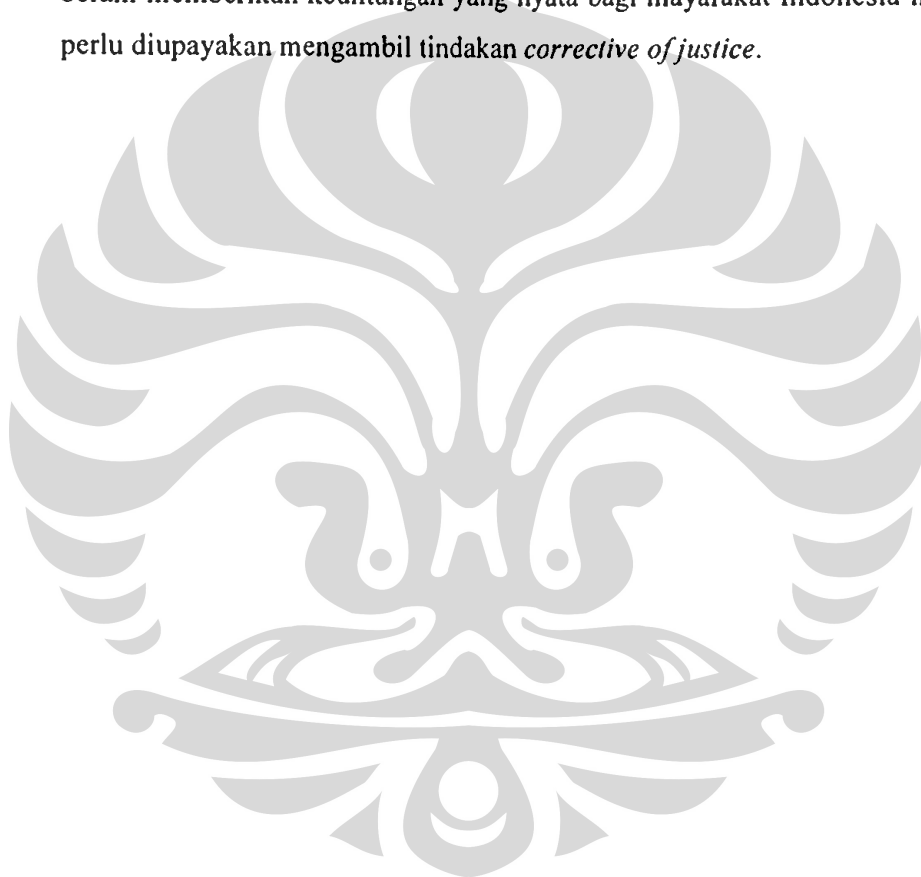
⁹⁵ Teori Utilitarianisme (Jeremy Bentham, 1748-1832; John Stuart Mill, 1806-1873), sumber <<http://bebas-bitjara.blogspot.com/2008/02/teori-teori-etika-ada-beberapa-teori.html>>

⁹⁶ Agus Sardjono, *Pengetahuan Tradisional; Studi Mengenai Perlindungan Hak Kekayaan Intelektual Atas Obat-obatan*, (Jakarta: Pascasarjana Fak. Hukum UI, 2004), hal. 19.

⁹⁷ Agus Sardjono, *Op.Cit.*, hal. 26

⁹⁸ Tim Lindsay, et. al, *Hak Kekayaan Intelektual: Suatu Pengantar*, (Bandung: PT. Alumni, 2002), hlm. 15.

masyarakat demi kebahagiaan warga masyarakat yang bersangkutan⁹⁹. Sama halnya dengan apa yang diupayakan dalam usaha untuk memberikan perlindungan terhadap produk indikasi geografis di Indonesia, tujuan yang akan dicapai adalah keuntungan jangka panjang yang dapat diperoleh masyarakat dari produk indikasi geografis tersebut. Apabila dalam pembuatan peraturan perundang-undangan dalam bidang HKI seperti sebagai bentuk konsekuensi keikutsertaan Indonesia dalam forum WTO belum memberikan keuntungan yang nyata bagi masyarakat Indonesia maka perlu diupayakan mengambil tindakan *corrective of justice*.



⁹⁹ Agus Sardjono, *Op.Cit*, hal.33. Lihat juga Jeremy Betham dalam W. Friedman, *Legal Theory*, (New York: Columbia University Press, 1967), hal 313.

BAB 4

PERLINDUNGAN INDIKASI GEOGRAFIS DI INDONESIA

4.1 Perlindungan Indikasi Geografis dalam TRIPs dan Pengaruhnya terhadap Perlindungannya Indikasi Geografis di Indonesia

4.1.1 Pentingnya perlindungan Indikasi Geografis sebagai pengakuan atas Hak Kekayaan Intelektual

Dalam era globalisasi ini persaingan perdagangan internasional semakin ketat. Banyak negara yang mulai mencari alternatif produk baru untuk diperdagangkan. Negara-negara maju mulai melirik ke negara berkembang yang dinilai masih memiliki potensi pengembangan terhadap produk-produk agrarisnya. Negara berkembang diyakini memiliki potensi keragaman hayati yang masih belum di *explore*. Hal ini yang menyebabkan banyaknya peneliti asing yang datang dengan alasan melakukan penelitian dan melakukan riset ilmiah terhadap keragaman hayati untuk keperluan pengembangan *diferensiasi* produk.

Tujuan akhir dari penelitian dan riset tersebut ternyata dimanfaatkan oleh negara maju untuk memproduksi dan menjual hasil penelitian tersebut sebagai komoditi baru yang diklaim sebagai produk hasil dari negara mereka¹⁰¹. Keuntungan ekonomis yang didapat dari penjualan produk tersebut didapat oleh negara maju,

¹⁰¹ Contoh kasus atas pencomotan klaim atas produk ini dapat dilihat pada kasus pematenan varietas beras Basmati dari India oleh perusahaan Amerika Serikat, RiceTec Inc. Pada tahun 1997, RiceTec Inc mendapat pengakuan paten dari US Patent Office dengan registrasi Patent Number 5663484 untuk produk *aromatic rice*, kemudian RiceTEc Inc. dapat mengklaim sebagai hasil pengembangan varietas beras dari negaranya. Dengan pematenan beras Basmati itu oleh Amerika, India berpotensi kehilangan keuntungan perdagangan sebesar 45.00 ton untuk pasar Amerika, padahal sampel dari pengembangan Basmati Rice berasal dari negara India.

bukan negara berkembang yang merupakan asal dari produk tersebut.

Sudah banyak kasus yang dikategorikan sebagai 'pencurian' oleh negara maju terhadap pengetahuan tradisional telah dimiliki secara turun menurun dimiliki oleh masyarakat negara berkembang. Di Amerika, dari 45 jenis obat yang penting berasal dari tumbuh-tumbuhan, 14 jenis diantaranya berasal dari Indonesia seperti tumbuhan "tapak dara" yang berfungsi sebagai obat kanker¹⁰². Hal tersebut dapat menjadi kerugian terutama bila nantinya obat tersebut diperdagangkan, nilai ekonomis dari pengetahuan tradisional itu tidak secara langsung dirasakan oleh masyarakat Indonesia.

Perlindungan terhadap HKI dinegara berkembang belumlah semaju negara-negara di Eropa maupun di Amerika. Masih minimnya kesadaran masyarakat untuk melindungi pengetahuan tradisional menjadi titik lemah dalam melindungi aset ekonomi tersebut. Selain itu perlindungan atas kekayaan intelektual belum dianggap suatu hal yang penting, karena masyarakat negara berkembang masih berpikir secara tradisional dan komunal dimana keragaman pengetahuan tradisional itu telah diwariskan secara turun menurun dan dimiliki bersama-sama sehingga siapapun dapat menggunakannya¹⁰³.

Termasuk didalamnya pengetahuan tradisional yang dimiliki oleh petani dalam mengolah komoditi pertanian. Perlakuan yang unik yang berasal dari *traditional knowledge* akan membawa perbedaan kualitas atas produk yang dihasilkan. Perbedaan kualitas ini yang nantinya dapat dikaitkan dengan produk yang memiliki indikasi geografis. Untuk itu maka perlu adanya mekanisme

¹⁰² Agus Sardjono, *Hak Kekayaan Intelektuan dan Pengetahuan Tradisional*, hal. 3.

¹⁰³ *Ibid* hal. 11

perlindungan atas produk indikasi geografis tersebut untuk melindungi kualitas atau reputasi yang ada.

Perlindungan terhadap indikasi geografis sebagai suatu kekayaan intelektual, dimulai dengan dimasukkannya pengertian indikasi geografis dalam Konvensi Paris tentang Perlindungan Hak Kekayaan Industrial tahun 1883. Dalam Konvensi Paris menjelaskan perlindungan terhadap *appellation of origin* dan *indications of source*. Selain itu juga dimuat dalam beberapa konvensi internasional lainnya yang mengatur masalah perlindungan terhadap hak kekayaan intelektual seperti *Madrid Agreement on Indications of Source 1891* dan *Lisbon Agreement on Appellations of Origin 1958*.

Kepentingan untuk memberikan perlindungan terhadap produk indikasi geografis dimulai oleh Perancis untuk melindungi produk *wine and spirit*. Produksi *wine* di Perancis terutama *Champagne* dan *Bordeaux* memberikan keuntungan ekonomis yang besar terhadap pendapatan negara Perancis. Perkembangan pada saat itu minuman anggur yang berasal dari Perancis mulai diproduksi dinegara lain seperti Spanyol, untuk melindungi perdagangan produk minuman anggur serta untuk menjaga kualitas dan cita rasa yang telah ada maka Perancis mendesak untuk melindungi produk minuman anggur sebagai bentuk kekayaan intelektual.

Perlindungan terhadap hak kekayaan intelektual tidak terlepas dari adanya kepentingan ekonomi. Agus Sardjono menyebutkan perlindungan kekayaan intelektual tidak terlepas dari bentuk komersialisasi kreasi intelektual sebagai sebuah kekayaan¹⁰⁴. Bentuk komersialisasi terhadap kekayaan intelektual manusia secara tersirat adalah dengan pertama, bentuk penggunaan

¹⁰⁴ Agus Sardjono, "Development of Indonesian Trademark Law: Potential Problem in the Implementation of Geographical Indication (GI) Protection in Indonesia", Makalah pada International Symposium on Geographical Indication, 26-28 Juni 2007, Beijing China. (See WIPO/GEO/BEI/07)

komersial dari kekayaan intelektual dapat dilakukan oleh pemilik kekayaan tersebut, maka memiliki hak dapat secara langsung mendapat kompensasi finansial akibat transaksi yang menyangkut penggunaan kekayaan intelektual tersebut. Kedua, pemilik hak dapat menjual atau memperoleh kompensasi finansial dengan membolehkan penggunaan atas kekayaan intelektual tersebut kepada pihak lain. Ketiga, pemilik atas kekayaan intelektual dapat mencegah pihak lain untuk memperoleh dan mempergunakannya¹⁰⁵.

Alasan mengapa Indikasi Geografis dimasukkan dalam rezim HKI¹⁰⁶:

- Peran kontrol dari *producers (internal control)* karena terkait dengan kualitas dan reputasi produk yang bersangkutan
- Memerlukan standarisasi produk (melalui mekanisme sertifikasi) hal ini penting untuk menjamin *traceability* produk, termasuk masalah *rules of hygiene and food quality*
- Pada *level external control*, peran *inspection authorities* menjadi sangat relevan
- GI *inspection system* berkaitan dengan: *traceability, geographical origin, specific soils, specific breeds or plant varieties, specific production criteria or methods, specific know-how, particular size or weight, specific taste or appearance, specific labeling or presentation*

Perlindungan terhadap indikasi geografis sebagai bentuk kekayaan intelektual menjadi lebih kuat lagi sejak dimasukkannya forum negosiasi GATT yang melahirkan aturan mengenai TRIPs.

¹⁰⁵ Saidin, *Aspek Hukum Hak Kekayaan Intelektual (Intellectual Property Rights)*, (Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2003), hal. 32

¹⁰⁶ Agus Sardjono, Materi kuliah Indikasi Geografis pada Magister Hukum Ilmu Perdagangan Internasional, Salemba, 2008

4.1.2 Perlindungan Indikasi Geografis dalam *Agreement Trade-Related Aspect of Intellectual Property Rights (TRIPs)*

Perlindungannya HKI dalam TRIPs dalam kerangka WTO adalah bentuk perlindungan yang paling komprehensif¹⁰⁷. Kesepakatan TRIPs lahir dari bentuk kompromi negara maju yang menginginkan perlindungan atas kekayaan intelektual mereka agar dapat dilindungi dinegara lainnya. Hal ini tidak dapat dilepaskan dari kepentingan melindungi hasil penemuan-penemuan dan kreasi yang dimiliki negara maju.

Pelindungan kekayaan intelektual dalam konteks TRIPs secara substansial memuat aturan yang bersumber pada pandangan atau konsep masyarakat barat yang individualistik dan kapitalistik¹⁰⁸. TRIPs mengakui perlindungan atas hak individu dan hak monopoli yang dimiliki oleh *creator* untuk dapat memperoleh keuntungan dari hasil kreasinya. Kesepakatan TRIPs mensyaratkan negara-negara anggota untuk taat penuh ketentuan-ketentuan TRIPs sebagai perlindungan standar terendah (*minimum standard protection principle*) serta mengakui atas aturan mengenai HKI yang telah ada sebelumnya (*prinsip full compliance*). Dalam Article 1 *Agreement TRIPs* menyebutkan:

¹⁰⁷ Sebelum adanya forum TRIPs, perlindungan atas kekayaan intelektual didunia tersebar dalam beragam konvensi atau traktat internasional. Setelah dicapainya kesepakatan dalam GATT (*General Agreement on Tarrif and Trade*) dalam Putaran Uruguay yang kemudian melahirkan bentuk organisasi perdagangan dunia atau WTO, maka mulailah dimasukkan hak kekayaan intelektual sebagai salah satu hal yang diatur dalam WTO. Perlindungan atas kekayaan intelektual dimasukkan dalam Kesepakatan TRIPs yang masuk dalam *Annex IC Marakesh Agreement Establishing World Trade Organization*.

¹⁰⁸ Agus Sardjono, "Pembangunan Hukum Kekayaan Intelektual Indonesia: Antara Kebutuhan dan Kenyataan", Pidato pengukuhan Guru Besar Tetap dalam Ilmu Hukum Keperdataan pada Fakultas Hukum Universita Indonesia, Depok, 27 Februari 2008, hal.9

"Members shall give effect to the provisions of the Agreement. Members may, but shall not be obliged to, implement in their law more extensive protection than is required by this Agreement ... Members shall be free to determine the appropriate method of implementing the provisions of this Agreement within their own legal system and practice."

Berdasarkan Article 1 Agreement TRIPs tersebut seluruh negara anggota harus mematuhi ketentuan-ketentuan yang tercantum di dalam TRIPs *Agreement* ini, namun diperbolehkan membuat peraturan yang lebih luas dari yang diwajibkan dalam ketentuan TRIPs sepanjang tidak menyimpang dari ketentuan yang ada.

Selain itu Kesepakatan TRIPs memiliki beberapa prinsip dasar antara lain *National Treatment* dan *Most-Favored Nation*. Dalam Pasal 3 (1) Kesepakatan TRIPs menjelaskan mengenai *National Treatment*:

"Each Member shall accord to the nationals of other Members treatment no less favourable than that it accords to its own nationals with regard to the protection³ of intellectual property,...."

Sesuai dengan Pasal 3 (1), mensyaratkan setiap anggota harus memperlakukan warga negara asing dari negara anggota lainnya dengan perlakuan yang sama dengan warga negaranya. Sedangkan Pasal 4 (1) Kesepakatan TRIPs menjelaskan mengenai *Most-Favored Nation* sebagai bentuk perlakuan negara yang memberikan kesempatan, keuntungan, hak istimewa dan imunitas yang diberikan oleh suatu negara anggota kepada warga negara anggota lainnya¹⁰⁹. Dengan adanya prinsip-prinsip yang digunakan dalam konteks TRIPs tersebut diharapkan dapat memberikan jaminan atas penerapan perlindungan yang adil bagi negara maju dan negara berkembang.

¹⁰⁹ Teks asli: *"With regard to the protection of intellectual property, any advantage, favour, privilege or immunity granted by a Member to the nationals of any other country shall be accorded immediately and unconditionally to the nationals of all other Members....."*

4.1.3 Pengaruh Penerapan Aturan TRIPs di Indonesia

Masuknya Indonesia sebagai anggota WTO bagai 'buah simalakama'¹¹⁰. Karena pada saat masuknya Indonesia sebagai anggota WTO, kedudukan Indonesia tidak sejajar dengan negara maju lainnya sehingga diperkirakan lebih banyak membawa kerugian dibanding manfaatnya. Masuknya Indonesia sebagai anggota WTO lebih karena tekanan negara-negara maju yang menginginkan adanya perlindungan terhadap kekayaan intelektual negaranya di negara berkembang dan adanya keinginan untuk memperluas akses pasar bagi hasil-hasil penemuannya. Selain itu juga tekanan dari Amerika dalam penerapan unilateral melalui *Super 301 and Competitiveness Act of 1988*¹¹¹ yang menyebabkan mau tidak mau Indonesia ikut menandatangani keanggotannya dalam WTO jika tidak ingin dikucilkan dari pergaulan dunia dan menerima tindakan unilateral dari negara lain.

Pada awalnya persetujuan TRIPs dimasudkan untuk memberikan perlindungan yang komprehensif terhadap hak kekayaan intelektual secara global. Dalam setiap negosiasi negara maju selalu mengatakan bahwa perjanjian TRIPs membawa manfaat dan keuntungan bagi negara berkembang terutama dalam perlindungan HKI didalam negeri, dan juga menyebutkan bahwa perlindungan HKI itu membawa tiga manfaat¹¹², yaitu:

¹¹⁰ Agus Brotosusilo, Analisis Dampak Yuridis Ratifikasi "*Final Act-Uruguay Round*", Laporan Akhir, Kerjasama antara Program PascaSarjana Universitas Indonesia dengan Departemen Perdagangan, (Jakarta, 1995), hal.19.

¹¹¹ '*Super 301 and Competitiveness Act of 1988*' adalah suatu kebijakan sebagai bagian dari Undang-Undang Perdagangan Amerika, yang mengatur bahwa Amerika dapat mengambil tindakan balasan terhadap negara negara mitra dagang yang dianggap gagal melindungi HKI dan tidak membuka akses pasar bagi produk HKI dari Amerika.

¹¹² Hira Jhamtani, *WTO dan Penjajahan Kembali Dunia Ketiga*, (Yogyakarta, INSISTPress, 2005), hal. 81

1. Meningkatkan jumlah investasi langsung atau FDI (*foreign direct investment*).
2. Meningkatkan alih atau tranfer teknologi
3. Meningkatkan kegiatan penelitian serta pengembangan inovasi didalam negeri

Namun dalam pelaksanaannya penerapan TRIPs justru menambah beban kepada negara berkembang. Tujuan awal pelaksanaan HKI yang bertujuan untuk mendorong masuknya arus investasi malah pada akhirnya berakibat keluarnya dana-dana dari negara berkembang dalam bentuk pembayaran royalti atas penggunaan teknologi yang dimiliki oleh negara maju. Bahkan dapat dikatakan pelaksanaan perlindungan kekayaan intelektual justru merugikan negara-negara berkembang¹¹³.

Perlindungan HKI menjadi semakin penting mengingat perannya yang begitu besar bagi kehidupan industri dan perdagangan internasional. Bertolak dari kenyataan dan kecenderungan tersebut di atas, maka terhadap tuntutan akan adanya perlindungan hukum yang memadai terhadap HAKI, semua perkembangan, perubahan dan kecenderungan global perlu diikuti secara seksama untuk mengambil langkah-langkah penting dalam usaha dan bisnis¹¹⁴. Oleh karena itu tujuan dari peraturan perundang-undangan di bidang HAKI menjadi sangat penting untuk memajukan pertumbuhan ekonomi suatu negara.

¹¹³ Agus Sardjono, *"Pembangunan Hukum Kekayaan Intelektual Indonesia: Antara Kebutuhan dan Kenyataan"*, mengutip dari Frederick M. Abbott, *"Protecting First World Asset in the Third World: Intellectual Property Negotiation in the GATT Multilateral Framework"*, *Vanderbilt Journal of Transnational Law*, (vol.22, No. 4, 1998), hal. 691.

¹¹⁴ Sebagai anggota World Trade Organization, maka Indonesia harus menyesuaikan semua ketentuan HAKI yang ada dengan ketentuan TRIPS, dengan catatan bahwa dalam hal ini harus sejauh mungkin diupayakan agar penerapan dan implementasi ketentuan TRIPS tersebut tidak merugikan kepentingan Indonesia. Lihat di *TRIPS Dan Pengaruhnya Bagi Peraturan Perundang-Undangan Indonesia* www.ipcenter.ui.org.

Dengan adanya kewajiban menyesuaikan aturan dengan Kesepakatan TRIPs itu maka Indonesia mengeluarkan Undang-Undang No. 15 Tahun 2001 tentang Merek dan memasukkan perlindungan atas indikasi geografis didalamnya. Dalam UU Merek perlindungan Indikasi Geografis belum terlalu luas dan jelas karena hanya dalam Bab VII Indikasi Geografis dan Indikasi Asal, dalam Pasal 56 sampai Pasal 60. Dalam hal ini pengaturan perlindungan indikasi geografis mengikuti aturan hukum merek, padahal antara merek dan indikasi geografis adalah dua hal yang berbeda, perbedaan diantara keduanya dapat dilihat dari¹¹⁵:

- Penggunaan merek tidak dibatasi oleh batas wilayah/daerah geografis tertentu sedangkan indikasi geografis menunjuk pada suatu wilayah/daerah geografis yang merupakan asal dari barang tersebut. Merek diakui sebagai hak kekayaan individual sedangkan indikasi geografis hak kepemilikannya adalah milik bersama (komunal) yang tidak mungkin dimiliki oleh individu-individu namun terkait dengan kepemilikan dari masyarakat pada wilayah atau asal produk tersebut. Merek dapat dialihkan kepemilikannya kepada pihak ketiga melalui lisensi sedangkan indikasi geografis tidak.
- Dalam proses lahirnya sebuah merek, diperlukan adanya faktor kreatifitas manusia untuk menciptakan tanda atau ekspresi yang baru dan original yang nantinya akan memberikan perbedaan dengan produk yang sejenis. Dalam indikasi geografis ada pertautan antara kreatifitas dari manusia dengan faktor-faktor alam seperti keadaan

¹¹⁵ Bernard O' Connor, *The Law of Geographical Indication*, hal 110-112

wilayah, cuaca, iklim dan faktor lainnya yang terlepas dari faktor manusia.

Perlindungan terhadap indikasi geografis membutuhkan suatu usaha yang keras agar dapat dirasakan oleh bangsa Indonesia. Sejak diundangkannya UU Merek, hampir dalam kurun waktu 7 tahun belum ada satupun produk indikasi geografis Indonesia yang mendapat perlindungan indikasi geografis. Hal ini disebabkan masih umumnya pengaturan dalam UU Merek tersebut dan sebagaimana diatur dalam Pasal 59 ayat (9) yang menyebutkan bahwa pendaftaran indikasi geografis diatur dalam Peraturan Pemerintah.

Setelah melalui proses yang panjang maka Pemerintah mengeluarkan aturan tata cara pendaftarannya melalui Peraturan Pemerintah No. 51 tahun 2007 tentang Indikasi Geografis. Dalam PP Indikasi Geografis tersebut diatur mengenai hal-hal yang lebih terinci mengenai indikasi geografis. Hal-hal yang diatur dalam PP tentang Indikasi Geografis antara lain:

Pemohon perlindungan indikasi geografis dalam PP Indikasi Geografis terdiri atas¹¹⁶:

- a. lembaga yang mewakili masyarakat di daerah yang memproduksi barang yang bersangkutan, terdiri atas:
 1. pihak yang mengusahakan barang hasil alam atau kekayaan alam;
 2. produsen barang hasil pertanian;
 3. pembuat barang hasil kerajinan tangan atau barang hasil industri; atau
 4. pedagang yang menjual barang tersebut;
- b. lembaga yang diberi kewenangan untuk itu; atau

¹¹⁶ Indonesia, Peraturan Pemerintah No. 51 Tahun 2007 Tentang Indikasi Geografis, Pasal 5 ayat (3)

c. kelompok konsumen barang tersebut.

Pasal 3 mengatur mengenai hal-hal yang menyebabkan indikasi geografis tidak dapat ditolak pendaftarannya oleh Ditjen Haki apabila tanda yang dimohonkan pendaftarannya:

- bertentangan dengan peraturan perundang-undangan, moralitas agama, kesusilaan atau ketertiban umum;
- menyesatkan atau memperdaya masyarakat mengenai: ciri, sifat, kualitas, asal sumber, proses pembuatan barang, dan/atau kegunaannya;
- merupakan nama geografis setempat yang telah digunakan sebagai nama varietas tanaman, dan digunakan bagi varietas tanaman yang sejenis; atau
- telah menjadi generik

Sedangkan Indikasi-geografis dilindungi selama karakteristik khas dan kualitas yang menjadi dasar bagi diberikannya perlindungan atas Indikasi-geografis tersebut masih ada¹¹⁷. Untuk melengkapi pendaftaran terhadap indikasi geografis, harus dilengkapi oleh Buku Persyaratan (*requirement book*) memuat¹¹⁸:

- Nama Indikasi-Geografis yang dimohonkan pendaftarannya;
- Nama produk yang dilindungi oleh Indikasi Geografis;
- Uraian mengenai karakteristik khas dan kualitas yang membedakan produk tertentu dengan produk lain yang memiliki kategori sama, dan menjelaskan tentang hubungannya dengan tempat produk tersebut dihasilkan;
- Uraian mengenai pengaruh lingkungan geografis dan alam serta faktor manusia terhadap kualitas atau karakteristik produk tersebut;

¹¹⁷ Indonesia, Peraturan Pemerintah No. 51 Tahun 2007 Tentang Indikasi Geografis, Pasal 4.

¹¹⁸ Indonesia, Peraturan Pemerintah No. 51 Tahun 2007 Tentang Indikasi Geografis, Pasal 6 ayat (3).

- Uraian tentang batas-batas wilayah dan/atau peta daerah yang dilindungi oleh Indikasi Geografis;
- Uraian mengenai sejarah dan tradisi yang berhubungan dengan Pemakaian Indikasi Geografis untuk menandai produk yang dihasilkan di daerah tersebut, termasuk pengakuan dari masyarakat mengenai Indikasi Geografis tersebut;
- Uraian yang menjelaskan tentang proses produksi, proses pengolahan, dan proses pembuatan yang digunakan sehingga memungkinkan setiap produsen di daerah tersebut dapat memproduksi, mengolah, atau membuat produk terkait;
- Uraian mengenai metode yang digunakan untuk menguji dan mengawasi kualitas produk yang dihasilkan;
- Label yang digunakan pada barang dan memuat Indikasi-geografis.

Dengan demikian setiap permohonan terhadap perlindungan Indikasi Geografis harus dilakukan pemeriksaan terhadap semua spesifikasi produk sebagaimana tertera dalam buku spesifikasi tersebut.

Terkait dengan Pasal 56 ayat (8) Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek, tentang pemakaian indikasi geografis oleh pihak lain diatur dalam Pasal 27 PP Indikasi Geografis apabila sebelum atau pada saat dimohonkan pendaftaran sebagai Indikasi-geografis atas barang sejenis atau yang sama suatu tanda telah dipakai dengan itikad baik oleh pihak lain yang tidak berhak menggunakan Indikasi-geografis, maka pihak lain tersebut dapat menggunakan tanda dimaksud untuk jangka waktu 2 (dua) tahun sejak tanda dimaksud terdaftar sebagai Indikasi-geografis dengan syarat pihak lain tersebut menyatakan kebenaran mengenai tempat asal barang dan menjamin bahwa pemakaian tanda dimaksud tidak akan menyesatkan Indikasi-geografis terdaftar secara *ex officio*

pemakai indikasi geografis terdahulu harus melepaskan penggunaan indikasi geografis tersebut.

Pengaturan pemakaian indikasi geografis oleh pihak lain terdahulu, akan menimbulkan masalah saat dikaitkan dengan perdagangan. Sebagai contoh apabila terdapat pendaftaran terhadap produk makanan seperti gudeg Yogya dan Rendang, kedua jenis makanan tersebut terkait erat dengan asal makanan tersebut. Gudeg terkait dengan Yogyakarta, sedangkan rendang identik dengan masakan dari Padang. Bila kedua makanan tersebut didaftarkan sebagai indikasi geografis, berarti pengguna indikasi geografis terdahulu seperti orang Jawa Tengah yang menjual Gudeg ataupun orang Jawa yang menjual Rendang harus melepaskan usahanya yang telah menggunakan indikasi geografis tersebut¹¹⁹.

Hal itu dapat berakibat kehilangan pendapatan yang seharusnya didapat oleh penjual dari memperdagangkan kedua masakan tersebut. Salah satu hal yang dapat digunakan untuk menghindari kerugian adalah dengan memberikan sistem royalti seperti yang digunakan dalam perlindungan merek selama tindakan itu dilakukan tidak untuk merusak reputasi dari produk dan menyesatkan konsumen.

Pengaturan perlindungan indikasi geografis dalam rezim HKI tidak cocok bila diterapkan pada masyarakat negara berkembang yang masih berpikir secara tradisional dan komunal, apalagi pelaksanaan perlindungan hak kekayaan intelektual tersebut terkesan dipaksakan. Meskipun penerapan *minimum standard protection* dalam TRIPs tetap diberlakukan bagi seluruh anggota WTO, namun tetap harus disesuaikan dengan kepribadian dan kebutuhan negara berkembang. Menurut konsep teori tentang *justice* oleh John Rawls

¹¹⁹ Agus Sardjono, *Development of The Indonesian Trademark Law*, hal.964

dalam buku *Theory of Justice* dikenal dengan *Justice as Fairness* terkait dengan bentuk keadilan yang prosedural, jika prosedur yang tersedia itu fair maka hasilnya adil¹²⁰. Konsep itu selanjutnya dibagi menjadi dua prinsip: “*the Principle of Equal Liberty*” dan prinsip kedua “*the Diffrencece Principle*”. Menurut pendapat Rawls, penerapan kedua prinsip ini memadai untuk menjamin perwujudan keadilan bagi semua sistem alokasi “*social primary goods*”.

4.2 Kepentingan Negara Berkembang dan Keuntungan Ekonomis atas Perlindungan Indikasi Geografis

4.2.1 Kepentingan Negara Berkembang dalam Perlindungan atas Produk Indikasi Geografis

Bagi negara berkembang yang baru mengenal perlindungan atas indikasi geografis dampak ekonomisnya belum sepenuhnya dapat dirasakan. Berbeda dengan perlindungan atas produk indikasi geografis di negara Eropa yang sudah dimulai sejak berabad-abad sebelumnya tentu sudah menampakkan hasil. Kesadaran atas perlindungan indikasi geografis di negara berkembang didorong oleh adanya penelitian terhadap negara berkembang atas potensi-potensi keragaman hayati dan kekayaan alamnya. Selain itu melihat beberapa kasus yang telah terjadi mengenai ‘pencurian’ oleh negara maju seperti pada kasus Beras Basmati di India, maka negara berkembang perlu memikirkan bentuk perlindungan hukum atas produk indikasi geografis di negaranya. Selain itu perlindungan atas indikasi geografis juga mampu memberikan dampak sosial ekonomis dan pembangunan masyarakat sekitar di negara bersangkutan¹²¹.

¹²⁰ Agus Brotosusilo, *Op.Cit.*, lihat juga John Rawls, *Theory of Justice*, (Cambridge: Harvard University Press, 1971), hal 73-78.

¹²¹ Dwijen Rangnekar, *The Socio-Economics of Geographical Indications: A Review of Empirical Evidence from Europe*, Makalah pada UNCTAD-ICTSD Project on IPRs and Sustainable Development, Mei 2004, hal. 13-16.

- **Indikasi Geografis sebagai sarana meningkatkan pembangunan pedesaan**

Indikasi Geografis adalah sarana yang tepat dalam meningkatkan pembangunan pedesaan. Beberapa penelitian menunjukkan, pada saat suatu produk dari suatu daerah mendapat perlindungan indikasi geografis akan membawa dampak sosial-ekonomis kepada masyarakat sekitar. Karena indikasi geografis dapat mendorong¹²²:

- Peningkatan produksi, menciptakan lapangan pekerjaan dan menghindarkan dari urbanisasi.
 - Produsen untuk mendapatkan harga yang tinggi dipasaran untuk produk yang telah dilindungi dan sebagai garansi bagi konsumen karena menjaga kualitas dan proses produksi.
 - Memungkinkan distribusi yang lebih baik dan memberikan nilai tambah bagi proses produksi
 - Untuk memberi nilai lebih pada tanah yang digunakan (harga jual tanah)
 - Pariwisata, sebagai dampak positif tidak langsung
- **Indikasi geografis sebagai sarana untuk membuka akses pasar**

Indikasi geografis mendorong keanekaragaman hasil produksi. Keanekaragaman tersebut mendorong produsen untuk dapat menjual ke pasar dengan karakteristik yang berbeda beda yang dapat diidentifikasi. Dalam konteks perdagangan global, karakteristik yang unik yang menjadi ciri khas dari daerah tertentu tersebut yang dicari oleh konsumen. Contohnya bagi penikmat kopi didunia, biasanya

¹²² *Ibid*

mereka mempunyai kopi favoritnya. Cita rasa dan aroma yang khas terkadang mereka mencari kemanapun agar dapat meminum kopi favoritnya. Perlindungan Indikasi Geografis membawa dampak positif yang luas bila dapat mempertahankan standar dan kualitas serta karakteristik atas produk tersebut.

4.2.2 Keuntungan Ekonomi Dalam Perlindungan Indikasi Geografis

Seperti sudah dijelaskan diatas pada sub-bab sebelumnya, perlindungan indikasi geografis tidak dapat dilepaskan dari kepentingan ekonomi. Beberapa sumber menyebutkan dengan melindungi indikasi geografis akan memberikan *value added* terhadap produk berkualitas yang berasal dari suatu daerah tertentu¹²³. Untuk beberapa produk yang memiliki kualitas dan reputasi baik dan sudah dilindungi indikasi geografis seperti *wine* memang mampu mempengaruhi nilai harga dibanding dengan produk sejenis.

Perlindungan indikasi geografis atas *wine* adalah contoh dari model perlindungan indikasi yang sukses dan perlindungannya bahkan diatur secara khusus dalam TRIPs. Dengan adanya perlindungan tersebut produsen *wine* dapat memperoleh akses pasar yang luas dalam perdagangan internasional¹²⁴. Lebih jauh Dwijen Rangnekar, menjelaskan indikasi geografis sebagai:

¹²³ Peraturan Eropa, EEC Regulation No. 2081/92 yang menyebutkan perlindungan indikasi penting sebagai bentuk: "...added value to certain specific high-quality products from a demarcated geographical area". Berdasarkan survey yang dilakukan oleh komunitas Eropa pada tahun 2003, sejumlah konsumen dinegara-negara Eropa kini cenderung untuk membayar lebih demi mendapatkan produk yang memakai nama tempat sebagai jaminan atas keaslian dan otentisitas mutu produk tersebut. Dari hal tersebut dapat dilihat hubungan antara kualitas dengan harga. Lihat juga Paul Vandoren, "Geographical Indication: An Opportunity for Japanese Special Quality Produk", Seminar pada EU Geographical Indications Labelling System. Tokyo, 10-12 Maret 2004.

¹²⁴ Anthony Taubman "The Way Ahead: Developing International Protection for Geographical Indications: Thinking Locally, Acting Globally", Symposium on the International

“Geographical indications are understood by consumers to denote the origin and the quality of products. Many of them have acquired valuable reputations which, if not adequately protected, may be misrepresented by dishonest commercial operators. False use of geographical indications by unauthorised parties is detrimental to consumers and legitimate producers. The former are deceived and led into believing to buy a genuine product with specific qualities and characteristics, while they in fact get a worthless imitation. The latter suffer damage because valuable business is taken away from them and the established reputation for their products is damaged¹²⁵.”

Indikasi geografis memegang peranan yang penting dalam memberikan kesan kepada konsumen tentang adanya nilai tambah pada produk yang ditawarkan, baik mengenai kualitas maupun sifat-sifat yang dapat meningkatkan daya saingnya¹²⁶. Beberapa diantaranya mendapat reputasi tambahan, apabila tidak dilindungi akan mengakibatkan penyalahgunaan yang akan merugikan konsumen dan produsen. Penyalahgunaan indikasi geografis juga dapat berakibat pada hancurnya kualitas dan menghilangkan karakteristik dari produk yang telah terbentuk.

Menurut sejarah penggunaan indikasi geografis dalam perdagangan internasional untuk melindungi kualitas tertentu dan reputasi berdasarkan asal geografis produk. Negara Perancis memohon perlindungan indikasi geografis karena mereka ingin melindungi penjualan atas hasil produksi pertaniannya yaitu *wine*. Hal itu penting bagi negara Perancis yang telah mempunyai reputasi

Protection Of Geographical Indications. Montevideo, November 28 and 29, 2001. hal. 7-8 (WIPO/GEO/MVD/01/9)

¹²⁵ WIPO – International Bureau, *What is Geographical Indications?*, 2002. Sumber: <<http://www.wipo.int/about-ip/cn/index.html>>, diakses 16 November 2008

¹²⁶ WIPO, *Introduction to Geographical Indication and existing means of protecting*. WIPO Asia and the Pacific Regional Symposium on the Protection of geographical indications, New Delhi, 18-20 November 2003, hal. 25.

atas *wine* yang sangat baik. Bila tidak segera dilindungi mereka akan tidak dapat mendapatkan keuntungan dari penjualan ekspor hasil produk olahan pertanian. Selain itu negara Perancis juga melihat perlunya untuk melindungi produsen *wine* karena sudah ada indikasi penggunaan *wine* yang berasal dari luar Perancis dan dikhawatirkan merusak reputasi yang sudah terbentuk dari *wine* Perancis itu sendiri.

Sedangkan bagi Indonesia yang baru saja menerapkan perlindungan atas indikasi geografis, sedang mencoba untuk menerapkan perlindungan atas produk khas unggulannya, dari sisi perlindungan akan membawa manfaat dari perlindungan Indikasi Geografis bagi Indonesia¹²⁷:

- Memberikan perlindungan hukum pada produk Indikasi Geografis di Indonesia;
- Indikasi Geografis dapat digunakan sebagai pemasaran produk Indikasi Geografis pada perdagangan dalam dan luar negeri;
- Memberikan nilai tambah pada produk berpotensi Indikasi Geografis di daerah dan meningkatkan kemampuan ekonomi daerah;
- Meningkatkan reputasi produk Indikasi Geografis pada perdagangan global;
- Adanya persamaan perlakuan atas perlindungan Indikasi Geografis dan promosi Indikasi Geografis di luar negeri; dan
- Indikasi Geografis sebagai salah satu alat untuk menghindari persaingan curang.

¹²⁷ Abdul Bari Azed, Makalah yang dibawakan pada Lokakarya "*Kepentingan Negara Berkembang Atas Indikasi Geografis, Sumber Daya Genetika dan Pengetahuan Tradisional*" yang telah dibukukan oleh Lembaga Pengkajian Hukum Internasional Fakultas Hukum Universitas Indonesia bekerjasama dengan Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual Depkumham, Depok, 2005, hal. 11

Sedangkan keuntungan bagi petani dengan adanya Indikasi Geografis¹²⁸:

- Meningkatkan profesionalisme petani (karena disyaratkan adanya buku spesifikasi untuk menjamin kualitas);
- Meningkatkan dan memelihara kualitas produk Indikasi Geografis dan memperkuat daya saing petani;
- Memperkuat hak petani melalui asosiasi produk Indikasi Geografis (contoh: AEKI);
- Mendorong peningkatan pemerataan ekonomi yang lebih baik bagi para petani; dan
- Meningkatkan dan menciptakan lapangan kerja bagi para petani yang memiliki potensi produk Indikasi Geografis.

Perlindungan indikasi geografis yang terkait dengan kepentingan ekonomi, dapat dilihat dari sisi produsen sebagai :

- Perlindungan mencegah pelanggaran atau kompetisi curang
- Nilai tambah bagi suatu produk
- Menambah penampilan suatu barang, pengemasan, pemasaran dan promosi
- Meningkatkan penjualan dan ekspor – alat pemasaran.

Lebih jauh produk indikasi geografis sedikitnya membawa 3 (tiga) dampak mikroekonomi seperti: harga yang lebih tinggi, meningkatkan produksi dan distribusi yang lebih baik¹²⁹

¹²⁸ *Ibid*

¹²⁹ Stéphane Passeri, Protection and Development of Geographical Indications (GIs) in Asia, Makalah Seminar on Intellectual Property Rights: Trade marks, Designs and Geographical Indications, Phnom Penh, Cambodia, 10-11 May 2007, sumber: <http://www.ecap-project.org/fileadmin/ecap11/pdf/en/activities/national/cambodia/tm_design_gi_may07/gi_passeri_may2007.pdf>

Dengan adanya nilai tambah yang melekat pada produk tersebut, maka diharapkan secara tidak langsung akan menaikkan harga dari produk tersebut. Namun tidak ada penelitian yang secara pasti yang menyebutkan bahwa ada korelasinya antara perlindungan terhadap indikasi geografis terhadap pertumbuhan ekonomi dinegara berkembang¹³⁰.

Untuk mengetahui apakah ada keuntungan ekonomis yang didapat oleh petani secara langsung, peneliti melakukan penelitian kepada petani kopi Kintamani di Bali, alasan dipilihnya petani kopi Kintamani karena reputasi yang telah dimiliki oleh kopi kintamani didunia. Dari hasil wawancara yang dilakukan banyak petani yang tidak merasakan secara langsung keuntungan yang didapat dari penjualan kopi Kintamani tersebut. Petani kopi Kintamani lebih melihat bahwa mereka menanam kopi hanya sebagai pekerjaan sehari-hari untuk memenuhi kebutuhan hidupnya¹³¹. Bisa dikatakan membawa keuntungan ekonomi apabila nilai tambah dalam hal ini harga yang tinggi tersebut langsung dirasakan oleh petani.

Praktek yang ada yang dilapangan saat ini, petani kopi kintamani yang tergabung dalam subak-subak abian memetik hasil panen mereka untuk kemudian diolah sehingga menjadi kopi olahan basah (HS) yang kemudian kopi HS tersebut dijual kepada mitra dagang yaitu PT IndoCaf co, PT Indokom dan PT Tri Agung Mulya (TAM). Memang ada peningkatan harga jual pada kopi hasil olahan

¹³⁰ Agus Sardjono, *Op.Cit.* hal. 964, lihat juga Frederick Abbot, et.al. *The International Intellectual Property System: Commentary and Material, Part One*, (Kluwer Internasional, 1999) hal. 8

¹³¹ Wawancara dengan Bapak Gede Arte, salah seorang petani kopi yang berasal dari Banjar Bayung Gede Kec. Kintamani-Bali. Dari hasil wawancara tersebut beliau belum sepenuhnya mengerti pentingnya dari perlindungan indikasi geografis, selama ini beliau menjual hasil panen kopinya kepada pengepul kopi, kemudian kopi tersebut diproses oleh pengepul kopi tersebut. tanggal 16 Desember 2008, jam 10.26 WIT.

dari petani kopi tersebut tahun 2001-2002 harga kopi masih dihargai Rp. 4.500,- sedangkan tahun 2008 dihargai Rp 28.000,- namun kenaikan harga itu lebih dipengaruhi oleh harga pasar saat itu¹³². Bila harga pasar saat itu naik maka harga kopi yang dibeli petani ikut naik. Namun apabila harga kopi saat itu rendah maka harga kopi yang dibeli dari petani juga ikut turun. Jadi memang tidak ada jaminan perlindungan indikasi geografis akan membuat harga dari komoditi yang dilindungi indikasi geografis terjaga harganya.

Selain itu keuntungan yang didapat oleh petani masih kecil dibandingkan yang diterima oleh mitra usaha. Hal ini dikarenakan kopi dari petani harganya masih rendah yaitu sekitar Rp. 5.500,- sampai Rp. 5.750,- per kilogram, kemudian diolah dan dijual pada mitra usaha. Pada mitra usaha kopi olahan petani tersebut diproses kembali dengan teknologi sehingga menjadi kopi yang memiliki kopi kualitas tinggi (*premium quality*), yang kemudian dijual ke pasar internasional dengan harga yang lebih tinggi lagi mengikuti harga pasar untuk komoditi kopi sekitar diatas US \$ 73 per kg maka selisih yang jauh tersebut dinikmati oleh perusahaan.

4.2.3 Pelaksanaan Perlindungan Indikasi Geografis di Beberapa Negara

4.2.3.1 Perancis

Perlindungan hukum terhadap indikasi geografis yang paling maju adalah di Perancis. Produk pertama yang mendapat pengakuan terhadap *appellation of origin* adalah keju Requefort pada abad 14. Saat ini indikasi geografis dilindungi dalam beberpa peraturan nasional. Sistem

¹³² Wawancara dengan Bapak I Wayan Suwita, salah seorang pengurus subak abian Banjar Manikliyu Kec. Kintamani-Bali, tanggal 16 Desember 2008, jam 14.35 WIT.

perlindungan di Perancis dibagi menjadi tiga kategori¹³³, yaitu:

- *Indication of Source* yang dilindungi melalui hukum persaingan tidak sehat (*acte de concurrence deloyale*) dan melalui Law of 1 August 1905 (*usurpation de denomination*)
- *Appellation of Origin*, dilindungi perlindungannya dalam *Law on the Protection of Appellation of Origin*, 6 May 1919
- *Geographical Indication*, yang dilindungi oleh Law of 3 January 1994 tentang Pengakuan atas kualitas produk pertanian dan makanan.

Secara spesifik, hukum Perancis menentukan kondisi-kondisi yang menjadi syarat pemberian perlindungan Apelasi Asal sebagai berikut¹³⁴:

- Adanya kaitan atau hubungan yang jelas antara asal geografis dan karakter produk
- Nama produk diakui oleh keputusan pengadilan atau peraturan-peraturan administratif
- Nama produk telah terdaftar pada badan Pemerintah Lembaga Nasional Apelasi Asal atau *Institute Nationale des Appellations d` Origine (INAO)*

Hal penting yang ada didalam perlindungan indiaksi geografis di Perancis adalah tujuan dari perlindungan

¹³³ O` Connor, *Op.Cit*, hal. 166

¹³⁴ Miranda Risang Ayu, *Memperbincangkan Hak Kekayaan Intelektual*, hal. 14

apelasi asal di Perancis adalah untuk memberikan hak bagi sekelompok produsen tertentu atas daerah tertentu yang telah terdaftar, untuk menggunakan sumber daya dan nama daerah tersebut untuk memperoleh keuntungan ekonomis. Karena itu produsen pemegang hak Apelasi Asal juga terlindungi dari kemungkinan hadirnya kompetitor yang berbasis tempat asal produk yang sama. Selain itu produsen juga terlindungi dari kemungkinan terjadinya *passing off* dari produsen lainnya¹³⁵.

Perjanjian Apelasi Asal negara Perancis ini adalah contoh dari perlindungan atas indikasi geografis yang penerapannya lebih ketat dari apa yang terdapat dalam Aturan TRIPs. Dalam konteks Indikasi sumber, hukum anti persaingan Perancis mensyaratkan adanya hubungan antara tempat dengan karakter produk dalam perlindungan *indications of source*.

4.2.3.2 India

Perlindungan Indikasi Geografis di India diatur dalam beberapa peraturan, antara lain¹³⁶: Undang-Undang India tentang Indikasi Geografis atas Barang (*The Act of Geographical Indication of Goods*) Nomor 48 tahun 1999. Undang-undang ini mulai berlaku pada tahun 2003 dan mengatur pendaftaran dan perlindungan Indikasi Geografis atas barang, Peraturan India tentang Indikasi Geografis atas barang (*the Geographical Indication of Goods*) tahun 2002 GSR 176(E) yang disahkan pada tanggal 8 Maret

¹³⁵ Bernard O' Connor, *Op.Cit.*, hal 172-173

¹³⁶ Miranda Risang Ayu *Op.Cit.*, , hal 109

2002. Peraturan ini adalah peraturan pelaksanaan Undang-Undang India No. 48 tahun 1999 Pasal 87 yang menyatakan bahwa pemerintah pusat dapat menetapkan peraturan untuk melaksanakan ketentuan-ketentuan dalam undang-undang tersebut dalam pemuatannya dalam Lembaran Negara India.

Hal penting dari peraturan perundang-undangan tersebut adalah bahwa Undang-Undang dan Peraturan Pelaksananya hanya mengatur Indikasi Geografis atas barang. Pengertian “Barang” dalam Pasal 8 (1) Pasal 8 (1) Undang-Undang India tentang Indikasi Geografis, berarti semua jenis barang dari setiap kategori dari wilayah tertentu dalam suatu negara, atau daerah, atau daerah lokal dari wilayah tersebut¹³⁷. seperti sebuah ketetapan, lembaga negara India berfungsi mengimplementasikan kekuatan khusus untuk melaksanakan isi undang-undang dan untuk mendirikan institusi legal tertentu dengan fungsi publik secara langsung.

Definisi Indikasi Geografis di India, Pasal 1 ayat (3) c Undang-Undang India tentang Indikasi Geografis atas Barang 1999, juga menetapkan definisi khusus yang tidak hanya sekedar mengadopsi pengertian indikasi geografis yang tercantum dalam perjanjian TRIPs. Pengertian ini juga memberi tambahan beberapa detail penting, sehingga indikasi geografis atas barang berarti:

“.....Indikasi yang menandakan bahwa suatu barang adalah barang hasil pertanian, barang alami atau barang buatan karena berasal, atau dibuat dalam suatu wilayah dari suatu negara, atau daerah lokal didalam wilayah itu , yang kualitas, reputasi dan karakter-

¹³⁷ Pasal 8 (1) Undang-Undang India tentang Indikasi Geografis atas Barang 1999

karakternya secara esensial dapat dikaitkan dengan asal geografisnya dan dalam hal barang buatan, satu dari rangkaian aktifitas, baik aktifitas produksi atau pemrosesan atau persiapan barang terkait bertempat diwilayah, daerah atau daerah lokal itu¹³⁸”.

Pemegang hak atas Indikasi Geografis terdaftar sebagai pihak yang memegang hak penggunaan yang sah. Secara khusus, Pasal 1 ayat (3) k membatasi pemakaian istilah produsen barang sebagai setiap orang yang memproduksi barang, termasuk orang-orang yang memproses barang atau mengemasnya, jika barang-barang itu adalah barang hasil pertanian, dan tiap orang yang membuat, merakit, termasuk menjual atau berhubungan dengan produksi, eksploitasi, pembuatan, atau perakitan barang tersebut, jika barang itu adalah barang-barang kerajinan atau industri. Definisi mendetail dari produsen indikasi geografis ini mengisyaratkan keberpihakan India dalam perdebatan internasional tentang perlu atau tidaknya perluasan perlindungan indikasi geografis agar bisa mencakup juga pengemas dan pedagangnya.

Penolakan pendaftaran indikasi geografis di India, dalam Undang-Undang India tentang Indikasi Geografis atas barang 1999, ditentukan bahwa yang dipakai yang dari suatu indikasi geografis adalah: gambar, cetakan atau

¹³⁸ Dalam teks asli: “..... an indications which identifies such goods as agricultural goods, natural goods or manufactured goods originating, or manufacturing in the territory of a country, or a region or locality in that territory, where given quality, reputation or other characteristic of such goods is essentially attribute to its geographical origin and in case where such goodss are manufactured goods one of activities of either the production or of processing or preperation of the goods concerned takes place in such terrotory, region or locality, as case may be”.

representasi visual lainnya¹³⁹. Dalam kaitan ini, dasar penolakan pendaftaran indikasi geografis diatur dalam Pasal 9 yang menyatakan bahwa aplikasi pendaftaran harus ditolak jika dalam penggunaannya, suatu indikasi geografis:

- Berpotensi menyesatkan atau menyebabkan kebingungan publik;
- Berlawanan dengan ketentuan hukum yang tengah berlaku;
- Mengandung sesuatu yang memalukan, mengancam ketentraman masyarakat, atau bertentangan dengan moralitas umum;
- Mengandung hal-hal yang potensial menyinggung nilai-nilai religius yang peka dalam setiap tingkatan atau bagian dari masyarakat India, atau pengadilan dapat mencabut pemakaian hak ini dari pihak yang tidak menaati ketentuan ini;
- Ditentukan sebagai nama generik atau indikasi atas barang dan, karena itu, tidak dapat dimintakan perlindungan dinegara asalnya, atau telah disalahgunakan dinegara asalnya itu; atau
- Meskipun secara literer benar bahwa barang itu berasal dari wilayah teritorial, atau daerah, atau daerah lokal yang tertera pada barang, tetapi salah merepresentasikan bahwa aslinya, barang itu berasal dari wilayah teritorial, atau daerah, atau daerah lokal lain.

4.2.4 Perlindungan indikasi geografis di Indonesia terhadap Kopi Kintamani

Indonesia yang terdiri dari ribuan pulau, memiliki wilayah teritorial yang sangat luas, sehingga kondisi geografis dan iklim serta sosial budaya antar daerah sangat beragam. Hal ini berakibat pada

¹³⁹ Section 2 (3) Undang-Undang India, *Op.Cit*

beragamnya produk yang dihasilkan oleh masing-masing daerah tersebut terutama pada produk-produk pertanian. Beberapa produk Indonesia telah diekspor ke negara lain dan telah diakui mutu dan reputasinya didunia seperti kopi Toraja, Kopi Lampung, Kopi Kintamani, Lada Muntok dan lain-lain

Untuk penelitian melihat keuntungan atas perlindungan indikasi geografis penulis memilih komoditas kopi dari propinsi Bali dan melakukan studi di Kecamatan Kintamani, Kabupaten Bangli. Dasar pertimbangan penentuan lokasi studi adalah diwilayah Kintamani telah dikembangkan kopi arabika organik dengan merk kopi organik “Bali Kintamani” yang menjadi salah satu komoditas unggulan ekspor Propinsi Bali.

Kabupaten Bangli memiliki kontribusi rata-rata sekitar 46 persen dari total areal pertanaman kopi arabika di Propinsi Bali pada periode 2004 – 2006. Dalam periode yang sama, Kecamatan Kintamani memiliki kontribusi rata-rata 44 persen lebih terhadap Propinsi Bali dan 96 persen lebih terhadap Kabupaten Bangli.

Perlindungan terhadap kopi Kintamani ini merupakan *pilot project* dari permulaan pendaftaran indikasi geografis di Indonesia, dengan alasan-alasan sebagai berikut :

1. Kopi Kintamani Bali berasal dari kawasan spesifik dengan ketinggian tempat di atas 900 dpl (kebanyakan tanaman kopi di atas 1000 m). Agrosistem Kopi Kintamani Bali cocok untuk kopi Arabika dan sistem pertaniannya homogen di kawasan Kintamani. Kawasan ini mempunyai iklim yang khas yaitu udaranya dingin dan kering dengan fluktuasi temperatur cukup tinggi. Musim hujan biasanya berlangsung 6 – 7 bulan, dan musim kering 4 – 5 bulan, yang selama ini terdapat 3 bulan musim kering yang tegas.

Iklm ini menjadi kekhasan kawasan utara Bali (termasuk daerah Kintamani). Tanah vulkanik dengan jenis tanah Entisol dan Inceptisol memiliki potensi produksi 3.000 ton / tahun. Oleh karena itu, kopi yang dihasilkan di kawasan ini memiliki kekhasan tersendiri, dan potensi mutu yang tinggi.

2. Di samping faktor-faktor alam di atas, kopi Kintamani Bali memiliki keunggulan faktor manusia. Kopi Kintamani Bali adalah produk yang memiliki mutu dan reputasi tinggi karena ditanam oleh masyarakat yang memiliki kepedulian atas mutu. Masyarakat ini tergabung dalam kelembagaan petani tradisional yang disebut Subak Abian, dengan azas Tri Hita Karana. Masyarakat ini berhasrat untuk menjaga mutu dan reputasi kopi yang mereka hasilkan.
3. Kopi Kintamani Bali telah memiliki sejarah yang panjang. Dan oleh karena tradisi budaya lokal serta mutunya yang tinggi, maka kopi Kintamani Bali mendapatkan reputasi yang tinggi, dan dikenal sebagai salah satu dari "*origin coffee*" (kopi asli asal) di Indonesia.
4. Para petani telah memiliki kelembagaan yang cukup kuat (Subak Abian). Oleh karena kelompok-kelompok itu, manajemen pertanian menjadikhas dan relatif homogen didasarkan kepada pengetahuan tradisional. Dengan demikian, masyarakat petani kopi Kintamani di dalam melakukan usaha taninya bisa saling berbagi pengetahuan dan ketrampilan.

Luas areal tanaman Kopi Arabika di Propinsi Bali tahun 2004 adalah 14,597 Ha dan menurun menjadi hanya sekitar 8046 Ha pada tahun 2006. Dalam periode yang sama produksi menurun dari 5,822.13 ton pada tahun 2004 menjadi hanya 3,852.14 ton pada

tahun 2006. Penurunan luas areal dan produksi ini disebabkan oleh menurunnya jumlah tanaman menghasilkan (TM) dari sekitar 10,644 Ha pada tahun 2004 menjadi hanya 5,667 Ha pada tahun 2006. Pada periode 2004 – 2006 luas pertanaman Kopi Arabika di Bali mengalami penurunan 6,551 Ha, dengan penurunan luas tanaman menghasilkan (TM) sebesar 4,977 Ha.

Di samping menurunnya luas areal pertanaman, dimana jumlah tanaman menghasilkan terus menurun dan areal tanaman tua dan rusak semakin besar, produktivitas kopi arabika di Bali terus menunjukkan peningkatan. Pada tahun 2004 produktivitas kopi arabika di Bali mencapai 547 Kg/Ha/tahun. Namun pada tahun 2006 produktivitas tersebut meningkat mencapai sekitar 680 Kg/Ha per tahun. Dalam arti lain, produktivitas Kopi arabika meningkat sekitar 133 Kg/Ha/tahun dalam periode 2004 – 2006.

Tabel 1.1. Perkembangan Luas Areal, Produksi dan Produktivitas Kopi Arabika di Propinsi Bali tahun 2004 – 2006.

No	Tahun	Luas Areal (Ha)				Produksi (Ton)	Produktivitas (Kg/Ha/Th)
		TBM	TM	TTM/TR	Jumlah		
1	2004	2,313	10,644	1,640	14,597	5,822.13	547
2	2005	2,097	6,665	679	9,442	3,766.01	565
3	2006	1,636	5,667	743	8,046	3,852.14	680

Sumber : Laporan Dinas Perkebunan Propinsi Bali 2004 – 2006

Ket:

TBM : Tanaman Belum Menghasilkan

TM : Tanaman Menghasilkan

TTM/TR : Tanaman Tidak Menghasilkan/Tanaman Rusak

Dari segi produksi, Kecamatan Kintamani memiliki kontribusi produksi 99 persen terhadap produksi Kabupaten Bangli

dan sekitar 51 persen dari produksi Propinsi Bali. Kontribusi Kabupaten Bangli terhadap produksi kopi arabika propinsi Bali mencapai lebih dari 51 persen dalam periode 2004 – 2006.

Dari segi produktivitas, baik di Kecamatan Kintamani maupun di Kabupaten Bangli lebih tinggi jika dibandingkan dengan Produktivitas Propinsi Bali. Pada tahun 2004 produktivitas Kopi Arabika di Kecamatan Kintamani mencapai 589 Kg/Ha/tahun dan di Kabupaten Bangli mencapai 588 Kg/Ha/tahun. Namun demikian jika dibandingkan peningkatan produktivitas Kopi di Propinsi Bali yang mencapai 133 Kg/Ha/tahun dalam tahun 2004 - 2006, peningkatan produktivitas di Kecamatan Kintamani maupun Kabupaten Bangli lebih rendah yaitu masing-masing 108 Kg/Ha/tahun dan 105 Kg/Ha/tahun. Pada tahun 2006 produktivitas Kopi Arabika di Kabupaten Bangli adalah 693 Kg/ha/tahun dan di Kecamatan Kintamani 697 Kg/Ha/tahun.

Tabel 1.2. Perkembangan Luas Areal, Produksi dan Produktivitas Kopi Arabika di Kabupaten Bangli tahun 2004 – 2006.

No	Kabupaten/ Kecamatan	Luas Areal (Ha)				Produksi (Ton)	Produktivitas (Kg/Ha/Th)
		TBM	TM	TTM/T R	Jumlah		
1	2	3	4	5	6	7	8
1	Kec. Bangli	5	132	59	196	72.18	547
2	Kec. Susut	-	-	-	-	-	-
3	Kec. Tembuku	10	1	-	11	0.31	305
4	Kec. Kintamani	719	5,981	246	6,946	3,523.06	589
Jumlah 2004		734	6,114	305	7,153	3,595.55	588
1	Kec. Bangli	118	25	-	144	-	-
2	Kec. Susut	-	-	-	-	-	-
3	Kec. Tembuku	10	1	-	11	0.11	106

4	Kec. Kintamani	707	2,703	227	3,637	1,674.96	620
Jumlah 2005		835	2,729	227	3,792	1,675.06	614
1	Kec. Bangli	98	46	-	144	28	614
2	Kec. Susut	-	-	-	-	-	-
3	Kec. Tcmbuku	-	11	-	11	1	91
4	Kec. Kintamani	1,039	2,611	102	3,752	1,818.62	697
Jumlah 2006		1,137	2,668	102	3,907	1,847.84	693

Sumber : Laporan Dinas Perkebunan Propinsi Bali 2004 - 2006

Karakteristik lain dari “Bali Kintamani” adalah pengelolaannya yang padat karya sesuai dengan unsur karakteristik budaya masyarakat Bali yang sangat religius. Kopi arabika di kecamatan Kintamani memiliki kontribusi menyediakan lapangan kerja bagi 93 persen Kepala Keluarga (KK) petani Kopi Arabika di Bangli dan hampir 99 persen menyediakan lapangan kerja dari mereka yang bekerja dibidang Kopi Arabika di Kabupaten Bangli.

Tabel. 1.3 Data Realisasi Ekpor Daerah Bali Khusus Komoditi Kopi Periode 2007-2008

No	Komoditas	Sat	Januari - Oktober		% komoditas ekspor terhadap total ekspor
			Vol	Nilai (US \$)	
1	2007	Kg	7,823.00	78,704.12	0.02%
2	2008	Kg	31,128.00	93,815.26	0.03%

Sumber data berdasarkan SKA yang diterbitkan oleh Dinas Perindag Provinsi Bali

Pada tahun 2008, nilai ekspor Kopi Organik Bali diperkirakan mencapai sekitar US \$ 93,815. Dari tabel juga dapat diketahui ada kenaikan jumlah ekspor kopi. Ekspor dilakukan baik langsung dari Bali maupun via Surabaya. Kemampuan penyediaan Kopi Organik Bali baru mencapai sekitar 31 % dari potensi

Pada tahun 2008, nilai ekspor Kopi Organik Bali diperkirakan mencapai sekitar US \$ 93,815. Dari tabel juga dapat diketahui ada kenaikan jumlah ekspor kopi. Ekspor dilakukan baik langsung dari Bali maupun via Surabaya. Kemampuan penyediaan Kopi Organik Bali baru mencapai sekitar 31 % dari potensi permintaan. Permintaan terbesar terutama dari Perancis, USA, Australia dan Jepang.

4.3 Permasalahan dalam Pengaturan Indikasi Geografis dan Usaha untuk Melindungi dan Menunjang Pengembangan Ekspor Negara Indonesia

4.3.1 Beberapa Permasalahan dalam Perlindungan Indikasi Geografis di Indonesia

1. Masih terdapat perbedaan pemahaman dalam pengertian dari Indikasi Geografis yang tercantum dalam Pasal 56 ayat (1) UU no. 15 tahun 2001 dan penjelasannya. Dalam Pasal 56 ayat (1) dikatakan: “..... 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.”.

Sedangkan pada bagian penjelasannya : “.....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”.

Dari dua pengertian tersebut terlihat perbedaan pemahaman mengenai faktor geografis yang mempengaruhi indikasi geografis tersebut. Jika dalam Pasal 56 (1) salah satu faktor saja yang terkait maka produk tersebut dapat dikatakan memiliki indikasi geografis, sedangkan dalam bagian penjelasannya harus dua faktor yang harus ada untuk menentukan suatu produk dikatakan memiliki indikasi geografis atau tidak. Perbedaan pemahaman ini yang menimbulkan ketidakjelasan ukuran yang digunakan dalam menentukan apakah suatu produk itu dapat dilindungi indikasi geografisnya.

2. Masih kurangnya kesadaran dari masyarakat untuk mendaftarkan produk indikasi geografisnya. Kurangnya kesadaran masyarakat bisa terjadi karena masalah perlindungan indikasi geografis ini adalah suatu hal yang baru. Selain itu konsep perlindungan indikasi geografis bukan merupakan ciri budaya bangsa Indonesia yang komunalistik. Hal ini dapat disebabkan masyarakat belum merasa perlu mendaftarkan perlindungan indikasi geografisnya.
3. Sejak dimasukkan dalam hukum merek, baru satu produk yang dilindungi indikasi geografisnya yaitu Kopi Kintamani. Menurut Saky Septiono hambatan pendaftaran perlindungan indikasi geografis adalah masih belum sepakatnya dari pihak-pihak di daerah/komunitas petani untuk menentukan pendelegasian wewenang untuk

mendaftarkan perlindungan indikasi geografisnya¹⁴⁰. Sebagai contoh pada proses pendaftaran untuk Kopi Gayo, sedangkan kasus pendaftaran Kopi Kintamani lebih mudah dikarenakan organisasi petani yang terdiri dari subak-subak abian sudah terbentuk lama dan memudahkan untuk pendafatarannya. Padahal ada beberapa komoditi Indonesia yang masih potensial untuk mendapat perlindungan indikasi geografis seperti¹⁴¹:

- Ubi Cilembu tergolong istimewa, bukan hanya rasanya yang khas tetapi jenis umbi ini memiliki keunggulan jika ditanam di daerah Cilembu sehingga itulah sebabnya ubi tersebut dinamakan Ubi Cilembu. Budidaya Ubi Cilembu sudah dilakukan oleh masyarakat Cilembu sejak puluhan tahun yang lalu. Menurut kisah, bibit Ubi Cilembu berasal dari Kecamatan Rancakalong, Kabupaten Sumedang dan kemudian ditanam di Cilembu. Dengan ditanamnya Ubi tersebut di daerah Cilembu, ternyata malah memiliki kualitas rasa yang lebih baik dibandingkan bila ditanam di daerah asal. Pengembangan Ubi Cilembu dikaitkan dengan bekas Bupati Sumedang Kanjeng Dalem Suryaatmaja (Kanjeng Pangeran Mekkah) atau lebih dikenal sebagai Pangeran Kornel. Kondisi geografis Cilembu berupa perbukitan dengan ketinggian 1000 m di atas permukaan laut, dengan

¹⁴⁰ Wawancara pribadi dengan Saky Septiono, tanggal 18 November 2008, tempat Ditjen Hak Kekayaan Intelektual-Depkumham

¹⁴¹ Sudarmanto, Produk Kategori Indikasi Geografis Potensi Kekayaan Intelektual Masyarakat Indonesia, Makalah pada dibawakan pada Lokakarya “Kepentingan Negara Berkembang Atas Indikasi Geografis, Sumber Daya Genetika dan Pengetahuan Tradisional” hal.114-115

suhu rata-rata 28 derajat Celcius sedangkan curah hujan rata-rata 1150. Kondisi tanah dan iklim yang ada di desa Cilembu memiliki peran yang sangat besar dalam menghasilkan rasa dari Ubi Cilembu.

- Kopi Sidikalang, Dairi yang juga disebut sebagai Tanah Pakpak adalah penduduk asli. Dairi merupakan salah satu daerah di Sumatera Utara yang berhawa sejuk. Daerah yang berjarak sekitar 110 kilometer di sebelah barat daya Kota Medan ini sebagian besar penduduknya menggantungkan hidup pada bidang pertanian. Kondisi alam yang lebih dikenal sebagai negeri seribu bukit dan gunung ini telah mampu membentuk kehidupan masyarakat Dairi menjadi petani ulet. Keunggulan pertanian sedah berlangsung bertahun-tahun tanpa ada pergeseran yang berarti. Hal ini menjadi wajar mengingat sekitar 90 persen dari 164.871 jiwa penduduknya mencari nafkah di sektor ini. Perkebunan yang masih didominasi tanaman kopi ini memberikan kontribusi sebesar 17 persen. Produksi kopi Dairi, biasa dikenal sebagai kopi Sidikalang, sebagian besar dijual ke luar daerah terutama Medan dan Lampung. Kabupaten Dairi pun pernah dikenal dengan sebutan Negeri Kopi. Kopi dari Sumatera mempunyai aroma tumbuh-tumbuhan dan daun-daunan yang khas.
- Kopi Gayo¹⁴² (*Gayo Coffee*) adalah salah satu komoditi unggulan yang berasal dari Dataran Tinggi Gayo. Perkebunan Kopi yang telah dikembangkan

¹⁴² Sumber : <<http://kopigayo.blogspot.com/>>

sejak tahun 1908 ini tumbuh subur di Kabupaten Bener Meriah dan Aceh Tengah. Kedua daerah yang berada di ketinggian 1200 m dpl tersebut memiliki perkebunan kopi terluas di Indonesia yaitu dengan luasan sekitar 81.000 hektar. Masing-masing 42.000 ha berada di Kabupaten Bener Meriah dan selebihnya 39.000 ha di Kabupaten Aceh Tengah.

4. Dalam proses pendaftaran indikasi geografis masih dinilai rumit dan membutuhkan biaya yang besar, terutama untuk membuat penentuan batas wilayah indikasi geografis. Para petani menganggap biaya yang besar itu kalau harus ditanggung sendiri sangat memberatkan, sedangkan hasil yang didapat belum tentu menguntungkan juga. Sebagai contoh penyusunan Buku Persyaratan Kopi Kintamani disponsori oleh CIRAD dari Perancis, begitupun rencananya pembuatan Buku Persyaratan untuk Kopi Gayo.
5. Kewenangan untuk menentukan batas geografis produk tersebut. Indikasi geografis terkait dengan batas wilayah tempat asal produk tersebut. Wilayah asal produk tersebut sangat menentukan dari kualitas suatu barang, dalam pelaksanaan di Indonesia yang sudah mengenai otonomi daerah, pembagian wilayah indikasi geografis tersebut menjadi hal yang sulit, bukannya tidak mungkin adanya benturan kepentingan antar daerah yang wilayahnya masuk dalam cakupan indikasi geografis tersebut. Untuk perlindungan geografis pada Kopi Kintamani masih tidak ditemui kesulitan dikarenakan wilayah penanaman kopi Kintamani masih terdapat dalam satu Kecamatan Kintamani, namun bagaimana bagi pendaftaran Kopi

Gayo yang terdiri dari 7 Kabupaten dan 3 Propinsi¹⁴³. Propinsi mana yang nantinya memegang hak atas indikasi geografis tersebut. hal-hal demikian yang harus diperhitungkan oleh Pemerintah.

4.3 Pengaturan Indikasi Geografis dalam melindungi dan menunjang pengembangan ekspor negara Indonesia.

Peran Pemerintah dalam hal melindungi dan menunjang pengembangan ekspor negara Indonesia untuk produk indikasi geografis memegang peranan yang penting sebagai upaya untuk melindungi aset negara. Perlu dibutuhkan serangkaian usaha untuk tetap mempertahankan eksistensi produk indikasi geografis Indonesia agar jangan sampai diklaim oleh negara lain sebagai kekayaan intelektualnya. Salah satu langkah yang dapat digunakan adalah dengan menciptakan suatu aturan hukum yang lebih tegas dan jelas. Selama ini pengaturan perlindungan indikasi geografis dalam hukum merek masih belum dirasakan maksimal karena masih kurang tegas.

Dibutuhkan suatu pengaturan secara *sul generis* terhadap aturan indikasi geografis terlepas dari Undang-Undang Merek itu sendiri yang sesuai dengan budaya bangsa kita. Pembangunan hukum HKI Indonesia sepenuhnya merupakan hasil dari *top-down policy*¹⁴⁴. Selain itu juga pengaturan pendaftaran yang selama ini masih dinilai rumit memberatkan para pihak yang berkepentingan untuk mendaftarkan.

¹⁴³ Wawancara pribadi dengan Saky Septiono, tanggal 18 November 2008, tempat Ditjen Hak Kekayaan Intelektual-Depkumham

¹⁴⁴ Agus Sardjono, *Pembangunan Hukum Kekayaan Intelektual Indonesia: Antara Kebutuhan dan Kenyataan*, *Op.cit*, hal. 50

Selama ini pendaftaran indikasi geografis menggunakan sistem *positive protection system* hal ini menurut penulis sudah masih dianggap masih memberatkan masyarakat, terutama dalam memenuhi buku persyaratan. Seyogyanya perlindungan Indikasi Geografis di Indonesia dilindungi melalui *negative protection system*. Perlindungan *negative system* dianggap lebih sesuai dengan masyarakat Indonesia yang masih tradisional dan berpikir komunal. Selain itu perlindungan secara *positive system* dianggap lebih rumit terutama dalam mengikuti persyaratan dalam *book of requirement*. Perlindungan dengan sistem ini cukup diatur melalui pendaftaran. Atau bahkan hanya diserahkan kepada undang-undang terkait saja, seperti Undang-undang Persaingan Tidak Sehat. Pendaftaran indikasi geografis didunia mengenal dua sistem *positive protection system* dan *negative protection system* kedua sistem tersebut memiliki kekurangan dan kelebihan.

Negative Protection system memiliki beberapa keuntungan. Sistem perlindungan ini dilihat dari segi biaya, waktu dan tenaga sangat efisien karena tidak perlu menempuh prosedur yang rumit, membingungkan dan panjang. Produsen, masyarakat terkait, asosiasi perdagangan terkait dapat langsung mendapat manfaat atas perlindungan produk mereka¹⁴⁵.

Selain itu berdasarkan penelitian di lapangan dalam hal keuntungan ekonomis Pemerintah harus memberi peluang terhadap petani untuk dapat mengolah hasil pertaniannya untuk langsung menjadi hasil jadi dan langsung dapat dipasarkan. Karena berdasarkan penelitian pada petani kopi kintamani, mereka setelah panen dan mengolah setengah jadi dan kemudian

¹⁴⁵ Bernard O'Connor, *Op.Cit* hal. 76

menjualnya pada mitra usaha. Sehingga keuntungan yang terbesar tetap diperoleh oleh perusahaan. Pemerintah dapat memberikan bantuan peralatan pengolahan kepada petani-petani pengolah agar langsung dapat menjual hasil pertaniannya.

Memberikan kemudahan ekspor bagi petani yang ingin langsung memasarkan produknya keluar negeri. Departemen Perdagangan memiliki instrument-instrumen kebijakan maupun instansi untuk memberikan peluang yang lebih besar kepada petani untuk dapat memasarkan produknya ke luar negeri hal itu dapat dilakukan dengan pemberian fasilitasi ekspor dan promosi perdagangan.

Selain itu melalui perundingan internasional dalam hal ini Forum WTO dibuka kemungkinan untuk melakukan negosiasi dalam upaya untuk memperluas cakupan perlindungan dalam TRIPs yang selama ini hanya terbatas pada perlindungan untuk *wine* dan *spirit* saja. Dalam Konferensi Tingkat Menteri WTO yang diselenggarakan di Doha-Qatar tahun 2001 membahas salah satu usulan dalam perkembangan negosiasi di bidang Indikasi Geografis. Hal yang dibahas pada pertemuan tersebut adalah mengenai sistem registrasi dan penambahan ruanglingkup perlindungan Indikasi Geografis¹⁴⁶. Dalam Pasal 23 TRIPs hanya memberikan perlindungan terhadap *wine* dan *spirit* saja. Hal tersebut yang menjadikan protes dari negara-negara anggota WTO yang produk utamanya bukan produk minuman tersebut.

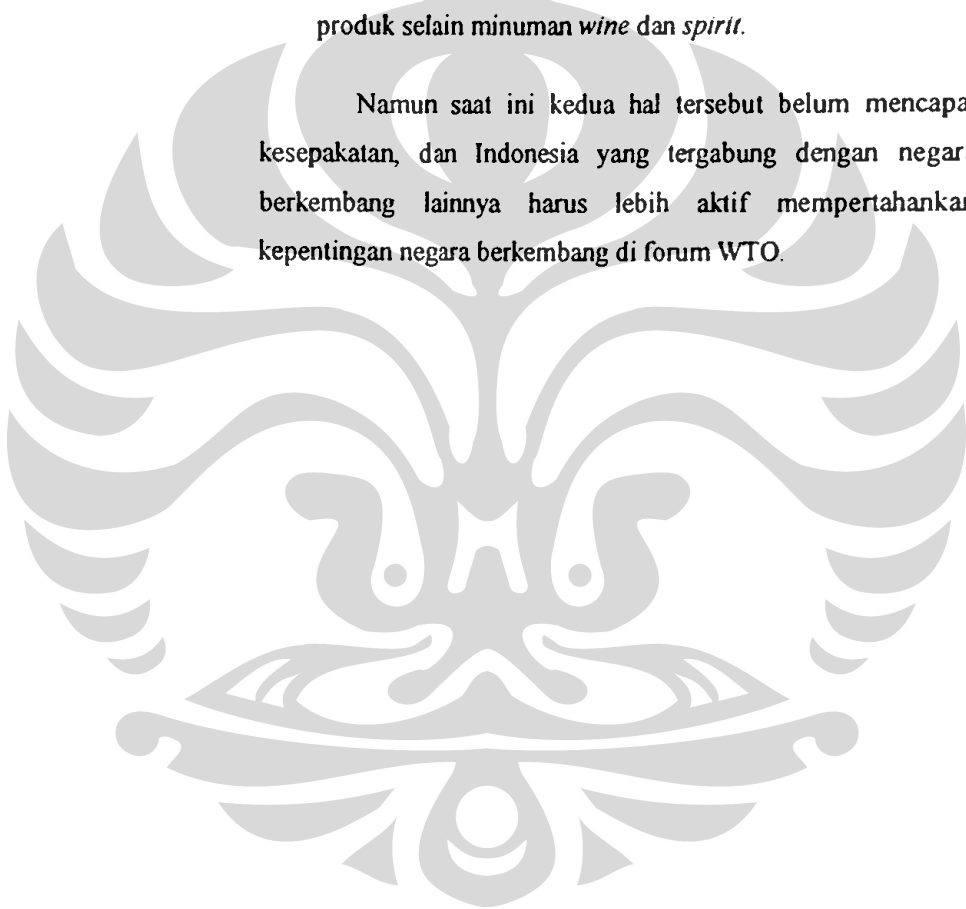
Perlindungan yang lebih kuat terhadap *wine* dan *spirit* tersebut dinilai tidak sesuai dengan prinsip WTO yang anti-

¹⁴⁶ sumber : <<http://www.wto.org/trade/topic/dohadevelopmentagenda.html>>, diakses tanggal 15 Oktober 2008.

diskriminasi. Topik hangat lainn yang dibahas dalam pertemuan itu antara lain¹⁴⁷:

- persoalan kemungkinan membangun sistem pendaftaran atau registrasi multilateral yang seragam bagi minuman anggur dan minuman keras.
- Perluasan objek perlindungan tambahan bagi produk-produk selain minuman *wine* dan *spirit*.

Namun saat ini kedua hal tersebut belum mencapai kesepakatan, dan Indonesia yang tergabung dengan negara berkembang lainnya harus lebih aktif mempertahankan kepentingan negara berkembang di forum WTO.



¹⁴⁷ "WTO Members Divided over Geographical Indication", ICSTD Bridges Weekly Trade News Digest, vol. 5 no. 25 Juli, 2003, Sumber: <<http://www.icstd.org>>

BAB 5 PENUTUP

5.1 KESIMPULAN

Dari pembahasan secara keseluruhan perlindungan indikasi geografis dalam penelitian ini, samapailah penulis pada kesimpulan yang merupakan inti jawaban dari pokok permasalahan yang diajukan sebagai berikut:

1. Pengaturan perlindungan Indikasi Geografis di Indonesia diharapkan dapat memberikan keuntungan ekonomis dan manfaat bagi masyarakat, namun perlindungan Indikasi Geografis sampai saat ini belum maksimal, dikarenakan:
 - a. kurangnya kesadaran dari masyarakat Indonesia untuk mendaftarkan produk pertanian didaerahnya yang mengandung Indikasi Geografis. Hal ini terkait dengan budaya Indonesia yang masih komunalistik. Masyarakat tradisional Indonesia merasa pengetahuan terkait dalam pengolahan produk pertanian sudah didapat secara turun menurun sehingga siapa pun dapat menggunakan secara bersama. Konsep perlindungan HKI dalam konsep barat dianggap lebih bersifat individual dan kapitalistik dan dinilai tidak cocok dengan kepribadian bangsa.
 - b. sampai saat ini baru satu produk pertanian Indonesia yang dilindungi Indikasi Geografisnya, yaitu Kopi Kintamani. Namun pengaruh terhadap keuntungan ekonomi yang didapat oleh petani kopi belum terlihat dikarenakan belum ada kopi kintamani yang diekspor dengan menggunakan logo Indikasi Geografis.
2. Menjawab permasalahan kedua tentang bentuk perlindungan Indikasi Geografis yang dapat melindungi dan meningkatkan produk ekspor Indonesia, penulis melihat peran Pemerintah sangat penting dalam

upaya melindungi dan menunjang pengembangan ekspor negara Indonesia untuk produk indikasi geografis. Saat ini masih ditemukan beberapa kendala dalam hal perlindungan indikasi geografis seperti:

- a. perbedaan pemahaman mengenai pengertian indikasi geografis tersebut dalam peraturan perundang-undangan.
- b. masih rumit dan mahalnya proses penyusunan dokumen untuk pendaftaran (buku persyaratan) dan biaya untuk menyusun penelitian untuk mengembangkan potensi indikasi geografis tersebut sangat memberatkan petani.

5.2 Saran

Saran yang penulis ajukan dari hasil penelitian ini adalah:

1. Pemerintah harus lebih aktif dalam meningkatkan kesadaran masyarakat dalam hal perlindungan indikasi geografis melalui cara sosialisasi atau pemberdayaan masyarakat daerah agar dapat melindungi aset daerahnya. Saat ini sosialisasi masih belum berhasil dikarenakan masih rendahnya pemahaman masyarakat terhadap pemahaman perlindungan Indikasi Geografis, dan masih rumitnya pendaftaran perlindungannya sehingga masih memberatkan masyarakat untuk mendaftarkan pendaftarannya.
2. Pemerintah harus menyusun suatu peraturan mengenai perlindungan indikasi geografis tersendiri yang terpisah dari rezim hukum merek agar pengaturannya dapat lebih rinci dan komprehensif. Aturan tersendiri itu hendaknya mengikuti pola pikir dan budaya bangsa Indonesia yang masih bersifat komunal dan religius. Sehingga peraturan yang dibuat tersebut tidak menemukan kesulitan dalam pengaplikaiannya di masyarakat.

Penulis sadar bahwa penelitian ini baru langkah awal dalam salah satu usaha kepedulian untuk melindungi produk khas Indonesia. Penulis menyadari bahwa penelitian ini belumlah sempurna sehingga masih dibutuhkan penelitian lebih lanjut untuk melengkapi kekuarangan dalam penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Adolf, Huala, *Hukum Ekonomi Internasional suatu pengantar*, 2003, Jakarta, Rajawali Press.
- Apeldoorn, Van *Pengantar Ilmu Hukum*, Cetakan Kesepuluh, 2001, Jakarta, PT Pradnya Paramita.
- Ashofa, Burhan, *Metode Penelitian Hukum*, 2004, Jakarta, PT Rineka Cipta.
- Ayu, Miranda Risang, *Memperbincangkan Hak Kekayaan Intelektual Indikasi Geografis*, 2006, Bandung, Alumni.
- Brotosusilo, Agus, Analisis Dampak Yuridis Ratifikasi “*Final Act-Uruguay Round*”, Laporan Akhir, Kerjasama antara Program PascaSarjana Universitas Indonesia dengan Departemen Perdagangan, 1995, Jakarta.
- Dutfield, Graham “*Protecting Traditional Knowledge and Folklore*”, in I.F. Willem Grosheide & Jan. Brinkhof (ed.), *Intellectual Property Law*, 2002, Antwerp, Intersentia.
- Frederick, Abbot, et.al. *The International Intellectual Property System: Commentary and Material, Part One*, 1999, Kluwer Internasional.
- Gautama, Sudargo *Hak Milik Intelektual Indonesia dan Perjanjian Internasional, TRIPS, GATT, dan Putaran Uruguay (1994)*, 1994, Bandung, Citra Aditya Bakti.
- *Pembaharuan Hukum Merek Indonesia dalam kerangka WTO, TRIPS*, 1997, Bandung, Citra Aditya Bakti.
- Garcia, Frank J. *Trade, Inequality and Justice: Toward a Liberal Theory of Just Trade*, 2003, New York: Transnational Publisher
- Ibrahim, Jhonny *Teori dan Metode Penelitian Hukum Normatif*, 2005, Malang, Bayumedia Publishing.
- Jhamtani, Hira, *WTO dan Penjajahan Kembali Dunia Ketiga*, 2005, Yogyakarta, INSISTPress.
- Michael, A., *A Practical Guide to Trademark Law*, 3rd ed., 2002, London, Sweet & Maxwell.
- Moeljopawiro, Sugiono & Surip Mawardi, “*Perlindungan Indikasi Geografis*”, Prociding: Kepentingan Negara Berkembang terhadap Hak Atas Indikasi Geografis, Sumber daya Genetika dan Pengetahuan Tradisional, 2005, Depok, Lembaga Pengkajian Hukum Internasional Fakultas Hukum Universitas Indonesia.
- Moleong, Lexy J. *Metodologi Penelitian Kualitatif*, 2001, Bandung, PT. Remaja Rosdakarya.
- O’Connor, Bernard, *The Law of Geographical Indications*, 2004, London, Cameron May Ltd.

- Peter J. Dorman, ed., *Dictionary of Law*, 1976, Philadelphia, Pennsylvania, Running Press.
- Rawls, John *Theory of Justice*, 1971, Cambridge, Harvard University Press.
- Sadikin, *Aspek Hukum Hak Kekayaan Intelektual*, 2003, Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Sardjono, Agus *Hak Kekayaan Intelektual dan Pengetahuan Tradisional*, 2006, Bandung, Alumni.
- _____ *Pengetahuan Tradisional; Studi Mengenai Perlindungan Hak Kekayaan Intelektual Atas Obat-obatan*, 2004, Jakarta, Pascasarjana Fak. Hukum UI.
- Soekanto, Soerjono *Pengantar Penelitian Hukum*, Cetakan Ketiga, 2007, Jakarta, UI-Press.
- Sunggono, Bambang *Metodologi Penelitian Hukum*, Cetakan Ketujuh, (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2005;: hlm. 113.
- Tim Lindsay, et. al, *Hak Kekayaan Intelektual: Suatu Pengantar*, 2002 Bandung, PT. Alumni.
- Wignjosuebrotto Soetandyo, *Hukum: Paradigma, Metode dan Dinamika Masalahnya*, 2002, Jakarta, ELSAM dan HUMA

PERATURAN PERUNDANG-UNDANGAN

- Indonesia, Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek
- _____ Peraturan Pemerintah Nomor 51 tahun 2007 tentang Indikasi Geografis
- WIPO, *Paris Convention for Protection of Industrial Property, 1883*
- _____ *Madrid Agreement on Indications of Source 1891*
- _____ *Lisbon Agreement on Appellations of Origin 1958*
- WTO, *The Agreement on Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights (TRIPs)*

JURNAL, MAKALAH, BULETIN

- Abbott, Frederick M. "Protecting First World Asset in the Third World: Intellectual Property Negotiation in the GATT Multilateral Framework", *Vanderbilt Journal of Transnational Law* , vol.22, No. 4, 1998.
- Brotosusilo, Agus *Globalisasi Ekonomi dan Perdagangan Internasional: Studi tentang Kesiapan Hukum Indonesia melindungi Produksi dalam Negeri Melalui Undang-Undang Anti Dumping dan Safe Guard*, Ringkasan Disertasi, Program Doktor Fakultas Hukum Universitas Indonesia.

- Ditjen Kerjasama Perdagangan Internasional (KPI) Departemen Perdagangan, "*Peningkatan Nilai Tambah Komoditas Indonesia Dengan Pengembangan Indikasi Geografis*", Jakarta, 2004
- Dwijen Rangnekar, "*Geographical Indication, A Review of proposal at the TRIPs Council: Extending Article 23 to Product Other than Wines and Spirit*", Makalah pada UNCTAD-ICTSD Project on IPRS and Sustainable Development, Juni, 2003.
- Goebel, Burkhardt *Geographical Indications and Trademark - Implementing the TRIPs Agreement*, Makalah pada CIPR Conference, 26-28 Juni 2002.
- Kampf, R., "*Administration of a regional registration system for Geographical Indication: How to specify and to control geographical indication?*", Makalah pada WIPO Asia and the Pacific Regional Symposium on the Protection of geographical indications, New Delhi, 18-20 November 2003.
- Kumar, Mohan *Protection of Geographical Indication*, Makalah pada UNDP-Asia Pacific Regional Initiative On Trade, Economic Governance, And Human Development, Juni 2003.
- Panggabean, Devy, *Pengertian Hak Kekayaan Intelektual Serta Kaitannya Dengan Perdagangan Internasional*, Edisi-8 I-42/KPI/2007.
- Sardjono, Agus, "*Development of the Indonesian Trademark Law: Potensial Problems in the Implementation of Geographical Indication (GI) Protection in Indonesia*", Makalah pada International Symposium on Geographical Indication, 26-28 Juni 2007, Beijing China.
-
- "*Pembangunan Hukum Kekayaan Intelektual Indonesia: Antara Kebutuhan dan Kenyataan*", Pidato pengukenan Guru Besar Tetap dalam Ilmu Hukum Keperdataan pada Fakultas Hukum Universita Indonesia, Depok, 27 Februari 2008.
- Scholder, F.R. "*The effect of recent GATT Agreement and of Bilateral and multilateral agreements on wine trade*", 1996, AIDV/IWLA Bulletin ed.7.
- Taubman, Anthony, "*The Way Ahead: Developing International Protection for Geographical Indications: Thinking Locally, Acting Globally*", Symposium on the International Protection Of Geographical Indications. Montevideo, November 28 and 29, 2001.
- Teson, Fernando R. *Philosophy of International Law*, *The American Journal of International Law*, Vol. 93, No.3 July, 1999.
- Vandoren, Paul, "*Geographical Indication: An Oppurtiny for Japanesse Special Quality Produk*", Seminar pada EU Geographical Indications Lebellng System. Tokyo, 10-12 Maret 2004

WIPO Secretariat, *“Introduction to Geographical Indication and existing means of protection”*, Makalah pada WIPO Asia and the Pacific Regional Symposium on the Protection of Geographical Indications, New Delhi, 18-20 November 2003.

_____ *The Definition Of Geographical Indications*, (Geneva, Oktober, 2002), paragraf 2, (SCT/9/4)

_____ *Introduction to Geographical Indication and existing means of protecting*. WIPO Asia and the Pacific Regional Symposium on the Protection of geographical indications, New Delhi, 18-20 November 2003.

SUMBER INTERNET

Dansur, *Sejarah dan Perkembangan Hak Kekayaan Intelektual*, <http://dansur.blogster.com/sejarah_dan_perkembangan>

“Kopi Gayo Didaftarkan Jadi Merek Dagang Belanda”, <<http://kopigayo.blogspot.com/2008/02/kopi-gayo-didaftarkan-jadi-merek-dagang.html>>

Musakazhim, *Utilitarianisme-Penjelasan Singkat*, <<http://musakazhim.wordpress.com/2007/05/07/utilitarianisme-penjelasan-singkat/>>

Suwartin, *“Pentingnya Perlindungan Indikasi Geografis atas Produk Lokal”*, <www.sinarharapan.co.id/berita/0512/07/lu03.html>.

WIPO – International Bureau, *What is Geographical Indications?*, 2002. <<http://www.wipo.int/about-ip/en/index.html>>; diakses 16 November 2008

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, Dzat yang mengangkat orang yang beriman dan berilmu beberapa derajat. Bahwa tanpa ridha-Nya tidak mungkin penulis menyelesaikan studi S-2 serta menyelesaikan penulisan tesis ini. Akhirnya penulis dapat menyelesaikan studi S-2 *Master in International Trade Law* (MITL) serta menyelesaikan penulisan tesis dengan judul “Perlindungan atas produk khas Indonesia melalui Indikasi Geografis”.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa tanpa dukungan dari berbagai pihak, penulis tidak akan dapat menyelesaikan tesis ini. Oleh karena itu pada halaman ini penulis dengan tulus mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. Dr. Agus Sardjono, SH., MH., selaku pembimbing yang selama masa bimbingan selalu memberikan arahan penulisan dan memberikan masukan, dorongan serta selalu mengingatkan agar selalu menggunakan daya kritis seorang akademisi dalam menyelesaikan penulisan ini.
2. Dr. Agus Brotosusilo, SH., MA., yang telah memberikan bahan pemikiran dan cakrawala pengetahuan serta arahan dan dorongan untuk selalu menambah wawasan keilmuan penulis.
3. Bapak dan Ibu dosen Program *Master in International Trade Law* (MITL), Pascasarjana Fakultas Hukum Universitas Indonesia yang telah menyampaikan pengetahuan dan ilmu yang pasti berharga bagi penulis.
4. Bapak Saky Setiono, SH, MH., selaku narasumber yang telah mau menyempatkan waktunya untuk dapat berdiskusi dan memberikan wawasan serta data, bahan penulisan sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan ini. Tak lupa kepada Masyarakat Perlindungan Indikasi Geografis Kopi Kintamani di Kab. Bangli, yang selama penulis melakukan penelitian mau bekerjasama dengan baik dalam memberikan pengetahuan mengenai kopi kintamani.
5. Keluarga penulis: Bapak Adang Dradjatika dan Ibu Nirwati yang tercinta, atas doa serta dorongan yang tidak pernah terputus untuk anak-anaknya untuk selalu mencari ilmu dan belajar agar dapat meraih masa depan yang baik.

(semoga Allah SWT selalu memberikan rahmat iman dan rahmat kesehatan untuk beliau); Sahabat hatiku, Yenny Tanusaputri, yang selama ini memberikan dorongan moral dan spirit serta kesabaran dalam membantu penulis menyelesaikan tugas akhir ini. Kedua adikku, Lani Budiani dan Naomi Rahmadina yang penuh keceriaan yang secara tidak langsung memberikan rasa nyaman kepada penulis untuk menyelesaikan tugas akhir ini, terima kasih atas doa-doanya, terima kasih untuk selalu mendengar nasehat kakakmu, semoga Allah SWT mengabulkan harapan dan doamu; Semoga Allah SWT selalu memberikan kebaikan, lindungan dan rahmat bagi keluarga penulis. Amin.

6. Keluarga besar Inspektorat Jenderal Departemen Perdagangan, kepada rekan-rekan sejawat, terima kasih untuk selalu memberikan dukungan perhatian, menghargai dan memahami segala kerja keras yang telah penulis lakukan.
7. Mr. James Lockett beserta seluruh rekan di ITAP-USAID yang memberikan kesempatan bagi penulis untuk mengikuti program master ini; Mr. Simon Lacey, atas bahan-bahan dan material bacaan yang membantu penulisan tesis; Mas Joseph W. Kusnaldi dan Mas Hadi Purnama yang selalu memberikan masukan dan wawasan baru kepada penulis selama mengikuti perkuliahan.
8. Rekan-rekan mahasiswa program *Master in International Trade Law* (MITL) Fakultas Hukum, Universitas Indonesia, merupakan suatu pengalaman ini yang indah selama hampir satu setengah tahun bersama, berjuang, berdiskusi, berdebat, serta tukar pikiran selama ini yang memperkaya wawasan penulis, semoga kalian sukses mencapai cita-cita dan sukses dalam berkarir..
9. Rekan-rekan staf Sekretariat Pascasarjana Fakultas Hukum Universitas Indonesia yang telah memberikan bantuan dan kelancaran proses studi S-2 penulis.
10. Semua pihak yang telah banyak membantu penulis, baik secara langsung dan tidak langsung dalam masa perkuliahan dan proses penulisan tesis ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

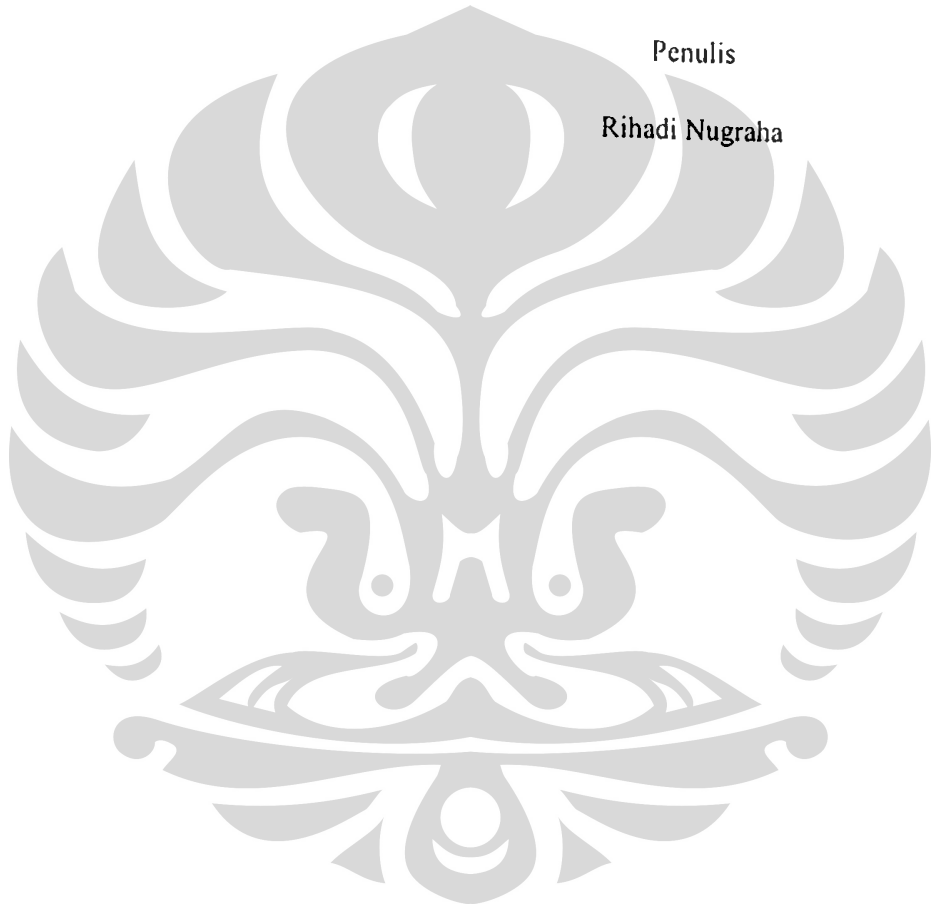
Doa dan harapan senantiasa terucap, semoga Allah SWT memberikan balasan kebaikan tak ternilai untuk kebaikan yang telah mereka berikan kepada penulis selama ini. Amin

Penulis menyadari keterbatasan kemampuan dan pengetahuan dalam penulisan tesis ini, maka oleh karena itu setiap kritik dan saran yang bersifat membangun dan bermaksud menyempurnakan tesis ini sangat penulis harapkan. Semoga tesis ini dapat bermanfaat baik bagi penulis sendiri maupun bagi semua pihak dan dapat memberikan sumbangan bagi perkembangan ilmu hukum.

Jakarta, 2 Januari 2009

Penulis

Rihadi Nugraha



LAMPIRAN - LAMPIRAN



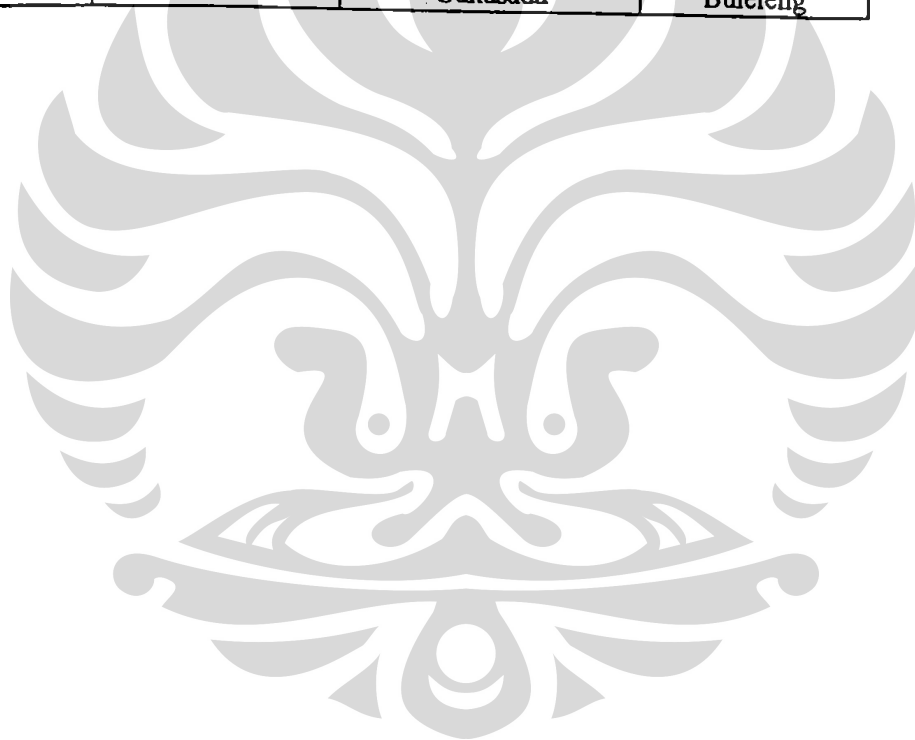
LAMPIRAN I

Daftar desa yang tercakup dalam daerah IG-Kopi Kintamani

Semua dusun di desa-desa ini yang berada di atas ketinggian 900 m dimasukkan ke dalam daerah IG.

Desa	Altitude	Kecamatan	Kapupaten
Abangsongan	1300	Kintamani	Bangli
Abangbatudinding	1100	Kintamani	Bangli
Abuan	1000	Kintamani	Bangli
Awan	1200	Kintamani	Bangli
Bantang	1400	Kintamani	Bangli
Batukaang	1150	Kintamani	Bangli
Batur Selatan	1200	Kintamani	Bangli
Batur Tengah	1300	Kintamani	Bangli
Batur Utara	1100	Kintamani	Bangli
Bayung Cerik	1100	Kintamani	Bangli
Bayunggede	1100	Kintamani	Bangli
Belancan	1150	Kintamani	Bangli
Belandingan	1200	Kintamani	Bangli
Belanga	1200	Kintamani	Bangli
Belantih	1250	Kintamani	Bangli
Binyan	1100	Kintamani	Bangli
Bonyoh	1050	Kintamani	Bangli
Buahan	1200	Kintamani	Bangli
Bunutin	950	Kintamani	Bangli
Catur	1250	Kintamani	Bangli
Daup	1400	Kintamani	Bangli
Dausa	1400	Kintamani	Bangli
Gunungbau	1150	Kintamani	Bangli
Katung	1050	Kintamani	Bangli
Kedisan	1150	Kintamani	Bangli
Kintamani	1450	Kintamani	Bangli
Langgahan	900	Kintamani	Bangli
Lembean	1050	Kintamani	Bangli
Mangguh	1000	Kintamani	Bangli
Manikliyu	1100	Kintamani	Bangli
Mengani	1050	Kintamani	Bangli
Pangejaran	1250	Kintamani	Bangli
Pinggian	1250	Kintamani	Bangli
Satra	1200	Kintamani	Bangli
Sekaan	1000	Kintamani	Bangli
Sekardadi	1050	Kintamani	Bangli
Selulung	1200	Kintamani	Bangli
Serahi	1300	Kintamani	Bangli
Siakin	1300	Kintamani	Bangli
Songan A	1100	Kintamani	Bangli
Songan B	1100	Kintamani	Bangli

Desa	Altitude	Kecamatan	Kapupaten
Sukawana	1500	Kintamani	Bangli
Suter	1500	Kintamani	Bangli
Trunyan	1500	Kintamani	Bangli
Ulian	1100	Kintamani	Bangli
Pengotan	950	Bangli	Bangli
Belok	1100	Petang	Badung
Pelaga	950	Petang	Badung
Tambakan	1250	Kubutambahan	Buleleng
Galungan	1000	Sawan	Buleleng
Lemukih	1000	Sawan	Buleleng
Pegayaman	900	Sukasada	Buleleng
Pancasari	1300	Sukasada	Buleleng
Wanagiri	1350	Sukasada	Buleleng



LAMPIRAN II
 Peta Kawasan Produksi Kopi IG Kintamani

