

Penerapan Perlindungan Hukum Terhadap Produk Potensi Indikasi Geografis di Indonesia

(the Implementation of Law Protection to Potential Product of Geographical Indication in Indonesia)

Fitri Hidayat

*Fakultas Hukum Universitas Brawijaya
Jl. MT. Haryono 169 Malang
Email: fitri.hidayat@yahoo.co.id*

ABSTRAKSI

Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 Tentang Merek (UU Merek) merupakan dasar hukum perlindungan indikasi geografis. Pada UU Merek ini aturan mengenai indikasi geografis hanya terdiri dari beberapa Pasal, sehingga membuat aturan mengenai indikasi geografis menjadi tidak jelas. Karena aturan mengenai indikasi geografis masih bergabung dengan UU Merek, sehingga Pasal mengenai merek dan Pasal mengenai indikasi geografis menjadi saling bertentangan. Aturan yang tidak jelas dan saling bertentangan menjadi penyebab tidak tumbuhnya perlindungan indikasi geografis di Indonesia. Untuk mengetahui penerapan perlindungan hukum terhadap produk potensi indikasi geografis di Indonesia, maka metode penelitian yang digunakan adalah yuridis normatif. Berdasarkan hasil penelitian, diperoleh jawaban atas permasalahan yang ada, bahwa perlindungan hukum tentang indikasi geografis di Indonesia tidak dapat mendorong tumbuhnya perlindungan indikasi geografis terhadap produk potensi indikasi geografis di Indonesia. Karena dasar hukum mengenai indikasi geografis di Indonesia masih bergabung dengan UU Merek dan hanya terdiri dari beberapa Pasal saja. Pasal-Pasal mengenai indikasi geografis yang ada dalam UU Merek pun bertentangan dengan Pasal-Pasal mengenai merek, sehingga membuat peraturan perundangan yang ada mengenai indikasi geografis menjadi tidak jelas. PP Indikasi geografis juga hanya mengulang aturan-aturan yang ada dalam UU Merek. Ketidakjelasan aturan mengenai indikasi geografis mengakibatkan tidak terlindunginya produk potensi indikasi geografis secara optimal. Pemerintah perlu membentuk undang-undang tentang indikasi geografis secara terpisah atau berdiri sendiri, tidak bergabung dengan Undang-Undang Merek untuk dapat memberikan perlindungan yang optimal terhadap produk potensi indikasi geografis di Indonesia

Kata Kunci: perlindungan, indikasi geografis, produk potensi indikasi geografis

ABSTRACT

The legislation that concern about brand name (Act. No.15 of 2001 about brand name) is the basic regulation for the protection of geographical indications. Rules about geographical indications only consisted of some of the articles in this act, so it made the rules about geographical indication become obscured. Because of the rules about geographical indication still joined in the act about the brand name, so that makes both contrary. Protection for geographical indication in Indonesia was unexpected, because of unclear rules and conflict of norm between brand name and geographical indication. To analyse about geographical indication protection in Indonesia, the research method is normative legal research. The result is rules about geographical indication can not protect potential product of geographical indication optimally. Because there is no legislation that concern about geographical indication. Rules about geographical indication still joined in the legislation about brand name and only consisted of some of article. It makes conflict of norm among the rules about brand name and geographical indication. Government have to make an independent legislation about geographical indication so that can protect the potential product of geographical indication optimally.

Key Words: geographical indication protection, potential product of geographical indication

PENDAHULUAN

Setelah menjadi anggota World Trade Organization (WTO), Indonesia wajib menyesuaikan ketentuan hukum nasionalnya dengan perjanjian-perjanjian yang telah disepakati dengan negara-negara anggota WTO yang lain. Perjanjian tersebut tertuang dalam WTO *Agreement*, salah satu perjanjian itu adalah *Agreement on Trade Related Aspects of Intellectual Property Rights* atau yang disebut perjanjian TRIPs. Perjanjian TRIPs mengatur batasan bagi negara anggota WTO dalam menyusun peraturan perundang-undangan mereka untuk melindungi HKI. Maka peraturan perundang-undangan Indonesia pun juga harus mengacu pada perjanjian TRIPs. Hak Kekayaan Intelektual (HKI) merupakan terjemahan dari *Intellectual Property Rights* (IPR), yang dapat dideskripsikan sebagai hak atas kekayaan yang timbul karena kemampuan manusia. IPR sendiri merupakan perlindungan hukum atas HKI yang kemudian dikembangkan menjadi suatu lembaga hukum yang disebut *Intellectual Property Right*.¹ Direktorat Jenderal HKI mendefinisikan HKI sebagai hak yang timbul bagi hasil oleh pikir otak yang menghasilkan suatu produk atau proses yang berguna untuk manusia.² Pendapat lain mengatakan HKI merupakan hak untuk menikmati hasil kreativitas intelektual manusia secara ekonomis.³ Afrillyanna Purba dalam bukunya menyimpulkan HKI adalah hak yang berasal dari hasil kegiatan intelektual manusia yang mempunyai manfaat ekonomi.⁴

Pada sistem HKI yang telah ada, ada salah satu hak yang bersifat komunal yaitu Indikasi Geografis. Indikasi geografis adalah suatu tanda yang menunjukkan daerah asal suatu barang, yang karena faktor lingkungan geografis termasuk faktor alam, faktor

manusia, atau kombinasi dari kedua faktor tersebut, memberikan ciri dan kualitas tertentu pada barang yang dihasilkan.⁵ Indikasi geografis merupakan bagian dari HKI dan merupakan konsep universal yang menunjukkan asal, kualitas, dan karakteristik suatu barang. Contohnya seperti: *Champagne* (minuman anggur yang berasal dari *Champagne*-Perancis), *Basmati Rice* (beras yang berasal dari India), Bohemian Crystal, merupakan produk dengan nama daerah asal produksinya yang didaftarkan, yang kemudian telah dilindungi sebagai produk komunitas dari negara pemiliknya. Indikasi geografis diatur dalam perjanjian multilateral pada akhir abad ke-19 sebagai salah satu hak kekayaan industrial, yaitu dalam Konvensi Paris. Indikasi geografis diatur dalam rangka melindungi produk lokal dari adanya peniruan atau pemakaian tanpa nama atas produknya oleh pihak ketiga. Karena fenomena yang ada, perjanjian TRIPs kemudian menetapkan indikasi geografis pada Pasal 22-24, Pasal 22 mengatur perlindungan indikasi geografis, Pasal 23 mengatur perlindungan tambahan atas anggur dan minuman beralkohol, dan Pasal 24 mengatur pengecualian pada indikasi geografis.⁶

Perlindungan indikasi geografis adalah perlindungan terhadap 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 yang pelaksanaannya diatur dan dilindungi oleh hukum. Indonesia merupakan negara yang kaya akan produk potensi indikasi geografis, seperti Ubi Cilembu, Kopi Gayo, Kopi Kintamani, Lada Hitam Lampung, Lada Putih Muntok, Kopi Toraja, Apel Batu, Keramik Dinoyo, Gerabah Kasongan, dan masih banyak lagi. Sebagai negara kepulauan yang kaya

¹ Andriana Krisnawati dalam Afrillyanna Purba, 2009, *Perlindungan Hukum Seni Batik Tradisional Berdasarkan Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2002 Tentang Hak Cipta*, Alumni, Bandung, hlm. 19.

² Ditjen HKI dalam Tomi Suryo Utomo, 2010, *Hak Kekayaan Intelektual (HKI) di Era Global: Sebuah Kajian Kontemporer*, Graha Ilmu, Yogyakarta, hlm. 2.

³ Sudaryat, Sudjana, dan Rika Ratna Permata, 2010, *Hak Kekayaan Intelektual-Memahami Prinsip Dasar, Cakupan, Dan Undang-Undang Yang Berlaku*, Oase Media, Bandung, hlm. 15.

⁴ Afrillyanna Purba, *Op.cit.*, hlm. 20.

⁵ Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual Kementerian Hukum dan HAM Republik Indonesia, Indikasi Geografis, <http://www.dgip.go.id/indikasi-geografis>, diakses 2 Juni 2010 pukul 10.00 WIB.

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

akan pengetahuan, tradisi, dan budaya, serta iklim tropis yang menghasilkan berbagai macam barang yang memiliki potensi ekonomi yang tidak kecil, sudah seharusnya Indonesia memiliki sistem perlindungan indikasi geografis yang memadai. Melalui perlindungan indikasi geografis yang optimal tidak saja kelestarian lingkungan diharapkan dapat terjaga, pemberdayaan sumber daya alam dan manusia di daerah diharapkan dapat lebih dimaksimalkan. Walaupun Indonesia kaya

akan produk potensi indikasi geografis dan memiliki peraturan perundang-undangannya, tetapi hanya sedikit yang didaftarkan, seperti Kopi Kintamani dari Bali, mempunyai nomor sertifikat indikasi geografis IDIG000000001 dengan nama indikasi geografis yaitu Kopi Arabika Kintamani Bali.⁷ Kemudian Mebel Ukir Jepara, Lada Putih Muntok, Kopi Arabika Gayo yang di umumkan di Berita Resmi Indikasi Geografis pada situs resmi Direktorat Jenderal HKI bulan Januari-April 2010 dan pada pengumuman bulan Maret-Juni 2011, ada Tembakau Hitam Sumedang juga Tembakau Mole Sumedang.⁸

Jika dibandingkan dengan di luar negeri terutama negara-negara Eropa, iklim sadar hukumnya jauh berbeda, di sana masyarakatnya sangat antusias melindungi produk potensi indikasi geografis yang ada pada daerahnya, begitu juga dengan pemerintahnya sangat melindungi produk potensi indikasi geografis di negaranya. Tidak hanya produk yang sudah akrab di telinga masyarakat saja, seperti *Champagne* dari Perancis, *Murrano Glass*, *Bohemian Crystal*, tetapi juga muncul produk-produk baru seperti Kue *Bremen* dari Jerman, *Mustard Burgundy* dari Perancis, *Kastanye Combai* dari Italia, *Strawberry Kaszubska* dari Polandia, semua mendapat perlindungan indikasi geografis Uni Eropa. Ini membuktikan bahwa masyarakat lokal peduli, pemerintah pun peduli sehingga memproteksi. Pesatnya pertumbuhan perlindungan indikasi geografis di negara-

negara Eropa menunjukkan kemudahan dalam proses pendaftaran produk potensi indikasi geografis. Dampak dari kurang melindungi produk potensi indikasi geografis, pernah terjadi kasus di Indonesia, terjadi pada Kopi Gayo, yang telah didaftarkan oleh pengusaha Belanda sebagai merek dagang di Belanda, maka eksportir dari Aceh tidak dapat mengeksport kopi tersebut dengan merek Gayo, dan jika ingin mengeksport ke negara lain maka kopi tersebut akan diberi harga jauh di bawah harga pasar. Juga kasus yang terjadi pada Kopi Toraja yang telah didaftarkan oleh Jepang melalui *Key Coffee* dengan merek dagang Toarco Toraja, lengkap dengan gambar rumah adat Toraja sebagai gambar pada mereknya. Karenanya eksportir Indonesia tidak bisa menjual kopi Torajanya ke Jepang jika tidak melalui *Key Coffee*.⁹ Hal ini sangat ironis, mengingat kopinya di tanam di Indonesia, seharusnya yang memiliki hak juga Indonesia tetapi yang menikmati keuntungannya adalah negara lain. Seperti juga yang terjadi pada kerajinan Keramik Dinoyo-Malang, para pengrajin sudah tidak lagi membuat keramik khas kota Malang yaitu tanah liat yang dibakar hasilnya akan mengeluarkan warna biru. Sekarang para pengrajin itu kebanyakan hanya menjualkan keramik, tidak lagi membuat keramik khas kota Malang.¹⁰ Oleh karena itu sangat penting melindungi produk potensi indikasi geografis, karena Indonesia sangat kaya akan produk potensi indikasi geografis.

Perlindungan Hukum Terhadap Produk Potensi Indikasi Geografis Dalam Hukum Positif di Indonesia

Konsep perlindungan indikasi geografis pertama kali dikenal di Perancis pada awal abad 20 yang kemudian menjadi isu internasional.¹¹ Perjanjian TRIPs kemudian menetapkan indikasi geografis pada Pasal 22-24, Pasal 22 mengatur perlindungan indikasi geografis, Pasal 23 mengatur perlindungan

⁷ Yeti Sumiyati, Masih Ada Harapan Bagi Pandanwangi, <http://ubicilembu.wordpress.com/2009/08/14/masih-ada-harapan-bagi-pandanwangi>, diakses 17 Februari 2011 pukul 10.00 WIB.

⁸ Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual Kementrian Hukum dan HAM Republik Indonesia, Indikasi Geografis, <http://www.dgip.go.id/indikasi-geografis>, diakses 20 Maret 2011 pukul 11.00 WIB.

⁹ Adrian Sutedi, 2009, *Hak Kekayaan Intelektual*, Sinar Grafika, Jakarta, hlm. 153.

¹⁰ Wawancara dengan Bapak Samsul, Ketua Paguyuban Keramik Dinoyo tanggal 17 Februari 2011 di rumah Bapak Samsul Ketua Paguyuban Keramik Dinoyo.

¹¹ Sudaryat, Sudjana, dan Rika Ratna Permata, *Op.cit*.

tambahan atas anggur dan minuman beralkohol, dan Pasal 24 mengatur pengecualian pada indikasi geografis.¹² Pada tahun 1994 ketentuan terhadap perlindungan indikasi geografis dimuat dalam TRIPs *Agreement* pada *article* 22. Perlindungan hukum tentang indikasi geografis di Indonesiadiatur oleh Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 Tentang Merek (UU Merek) dan Peraturan Pemerintah Nomor 51 Tahun 2007 Tentang Indikasi Geografis (PP Indikasi Geografis). Indonesia memberikan perlindungan untuk indikasi geografis menyatu dengan UU Merek dan menetapkan indikasi geografis sebagai bagiannya.

Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 Tentang Merek (UU Merek)

Dalam UU Merek hanya ada beberapa Pasal mengenai indikasi geografis, yaitu Pasal 56-60 saja.

1. Pasal 56 ayat (1) menjelaskan tentang pengertian indikasi geografis, yaitu indikasi geografis dilindungi sebagai suatu tanda yang menunjukkan daerah asal suatu barang, yang karena faktor lingkungan geografis termasuk faktor alam, faktor manusia, atau kombinasi dari kedua faktor tersebut, memberikan ciri dan kualitas tertentu pada barang yang dihasilkan. Dengan penjelasan Perlindungan indikasi geografis meliputi barang-barang yang dihasilkan oleh alam, barang hasil pertanian, hasil kerajinan tangan; atau hasil industri tertentu lainnya.
2. Pasal 56 ayat (2) menjelaskan tentang pihak-pihak yang dapat mengajukan pendaftaran indikasi geografis. Karena indikasi geografis baru mendapat perlindungan setelah terdaftar atas dasar permohonan. Pihak yang dapat mengajukan permohonan pendaftaran indikasi geografis adalah:

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

Maksud pendaftaran Indikasi-geografis adalah untuk menjamin kepastian hukum. Jangka waktu perlindungannya dapat berlangsung secara tidak terbatas selama ciri dan/atau kualitas yang menjadi dasar diberikannya perlindungan masih ada.¹³

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

3. Pasal 56 ayat (3) tentang pengumuman indikasi geografis yang prosesnya sama dengan pengumuman merek terdaftar.
4. Pasal 56 ayat (4) tentang penolakan permintaan pendaftaran indikasi geografis.
5. Pasal 56 ayat (5) dan (6) menambahkan ketentuan tentang keberatan atas penolakan pendaftaran indikasi geografis yang dapat diajukan kepada Komisi Banding Merek. Tata caranya sama dengan penolakan permintaan pendaftaran merek terdaftar.
6. Pasal 56 ayat (7) menyatakan bahwa indikasi geografis diberikan perlindungan hukum selama ciri dan kualitas produk yang bersangkutan masih ada.
7. Pasal 57 menegaskan bahwa pemegang hak indikasi geografis dapat mengajukan ganti rugi dan penghentian penggunaan serta pemusnahan etiket indikasi geografis yang digunakan secara tanpa hak.

¹² Maria Alfons, "Implementasi Perlindungan Indikasi Geografis Atas Produk-Produk Masyarakat Lokal Dalam Perspektif Hak Kekayaan Intelektual", Disertasi Program Doktor Ilmu Hukum Pada Fakultas Hukum Universitas Brawijaya Malang, Tidak dipublikasikan, 2011, hlm. 6.

¹³ Penjelasan Pasal 1 Peraturan Pemerintah Nomor 51 Tahun 2007 tentang Indikasi Geografis.

8. Pasal 59 dan 60 mengatur tentang indikasi asal.
9. Pasal 92 dan 93 yang merupakan ketentuan pidana.

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

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

Lembaga yang dimaksud adalah lembaga yang diberi kewenangan untuk mendaftarkan indikasi geografis dan lembaga itu merupakan lembaga pemerintah atau lembaga resmi lainnya seperti koperasi, asosiasi, atau yayasan yang anggotanya produsen setempat.¹⁴

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

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

kepastian hukum perlindungan dan lebih mudah dalam perlindungannya.¹⁵

Efek dari sistem pendaftaran adalah perlindungan indikasi geografis terhadap produk potensi indikasi geografis lebih terjamin kepastian hukumnya, karena produk potensi indikasi geografis yang telah didaftar dan telah disetujui dengan kata lain menyatakan bahwa produk tersebut adalah identitas suatu daerah, dan pihak lain harus menghormatinya. Sisi positif lainnya dari sistem pendaftaran adalah lebih mudah dalam perlindungannya, karena telah terdaftar dengan sendirinya akan lebih mudah pengawasannya. Selain efek positif dari sisi pendaftaran tentu ada efek negatifnya, yaitu karena tidak semua daerah mengerti tentang indikasi geografis dan tentu saja tidak semua tahu tentang prosedur pendaftarannya, sehingga sistem pendaftaran pada ketentuan tentang indikasi geografis terkesan membuang waktukarena hanya menunggu pihak pendaftar mendaftarkan produk potensi indikasi geografisnya.

Bentuk perlindungan hukum yang lain adalah pengumuman permohonan pendaftaran indikasi geografis pada UU Merek Pasal 56 ayat (3) yang prosesnya sama persis dengan pengumuman pendaftaran merek, yaitu tercantum pada UU Merek Pasal 21-23. Dalam Pasal 21-23 tersebut dikatakan pengumuman dilakukan 10 hari dalam Berita Resmi Indikasi Geografis sejak tanggal disetujuinya permohonan serta pengumuman tersebut berlangsung selama 3 (tiga) bulan. Pengumuman permohonan pendaftaran indikasi geografis menjadi penting karena ini merupakan tindakan preventif. Dengan diumumkannya permohonan pendaftaran indikasi geografis, ini semacam bentuk pemberitahuan serta peringatan bagi pihak lain sehingga pihak lain tahu bahwa produk tersebut telah didaftarkan indikasi geografisnya. Oleh karena itu pihak lain harus menghormati hak-hak pendaftar. Serta bertujuan jika ada keberatan atau sanggahan

¹⁴ Penjelasan Pasal 5 ayat (3) Peraturan Pemerintah Nomor 51 Tahun 2007 tentang Indikasi Geografis.

¹⁵ Saky Septiono, Perlindungan Indikasi Geografis dan Potensi Indikasi Geografis, <http://www.infohaki.co.id/Perlindungan-Indikasi-Geografis-dan-Potensi-Indikasi-Geografis>, diakses 25 Mei 2011 pukul 11.00 WIB.

dari pihak lain mengenai produk yang telah didaftarkan indikasi geografisnya.

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

UU Merek hanya menyediakan 5 (lima) Pasal untuk perlindungan indikasi geografis, yaitu Pasal 56-60. Dari 5 (lima) Pasal tentang indikasi geografis yang ada dalam UU Merek dapat disimpulkan bentuk perlindungan hukum yang diberikan adalah pendaftaran, pengumuman, dan hak mengajukan gugatan bagi pemegang hak indikasi geografis. Bentuk perlindungan hukum yang diberikan Pasal 56-60 UU Merek sangat singkat dan kurang jelas. Selain singkatnya Pasal yang mengatur ketentuan indikasi geografis, juga karena terjadi pertentangan antara Pasal tentang indikasi geografis dengan Pasal tentang merek. Sehingga UU Merek kurang dapat melindungi produk-produk potensi indikasi geografis yang ada di Indonesia.

Pada Pasal 56-60 diatur mengenai definisi indikasi geografis sebagai suatu identitas dari suatu barang yang berasal dari suatu tempat tertentu yang menunjukkan kualitas, reputasi, dan karakteristik termasuk faktor alam dan manusianya serta tata cara pendaftarannya hanya secara umum. Akan tetapi perlu ada yang diluruskan mengenai konsep dasar dari apa yang dimaksud dengan indikasi geografis. Masyarakat sebagian besar menganggap bahwa indikasi geografis adalah bagian dari merek, karena pengaturannya dijadikan satu dengan UU Merek. Masyarakat menganggap indikasi geografis memiliki sifat perlindungan dan karakteristik sama dengan perlindungan yang diberikan atas merek

dagang. Padahal jika memang indikasi geografis dengan merek sama, maka seharusnya ketentuan dalam UU Merek tidak saling bertentangan. Diantaranya pada Pasal 5 (d) UU Merek menyatakan "Merek tidak dapat didaftar apabila Merek tersebut mengandung salah satu unsur di bawah ini (d. merupakan keterangan atau berkaitan dengan barang atau jasa yang dimohonkan pendaftarannya)."

Dapat dilihat bahwa ada pertentangan antara Pasal yang mengatur ketentuan merek dengan ketentuan indikasi geografis. Suatu tanda dalam indikasi geografis sudah pasti akan menyebut nama barang yang dihasilkan sebagai ciri khas hasil produksi dari daerah yang menghasilkan barang tersebut. Contoh: Kopi Toraja, Kopi Gayo, Ubi Cilembu adalah berkaitan dengan barang yang dimohonkan pendaftarannya, maka hal ini tidak dapat dikategorikan sebagai merek. Selain itu ada perbedaan-perbedaan lain yang terlihat karena perbedaan sifat dan karakteristik dari indikasi geografis dan merek. Pasal 1 ayat (1) UU Merek menyatakan "Merek adalah tanda yang berupa gambar, nama, kata, huruf-huruf, angka-angka, susunan warna, atau kombinasi dari unsur-unsur tersebut yang memiliki daya pembeda dan digunakan dalam kegiatan perdagangan barang atau jasa".

Penjelasan Pasal 56 ayat (1) UU Merek menyatakan "Indikasi-geografis adalah suatu indikasi atau identitas dari suatu barang yang berasal dari suatu tempat, daerah atau wilayah tertentu yang menunjukkan adanya kualitas, reputasi dan karakteristik termasuk faktor alam dan faktor manusia yang dijadikan atribut dari barang tersebut. Tanda yang digunakan sebagai indikasi-geografis dapat berupa etiket atau label yang dilekatkan pada barang yang dihasilkan. Tanda tersebut dapat berupa nama tempat, daerah, atau wilayah, kata, gambar, huruf, atau kombinasi dari unsur-unsur tersebut. Pengertian nama tempat dapat berasal dari nama yang tertera dalam peta geografis atau nama yang karena pemakaian secara terus-menerus sehingga dikenal sebagai nama tempat asal barang yang bersangkutan. Perlindungan indikasi-geografis meliputi barang-barang yang dihasilkan oleh alam, barang hasil pertanian, hasil kerajinan tangan; atau hasil industri tertentu lainnya".

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

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

Dalam Pasal 56 ayat (2) disebutkan "Indikasi-geografis mendapat perlindungan setelah terdaftar atas dasar permohonan yang diajukan oleh:

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

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

indikasi geografis dapat dimiliki secara terbuka oleh suatu lembaga mewakili masyarakat atau kelompok konsumen tertentu.

Selain itu menurut Pasal 3 UU Merek yang dimaksud hak atas merek adalah hak eksklusif yang diberikan oleh negara kepada pemilik merek yang terdaftar dalam Daftar Umum Merek untuk jangka waktu tertentu. Berkaitan dengan Pasal 28 mengenai jangka waktu perlindungan merek adalah 10 (sepuluh) tahun sejak tanggal penerimaan dan jangka waktu perlindungan itu dapat diperpanjang. Sedangkan dalam indikasi geografis pada Pasal 56 ayat (7) disebutkan "Indikasi-geografis terdaftar mendapat perlindungan hukum yang berlangsung selama ciri dan/atau kualitas yang menjadi dasar bagi diberikannya perlindungan atas indikasi-geografis tersebut masih ada".

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

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

Perlu ditambahkan dalam ketentuan yang mengatur tentang indikasi geografis sebagai bentuk perlindungan hukum yaitu dengan menginventarisasi produk-produk potensi indikasi geografis di setiap daerah di Indonesia. Oleh karena itu perlu kerjasama dari setiap pemerintah daerah di Indonesia

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

Peraturan Pemerintah Nomor 51 Tahun 2007 Tentang Indikasi Geografis (PP Indikasi Geografis)

Pada ketentuan Pasal 56 ayat (9) menyatakan bahwa ketentuan pendaftaran akan diatur dalam peraturan pemerintah. Pada tahun 2007 pemerintah mengeluarkan Peraturan Pemerintah Nomor 51 Tahun 2007 tentang Indikasi Geografis. Tetapi PP Indikasi Geografis ini tidak hanya mengatur tata cara pendaftaran, tetapi mengatur kembali ketentuan pokok indikasi geografis yang terdapat dalam UU Merek. PP Indikasi Geografis mengatur:

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

Menurut PP Indikasi Geografis tata cara pendaftaran indikasi geografis terdiri dari 8 (delapan) tahap, yaitu:

1. Tahap Pertama : Mengajukan Permohonan
2. Tahap Kedua : Pemeriksaan Administratif
3. Tahap Ketiga : Pemeriksaan Substansi
4. Tahap Keempat : Pengumuman
5. Tahap Kelima : Oposisi Pendaftaran
6. Tahap Keenam : Pendaftaran
7. Tahap Ketujuh : Pengawasan terhadap pemakaian indikasi geografis

8. Tahap Kedelapan : Banding

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

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

Apabila suatu Indikasi-geografis telah digunakan sebagai nama varietas tanaman tertentu, nama Indikasi-geografis tersebut hanya dapat digunakan untuk varietas tanaman yang bersangkutan saja. Contoh: Nama atau kata "Cianjur" telah dikenal sebagai nama salah satu varietas tanaman padi. Oleh karenanya, kata "Cianjur" tidak diperkenankan untuk digunakan sebagai indikasi geografis bagi varietas tanaman padi lainnya sekalipun pembudidayaannya dilakukan di daerah Cianjur. Hal ini dimaksudkan untuk menghindarkan timbulnya kemungkinan yang menyesatkan. Walaupun demikian, kata "Cianjur" dapat digunakan sebagai indikasi-geografis bagi varietas tanaman lain ataupun barang lainnya selain padi atau beras, misalnya: salak, markisa, tauco, dan sebagainya.¹⁶

- d. Telah menjadi generik
- Indikasi yang bersifat generik adalah indikasi tentang suatu barang yang telah menjadi milik umum karena sering digunakan dalam bahasa sehari-hari, dan karenanya tidak dilindungi. Contoh: tahu,

¹⁶ Penjelasan Pasal 3 huruf c Peraturan Pemerintah Nomor 51 Tahun 2001 tentang Indikasi Geografis.

tempe, batik, jeruk bali, pisang ambon, dan sebagainya.¹⁷

Dari penjelasan di atas tentang bentuk perlindungan hukum yang ada menurut PP Indikasi geografis, masih belum bisa memberikan perlindungan hukum yang memadai tentang indikasi geografis di Indonesia. Dalam PP Indikasi geografis, banyak hal yang mengulang ketentuan yang ada dalam UU Merek. Pada PP Indikasi geografis selain mengatur tata cara pendaftaran, lebih banyak mengulang ketentuan yang ada dalam UU Merek yang memang ketentuannya disamakan dengan ketentuan merek. Perlu ditambahkan dalam ketentuan yang mengatur tentang indikasi geografis sebagai bentuk perlindungan hukum yaitu dengan menginventarisasi produk-produk potensi indikasi geografis di setiap daerah di Indonesia. Oleh karena itu perlu kerjasama dari setiap pemerintah daerah di Indonesia untuk mendata produk apa saja di daerahnya yang termasuk produk potensi indikasi geografis. Selain itu Dirjen HKI harus membentuk direktorat khusus indikasi geografis, karena selama ini masih menjadi bagian dari Direktorat Merek. Sehingga nantinya jajaran Direktorat Indikasi Geografis yang turun langsung ke setiap daerah untuk secara aktif menginventarisasi produk-produk potensi indikasi geografis, menentukan apakah suatu produk merupakan produk potensi indikasi geografis atau tidak. Kemudian mendaftarkan dan memberikan perlindungan serta memantau perkembangan pelaksanaan penggunaan produk geografisnya. Selain itu pemerintah daerah juga harus aktif dan peduli. Sehingga tidak perlu selalu menunggu orang yang mendaftarkan produk potensi indikasi geografisnya.

Hal di atas sesuai dengan teori perlindungan hukum yang dikemukakan oleh Philipus M. Hadjon bahwa perlindungan hukum merupakan perlindungan akan harkat dan martabat serta pengakuan terhadap hak asasi manusia yang dimiliki oleh subjek hukum

dalam negara hukum dengan berdasarkan pada ketentuan hukum yang berlaku di negara tersebut guna mencegah terjadinya kesewenang-wenangan, sehingga dapat dikatakan bahwa hukum berfungsi sebagai perlindungan atas kepentingan manusia.¹⁸ Perlindungan hukum adalah suatu upaya yang dilakukan oleh hukum dalam menanggulangi pelanggaran, yang terdiri dari dua jenis, yaitu:¹⁹

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

Tabel 1. Perbandingan Jenis Perlindungan Hukum

Pembanding	Preventif	Represif
Pengertian	Perlindungan hukum yang memberikan kesempatan pada subyek hukum untuk mengajukan keberatan atau pendapatnya, sebelum ada keputusan yang definitif.	Perlindungan hukum yang dilakukan ketika masalah atau sengketa sudah terjadi.
Tujuan	Mencegah terjadinya sengketa	Menyelesaikan sengketa

Dengan menginventarisasi produk-produk potensi indikasi geografis di setiap daerah di Indonesia, merupakan perlindungan hukum preventif untuk mencegah terjadinya pelanggaran terhadap indikasi geografis karena produk potensi indikasi geografis tersebut merupakan produk domestik yang memiliki nilai ekonomi dan reputasi yang tinggi. Sehingga memerlukan jaminan kepastian hukum. Di Indonesia tingkat pendaftaran produk potensi indikasi geografis masih rendah, seperti yang tersaji dalam Tabel 2 dan Tabel 3:

¹⁷ Penjelasan Pasal 3 huruf d Peraturan Pemerintah Nomor 51 Tahun 2001 tentang Indikasi Geografis.

¹⁸ Philipus M Hadjon, 1987, *Perlindungan Hukum Bagi Rakyat Indonesia*, Bina Ilmu, Surabaya, hlm. 19.

¹⁹ *Ibid.*

Tabel 2.
Indikasi Geografis BRM 01/1G/1/A/2010
Diumumkan tanggal 21 Januari 2010 s/d 21 April 2010

NO.	FD	NO	AGENDA	INDIKASI GEO	KLS	KET.
1.	19/12/07	00005		Mebel Ukir Jepara/Logo		
2.	13/04/09	00002		Lada Putih Muntok		
3.	22/12/09	00003		Kopi Arabika Gayo		

Sumber: Berita Resmi Merek Seri – A Direktorat Merek Dirjen HKI Departemen Hukum dan Hak Asasi Manusia Indonesia

Tabel 3.
Indikasi Geografis BRM 01/1G/1/A/2010
Diumumkan tanggal 21 Januari 2011 s/d 21 April 2011

NO.	FD	NO	AGENDA	INDIKASI GEO	KLS	KET.
1.	23/12/10	00022		Tembakau Hitam Sumedang+LUK		
2.	23/12/10	00023		Tembakau Mole Sumedang+LUK		

Sumber: Berita Resmi Merek Seri – A Direktorat Merek Dirjen HKI Departemen Hukum dan Hak Asasi Manusia Indonesia

Dari uraian di atas, terlihat ada kekurangan sistem pendaftaran, karena sifatnya menunggu. Menunggu pihak pendaftar, selain membuang waktu karena belum tentu semua daerah mengetahui tentang indikasi geografis apalagi pendafatarannya, juga kurang efektif apabila pendaftar harus datang sendiri, isi formulir. Akan lebih baik jika menggunakan kecanggihan teknologi dengan menggunakan media internet. Karena sebab-sebab di atas, menjadikan UU Merek tidak dapat memberikan perlindungan indikasi geografis secara optimal. Selain karena aturan mengenai indikasi geografis masih bergabung dengan aturan merek, juga karena sedikitnya jumlah Pasal yang ada. Selanjutnya PP Indikasi geografis keluar dengan rentan waktu yang cukup lama, baru di tahun 2007 PP Indikasi geografis

keluar. Dengan adanya PP Indikasi geografis ini menjadi aneh, karena PP Indikasi geografis ini tampak berdiri sendiri. Seperti yang telah diuraikan di atas dalam UU Merek, ketentuan Merek lebih dominan dari indikasi geografis, karena memang hanya terdapat beberapa Pasal saja tentang indikasi geografis. Sehingga terkesan indikasi geografis hanya bagian dari merek. Ditambah lagi dalam Pasal 1 UU Merek tidak mendefinisikan indikasi geografis, ini yang menyebabkan produk potensi indikasi geografis kurang bisa dilindungi.

Perbedaan Indikasi geografis dan Merek

Pada akhirnya dapat dijelaskan perbedaan konsep antara indikasi geografis dan merek, dapat dilihat dalam Tabel 4 berikut:

Tabel 4.
Perbedaan Merek dan Indikasi Geografis
Berdasarkan Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 Tentang Merek dan Peraturan
Pemerintah Nomor 51 Tahun 2007 Tentang Indikasi Geografis

No	Perihal	Merek	Indikasi Geografis
1.	Definisi	Tanda berupa gambar, nama, kata, huruf, angka, susunan warna ataupun kombinasi dari unsur tersebut yang memiliki daya pembeda, dan digunakan dalam kegiatan perdagangan barang atau jasa.	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.
2.	Sifat	Tidak dapat menunjukkan kualitas produk	Menunjukkan kualitas, reputasi dan karakteristik produk
3.	Obyek	Barang dan Jasa	Barang
4.	Pemilik	Individualistik	Komunalistik
5.	Eksplorasi	Dapat diperjual belikan atau dilisensikan	Tidak dapat diperjual belikan atau dilisensikan
6.	Jangka Waktu Perlindungan	10 (sepuluh) tahun	Berlangsung selama ciri dan/ atau kualitas yang menjadi dasar diberikannya perlindungan tersebut masih ada

Sumber : Dirjen HKI Departemen Hukum dan Hak Asasi Manusia Indonesia

Dengan melihat Tabel 4, dapat diartikan bahwa indikasi geografis dan merek berbeda, sehingga perlindungannya tidak dapat dijadikan satu. Indikasi geografis bukan bagian dari merek. Ketika dua hal yang berbeda pengaturannya dijadikan satu, maka akan banyak pertentangan Pasal di dalamnya.

PENUTUP

Perlindungan hukum tentang indikasi geografis di Indonesia dimuat dalam Pasal 56-60 Undang-Undang Nomor 15 tahun 2001 Tentang Merek (UU Merek) dan Peraturan Pemerintah Nomor 51 Tahun 2007 Tentang Indikasi Geografis (PP Indikasi geografis). Dalam UU Merek sudah pasti ketentuan tentang merek yang lebih dominan, sehingga ketentuan mengenai indikasi geografis terkesan hanya bagian dari merek. Padahal merek dan indikasi geografis berbeda. Ini menjadi kendala dalam memberikan perlindungan indikasi geografis terhadap produk potensi indikasi geografis. Karena

ketentuan tentang indikasi geografis bergabung dengan ketentuan merek dan hanya terdiri dari beberapa Pasal saja, membuat ketentuan yang ada mengenai indikasi geografis juga tidak jelas. Apalagi indikasi geografis dan merek berbeda sehingga terjadi pertentangan dalam Pasal-Pasalnya. Pertentangan dalam Pasal membuat ketentuan tersebut tidak jelas. Kemudian dalam PP Indikasi geografis juga hanya mengulang ketentuan yang ada dalam UU Merek. Serta ketentuan mengenai tata cara pendaftaran, juga terlalu rumit dan memakan waktu yang lama. Sehingga selama ketentuan indikasi geografis masih bergabung dengan UU Merek maka ketentuan tersebut tidak bisa melindungi produk-produk potensi indikasi geografis di Indonesia dengan baik.

DAFTAR PUSTAKA

Literatur

Adrian Sutedi, 2009, *Hak Kekayaan Intelektual*, Sinar Grafika, Jakarta.

Afrillyanna Purba, 2009, *Perlindungan Hukum Seni Batik Tradisional Berdasarkan Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2002 Tentang Hak Cipta*, Alumni, Bandung.

Philipus M Hadjon, 1987, *Perlindungan Hukum Bagi Rakyat Indonesia*, Bina Ilmu, Surabaya.

Sudaryat Sudjana dan Rika Ratna Permata, 2010, *Hak Kekayaan Intelektual Memahami Prinsip Dasar, Cakupan, Dan Undang-Undang Yang Berlaku*, Oase Media, Bandung.

Tomi Suryo Utomo, 2010, *Hak Kekayaan Intelektual (HKI) di Era Global: Sebuah Kajian Kontemporer*, Graha Ilmu, Yogyakarta.

Peraturan Perundang-Undangan
Undang-undang Nomor 15 Tahun 2001
tentang Merek.

Peraturan Pemerintah Nomor 51 Tahun 2007 tentang Indikasi Geografis.

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

Jurnal dan Naskah

Maria Alfons, 2011, "Implementasi Perlindungan Indikasi Geografis Atas Produk-Produk Masyarakat Lokal Dalam Perspektif Hak Kekayaan Intelektual, Disertasi Program Doktor Ilmu Hukum Pada Fakultas Hukum Universitas Brawijaya Malang.

Naskah Internet

Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual Kementerian Hukum dan HAM Republik Indonesia, Indikasi Geografis, <http://www.dgip.go.id/indikasi-geografis>.

Saky Septiono, Perlindungan Indikasi Geografis dan Potensi Indikasi Geografis, <http://www.infohaki.co.id/perlindungan-Indikasi-Geografis> dan-Potensi-Indikasi-Geografis.

Yeti Sumiyati, Masih Ada Harapan Bagi Pandanwangi, <http://ubicilembu.wordpress.com/2009/08/14/masih-ada-harapan-bagi-pandanwangi>.